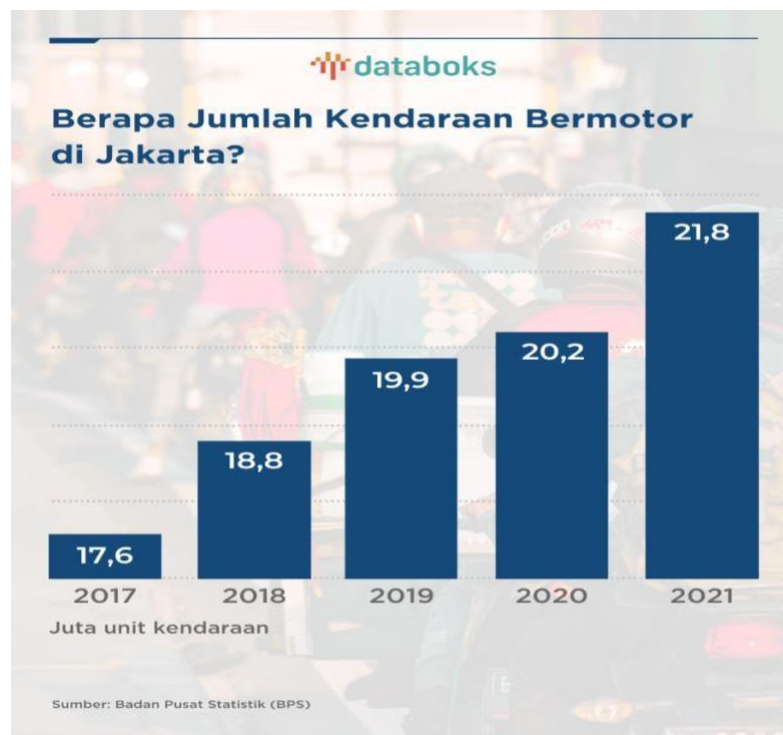


BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Banyak kota besar di Indonesia saat ini sedang menghadapi permasalahan yang berkaitan dengan pelayanan publik. Salah satu permasalahan yang turut memprihatinkan adalah kemacetan. Kemacetan menjadi salah satu permasalahan utama di Ibu Kota Indonesia yaitu DKI Jakarta. Menurut (Sitanggang & Saribanon, 2018) di negara maju, masyarakat pada umumnya menggunakan angkutan umum sebagai pengganti kendaraan pribadi. Namun berbeda dengan kota Jakarta, masyarakat lebih memilih untuk menggunakan kendaraan pribadi dibandingkan dengan kendaraan umum. Berbagai macam keluhan menjadi alasan untuk tidak menggunakan transportasi umum seperti tidak nyaman, waktu tempuh lebih lama, kapasitas transportasi umum tidak sesuai dengan semestinya hingga berujung kepada keamanan pengguna transportasi umum yang terganggu. Setiap tahun ternyata terdapat peningkatan yang cukup signifikan terhadap penggunaan kendaraan pribadi khususnya kendaraan bermotor.



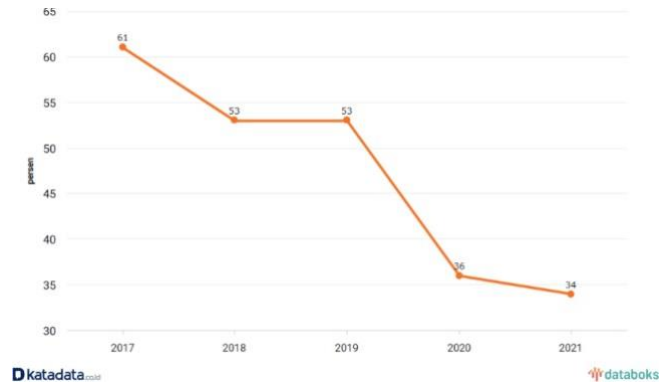
Gambar 1. 1 Jumlah Kendaraan di Jakarta Periode 2017-2021

(Sumber : Databoks.katadata.co.id diakses pada Selasa, 20 Desember 2022)

Berdasarkan Gambar 1.1 yang dikutip dari situs web resmi Databoks Periode 2017-2021, jumlah kendaraan di Jakarta pada tahun 2021 sebanyak 21,8 juta unit kendaraan. Jumlah kendaraan yang terus bertambah membuat masalah kemacetan semakin parah. Apabila hal ini terus berlanjut akan berdampak pada sistem kelangsungan hidup di Jakarta karena terdapat keterkaitan antara penggunaan kendaraan pribadi yang cukup masif dengan tingkat kemacetan dan tingkat pencemaran udara yang akan semakin tinggi. Hal ini dapat dilihat berdasarkan data dari peta polusi udara *online Air Visual*, dan berdasarkan data dari *TomTom Traffic Index 2* bahwa Jakarta sudah menjadi salah satu kota dengan tingkat polusi tertinggi di dunia dan kota dengan tingkat kemacetan tertinggi juga.

