

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar belakang

Sosial media sebagai salah satu platform informasi di dunia, beberapa perusahaan besar menggunakan sosial media sebagai alat komunikasi dengan *customer* mereka, tren penggunaan sosial media merambak sampai pada instansi pemerintahan, lembaga sosial, UMKM, dan perusahaan nirlaba. Artinya sosial media menjadi alat komunikasi yang mudah digunakan dan tidak terbatas bagi organisasi atau individu tertentu. Di Indonesia pengguna media sosial naik dari tahun ke tahun, berdasarkan laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) penggunaan internet di Indonesia naik dari tahun 2019-2020, terhitung sampai April 2020 pengguna internet di Indonesia tembus 171,2 juta user, pengguna internet tidak hanya khusus bagi masyarakat yang tinggal di kota atau masyarakat urban tetapi pengguna sosial media sampai masyarakat desa (*rural community*). Kebutuhan terhadap informasi yang cepat, mengharuskan masyarakat menggunakan *social media* sebagai salah satu platform informasi yang cepat. Sosial media seperti

Saat ini pengguna sosial media bagi organisasi publik meningkat, revolusi web 2.0 merubah cara pandang pemerintah tentang pelayanan dalam memberikan informasi. Pelayanan dalam pemberian informasi publik, transportasi publik salah satunya. Saat ini kemajuan teknologi mendorong penyedia jasa transportasi untuk memberikan pelayanan yang terbaik bagi pengguna transportasi. Kota-kota besar seperti Jakarta, Surabaya, Semarang dan Bandung menggunakan transportasi publik sebagai transportasi utama. Khususnya di Semarang dan Jakarta sebagai ibu kota provinsi pada dua provinsi besar, Jakarta dan Jawa Tengah. Semarang saat ini menerapkan

transportasi publik mengikuti tren perkembangan kota cerdas, begitu juga dengan Kota Semarang, sebagai ibu kota Jawa Tengah. Kedua kota tersebut merupakan kota besar dengan tingkat kepadatan penduduk yang cukup tinggi, dengan tingkat kepadatan penduduk yang tinggi maka mobilitas masyarakat juga tinggi, untuk mengatasi mobilitas tersebut perlu disediakan transportasi publik sebagai moda transportasi utama menggantikan transportasi pribadi.

Jumlah transportasi pribadi di Indonesia didominasi oleh kendaraan pribadi, kendaraan motor mencapai 98,9 juta, mobil pribadi 13,5, mobil barang 6,6, bis 2,4 juta. Jumlah penggunaan transportasi pribadi di Jakarta melebihi jumlah kendaraan umum, berdasarkan laporan pusat statistic Jakarta pengguna transportasi pribadi naik dari tahun ke tahun total terdapat 15 juta pengguna kendaraan bermotor, 3,900 mobil, 763 kendaraan barang, dan 329,31 bus. Jumlah kendaraan di Kota Semarang dibandingkan dengan Jakarta jauh lebih sedikit, jumlah mobil penumpang 1.355, bus 445, truk 1.474, dan kendaraan bermotor 151,250. (DataBoks, 2020).

Mengatasi jumlah kendaraan pribadi yang tinggi, Pemerintah Kota Semarang dan Pemerintah DKI Jakarta menyediakan transportasi publik yang layak dan memadai. Adalah Bus Rapid Transit (BRT), BRT adalah model transportasi publik yang menghubungkan satu titik dengan titik lain, pelayanan dan infrastruktur dimaksudkan untuk meningkatkan kualitas sistem transportasi publik. Pelayanan BRT diharapkan menggeser pelayanan bus biasa yang lambat, tidak terjangkau, dan tidak terkoneksi dengan fasilitas publik. Hingga sekarang BRT menjadi transportasi publik yang diandalkan oleh masyarakat dan pemerintah Kota Semarang, sejak diluncurkan pengguna BRT Semarang telah meningkat dari tahun ke tahun. Dalam dua tahun terakhir penumpang BRT Semarang mencapai 21000 perhari diawal tahun 2017, dan pada tahun 2019 pengguna BRT Semarang telah mencapai 33000 perhari. Artinya peningkatan jumlah pengguna BRT Semarang cukup tinggi dari 21000 penumpang perhari menjadi 33000 perhari (Semarang Bisnis, 2019).

