

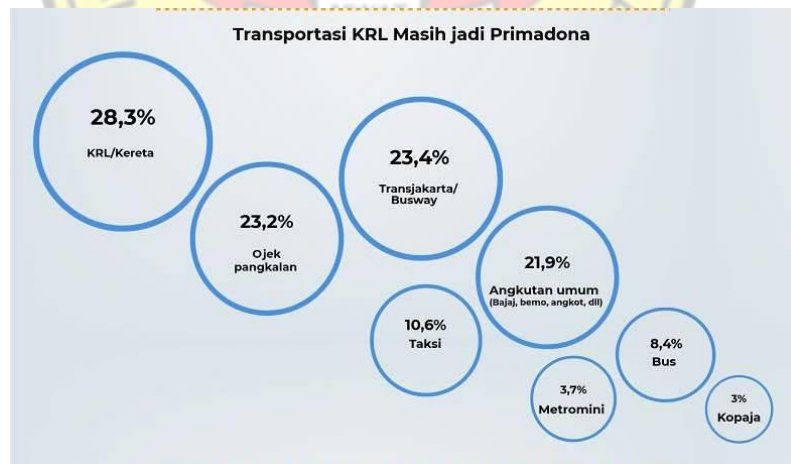
BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Tingginya angka populasi masyarakat kota Jakarta berimbas pada tingkat pertumbuhan kendaraan di kota ini. Menurut data dari Polda Metro Jaya (2017), perbandingan angka kepemilikan kendaraan di kota Jakarta sangat tinggi, yaitu 10.940.102. Jumlah penduduk di kota Jakarta menurut Badan Pusat Statistik Penduduk DKI Jakarta sebesar 10,37 juta jiwa pada tahun 2017. Dari data tersebut, dapat disimpulkan bahwa hampir setiap warga Jakarta memiliki lebih dari satu kendaraan pribadi. Kurangnya minat masyarakat Jakarta terhadap penggunaan angkutan umum khususnya angkutan kota nampaknya belum menjadi pilihan transportasi favorit bagi sebagian masyarakat.

Angkutan kota juga belum mampu mempunyai daya tarik lebih untuk mampu menggerakkan pemilik kendaraan pribadi berpindah moda ke transportasi umum. Walaupun sudah tersedianya berbagai macam angkutan umum di ibukota Jakarta. Meskipun demikian, sebagian masyarakat masih memilih kendaraan pribadi sebagai sarana mobilitas utama.



Gambar 1. Hasil Survei Transportasi Harian di Jakarta (2017)

Sumber : Cermati.com

Dilansir dari situs cermati.com, berdasarkan hasil survei dapat terlihat bahwa pengguna angkutan umum di tahun 2017 seperti bajaj, bemo, dan angkutan kota memperoleh persentase sebesar 21,9% lebih besar dibandingkan angkutan lain seperti

bus 8,4%, metromini 3,7% dan kopaja 3%. Masalah transportasi umum massal saat ini adalah tidak terhubung antara moda transportasi massal yang akan dikembangkan di Jakarta seperti (MRT, LRT, BRT) hanya menjangkau jalan-jalan utama, padahal banyak warga Jakarta yang tinggal di gang-gang kecil yang tidak bisa terjangkau oleh bus berukuran besar. Tidak terjangkau, harga tiket transjakarta saat ini memang cukup murah, Rp 3.500 sekali jalan kemana saja. Masalahnya sebagian besar warga tinggal di kampung/perumahan yang jauh dari halte Transjakarta sehingga untuk menuju halte mereka harus mengeluarkan ongkos transportasi tambahan (ojek/angkot), biaya *first and last mile* ini yang menjadikan bagian terbesar dari biaya transportasi warga.

Hal tersebut membuat Gubernur dan Wakil Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan dan Sandiaga Uno membuat inovasi program transportasi umum Jakarta yang terintegritas. Program yang diberi nama One Karcis One Trip (OK Otrip), merupakan layanan dari Pemerintah Provinsi DKI Jakarta untuk menciptakan sistem transportasi umum massal yang efisien dan terintegrasi di Jakarta. Warga dapat menggunakan berbagai moda angkutan umum dalam trayek yang terintegrasi rute dan layanan, manajemen, pembayaran dengan sistem Trans Jakarta dengan hanya membayar maksimal 5.000 rupiah dalam durasi 3 jam mulai tap in pertama hingga tap in terakhir. Bekerjasama dengan Trans Jakarta dan Dinas Perhubungan DKI Jakarta, program OK Otrip mulai gencar disosialisasikan untuk diperkenalkan kepada masyarakat dalam menciptakan sistem transportasi umum massal yang efisien dan terintegrasi. Selain itu, program tersebut juga dapat mengurangi biaya transportasi sehari-hari warga, semakin mendorong penggunaan transportasi publik massal di Jakarta dan bertujuan agar warga Jakarta mulai beralih menggunakan moda angkutan umum.

