

BAB 1

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Menurut Bank Indonesia (2024), sistem pembayaran mencakup peraturan, lembaga, dan prosedur yang digunakan untuk memindahkan dana untuk memenuhi kewajiban fiskal terkait transfer uang antarpihak. Sistem ini juga mencakup serangkaian perjanjian, operasi, dan prosedur teknis untuk mengirim, memvalidasi, dan menerima arahan pembayaran. Selain itu, sistem ini memastikan pemenuhan kewajiban pembayaran melalui pertukaran nilai antara individu, bank dan organisasi yang berbeda di seluruh negara. Menurut Gaol (2019), pembayaran digital mencakup media elektronik seperti dompet digital, internet banking, SMS banking, dan pembayaran elektronik. Penggunaan perangkat elektronik seperti telepon pintar, menjadi kunci untuk melakukan aktivitas ini (Saputra, 2019). Sekarang, generasi X (43 s/d 58 tahun), Y (27 s/d 42 tahun), dan Z (11 s/d 26 tahun) lebih menyukai pembayaran digital karena mudahnya pembayaran elektronik termasuk e-money, ATM, internet banking, kartu kredit dan debit, serta pembayaran melalui mobile banking dan telepon seluler (Ming-Yen Teoh, 2013).

Menurut Larson (2020), komunikasi persuasif merupakan proses simbolik yang dilakukan secara sadar oleh seorang komunikator untuk memengaruhi orang lain melalui penyampaian pesan-pesan tertentu. Tujuan utama dari proses ini adalah untuk mengubah atau memperkuat sikap, keyakinan, dan perilaku audiens. Komunikasi persuasif tidak hanya bergantung pada isi pesan, tetapi juga pada bagaimana pesan tersebut dikemas dan disampaikan, sehingga dapat menimbulkan respons tertentu dari penerima pesan. Dalam praktiknya, komunikasi persuasif banyak digunakan dalam konteks periklanan, politik, pendidikan, dan hubungan antarpribadi.

Secara umum opini diartikan sebagai pendapat. Opini dapat disimpulkan secara aktif dan pasif. Opini juga dapat dinyatakan secara terbuka melalui tulisan yang dapat dideskripsikan dengan jelas, maupun dengan pilihan kata yang baku dan dideskripsikan secara tidak langsung dan dapat dinyatakan secara terbuka melalui lisan. Kosakata opini publik berasal dari kata *Public Opinion* dalam bahasa Inggris yang berartikan sebagai pendapat umum. Pemakaian kosakata opini publik ditujukan agar memudahkan pembatasannya, kadangkala orang selalu sulit untuk membedakan arti pendapatan dan pendapat, pendapatan adalah gaji untuk seseorang yang melakukan pekerjaan, sedangkan pendapat adalah jalan pikiran orang atau pandangan. Menurut Doob (1948), opini publik dipaparkan sebagai sikap individu-individu yang tergabung dalam kelompok masyarakat yang sama mengenai sebuah persoalan tertentu.

Karena jumlah kendaraan bermotor di Indonesia terus meningkat setiap tahun, masalah parkir menjadi perdebatan. Dikutip dari CNN Indonesia (2023), jumlah kendaraan bermotor di Indonesia mencapai 152.565.905 unit, dengan 91.085.251 unit tersebar di Pulau Jawa, menurut Korps Lalu Lintas Polri. Jumlah kendaraan bermotor ini dapat menyebabkan ketidakseimbangan antara jumlah parkir dan jumlah lahan parkir, yang dapat menyebabkan masalah tambahan seperti parkir liar, gangguan lalu lintas, antrian panjang, lahan parkir yang kurang memadai, dan masalah lainnya yang terjadi di Kota Bandung.

