

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Kemacetan merupakan masalah yang sering dijumpai pada kota-kota besar di Indonesia khususnya Jakarta, dan kepadatan penduduk merupakan salah satu alasannya (Sitanggang & Saribanon, 2018). Kepadatan penduduk yang terjadi tidak hanya memenuhi Jakarta, namun masyarakat yang melakukan urbanisasi dan bekerja di Jakarta juga turut memenuhi berbagai kota yang berbatasan langsung dengan Jakarta, seperti Tangerang, Tangerang Selatan, Bekasi, Depok, dan juga Bogor. Hal ini sangat terkait dengan dampak negatif lainnya, yaitu kemacetan yang marak terjadi di Jakarta terutama pada jam-jam tertentu, bahkan menurut Nuembo dalam Suhartono & Sarfina (2024) dampak urbanisasi ini membuat Indonesia menjadi negara termacet urutan ke-11 di dunia.

Kemacetan adalah situasi saat kendaraan melambat atau bahkan terhentinya lalu lintas yang disebabkan oleh banyaknya jumlah kendaraan melebihi kapasitas jalan (Haryono, Darunanto, & Wahyuni, 2018). Jumlah kendaraan bermotor yang semakin meningkat menjadi penyebab kemacetan yang terjadi. Kemacetan ini menghadirkan berbagai dampak negatif yang sangat merugikan lingkungan dan masyarakat, mulai dari peningkatan produksi emisi karbon yang semakin lama membuat *global warming* meningkat menjadi *global boiling*, waktu tempuh perjalanan yang semakin panjang dan menurunkan tingkat efisiensi waktu, hingga membuat masyarakat menjadi lebih cepat lelah dan stress yang menyebabkan penurunan produktivitas pada masyarakat (CNBC Indonesia diakses pada Oktober 2024).

Dilansir dari CNBC Indonesia dan CNN Indonesia (diakses pada Oktober, 2024) kemacetan juga menyebabkan kerugian yang terus meningkat hingga menembus Rp 100 Triliun per tahun pada tahun 2024 sehingga berdampak pada penurunan ekonomi secara keseluruhan yang membuat tingkat kriminalitas meningkat. Waktu tempuh yang kian meningkat akibat kemacetan membuat emisi gas buang kendaraan yang kian meningkat dan menyebabkan tingginya tingkat polusi udara yang dapat mengakibatkan berbagai masalah kesehatan.

Pemerintah Provinsi DKI Jakarta (Pemprov DKI Jakarta) tentu tidak tinggal diam saat dihadapkan oleh masalah kemacetan tersebut. Maka dari itu, Pemprov DKI Jakarta menetapkan aturan ganjil genap bagi pengguna kendaraan pribadi untuk membatasi jumlah kendaraan dan menyediakan berbagai opsi kendaraan umum sebagai alternatif kendaraan yang dapat digunakan masyarakat untuk menghindari kemacetan. Terdapat berbagai transportasi umum yang dapat digunakan oleh penduduk Jakarta dan sekitarnya, yaitu Transjakarta, KRL (Kereta Rel Listrik) *Commuter Line*, LRT (*Light Rail Transit*) Jakarta, kereta bandara dan MRT (*Mass Rapid Transit*) Jakarta. Dilansir dari portal resmi provinsi DKI Jakarta, Pemkot DKI Jakarta memfasilitasi warganya dengan peta integrasi yang menghubungkan berbagai transportasi umumnya, ke berbagai tujuan yang berbeda.

Pemprov DKI Jakarta menyediakan transportasi publik yang memiliki fasilitas dengan standar keamanan dan kenyamanan yang terjamin bagi setiap penumpangnya. Dengan fasilitas yang telah disediakan, sayangnya banyak masyarakat yang masih bersikap seenaknya dan tidak mengikuti himbauan yang diberikan. Seperti yang terdapat dalam Pambudi & Hidayati (2020) dijelaskan bahwa pada masa uji coba MRT pada tahun 2019 lalu, pihak MRT Jakarta sangat menyayangkan adanya masyarakat yang tidak menjaga ketertiban dengan bergelantungan pada pegangan dalam gerbong, menginjak kursi dalam gerbong, hingga seperti melakukan

piknik dengan makan dan minum pada area stasiun, seperti yang dapat dilihat pada Gambar 1.1 di bawah.