Dengan permasalahan kemacetan yang hadir di Jakarta, tentu menjadi sebuah masalah yang harus ditemukan solusinya. Solusi tersebut juga harus muncul dari Pemerintah Provinsi DKI Jakarta selaku pihak yang bertanggungjawab atas permasalahan-permasalahan regional terkhusus di DKI Jakarta. Menurut wawancara yang dilakukan oleh KumparanNEWS (2020), Syafrin Liputo selaku Kepala Dinas Perhubungan DKI Jakarta menyatakan bahwa,sebetulnya salah satu visi, misi, dan tujuan Gubernur DKI Jakarta adalah membenahi sistem transportasi. Sejak awal Jaklingko dibuat untuk menekan angka kemacetan dengan cara mengintegrasikan transportasi umum yang sudah ada. Dengan kata lain, untuk memindahkan kebiasaan masyarakat Jakarta yang lebih memilih memakai kendaraan pribadi untuk mobilitas mereka, maka harus ada perbaikan pelayanan transportasi publik sehingga masyarakat Jakarta lebih ingin menggunakan transportasi umum.

Jaklingko Indonesia hadir dengan harapan untuk menaikkan jumlah pengguna transportasi umum di Jakarta agar dapat mengurangi kemacetan dan polusi udara. Selain itu pemerintah juga ingin menciptakan transportasi umum yang mudah digunakan oleh masyarakat dengan pembayaran yang terintegrasi dan menjamin keamanan serta kenyamanan fasilitas umum yang digunakan oleh masyarakat. Sehingga harapannya pemerintah dapat menekan angka kemacetan dan tingkat polusi udara di DKI Jakarta. Hal ini dapat diketahui melalui data terkait tingkat kemacetan DKI Jakarta yang diperoleh dari situs web resi Katadata.co.id.



Gambar 1. 2 Tingkat Kemacetan DKI Jakarta (Sumber

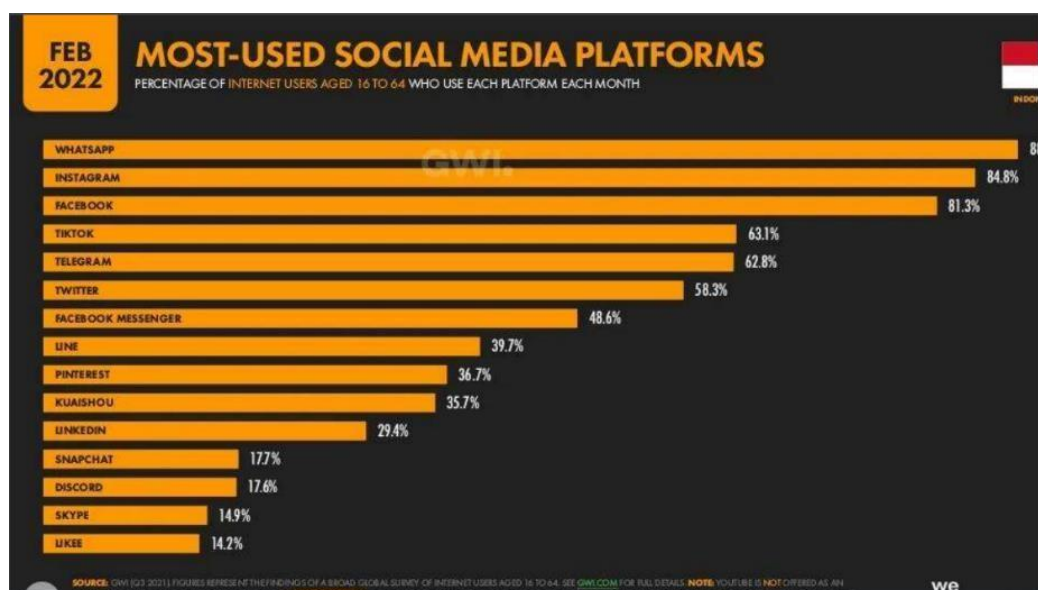
: katadata.co.id diakses pada Senin, 17 Oktober 2022)