Tabel 1. 1 Jumlah Kendaraan Bermotor di Kota Bandung Bulan September 2024

No	Jenis Kendaraan	Jumlah
1	Mobil Pribadi	474,233 Unit
2	Sepeda Motor	1,784,491 unit
Jumlah Keseluruhan		2,258,724 Unit

(Sumber : *Electronic Registration and Identification* (ERI) Korlantas Polri)

Berdasarkan data di atas bahwa jumlah kendaraan di Kota Bandung dari tahun ke tahun semakin meningkat, dibandingkan dengan tahun sebelumnya mengalami kenaikan yang cukup signifikan. Jumlah penduduk di Kota Bandung sebanyak 2.569.107 penduduk, jumlah tersebut tidak berbeda jauh dengan jumlah kendaraan di Kota Bandung. Seiring dengan meningkatnya jumlah kendaraan bermotor di Kota Bandung, semakin meningkatnya pelanggaran-pelanggaran parkir di Kota Bandung, karena pelanggaran parkir yang banyak sekali dan banyak pengguna jalan sering mengabaikan permasalahan tersebut, oleh karena itu terbentuknya pro dan kontra dari masyarakat terhadap pelanggaran parkir yang dilakukan oleh pengguna jalan. Sesuai dengan peraturan daerah Kota Bandung nomor 3 tahun 2020, yang merupakan perubahan kedua dari peraturan daerah nomor 16 tahun 2012 tentang penyelenggaraan perhubungan dan retribusi di bidang perhubungan, khususnya pasal 49 ayat 2, serta pasal 50 ayat 1 poin d, e, dan f, penindakan kendaraan bermotor yang melanggar aturan parkir dapat dilakukan dengan penguncian roda. Hal ini diterapkan jika pemindahan kendaraan menggunakan mobil derek tidak memungkinkan karena kendala teknis, seperti yang disebutkan dalam pasal 49 ayat 1 dan 2. Kendaraan yang melanggar akan ditangani sesuai dengan peraturan yang berlaku dan diberi stiker pemberitahuan pelanggaran. Tetapi upaya Pemerintah Kota Bandung tidak membuahkan hasil yang baik karena jumlah pelanggaran parkir di Kota Bandung masih tinggi.

Lonjakan jumlah kendaraan bermotor di Kota Bandung membawa konsekuensi serius, terutama terkait pelanggaran parkir yang merajalela dan berdampak signifikan pada opini publik. Masyarakat terpecah antara mereka yang geram dengan ketidakpedulian pengguna jalan dan mereka yang mungkin memaklumi kondisi tersebut. Pemerintah Kota Bandung sebenarnya telah memiliki landasan hukum yang kuat, yaitu Perda No. 3 Tahun 2020 yang memperkuat Perda No. 16 Tahun 2012, memberikan wewenang untuk menindak pelanggar parkir dengan penguncian roda jika penderekan tidak memungkinkan. Kendaraan yang melanggar pun diberi stiker pemberitahuan. Namun, terlepas dari upaya penegakan hukum ini, fakta di lapangan menunjukkan bahwa jumlah pelanggaran parkir masih tinggi, mengindikasikan adanya tantangan yang belum teratasi dalam pengelolaan parkir di Kota Bandung.

No	Jenis Pelanggaran	Jan	Feb	Mar	Apr	Mei	Jun	Jul	Ags	Sep	Okt	Nov	Des
1	Parkir di Trotoar	0	69	126	183	260	105	141	99	108	143	347	635
2	Parkir di Bawah Rambu	0	52	107	163	234	84	219	115	99	138	280	452
3	Parkir di Zebra Cross	0	3	5	9	3	5	0	0	2	2	4	10
4	Parkir di Jembatan	0	2	6	5	0	0	0	0	5	2	1	4
5	Parkir di Persimpangan	0	1	6	8	2	1	4	3	2	1	13	35
6	Parkir di Bahu Jalan	0	37	72	70	99	95	85	30	17	115	176	205
7	Parkir di Luar Marka	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	19	34
8	Parkir Ganda	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	122	38
9	Parkir di Halte	0	0	0	0	0	0	0	0	0	0	15	18

Gambar 1. 1 Jenis Pelanggaran Parkir di Kota Bandung Tahun 2018

(Sumber : Dinas Perhubungan Kota Bandung)

Berdasarkan data yang terlampir di tabel atas bahwa adanya pelanggaran parkir dikarenakan kurangnya kantong parkir di Kota Bandung sehingga banyak para pengemudi yang memarkirkan kendaraan nya tidak sesuai pada tempatnya.