Gambar 1.1 Perilaku Masyarakat yang Tidak Menaati Aturan

Sumber: Pemberitaan Kompas.com, diakses Desember 2024

Sikap masyarakat yang tidak menaati peraturan dengan baik ini pun membuat pandangan masyarakat terhadap pengguna MRT Jakarta menjadi kurang baik, dan membuat masyarakat mengeluhkan berbagai etika yang diabaikan oleh sebagian dari pengguna MRT Jakarta pada masa uji coba serta pada awal MRT Jakarta beroperasi, seperti yang tertera pada Gambar 1.2 di bawah.



Gambar 1.2 Opini masyarakat mengenai pengguna MRT Jakarta

Sumber: Thread @ferikid pada X, diakses Februari 2025

Pandangan masyarakat yang memburuk mengenai sikap pengguna MRT Jakarta pada masa uji coba serta pada awal MRT Jakarta beroperasi ini tentunya turut mempengaruhi citra dan reputasi MRT Jakarta, Hal ini memberikan dampak buruh pada pandangan masyarakat terhadap MRT Jakarta yang mendatangkan berbagai komentar buruk, salah satunya dapat dilihat pada Gambar 1.3 di bawah.



Gambar 1.3 komentar buruk mengenai MRT Jakarta

Sumber: Thread @ferikid pada X, diakses Februari 2025

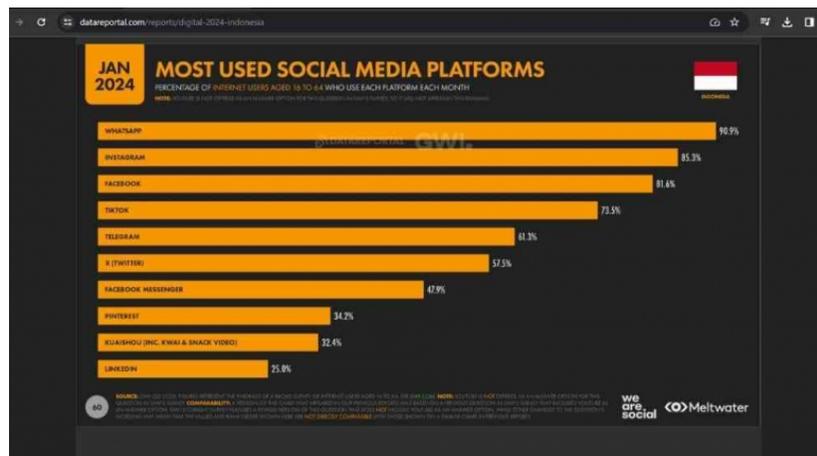
Menyikapi hal tersebut, pihak MRT Jakarta menegaskan bagi para penumpang untuk menaati peraturan-peraturan yang berlaku, berusaha mensosialisasikan peraturan yang berlaku, dan memohon dukungan untuk menjaga fasilitas bersama yang dapat diakses pada akun instagramnya yaitu @mrtjkt dan *website* resmi dari MRT Jakarta.

Sikap masyarakat yang kurang tertib sayangnya telah menjadi bagian dari budaya masyarakat dalam menggunakan transportasi umum di Indonesia, karena peraturan-peraturan yang dianggap ringan sering kali dimaklumi (Hasibuan dalam Pambudi & Hidayati, 2020). Dalam Kasandra, Frinaldi & Lanin (2018) dijelaskan bahwa kebiasaan dari angkutan umum yang kurang tertib turut berperan dalam membangun budaya masyarakat dalam menggunakan transportasi umum yang juga kurang tertib, seperti pengemudi angkutan umum yang sembarangan menaikkan dan menurunkan penumpang, yang membuat masyarakat merasa bisa naik dan turun di mana saja, bukan mengantri di pangkalan seperti seharusnya.