Berdasarkan Gambar 1.2 yang didapatkan dari Katadata.co.id, tingkat kemacetan di DKI Jakarta terus membaik di lima tahun belakangan ini. Meski pada tahun 2019 kemacetan di Jakarta tercatat masih sama dengan tahun sebelumnya yaitu sebanyak 53% tetapi terjadi perubahan yang cukup signifikan di tahun 2020 dan 2021. Terdapat penurunan tingkat kemacetan dari 36% sampai dengan 34%. Berkurangnya angka kemacetan tentunya merupakan sebuah perubahan yang baik, hal tersebut pastinya disebabkan dengan hadirnya transportasi umum yang digunakan masyarakat. Salah satu transportasi umum tersebut adalah Jaklingko yang digagas oleh Pemprov DKI Jakarta. Pernyataan tersebut juga diperkuat dengan pernyataan dari Syafrin Liputo sebagai Kepala Dinas Perhubungan DKI Jakarta melalui wawancara yang dilakukan oleh Liputan6.com (2022). Menurutny terdapat beberapa cara yang dapat ditempuh oleh Pemprov DKI Jakarta dalam menurunkan tingkat kemacetan, yaitu membenahi stasiun KRL yang terintegrasi dengan Transjakarta juga MRT/LRT dan pembaruan sistem integrasi angkutan umum melalui Program Jaklingko.

Jaklingko Indonesia merupakan hasil kerja sama dari beberapa perusahaan dengan pemerintah yaitu ada PT. MRT Jakarta, PT. Jakarta Propertindo (Perseroda), PT Transportasi Jakarta dan PT. Moda Integrasi Transportasi Jabodetabek. Layanan ini merupakan sistem yang mengintegrasikan pembayaran, tarif dan rute MRTJ, Transjakarta, LRT (Jakpro), KCI dan Railink. Pemerintah Indonesia telah mengeluarkan arahan melalui Pergub DKI Jakarta Nomor 66 Tahun 2019 tentang Pengendalian Kualitas Udara Jakarta dimana salah satu poinnya adalah untuk mendorong peralihan moda transportasi pribadi ke penggunaan moda transportasi umum.

Hadirnya Jaklingko membutuhkan usaha lebih untuk memberikan sosialisasi kepada masyarakat terkait layanan yang baru ini. Selain sosialisasi dengan penyampaian secara langsung dibutuhkan juga penyampaian informasi, promosi maupun pencerdasan melalui media digital, mengingat sekarang perkembangan teknologi sudah begitu maju. Menurut (Supriyadi *et al.*, 2020) promosi yang dilakukan oleh Pemerintah Provinsi DKI terhadap masyarakat Jakarta untuk membiasakan diri menggunakan Jalingko memberikan perubahan positif karena adanya iklan layanan masyarakat dan promosi membuat warga mau untuk mulai mengaplikasikan dan cukup senang dengan pelayanan yang diberikan Jaklingko. Memberikan sosialisasi dimesia sosial juga membuka pikiran masyarakat Jakarta untuk mulai menggunakan transportasi umum yang dapat terintegrasi kemana saja.

Jaklingko Indonesia memanfaatkan media sosial untuk memberikan sosialisasi baik dari segi pencerdasan, promosi dan informasi. Salah satu pemanfaatan media sosial yang digunakan oleh Jaklingko Indonesia adalah Instagram. Instagram merupakan salah satu media sosial yang cukup populer dan digemari di Indonesia. Instagram merupakan sebuah layanan yang sering digunakan sebagai media untuk menyampaikan informasi dalam bentuk visual baik dalam bentuk foto, video maupun tulisan. Kreativitas konten dalam media sosial Instagram ini sangat mempengaruhi ketertarikan audiens terhadap informasi yang dibagikan.