Humas Pemprov DKI Jakarta memiliki kewajiban untuk mensosialisasikan program, kebijakan maupun kegiatan Pemprov DKI Jakarta. Dikarenakan masyarakat juga perlu mengetahui dan memahami program, kebijakan dan kegiatan pemprov DKI Jakarta sebagai warga Jakarta yang baik, karena hak untuk warga Jakarta adalah mendapatkan informasi tersebut. Humas Pemprov DKI Jakarta dituntut untuk mampu

memenuhi kebutuhan masyarakat melalui sarana yang tepat. Hal tersebut dilakukan humas Pemprov DKI Jakarta dalam mensosialisasikan program kebijakan pemerintah, yaitu OK Otrip (One Karcis One Trip).

Melalui media sosial Jakarta *Smartcity* selaku bagian dinas Komunikasi, Informatika dan Statistik Pemprov DKI Jakarta. bertugas membuat video, iklan sosialisasi, poster, banner dan *artwork*. Tujuan pembuatan tersebut adalah agar pesan dan informasi program tersebut dapat tersampaikan dengan mudah diterima oleh masyarakat. Sosialisasi dilakukan melalui media sosial seperti penyebaran video, iklan dan *artwork* tentang program OK Otrip di media sosial *Twitter*, *Instagram* dan *Facebook* milik Pemprov DKI Jakarta, Dinas Perhubungan DKI Jakarta dan TransJakarta. Hal ini dilakukan karena sekarang media sosial adalah media yang paling banyak digunakan oleh semua orang dan juga sangat cepat dalam menyebarkan informasi. Selain itu sosialisasi juga dilakukan melalui media massa, bekerjasama dengan pers agar program OK Otrip dapat tersebar luas dan secara merata kepada masyarakat melalui media televisi, koran, dan media online.

Dinas Perhubungan DKI Jakarta dan Trans Jakarta membantu mensosialisasikan program OK Otrip secara teknis, baik secara langsung dan juga melalui media sosial. Sosialisasi langsung, yaitu dengan menerangkan langsung kebijakan program OK Otrip kepada masyarakat khususnya pengguna angkutan kota, dan di setiap angkutan kota OK Otrip selalu didampingi oleh petugas Dinas Perhubungan DKI Jakarta ataupun petugas Trans Jakarta. Tidak hanya petugas, tetapi sopir angkutan kota juga ikut mensosialisasikan secara langsung agar para penumpang lebih mudah paham terhadap program tersebut. Selain penumpang, sopir juga mendapatkan sosialisasi kedisiplinan, kejujuran, cara berkendara dengan baik dan bersikap sopan kepada penumpang.

Perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi saat ini mendukung terwujudnya keterbukaan informasi publik dengan kecanggihan media sebagai salah satu sarana dalam berkomunikasi. Lalu dengan adanya perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi, berbagai jenis media muncul dalam kehidupan manusia dan memberi kemudahan dalam melaksanakan kegiatan komunikasinya. Salah

satunya adalah penggunaan jaringan internet untuk menyampaikan pesan komunikasi. Hadirnya teknologi informasi modern menunjukkan bahwa manusia selalu menginginkan hal yang praktis, maka dari itu internet memberi kemudahan bagi penggunanya untuk mengakses informasi dengan sistem *on-line*. Sistem *on-line* ini dapat di akses dimanapun dan kapanpun.

Salah satu media yang berperan aktif dalam menyebarkan informasi kepada masyarakat adalah media sosial. Saat ini media sosial tengah populer di kalangan masyarakat sebagai media yang efektif dan cepat dalam menyampaikan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Media sosial sebagai media partisipatif dimana setiap orang dapat berinteraksi dan mencari informasi di dalamnya. Keleluasaan internet dalam suatu teknologi membuat semakin banyak aplikasi-aplikasi media sosial berbasis internet yang turut meramaikan sistem *on-line* tersebut. Salah satunya adalah aplikasi media sosial *twitter*.

Twitter adalah salah satu sosial media hasil pemikiran Dorsey yang cukup diminati oleh masyarakat saat ini termasuk Negara Indonesia. *Twitter* merupakan bagian dari *microblogging* yang dapat membantu penggunanya untuk mempublikasikan mengenai pernyataan dalam 140 karakter yang biasanya di sebut *tweets* dan menyediakan update cepat, pendapat atau informasi kepada *followersnya*. Perkembangan *trend* situs *mikroblogging* seperti yang ada pada *twitter* membuka peluang-peluang baru bagi organisasi-organisasi untuk berkomunikasi dan membina hubungan dengan berbagai *stakeholders*.