Masyarakat perlu belajar lebih banyak untuk memperhatikan sikap dan dapat lebih tertib dalam menggunakan transportasi umum. Mulai dari membudayakan untuk mengantri, tidak makan dan membuang sampah sembarangan, dan mematuhi berbagai aturan lainnya. Banyak juga masyarakat yang mencontoh budaya di negara lain yang telah memiliki MRT terlebih dahulu sehingga mengetahui cara bersikap di transportasi umum khususnya di MRT, serta menjadi contoh untuk masyarakat lain agar bersikap lebih bijak dalam bertransportasi umum demi menjaga kenyamanan dan keamanan bersama (Pambudi & Hidayati, 2020).

Upaya penerapan budaya positif tentunya didukung dengan baik oleh pihak MRT Jakarta. Untuk meningkatkan kesadaran masyarakat akan pentingnya bersikap lebih bijak dalam menggunakan transportasi umum diperlukan sosialisasi maupun pemberitahuan kepada para pengguna transportasi umum pada platform yang mudah dijangkau oleh masyarakat. Media sosial menjadi tempat yang tepat untuk menyebarkan *awareness* dan juga informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Menurut Kerpen

(2011), media sosial memiliki definisi sebagai suatu tempat yang berisi kumpulan gambar, video, tulisan hingga hubungan interaksi dalam jaringan, baik itu antar individu maupun antar kelompok seperti organisasi. Menurut Datareportal, Instagram menjadi media sosial yang paling sering digunakan di Indonesia pada urutan ke-2 setelah Whatsapp dengan presentase 85.3% seperti yang tertera pada Gambar 1.4 di bawah.



Gambar 1.4 Data media sosial yang paling sering digunakan pada tahun 2024

Sumber: Datareportal.com, diakses Oktober 2024

Dalam pembuatan konten Instagram, dibutuhkan penyusunan strategi yang efektif agar informasi yang ingin disampaikan dapat tersampaikan secara efisien dengan memanfaatkan berbagai fitur yang tersedia pada aplikasi tersebut. Menurut Halvorson dalam Ricko & Junaidi (2019) strategi pembuatan konten digunakan sebagai petunjuk untuk mengarahkan konten supaya mencapai dan memenuhi tujuan tertentu. Strategi konten yang efisien adalah kunci untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Pembuatan strategi ini harus dibuat dengan memerhatikan beberapa aspek tersebut agar dapat memanfaatkan tingginya minat masyarakat terhadap penggunaan media sosial, khususnya Instagram untuk dapat menaikan konten-konten yang akan diunggah.

Penggunaan media sosial Instagram ini dimanfaatkan oleh pihak MRT Jakarta untuk mengedukasi dan juga membagikan berbagai konten

yang menarik. Karena, jika dibandingkan dengan media sosial MRT Jakarta lainnya, Instagram MRT Jakarta memiliki konten yang lebih variatif dan memiliki *engagement* yang lebih tinggi, seperti yang tertera pada tabel 1.1 di bawah.

Tabel 1.1 Perbandingan sosial media MRT Jakarta

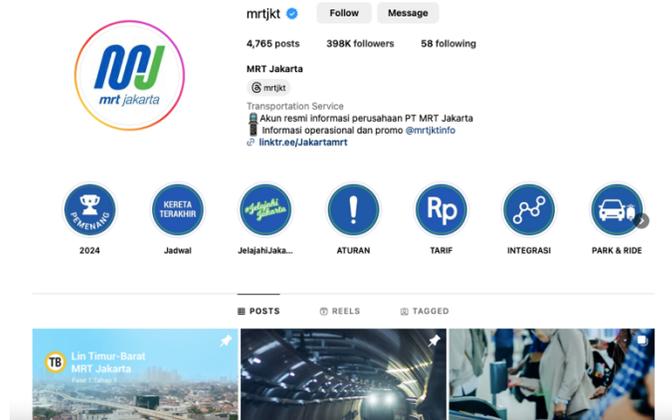
	Instagram	YouTube	TikTok	X	Facebook
Followers/ Subscribers	400k	37.6k	68,8k	100k	74k
Jumlah rata-rata <i>Likes</i> pada 10 unggahan terakhir	1.840	363	3k	19	72
Jumlah rata-rata komentar pada 10 unggahan terakhir	49	85	57	1	5
Jumlah rata-rata share pada 10 unggahan terakhir	73	-	280	-	8