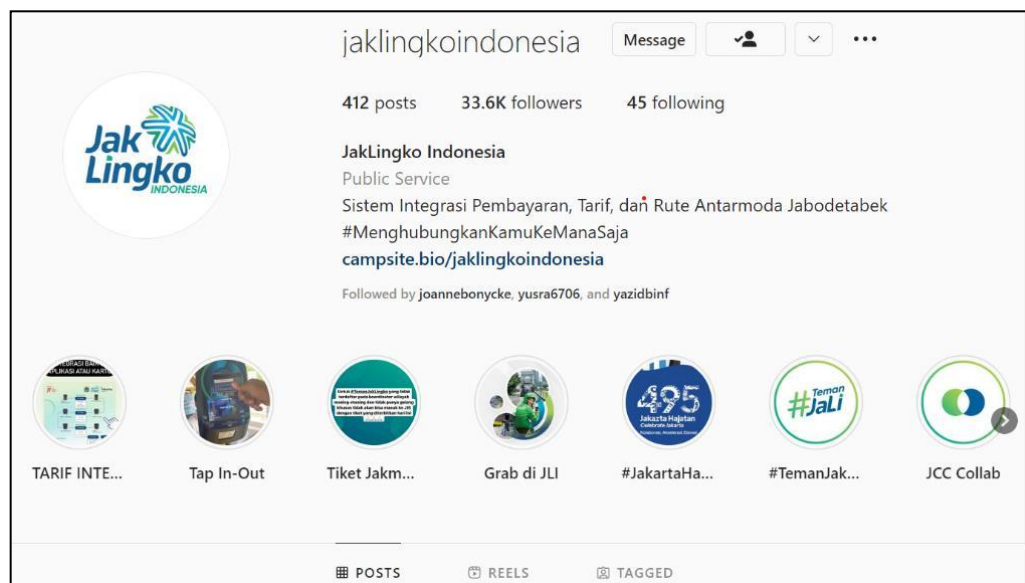


Gambar 1. 3 Pengguna Media Sosial di Tahun 2022

(Sumber : HootSuite We Are Social diakses pada Senin, 17 Oktober 2022)

Berdasarkan Gambar 1.3 melalui data dari situs web resmi *HootSuite* dan *We Are Social* pada bulan Februari 2022, media sosial Instagram mencapai peringkat kedua dengan persentase 84,8%. Dengan begitu dapat disimpulkan bahwa Instagram merupakan *platform* media sosial yang cukup digemari di Indonesia baik secara hiburan, menjangkau relasi, mendapatkan informasi dan menyampaikan informasi. Menurut Atmoko (dalam Helen & Rusdi, 2019) Instagram merupakan media sosial dalam bentuk aplikasi dari *smartphone* yang berfungsi untuk penyebaran informasi dalam bentuk gambar atau video.

Berbagai informasi sangat mudah didapati oleh para pengguna mulai dari informasi seputar hiburan, kesehatan, berita, film, dan lain sebagainya. Pengguna Instagram hanya perlu mengikuti dengan cara klik *follow* akun terkait informasi yang ingin dilihat. Sehingga informasi yang diinginkan akan muncul pada beranda Instagram. Akun Instagram resmi Jaklingko yaitu @JaklingkoIndonesia memiliki lebih dari 30 ribu *followers* dengan jumlah foto sebanyak 412 postingan per-tanggal 31 Oktober 2022. Berikut ini Gambar 1.4 mengenai akun Instagram @jaklingkoindonesia

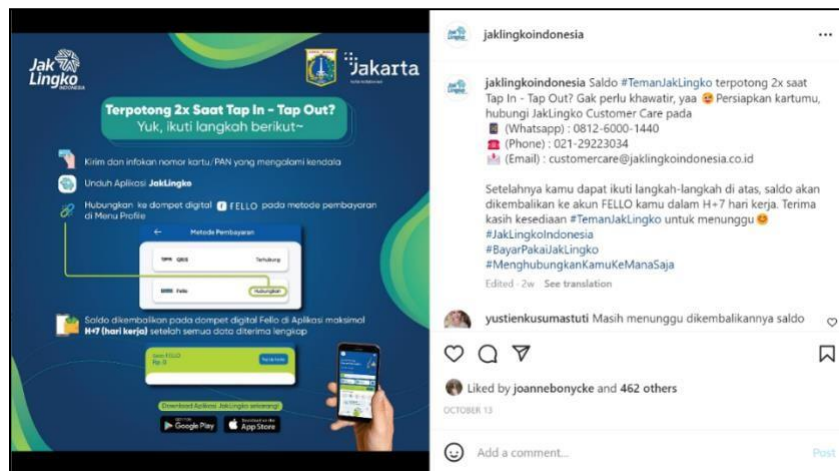


Gambar 1.4 Akun Instagram @jaklingkoindonesia

(Sumber: Instagram Jaklingko Indonesia diakses pada Senin, 17 Oktober 2022)