Salah satu masalah utama di Kota Bandung adalah sistem parkir yang buruk. Untuk mengatasi hal tersebut, Dikutip dari portal resmi Pemerintah Kota Bandung pada tahun 2017, Dinas Perhubungan Kota Bandung membangun 445 mesin parkir menggunakan Anggaran dan Pendapatan Belanja Daerah Kota Bandung senilai Rp. 55 Miliar. Mesin parkir tersebut dipasang di 211 ruas jalan Kota Bandung. 700 juru parkir dikerahkan untuk membantu masyarakat. Area ini dibagi menjadi delapan lokasi yang berada di pusat Kota Bandung dan terdiri dari empat zona penyangga. Dibangunnya mesin parkir elektronik tersebut diharapkan dapat mengurangi parkir liar dan pelanggaran kendaraan agar Kota Bandung menjadi kota yang aman, nyaman, dan berkelanjutan dengan program berbasis teknologi untuk mewujudkan Kota Bandung sebagai *Smart City*.



Gambar 1. 2 Mesin Parkir Elektronik Kota Bandung

(Sumber : Tribun Jabar)

Setelah bertahun-tahun sejak dibangunnya mesin parkir di beberapa titik Kota Bandung itu tidak bekerja dengan baik dikarenakan beberapa faktor seperti adanya kesenjangan digital, rendahnya kualitas dari tenaga parkir itu sendiri dan tidak adanya pemeliharaan mesin parkir yang menyebabkan mesin parkir itu tidak berfungsi. Oleh karena itu kasus parkir liar di Kota Bandung kembali marak dan juga kasus pungli di Kota Bandung semakin banyak hingga saat ini. Hal tersebut menjadi masyarakat tidak nyaman dikarenakan sebelumnya sudah menyambut dengan baik dan diharapkan mesin parkir ini bisa berjalan dengan baik untuk mengurangi parkir liar dan pungutan liar, nyatanya mesin parkir ini hanya menjadi pajangan saja.

Kegagalan mesin parkir dalam menjalankan fungsinya telah menimbulkan dampak yang signifikan terhadap kondisi lalu lintas dan ketertiban umum di Kota Bandung. Selain maraknya parkir liar dan pungutan liar, ketidakpercayaan masyarakat terhadap sistem parkir elektronik juga semakin menguat. Hal ini menunjukkan bahwa solusi teknologi yang diharapkan dapat mengatasi permasalahan parkir justru menjadi bumerang dan memperburuk situasi.

Pada tanggal 2 Oktober 2024 Badan Layanan (BLUD) Parkir Kota Bandung tengah mempersiapkan peluncuran inovasi pembayaran parkir menggunakan QRIS, hal itu guna mendorong peningkatan pendapatan dari sektor umum di tepi jalan Kota Bandung. Ujicoba dilakukan pada tanggal 10 Oktober 2024, Pemerintah Kota Bandung resmi melakukan ujicoba terhadap sistem parkir terbaru menggunakan QRIS (*Quick Response Code Indonesian Standard*). Uji coba dilakukan di 25 juru parkir yang menggunakan rompi dan ID Card QRIS di tiga tepi jalan umum pusat Kota Bandung. Diharapkan dengan adanya ujicoba sistem parkir menggunakan QRIS di Kota Bandung untuk meminimalisir pungutan liar dan mengoptimalkan retribusi serta mencegah kebocoran Pendapatan Asli Daerah (PAD).



Gambar 1. 3 Juru Parkir Untuk Ujicoba Sistem Pembayaran Parkir QRIS

(Sumber : detik.com)

Diadakan nya ujicoba sistem pembayaran parkir terbaru ini menuai banyak reaksi dari masyarakat melalui beberapa akun media sosial Instagram @prfmnews, @humas_bandung dan akun Instagram @infobandungkota ini mendapat reaksi positif dari masyarakat, tetapi tidak banyak juga masyarakat yang memberi reaksi negatif terhadap sistem pembayaran terbaru ini seperti tangkapan layar komentar yang diambil dari tiga akun Instagram tersebut.