Sumber: Olahan Peneliti, Januari 2025

Merujuk pada tabel 1.1 di atas, *followers* dan *engagement* pada instagram lebih unggul dibandingkan dengan media sosial MRT Jakarta lainnya. Dalam laman instagram, terdapat berbagai konten yang dapat dibuat, salah satunya adalah konten edukasi. Konten edukasi memiliki peran penting dalam menyebarkan pengetahuan dan berbagai informasi yang bermanfaat kepada masyarakat, karena konten edukasi merupakan pengetahuan dan kemampuan tambahan melalui data yang disajikan sesuai dengan pengalaman atau hasil pemikiran pembuatnya (Craven dan Hirnle dalam Nurbaiti, 2018).

Dengan meningkatnya pengguna transportasi umum dan rendahnya kesadaran masyarakat dalam berperilaku di transportasi umum, maka dibutuhkan konten edukasi mengenai etika dan cara bersikap yang baik dalam transportasi umum yang memiliki peran krusial dalam menciptakan lingkungan yang nyaman dan aman bagi penggunanya. Maka dari itu, pihak MRT Jakarta turut membagikan berbagai konten untuk mengedukasi

penggunanya, konten edukasi ini banyak disebarluaskan pada media sosial Instagram resmi dari MRT Jakarta yaitu pada akun @mrtjkt seperti yang terdapat dalam Gambar 1.5 di bawah.



Gambar 1.5 Profil akun Instagram resmi MRT Jakarta

Sumber: Instagram resmi MRT Jakarta @mrtjkt, diakses Oktober 2024

Melalui laman Instagram resminya, MRT Jakarta berperan sebagai pusat informasi dan juga edukasi mengenai pentingnya bijak dalam bertransportasi umum dengan mempublikasi berbagai konten sesuai dengan kebutuhan penggunanya. Konten-konten tersebut dikemas secara menarik supaya penggunanya mengetahui batasan-batasan yang boleh dan tidak dilakukan saat berada dalam lingkungan MRT Jakarta secara jelas. Sayangnya, tidak semua transportasi umum menyediakan konten edukasi seperti MRT Jakarta. Seperti pada instagram LRT di @lrt_jabodetabek yang berfokus kepada informasi mengenai acara yang sedang dilaksanakan ataupun informasi mengenai lokasi wisata yang dapat dikunjungi menggunakan LRT, atau pada instagram KRL di @commuterline yang berfokus menyediakan informasi berkaitan dengan layanan yang diberikan.

Dalam satu tahun terakhir, terdapat beberapa konten edukasi yang telah dipublikasikan oleh pihak MRT Jakarta. Seperti ketentuan yang tadinya tidak diperbolehkan untuk makan dan minum di dalam gerbong kereta MRT Jakarta yang kerap disebut sebagai Ratangga. Namun saat jam

berbuka puasa pihak MRT Jakarta memberikan toleransi dengan memperbolehkan para penggunanya untuk minum air putih dan memakan kurma untuk membatalkan puasanya, serta dilengkapi dengan *caption* yang menjelaskan tentang keringanan ketentuan tersebut seperti yang tertera pada Gambar 1.6 di bawah.