Berbeda dengan BRT Semarang, BRT Jakarta adalah transportasi dengan sistem yang baik dan terintegrasi dengan model transportasi lain, hingga saat ini BRT Jakarta telah mencapai 1 juta pengguna setiap harinya, sejak diluncurkan tahun 2014 BRT Jakarta telah bertransformasi menjadi transportasi terbaik saat ini dan pada tahun 2019 BRT Jakarta mendapatkan penghargaan sebagai Kota terbaik dunia untuk Inovasi Transportasi (Kompas, 2019).

Jumlah pengguna transportasi publik yang tinggi dan pengguna sosial media yang juga tinggi menjadi keuntungan bagi pemerintah dalam memberikan pelayanan. Sosial media saat ini menjadi alat komunikasi utama bagi pemerintah, social media juga sebagai alat promosi, dan penilaian pelayanan publik. Kedua kota tersebut Semarang dan Jakarta adalah kota dengan tingkat pengguna social media yang tinggi, selain itu kedua kota tersebut dalam tata kelola transportasi publik menggunakan BRT. Semarang sebagai salah satu pusat aktifitas masyarakat menjadi kota dengan tingkat kepadatan tertinggi di Jawa Tengah, sebagai ibu kota dari Jawa Tengah, Semarang menawarkan transportasi massal untuk mengatasi permasalahan dalam kota. Begitu juga dengan Jakarta yang telah mendapatkan penghargaan sebagai kota dengan transportasi yang inovatif.

IoT, ICT, BD, mendorong transportasi publik lebih inovatif, kemajuan teknologi mempermudah penyedia jasa transportasi terhubung satu sama lain. Social media membantu interaksi masyarakat lebih mudah, kemudahan tersebut dirasakan melalui kecepatan informasi dalam pelayanan publik. Sosial media juga menjadi platform utama informasi, karena kegunaan dan fungsinya dapat digunakan oleh masyarakat secara luas. Dalam transportasi publik sosial media menjadi alat utama penyampaian informasi, dua kota besar Jakarta dan Semarang saat ini memanfaatkan sosial media Twitter sebagai platform informasi dalam memberikan pelayanan, kedua pemimpin di daerah tersebut menggunakan twitter sebagai media interaksi utama dengan

masyarakat, sehingga twitter membantu pemerintah dalam mengevaluasi pelayanan transportasi publik dan mengambil kebijakan dalam mengatasi masalah transportasi publik.

Transportasi publik Jakarta dan Semarang memanfaatkan twitter sebagai media transfer informasi, data mining dilakukan oleh kota cerdas lab Jakarta dan Semarang, proses data mining menggunakan layer data prosesing, tahapan selanjutnya data prosesing dan data transferring. Penelitian ini melihat bagaimana tahapan data transfer yang dilakukan oleh Trans-Jakarta dan Trans-Semarang, kedua transportasi publik ini menjadi salah satu solusi dalam mengatasi masalah transportasi publik, beberapa kota di dunia telah menjadi percontohan kota dalam mengembangkan transportasi publik, khususnya dalam menggunakan twitter.

Melalui twitter @Transsemarang (Semarang) dan @PT_Transjakarta (Jakarta) memberikan informasi tentang pelayanan BRT Semarang, informasi yang diberikan berkaitan dengan pelayanan BRT Semarang, twitter BRT Semarang berfungsi sebagai alat komunikasi BRT Semarang dalam pelayanan. Dalam penelitian ini mengkhususkan penggunaan twitter dalam pelayanan transportasi publik di dua Kota tersebut yaitu: Semarang dan Jakarta, kedua kota ini dipilih sebagai subjek penelitian karena didasari oleh kepadatan penduduk, kemacetan lalu lintas, dan jumlah transportasi pribadi yang sangat tinggi.

1.2.Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas maka masalah yang dapat dirumuskan dalam penelitian ini yaitu:

1. Bagaimana Trans Semarang dan Trans Jakarta menggunakan sosial media dalam pelayanan transportasi publik?

2. Apa perbedaan pengguna sosial media Twitter Trans Semarang dan Trans Jakarta dalam pelayanan transportasi publik?

1.3. Tujuan dan Manfaat Penelitian

Tesis ini disusun untuk menggambarkan model penggunaan media sosial Twitter pada transportasi publik Trans Semarang dan Trans Jakarta, selain itu penelitian ini bertujuan untuk mengeksplorasi sejauh mana fungsi social media dalam pelayanan publik di Indonesia. penelitian ini juga diharapkan memberikan manfaat bagi praktisi, akademisi serta pengambil kebijakan dalam mengelola transportasi publik. Penelitian ini juga diharapkan mampu memberikan sumbangsi teori terhadap studi transportasi publik dan *smart transportation*.