Gambar 1. 4 Komentar positif dan negatif masyarakat melalui Instagram

(Sumber : Instagram)

Komentar negatif dari masyarakat adalah akibat dari kurangnya sosialisasi oleh Pemerintah Kota Bandung sehingga banyak masyarakat yang belum mengetahui bahkan sudah ada yang menilai negatif mengenai sistem pembayaran terbaru ini dan beberapa masyarakat lebih memilih bayar pakai uang *Cash* daripada menggunakan QRIS di tempat yang sedang dilakukan ujicoba ini dikarenakan kurangnya sosialisasi. Sosialisasi mengenai sistem pembayaran terbaru ini banyak dilakukan secara tidak langsung seperti di Media Sosial, siaran pers, dan berita. Sedangkan sosialisasi secara langsung dilakukan oleh Juru Parkir yang menggunakan rompi khusus untuk ujicoba sistem pembayaran menggunakan QRIS. Masalah lainnya sosialisasi yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bandung ini hanya menjelaskan dengan dilakukannya ujicoba sistem pembayaran terbaru ini untuk meningkatkan pendapatan daerah saja, tidak ada sosialisasi yang menjelaskan manfaat bagi masyarakat Kota Bandung mengenai sistem pembayaran parkir terbaru menggunakan QRIS tersebut.

Kurangnya sosialisasi yang komprehensif mengenai manfaat sistem pembayaran parkir berbasis QRIS bagi masyarakat Kota Bandung dapat membentuk opini publik yang beragam, bahkan kontraproduktif. Padahal, opini publik yang terbentuk dari informasi yang jelas dan akurat sangat penting dalam mendukung keberhasilan suatu program. Dalam hal ini, opini publik yang positif mengenai sistem QRIS dapat mendorong masyarakat untuk berpartisipasi aktif dan mendukung upaya pemerintah dalam meningkatkan pelayanan publik. Perubahan perilaku masyarakat dalam mengadopsi teknologi pembayaran digital menjadi isu sentral dalam penelitian ini. Teori komunikasi persuasif dipilih sebagai kerangka teoritis karena teori ini secara khusus membahas bagaimana pesan-pesan persuasif dapat mempengaruhi sikap dan perilaku individu. Dengan demikian, penelitian ini akan mengkaji bagaimana pemerintah kota Bandung menggunakan prinsip-prinsip komunikasi persuasif untuk mendorong masyarakat beralih dari pembayaran tunai ke QRIS dalam transaksi parkir.

Berdasarkan fenomena dan data yang sudah dianalisis oleh penulis yaitu bahwa sistem pembayaran berbasis QRIS mempunyai pengaruh yang sangat besar bagi masyarakat dalam memperbaiki sistem pembayaran parkir dan ketertiban lalu lintas di Kota Bandung. Strategi komunikasi yang efektif memegang peranan krusial dalam membentuk opini publik, terutama dalam konteks penerapan sistem pembayaran parkir QRIS di Kota Bandung. Untuk mencapai opini publik yang positif, Pemerintah Kota Bandung perlu memperhatikan beberapa faktor kunci, seperti kejelasan informasi, luasnya sosialisasi, manfaat yang dirasakan masyarakat, dan respons terhadap keluhan. Penulis menggunakan Teori Komunikasi Persuasif dengan Model SMCR (Source, Message, Channel, Receiver) untuk penelitian ini dan dapat menjadi kerangka kerja yang efektif dalam merancang strategi komunikasi. Pemerintah Kota Bandung sebagai sumber informasi harus kredibel, menyampaikan pesan yang jelas dan menekankan manfaat QRIS, menggunakan berbagai saluran komunikasi yang relevan, dan menyesuaikan pesan dengan karakteristik masyarakat sebagai penerima. Dengan menerapkan model SMCR dan memperhatikan faktor-faktor tersebut, Pemerintah Kota Bandung dapat meningkatkan penerimaan masyarakat terhadap sistem pembayaran parkir QRIS

Menurut Juliandre (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Strategi Manajemen E-Parking Dalam Meningkatkan PAD Kota Medan”, bahwa E-Parking bertujuan mengurangi praktik pungli dan meningkatkan transparansi dalam pembayaran parkir. Dengan sistem ini, pembayaran dilakukan secara elektronik menggunakan kartu e-Money atau aplikasi QRIS. Meskipun sistem ini telah berhasil meningkatkan PAD Kota Medan secara signifikan sejak tahun 2021, penerapannya menghadapi berbagai hambatan, seperti penolakan dari Juru Parkir dan kurangnya kesadaran masyarakat. Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi strategi manajemen e-Parking dalam meningkatkan PAD Kota Medan serta mengidentifikasi faktor penghambat implementasinya.