Gambar 1.6 Konten edukasi yang dipublikasi oleh pihak MRT Jakarta mengenai keringanan untuk berbuka puasa di dalam rangkaian ratangga

Sumber: Instagram resmi MRT Jakarta @mrtjkt, diakses Oktober 2024

Dalam konten lainnya, pihak MRT Jakarta memberikan edukasi mengenai aturan duduk di dalam Ratangga yang mengedukasi penggunanya untuk duduk di tempat yang semestinya dan sudah disediakan oleh pihak MRT Jakarta, dan cukup mengambil satu tempat duduk untuk satu orang agar pengguna lainnya juga bisa duduk dengan

nyaman di dalam Ratangga seperti yang tertera pada Gambar 1.7 di bawah. Respon masyarakat terhadap postingan ini juga sangat baik, tidak sedikit masyarakat yang turut menambahkan *point-point* yang belum tertera pada konten edukasi yang diunggah oleh akun Instagram resmi MRT Jakarta, seperti mengingatkan pengguna lainnya untuk tidak duduk di kursi prioritas jika tidak termasuk golongan prioritas, menghimbau agar pengguna lainnya tidak duduk dengan menopangkan kaki ke atas paha karena dikhawatirkan sepatu orang tersebut akan mengenai penumpang lainnya, serta kritik yang membangun untuk pihak MRT Jakarta untuk lebih meningkatkan kenyamanan lagi.



Gambar 1.7 Konten edukasi yang dipublikasi oleh pihak MRT Jakarta mengenai ketentuan untuk duduk di dala ratangga demi kenyamanan bersama

Sumber: Instagram resmi MRT Jakarta @mrtjkt, diakses Oktober 2024

Terdapat juga konten edukasi yang mengikuti tren yang sedang ramai dibuat oleh banyak orang yaitu konten tentang *intrusive thoughts* di stasiun MRT Jakarta. Konten ini berisikan tentang pemikiran impulsif seseorang saat sedang berdiam diri yang dapat membahayakan atau

melanggar aturan, tetapi orang tersebut tetap menahan diri untuk tidak mengikuti pemikiran impulsif atau *intrusive thoughts*nya tersebut. Konten edukasi ini dikemas dengan menarik dan mengikuti tren, namun pesan edukasi yang ingin disampaikan tetap tersampaikan dengan baik yaitu tidak boleh melakukan hal-hal yang muncul sebagai *o*; seperti yang tertera pada Gambar 1.8 berikut:



Gambar 1.8 Konten edukasi yang dipublikasi oleh pihak MRT Jakarta mengenai *intrusive thoughts* yang tidak boleh diikuti saat berada di stasiun MRT Jakarta

Sumber: Instagram resmi MRT Jakarta @mrtjkt, diakses Oktober 2024

Konten edukasi lainnya berisikan edukasi mengenai tidak membuang sampah sembarangan dan menanamkan dalam diri para penggunanya bahwa sampah yang dibawa merupakan tanggung jawab pribadi pengguna MRT Jakarta dan mengedukasi masyarakatnya untuk selalu membuang sampah pada tempatnya. Para pengguna MRT Jakarta

dapat menyimpan terlebih dahulu sampah yang dimiliki dan bisa membuang sampahnya di tempat sampah saat sudah sampai stasiun tujuan sesuai dengan jenis sampahnya, karena tentunya pihak MRT Jakarta menyediakan tempat sampah yang memiliki tiga kategori di stasiunnya sehingga pengguna harus memilah sampahnya terlebih dahulu, seperti yang tertera pada Gambar 1.9 di bawah.



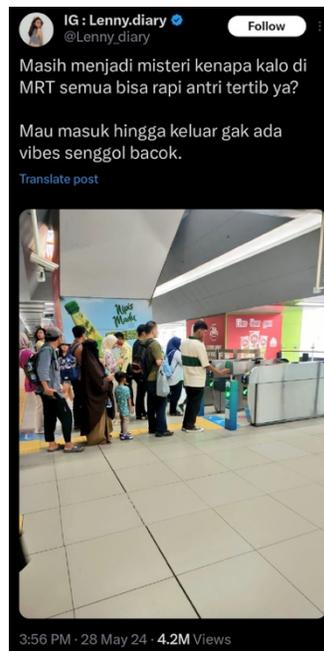
Gambar 1.9 Konten edukasi yang dipublikasi oleh pihak MRT Jakarta mengenai himbauan untuk membuang sampah pada tempatnya dan sesuai dengan kategori sampah tersebut