Hasil Survei dari halaman *We are Social* 2018 mengungkapkan bahwa pengguna internet di Indonesia sebanyak 132.700 juta. Sedangkan *twitter* menempati urutan keenam dengan jumlah pengguna sebanyak 27% dari 12 aplikasi media sosial lainnya. Dari hasil survei tersebut maka dapat kita simpulkan bahwa besarnya minat masyarakat Indonesia terhadap internet dan media sosial yang ada khususnya *twitter*. Karena bagi sebagian masyarakat *twitter* dapat menjadi tempat untuk berkomunikasi dan sebagai media informasi namun, bagi beberapa pihak *twitter* dapat menjadi ajang promosi, pemberitaan, dan bisnis. *Twitter* banyak digunakan karena kemudahan dalam menggunakannya, seperti memiliki tampilan yang sederhana sehingga *twitter*

lebih cepat diakses. *Update timeline* cepat, dikarenakan setiap menit tampilan *twitter* pasti bertambah sehingga berita dan informasi yang diberikan selalu yang terbaru. Tersedia *fitur trending topic*, sehingga memudahkan kita untuk mengetahui apa saja yang sedang hangat dibicarakan oleh para pengguna *twitter*.

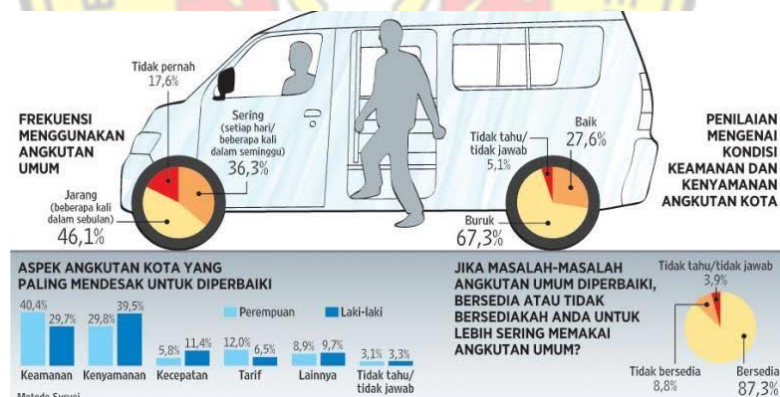
Media sosial ini tampaknya juga telah di gunakan oleh humas instansi pemerintahan untuk menyebarkan informasi kepada masyarakat secara terbaru dalam memberikan berita dan informasi. Pemprov DKI Jakarta dan Trans Jakarta merupakan salah satu instansi pemerintah yang menggunakan media sosial *twitter* sebagai media dalam menyampaikan informasi dan pemberitaan tentang kebijakan-kebijakan yang di buat oleh pemerintah seperti salah satunya adalah Program OK Otrip (One Karcis One Trip).

Koasih selaku Direktur Utama PT Trans Jakarta mengungkapkan “Media sosial *twitter* ternyata memiliki arti khusus bagi PT TransJakarta. Karena media sosial *Twitter* merupakan salah satu media sosial yang paling aktif kami gunakan, dikarenakan *update timeline* yang cepat, sehingga informasi dan berita yang kami berikan selalu terbaru. *Twitter* menjadi komunikasi antara penumpang dan pihak Trans Jakarta. Tim Humas Trans Jakarta mengoptimalkan penggunaan media sosial terutama *twitter* sebagai sarana informasi dan berita kepada konsumen mereka. Saat ini Trans Jakarta menggunakan pendekatan visual dalam setiap informasi yang mereka berikan baik berita ataupun program-program. *Twitter* kami menjadi lebih visual seperti informasikan kami lengkapi dengan visual gambar pada lokasi kejadian. Komunikasi PR kami adalah berusaha menjadi solusi bagi masyarakat. Bagi TransJakarta, penting memberitahukan informasi sekecil apapun yang berkaitan dengan kepentingan pengguna ketika akan menggunakan layanan TransJakarta. Hal ini merupakan salah satu langkah pengembangan pelayanan dari TransJakarta. Sumber : Marketeers Editor, marketeers.com.