Lalu dari penelitian selanjutnya, menurut Pradita (2021) dalam penelitiannya yang berjudul “Efektivitas Sistem Parkir Elektronik (E-Parkir) Dalam Pengelolaan Parkir Di Kota Surakarta”, E-Parkir adalah sebuah inovasi dalam pelayanan perparkiran yang bertujuan untuk menciptakan suasana parkir yang lebih aman, nyaman, serta transparan bagi seluruh pengguna. Sistem ini diharapkan mampu mendukung penerapan tarif progresif secara efektif, sehingga potensi terjadinya perselisihan antara juru parkir dan masyarakat dapat diminimalkan atau bahkan dihilangkan sama sekali. Selain itu, penerapan E-Parkir juga diarahkan untuk menekan keberadaan juru parkir liar yang kerap menimbulkan masalah, serta menjadi upaya strategis dalam mencegah terjadinya kebocoran pendapatan dari retribusi parkir, sehingga pendapatan daerah dari sektor ini dapat lebih optimal dan akuntabel.

Mengacu pada latar belakang yang telah disusun, penulis memutuskan untuk melaksanakan penelitian yang berjudul “Pengaruh Komunikasi Persuasif Sistem Pembayaran Parkir QRIS oleh Pemerintah Kota Bandung Terhadap Opini Publik”.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah yang dijelaskan di atas, peneliti mengidentifikasi yang akan dijadikan subjek penelitian ini yaitu, Pengaruh Komunikasi Persuasif Terkait Sistem Pembayaran Parkir QRIS oleh Pemerintah Kota Bandung Terhadap Opini Publik.

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan dari latar belakang serta identifikasi masalah yang tertera di atas, maka penelitian ini dilakukan menggunakan survey pengumpulan data terhadap pemirsa kepuasan masyarakat Kota Bandung. Sehingga masalah yang muncul dan akan diteliti adalah “Pengaruh Komunikasi Persuasif terkait Sistem Pembayaran Parkir QRIS oleh Pemerintah Kota Bandung

Terhadap Opini Publik”.

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang dibuat oleh penulis, masalah yang dibahas dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar Pengaruh Komunikasi Persuasif terkait Sistem Pembayaran Parkir QRIS yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bandung untuk menghilangkan pandangan negatif masyarakat?
2. Bagaimana pengaruh komunikasi persuasif yang dilakukan oleh Pemerintah Kota Bandung dalam mensosialisasikan sistem pembayaran parkir QRIS terhadap opini publik?

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan identifikasi masalah, penelitian ini memiliki tujuan untuk mengetahui Pengaruh Komunikasi Persuasif terkait Sistem Pembayaran Parkir QRIS oleh Pemerintah Kota Bandung Terhadap Opini Publik.

1.6 Manfaat Penelitian

- **Manfaat Praktis**

1. Diharapkan penelitian ini mampu meningkatkan dan memberikan wawasan tentang Pengaruh Komunikasi Persuasif Terkait Sistem Pembayaran Parkir QRIS oleh Pemerintah Kota Bandung Terhadap Opini Publik.
2. Diharapkan penelitian ini diharapkan dapat menjadi pedoman bagi Pemerintah Kota lainnya untuk menerapkan sistem pembayaran menggunakan QRIS agar merata di seluruh Indonesia.

- **Manfaat Teoritis**

1. Diharapkan Penelitian ini dapat memberikan kontribusi terhadap pengembangan teori tentang adopsi teknologi baru dan perubahan perilaku masyarakat.
2. Diharapan penelitian ini dapat mengidentifikasi faktor-faktor kritis yang mempengaruhi keberhasilan sosialisasi sistem pembayaran parkir berbasis QRIS, seperti kualitas pesan, saluran komunikasi, dan keterlibatan masyarakat.

1.7 Waktu dan Periode Penelitian

Tabel 1. 2 Tahapan dan Waktu Penelitian

No	Tahapan Penelitian	Okt	Nov	Des	Jan	Feb	Mar	April	Mei
1.	Penentuan Topik dan Judul Penelitian								
2.	Menyusun Proposal Skripsi (BAB I – III)								
3.	Pendaftaran Desk Evaluation								
4.	<i>Desk Evaluation</i>								
5.	Revisi <i>Desk Evaluation</i>								
6.	Pengumpulan data								
7.	Pengolahan dan analisis data								
8.	Sidang Skripsi								

(Sumber : Olahan Penulis, 2025)