Sumber: Instagram resmi MRT Jakarta @mrtjkt, diakses Oktober 2024

Terdapat juga berbagai konten edukasi lainnya, seperti edukasi mengenai fungsi dari mesin-mesin penunjang kenyamanan MRT Jakarta, tata cara pembayaran, edukasi mengenai tersedianya kontak layanan MRT Jakarta untuk menangani barang yang tertinggal di dalam kereta maupun

stasiun MRT Jakarta supaya masyarakat yang tidak sengaja meninggalkan barang bawaannya dapat langsung menghubungi pihak MRT Jakarta, dan berbagai konten edukasi lainnya yang sebagian besar berbentuk *reels*. Selain itu, pihak MRT Jakarta juga mempublikasikan aturan-aturan di dalam lingkungan MRT Jakarta pada bagian *highlight* akun resmi Instagram dengan judul larangan, jika terdapat pengguna yang melanggar aturan tersebut akan dikenakan denda sesuai dengan tingkat pelanggaran tertentu. Penelitian ini ditujukan untuk masyarakat yang berdomisili di Jabodetabek karena, masyarakat yang berdomisili di Jabodetabek merupakan masyarakat yang paling berpotensi untuk menggunakan MRT Jakarta, terutama dalam berkegiatan sehari-hari. Dilansir dari *website* resmi MRT Jakarta (diakses pada Desember 2024) terdapat bahwa sepanjang tahun 2024 terdapat 18.487.922 orang yang menggunakan MRT Jakarta, dengan rata-rata pengguna harian sebesar 101.581 orang. Jumlah penumpang paling rendah terdapat pada bulan April dengan 2.768.974 penumpang, dan jumlah penumpang terbanyak terdapat pada bulan Juni yang mencapai angka 3.530.898 penumpang.

Penerapan budaya positif oleh sebagian masyarakat yang menggunakan MRT Jakarta, membuat masyarakat merasa lebih aman dan nyaman dalam menggunakan MRT Jakarta. Hal tersebut, memberikan dampak positif pada citra dan reputasi MRT Jakarta yang mengubah cara pandang masyarakat terhadap MRT Jakarta menjadi jauh lebih baik seperti yang tertera pada Gambar 1.10 di bawah.



Gambar 1.10 Opini publik setelah pengguna menerapkan budaya positif

Sumber: @Lenny_diary pada X, diakses Februari 2025

Fenomena yang terjadi di MRT tersebut disayangkan berbanding terbalik dengan fenomena yang terjadi di transportasi umum lainnya, seperti kasus pelecehan seksual yang terjadi di KRL dan juga bis seperti yang tertera pada Gambar 1.11 dan 1.12 di bawah. Kasus ini membuat pandangan masyarakat mengenai transportasi umum lainnya menjadi kurang baik.



Gambar 1.11 Pengalaman buruk masyarakat dalam menggunakan KRL

Sumber: @sherrinn pada X, diakses Februari 2025



Gambar 1.12 Pengalaman buruk masyarakat dalam menggunakan Bis umum

Sumber: @NinaYs80 dalam Thread @sherrinn pada X, diakses Februari 2025

Terdapat berbagai perbedaan antara penelitian ini dan penelitian-penelitian terdahulu, terutama dengan penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai referensi penelitian ini. Pada penelitian Vidyana & Atnan (2022) yang berjudul “Pengaruh konten tiktok @buiramira terhadap pengetahuan

tugas akhir mahasiswa” Jurnal ini meneliti pengaruh dari konten edukasi yang diunggah oleh @buiramira pada akun Tiktoknya terhadap pengetahuan mahasiswa mengenai tugas akhir. Namun, tetap terdapat perbedaan yang signifikan antara penelitian yang sedang diteliti oleh peneliti dengan penelitian terdahulu ini, yaitu penelitian ini meneliti mengenai konten yang diunggah oleh @buiramira secara keseluruhan, hampir seluruh konten yang diunggah pada akun Tiktok @buiramira berisi konten edukasi, namun sesekali terdapat konten lain yang tidak tergolong sebagai konten edukasi, sedangkan pada penelitian yang sedang diteliti oleh peneliti membahas secara spesifik mengenai konten edukasi yang diunggah pada akun instagram @mrtjkt. Selain itu, pada penelitian terdahulu membahas mengenai pengaruh konten edukasi terhadap pengetahuan mengenai tugas akhir, sedangkan penelitian yang diteliti oleh peneliti ini membahas mengenai pengaruh konten edukasi terhadap perilaku pengguna MRT Jakarta asal Jabodetabek untuk menambah wawasan masyarakat terkait dengan etika dan perilaku mengenai cara bersikap di dalam ruang lingkup MRT Jakarta.