Melakukan penataan ulang rute angkutan umum yang menghubungkan seluruh wilayah Jakarta sampai ke gang-gang kecil yang akan dibuat rute yang terintegrasi antar bus sedang dan angkutan kota. Angkutan kota dan bus sedang akan diintegrasikan manajemennya dengan Transjakarta seluruh armada yang sudah berada

dalam satu manajemen. Sopir angkutan umum akan dibuatkan program sertifikasi sehingga menjamin kualitas para pengemudi dengan demikian tak ada lagi sopir angkot yang ugul-ugalan baik karena kejar setoran maupun kebiasaan ngetem sembarang tempat. Untuk membuat perjalanan warga murah dan mudah akan di tetapkan karcis terusan 5000 rupiah untuk angkutan dalam trayek, sehingga warga yang dari rumahnya menggunakan angkot dapat berganti ke bus sedang dan Transjakarta dengan harga yang sama.

Secara bertahap akan menerapkan sistem pembayaran dengan kartu elektronik di seluruh moda transportasi umum. Melalui program OK Otrip, warga dapat dilayani dengan sistem transportasi yang mudah dan murah sehingga diharapkan dapat meningkatkan kesejahteraan penyedia angkutan jalan. Tujuan kedua adalah memastikan penyedia angkutan-angkutan jalan tetap sejahtera dan meningkat kesejahteraannya. Oleh karena itu, program OK Otrip bukan hanya dirasakan manfaatnya oleh warga tapi juga para penyelenggara angkutan umum. Kunci dalam program ini ialah integrasi baik manajemen dan sistem pembayarannya, sehingga warga bisa naik kendaraan umum dimana pun hingga sampai tujuan.



Gambar 2. Hasil Survei Kondisi Keamanan dan Kenyamanan Angkutan Kota (2016)

Sumber: kompas.com

Berdasarkan hasil survei kompas.com diatas menunjukkan 67,3% responden masih merasakan buruknya keamanan dan kenyamanan bus kota, mikrolet dan angkutan kota lainnya di Jakarta. Masyarakat mengeluh ketidakefisien dalam waktu tempuh angkutan kota. Mereka tak puas dengan kecepatan angkutan kota menjangkau

tempat tujuan. Keamanan di dalam angkutan kota menyita perhatian masyarakat ketimbang faktor lainnya. Aspek keamanan angkutan kota untuk wanita sebesar 40,4%. Besarnya kekhawatiran pada ancaman kejahatan di angkutan kota merupakan hal paling mendesak untuk diperbaiki. (sumber: www.kompas.com)

Faktor kedua yang harus diperbaiki adalah kenyamanan. Rasa nyaman mereka hal yang paling diserukan penumpang laki-laki sebesar 39,5%. Berdasarkan data tahun 2017, Jakarta berada pada peringkat ke 89 di antara 100 kota di dunia untuk kualitas indeks mobilitas berkelanjutan dengan mengukur kualitas dan perilaku penggunaan transportasi publik di kota-kota di dunia. Menurut laporan *Sustainable Cities Mobility Index 2017* yang menggunakan 23 indikator dikelompokkan menjadi tiga pilar besar. Pilar masyarakat sebagai pilar pertama mengukur keamanan, akses, jumlah penumpang dan fasilitas masyarakat difabel.

Pilar planet merupakan pilar kedua yang menganalisis tingkat keramahan lingkungan dengan melihat tingkat polusi, kemacetan dan fasilitas sepeda. Sementara itu, pilar profit sebagai pilar ketiga mengukur tingkat keterjangkauan biaya transportasi publik dan waktu tempuh transportasi. Jakarta mendapatkan skor paling rendah untuk indikator dalam pilar planet. Polusi di daerah perkotaan 70% masih berasal dari sektor transportasi. Selain itu, Jakarta juga masih belum memenuhi standar jumlah Ruang Terbuka Hijau (RTH) yang idealnya mencapai angka 30%. Saat ini, RTH Jakarta baru berada pada angka 9,9%. Wakil Kepala Dinas Perhubungan Provinsi DKI Jakarta, Sigit Wijatmoko 40% perjalanan di DKI menggunakan *public transport*, salah satu alasan yang menyebabkan tingkat penggunaan transportasi umum yang masih rendah (berkisar antara 15-20%) adalah belum optimalnya konektivitas antarmoda transportasi publik.

Uji coba program OK Otrip akan membantu dalam proses integrasi manajemen dan sistem layanan. Pemerintah harus lebih gencar mensosialisasikan dan membuka alternatif transportasi publik terlebih dahulu. Kemudian membuat masyarakat berpindah dari kendaraan pribadi. Penyelenggaraan program humas seperti adanya sosialisasi memiliki tujuan agar tercapainya tujuan yang hendak dicapai. Jika dilihat dari kasus di atas, Sosialisasi sangat berperan agar masyarakat

ikut berpartisipasi mewujudkan program tersebut.