Melihat tingkat pengguna media sosial Instagram yang cukup tinggi berdasarkan data yang sudah diuraikan sebelumnya, Jaklingko Indonesia juga memanfaatkan Instagram sebagai akun media sosial resmi untuk penyampaian

informasi, promosi, serta media pelayanan publik. Hal tersebut dapat dibuktikan melalui data-data dari gambar berikut ini:

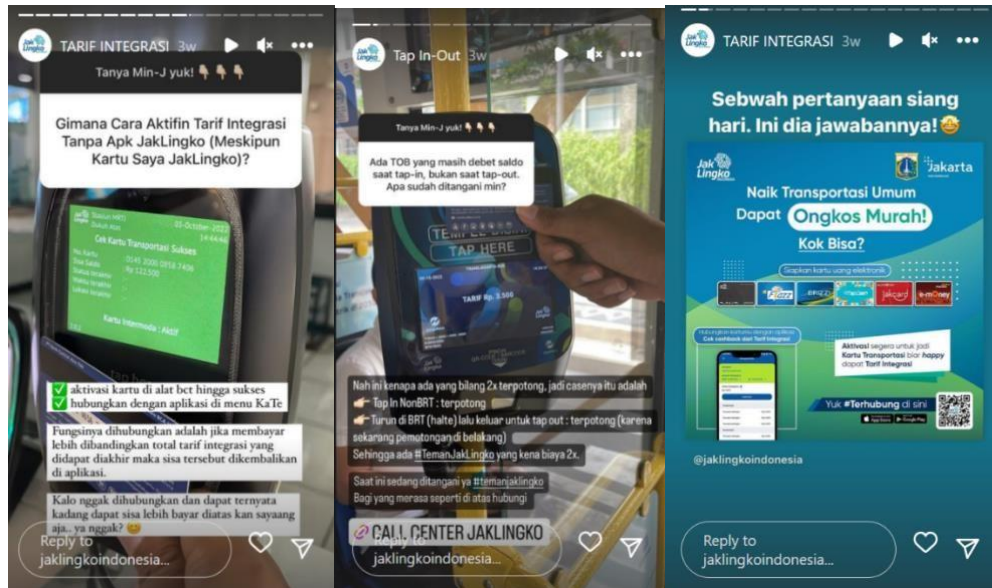


Gambar 1.5 Instagram Jaklingko Indonesia

(Sumber : Instagram Jaklingko Indonesia diakses pada Seni, 17 Oktober 2022)

Gambar 1.5 merupakan salah satu dokumentasi dari postingan akun Instagram @JaklingkoIndonesia yang menjelaskan terkait penggunaan *tap* kartu agar biaya tidak terpotong sebanyak dua kali. Akun instagram @Jaklingkoindonesia termasuk akun yang sangat aktif dalam memposting informasi mengenai keluhan yang disampaikan oleh pengguna Jaklingko Indonesia. Selain itu akun tersebut juga sering sekali memberikan info terkini terkait permasalahan yang ada pada pengguna seperti salah satu contoh postingan yang ada di Gambar 1.5.

Akun instagram @Jaklingkoindonesia juga memiliki intensitas interaksi yang cukup tinggi antara admin pemegang akun Instagram dan pengguna aktif Jaklingko khususnya masyarakat DKI Jakarta, karena selain penyebaran informasi melalui postingan *feeds* Instagram, akun ini juga melakukan interaksi melalui instagram *story* berupa *question box*. Dengan adanya layanan tersebut memberikan kemudahan kepada para pengguna untuk memperoleh informasi dengan melakukan tanya jawab secara langsung terkait fasilitas yang ada. Dengan begitu, kebutuhan informasi dari para pengguna instagram yang juga pengguna transportasi Jaklingko dapat terpenuhi. Adapun contoh dari interaksi melalui *question box* instagram yakni seperti beberapa Gambar 1.6 yang terlampir.



Gambar 1.6 Postingan Story Instagram Jaklingko Indonesia (Sumber: Instagram Jaklingko Indonesia diakses pada Senin, 17 Oktober 2022)

Berdasarkan Gambar 1.6 yang merupakan contoh konten interaktif *InstaStory* berupa *question box*. Adanya layanan *question box* tersebut membuat masyarakat lebih mudah mengetahui informasi terkait pemasalahan yang ada. Selain itu permasalahan atau keluhan yang diberikan oleh pengguna juga dilakukan melalui beberapa kolom komentar dalam beberapa postingan. Hal ini sering sekali dijawab oleh admin melalui *feeds* Instagram berupa infografis ataupun melalui Instagram *story*. Dengan begitu komunikasi bisa menjadi lebih efektif dan pengguna dapat memperoleh informasi lebih mendalam terkait fasilitas yang disediakan oleh Jaklingko. Menurut Tubss & Moss (dalam Siregar, 2022) Komunikasi yang efektif secara sederhana adalah komunikasi dimana komunikator berhasil dalam menyampaikan maksud dari isi pesannya.

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh Saraswati, Putri, dan Shabrina (2022) dengan judul penlitian “Efektivitas Akun Instagram @Infoserang dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers” terdapat hubungan yang kuat antara efektivitas akun Instagram dengan kebutuhan informasi. Semakin tinggi dan kuat efektivitas informasi yang disampaikan oleh akun Instagram @infoserang, maka semakin meningkat juga pemenuhan kebutuhan informasi *followers* Instagram tersebut. Hasil perhitungan yang telah di analisis oleh peneliti terkait efektivitas akun Instagram memiliki pengaruh sebesar 64,4% terhadap pemenuhan kebutuhan

informasi *followers*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Instagram @infoserang sangat efektif dalam pemenuhan kebutuhan informasi *followers*.

Hasil yang sama pun terjadi dalam penelitian yang dilakukan oleh Sutrisno & Mayangsari (2022) dengan judul penelitiannya yaitu “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @humasbdg terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi *Followers*”. Dalam penelitian ini terdapat pengaruh media sosial Instagram dengan pemenuhan kebutuhan informasi karena melalui hasil penelitian mendapatkan hasil bahwa penggunaan media sosial Instagram @humasbdg memberikan kontribusi sebesar 69,72% terhadap kebutuhan informasi *followers* sedangkan sisanya sebesar 29,28% merupakan kontribusi pengaruh dari variable lain yang tidak diteliti. Sehingga dapat disimpulkan bahwa keterkaitan informasi yang disampaikan melalui sosial media Instagram @humasbdg memiliki keterkaitan yang cukup kuat terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Keterkaitan yang ada antara informasi yang disebarakan melalui media sosial dengan pemenuhan kebutuhan informasi dikuatkan dengan adanya teori menurut E Katz, Blumler, J, & Gurevitch, M. (1974). Teori tersebut adalah teori *Uses and Gratification*, dimana teori tersebut menjelaskan bahwa setiap individu yang mengonsumsi media dalam rangka memenuhi kebutuhan informasinya, pada dasarnya dalam individu tersebut terdapat motivasi dan keinginan yang diharapkan.

Perbedaan kedua penelitian yang sudah dijelaskan terhadap penelitian yang ingin peneliti uji terdapat pada objek penelitiannya. Penelitian pertama membahas terkait efektivitas media sosial Instagram @infoserang dengan pemenuhan kebutuhan informasi, dimana lebih melihat terkait efektif atau tidaknya pesan yang disampaikan oleh sosial media instagram @infoserang terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Sedangkan penelitian kedua menjelaskan terkait hubungan antara pengaruh informasi yang diberikan melalui akun Instagram @humasbdg terhadap pemenuhan kebutuhan informasi *followers*. Dapat disimpulkan dari kedua penelitian terdahulu yang dipaparkan bahwa peran media sosial instagram terhadap penyebaran informasi memiliki pengaruh yang besar terhadap pemenuhan kebutuhan informasi bagi pengguna Instagram yang mengikuti akun tersebut. Sedangkan perbedaan kedua penelitian terdahulu dengan penelitian ini terletak pada teori yang dipakai dalam penelitian, penelitian ini memakai teori Bambang Dwi (dalam Utari, 2017:9) yang menyatakan bahwa terdapat tujuh indikator dari sebuah sosial media dalam bukunya

Instagram Handbook, yaitu *hashtag*, lokasi, *follow*, *share*, *like*, komentar, dan *mention*. Dengan begitu, terdapat kebaruan penelitian dalam penelitian ini karena dengan adanya teori tersebut bisa mengetahui pengaruh media sosial Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi secara detail.