Penelitian lain yang dibuat oleh Prasidi, Yuliyanto, Rifandi, & Suwardi (2018) yang berjudul “*Segment Public Relations Consciousness of Conduct a (Community to) to use Public Transportation Public Service as a Safe, Comfortable and Fast to Reduce the Jams Jakarta*” jurnal ini berfokus kepada strategi yang digunakan oleh pihak MRT Jakarta dalam menarik minat masyarakat untuk beralih dari kebiasaan menggunakan kendaraan pribadi menjadi mulai menggunakan transportasi umum sebagai upaya mengurangi kemacetan yang terjadi di Jakarta. Terdapat perbedaan yang signifikan, yaitu pada jurnal ini membahas mengenai peningkatan *awareness* yang mempengaruhi sikap masyarakat terhadap keputusan untuk menggunakan layanan MRT Jakarta, sedangkan dalam penelitian ini meneliti mengenai peningkatan *awareness* lewat konten edukasi yang diunggah pada media sosial Instagram @mrtjkt yang mempengaruhi sikap dan etika penggunaannya dalam menggunakan layanan MRT Jakarta. Selain

itu pada penelitian ini, peneliti menggunakan *Media Richness Theory* (Daft & Lengel, 1986) yang menjelaskan bahwa ‘kekayaan’ pada suatu media menentukan kegunaan dari media tersebut, dan menekankan pentingnya pemilihan media komunikasi untuk memastikan informasi yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik yang dalam penelitian ini media yang diteliti adalah instagram. Meskipun teori ini dikemukakan pada 1986, namun teori ini masih relevan dan banyak digunakan contohnya seperti pada penelitian terdahulu yang berjudul “Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Eksistensi Organisasi Pemuda Berkain Surabaya” oleh Indrayana, Romadhan & Pradana (2023) dan memperoleh hasil yang relevan. Peneliti juga menggunakan *Social Learning Theory* (Albert Bandura, 1977) menjelaskan bahwa suatu pembelajaran bisa dipelajari lewat lingkungan sekitar dan media massa, serta berasumsi bahwa media berperan sebagai wadah untuk menampung dan menyebarkan informasi secara cepat kepada para penggunanya. Seperti *Media Richness Theory*, walaupun *Social Learning Theory* dikemukakan pada tahun 1977, teori ini juga masih relevan hingga saat ini, seperti yang digunakan pada penelitian terdahulu yang berjudul “Implementasi Teori Belajar *Modelling* Albert Bandura dalam Pembelajaran SKI di MI Mumtaza Islamic School Pamulang” oleh Shalma (2023) dan turut memperoleh hasil yang relevan.

Sikap buruk masyarakat seperti melanggar aturan dan tidak beretika dalam menggunakan transportasi umum mendorong peneliti untuk meneliti fenomena ini. Karena hal tersebut dapat membuat masyarakat lain enggan untuk menjadikan transportasi umum sebagai opsi pengganti penggunaan kendaraan pribadi. Maka pihak MRT Jakarta terutama *public relations* MRT Jakarta harus mengelola perilaku masyarakat tersebut dengan lebih baik lagi. Karena transportasi umum dibuat bukan hanya sekedar untuk opsi, melainkan untuk dapat digunakan oleh masyarakat dalam kehidupan sehari-hari. Untuk membuat masyarakat berpaling dari kendaraan pribadi ke transportasi umum, MRT Jakarta harus membuat penggunanya merasa aman dan nyaman dengan menetapkan peraturan dan mengedukasi

penggunanya untuk beretika dalam menggunakan transportasi umum, khususnya MRT Jakarta. Jika hal ini tidak diatasi dengan baik, maka MRT Jakarta tidak akan menjadi pilihan utama masyarakat yang akan turut berdampak pada kemacetan yang tidak terselesaikan, serta kerugian besar baik dari segi alam maupun ekonomi yang semakin lama akan menimbulkan kerugian yang lebih besar.