Hal ini didukung oleh beberapa penelitian sebelumnya bahwa sosialisasi adalah proses dimana seseorang memperoleh pengetahuan, keterampilan dan sikap yang diperlukannya. Supaya dapat berfungsi sebagai orang dewasa, sekaligus sebagai pemeran aktif dalam suatu kedudukan atau peranan tertentu di masyarakat. Dan menyesuaikan diri kepada adat istiadat suatu golongan dimana lambat laun akan merasa sebagai bagian dari bagian itu. Hasil analisis menunjukkan bahwa kegiatan sosialisasi penggunaan *vending machine* tiket kereta api listrik (KRL) memiliki hubungan yang sangat kuat dengan pengetahuan pengguna jasa *commuter line*. Sosialisasi yang dilakukan untuk memberikan informasi mengenai penggunaan *vending machine* tiket kereta api listrik (KRL) bertujuan untuk pengetahuan pengguna jasa *commuter line*, diadakan di Stasiun Sudirman Jakarta Pusat (Yolanda,2016).

Sosialisasi yang dilakukan Pemprov DKI Jakarta melalui Trans Jakarta di Media Sosial *Twitter* dapat dipercaya memberikan suatu efek atau dampak tertentu terhadap perilaku pengguna angkutan kota khususnya program OK Otrip. Dalam melakukan penelitian, peneliti memilih dilakukan pada *followers twitter* @PT_TransJakarta, karena Trans Jakarta merupakan bagian khusus transportasi di Jakarta dan juga ikut bekerjasama dalam program OK Otrip. Sehingga pada permasalahan ini penulis menuangkan pada judul skripsi : **”Pengaruh Sosialisasi Pesan Program OK Otrip PEMPROV DKI JAKARTA di Media Sosial Twitter terhadap Perilaku Pengguna Angkutan Kota (Survei dilakukan pada *Followers* Media Sosial *Twitter* @PT_TransJakarta)”**.

1.2 Perumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut maka peneliti merumuskan masalah dari penelitian ini yaitu: Apakah ada pengaruh sosialisasi pesan program OK Otrip Pemprov DKI Jakarta di media sosial *twitter* terhadap perilaku pengguna angkutan kota?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah, peneliti menyimpulkan tujuan penelitian ini untuk mengukur pengaruh sosialisasi pesan program OK Otrip Pemprov DKI Jakarta di media sosial *twitter* terhadap perilaku pengguna angkutan kota.

1.4 Manfaat Penelitian

Selain memiliki tujuan, penelitian ini diharapkan juga memiliki manfaat bagi berbagai kalangan. Manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua bagian yaitu manfaat secara akademis dan manfaat secara praktis.

1. Manfaat Praktis Penelitian

Secara praktis diharapkan hasil penelitian ini dapat berguna bagi masyarakat dan dapat dijadikan sebagai bahan referensi untuk memberikan bukti bahwa pengaruh sosialisasi pesan terhadap perilaku pengguna angkutan kota.

2. Manfaat Akademis Penelitian

Sebagai salah satu syarat mendapatkan gelar sarjana dan dapat memberikan sumbangan dan mengembangkan fungsi humas terutama dalam menyelenggarakan sosialisasi program pemerintah serta dapat memberikan pengetahuan yang berkaitan dengan Ilmu Komunikasi khususnya dibidang Public Relations.

1.5 Sistematika Penelitian

Berikut sistematika penulisan untuk mempermudah penulis dalam penyusunan skripsi:

BAB I PENDAHULUAN

Di dalam bab ini, berisi tentang latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini meliputi uraian berbagai teori-teori dan pengertian-pengertian yang menjadi dasar untuk menguraikan masalah dan dalam memecahkan masalah yang dikemukakan dalam penulisan.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Bab ini berisikan uraian mengenai metode penelitian, jenis penelitian, metode analisis data, metode pengumpulan data, teknik analisis data serta waktu dan tempat penelitian dilakukan.

BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN

Bab Hasil Penelitian berisi mengenai deskripsi objek penelitian, deskripsi hasil penelitian, analisis variabel, serta hasil penelitian dan pembahasan.

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

Bab Penutup berisi kesimpulan dan saran yang diberikan berkaitan dengan hasil penelitian

DAFTAR PUSTAKA

Berisi judul buku, jurnal, dan bahan – bahan penerbitan lainnya yang dilengkapi dengan tahun terbit, nama pengarang, dan informasi seputar berbagai sumber yang digunakan.