Dengan demikian *gap* permasalahan pada penelitian ini adalah objek penelitian yang digunakan merupakan objek yang berbeda karena media sosial Instagram @jaklingkoindonesia dimana layanan Jaklingko merupakan sistem moda transportasi umum terintegrasi pertama di Indonesia yang diluncurkan sekitar 4 tahun yang lalu. Maka peneliti memandang perlu adanya penelitian mengenai media sosial Instagram @jaklingkoindonesia dengan menggunakan 7 indikator dari sebuah media sosial Instagram terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengguna Jaklingko, tidak hanya itu banyaknya masalah mengenai pelayanan Jaklingko juga menjadi salah satu pertimbangan bagi peneliti.

Berdasarkan latar belakang dan perbandingan dua penelitian terdahulu yang telah dijelaskan sebelumnya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian lebih lanjut dengan judul, **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram @Jaklingkoindonesia terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pengguna Jaklingko”**, dimana peneliti akan membahas terkait akun Instagram @Jaklingkoindonesia yang cukup baru untuk mendukung penyebaran informasi terkait layanan Jaklingko yang disediakan oleh pemerintah. Melalui penelitian ini, peneliti berharap dapat mengetahui apakah informasi layanan yang diberikan oleh akun Instagram @Jaklingkoindonesia ini sudah tersampaikan dengan baik dari segi informasi, promosi dan sosialisasi kepada masyarakat pengguna Jaklingko.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dijelaskan di atas, maka peneliti ingin mengidentifikasi lebih lanjut terkait “Berapa besar pengaruh akun Instagram @Jaklingkoindonesia terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengguna Jaklingko”

1.3 Tujuan Penelitian

Melalui penjabaran identifikasi masalah di atas maka peneliti memiliki tujuan untuk melakukan penelitian lebih lanjut untuk mengukur berapa besar pengaruh penggunaan media sosial Instagram @Jaklingkoindonesia terhadap pemenuhan kebutuhan informasi pengguna Jaklingko di DKI Jakarta.

1.4 Kegunaan Penelitian

Adanya penelitian ini membuat peneliti memiliki keinginan agar penelitian ini dapat berguna dalam aspek teoritis dan praktis, berikut penjelasan tentang teori terkait

1.4.1 Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi pengetahuan yang bermanfaat serta menambah wawasan dalam kajian ilmu komunikasi serta harapannya penelitian ini dapat menjadi bahan acuan bagi peneliti selanjutnya dalam bidang kajian ilmu yang sama.

1.4.2 Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat mengetahui seberapa berpengaruh media sosial Instagram dalam penyebaran informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi bagi para pengguna Jaklingko Indonesia.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1. 1 Waktu dan Periode Penelitian

No	Tahapan	OKT	NOV	DES	JAN	FEB	MAR	APR	MEI
1	Pencarian judul dan perusahaan yang akan dituju								
2	Penyusunan proposal Bab1-3								
3	Melakukan Revisi								
4	Desk Evaluation								
5.	Pengumpulan dan pengolahan data								
6.	Proses penyusunan BAB IV								
7.	Proses penyusunan BAB V								
8.	Sidang Skripsi								

(Sumber : Olahan peneliti, 2022)

1.6 Sistematika Penelitian

Sistematika dalam penulisan skripsi ini adalah sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

1.2 Identifikasi Masalah

1.3 Tujuan Penelitian

1.4 Kegunaan Penelitian

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

1.6 Sistematika Penelitian

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Pustaka

2.2 Penelitian Terdahulu

2.3 Kerangka Penelitian

2.4 Hipotesis Penelitian

2.5 Ruang Lingkup Penelitian

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

3.2 Operasionalisasi Variabel dan Skala Pengukuran

3.3 Populasi dan Sample

3.4 Teknik Pengumpulan Data

3.5 Uji Validitas dan Reliabilitas

3.6 Teknik Analisis Data

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1 Karakteristik Responden

4.2 Hasil Penelitian

4.3 Pembahasan Penelitian

BAB V KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

5.2 Saran