Dengan masyarakat yang tertib dalam menggunakan transportasi umum, maka keamanan serta kenyamanan masyarakat akan meningkat dan dapat menjadikan transportasi umum sebagai salah satu pilihan utama dalam berpergian yang mempengaruhi citra dan reputasi dari transportasi umum. Sehingga dampak negatif dari kemacetan dan pandangan masyarakat akan transportasi umum yang berbahaya dan tidak nyaman akan berubah. Penelitian ini berkontribusi untuk memberikan pemahaman mengenai relevansi dan pentingnya konten edukasi untuk dibagikan kepada masyarakat, supaya dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat untuk bertindak lebih taat aturan saat berada di transportasi umum. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif deskriptif dengan paradigma positivistik.

Seperti yang telah diuraikan, peneliti sangat tertarik untuk meneliti tentang konten edukasi mengenai cara bersikap di transportasi umum, khususnya dalam ruang lingkup MRT Jakarta, yang diunggah oleh MRT Jakarta pada media sosial Instagramnya, serta respon penggunanya saat berada di dalam kawasan MRT Jakarta. Maka dari itu, penelitian ini berjudul “Relevansi Konten Edukasi pada Instagram @mrtjkt terhadap Perilaku Pengguna MRT Jakarta asal Jabodetabek”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, masalah yang ingin diidentifikasi lebih lanjut pada penelitian ini adalah, “Seberapa relevan konten edukasi pada media sosial instagram @mrtjakarta terhadap perilaku dan ketertiban pengguna MRT Jakarta asal Jabodetabek?”

1.3 Tujuan Penelitian

Seperti penjelasan pada bagian identifikasi masalah, peneliti tertarik untuk meneliti relevansi antara konten edukasi yang diunggah oleh pihak MRT Jakarta pada laman instagramnya yaitu @mrtjkt terhadap perilaku masyarakat asal Jabodetabek saat berada di dalam Ratangga maupun stasiun MRT Jakarta karena adanya perbedaan perilaku masyarakat yang signifikan saat awal beroperasinya MRT Jakarta dan perilaku penggunanya sekarang.

1.4 Kegunaan Penelitian

Penelitian memiliki kegunaan dalam dua aspek, yaitu dari aspek teoritis, maupun praktis. Berikut merupakan penjelasan dari kedua aspek tersebut:

1.4.1 Aspek Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman yang lebih mendalam mengenai pemahaman dan pengembangan mengenai kegiatan kehumasan digital (*Digital Public Relations*) di media sosial terutama Instagram, serta sebagai acuan untuk penelitian selanjutnya.

1.4.2 Aspek Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan yang berguna kepada pihak MRT Jakarta dalam penyampaian konten edukasi mengenai cara bersikap dalam

transportasi umum, untuk membentuk sikap masyarakat yang lebih baik dalam menggunakan transportasi umum, terutama MRT Jakarta dengan memanfaatkan media sosial. Selain itu, hasil penelitian ini diharapkan juga dapat memberikan pemahaman serta memudahkan masyarakat dalam mengakses konten edukasi di sosial media.

1.5 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1.2 Waktu dan Periode Penelitian

NO	Tahapan	SEP	OKT	NOV	DES	JAN	FEB
1.	Penyusunan Proposal						
2.	Desk Evaluation						
3.	Revisi Desk Evaluation						
4.	Penyusunan Kuesioner						
5.	Pengumpulan Data dan Penyusunan Laporan						
6.	Sidang Skripsi						
7.	Revisi Skripsi						

1.6 Sistematika Penulisan

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 Landasan Teori
- 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 Sampel
- 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

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN