BAB I
PENDAHULUAN

I.1. Latar Belakang Masalah

Pada penelitian ini akan berfokus pada tingkat pengetahuan *followers* @SuroboyoBus mengenai informasi layanan Suroboyo Bus dan Suroboyo Bus Tumpuk Pemerintah Kota Surabaya. Suroboyo Bus adalah transportasi yang diberikan oleh Pemerintah Kota Surabaya untuk mengurangi kemacetan, mengurangi volume kendaraan, dan mengurangi sampah botol plastik. Sehingga, dari sistem kendaraan pribadi ke transportasi massal (nasional. tempo.co, diakses pada tanggal 23 September 2018).

Penelitian ini menggunakan teori Harrold Lasswell yaitu, cara yang terbaik untuk menjelaskan proses komunikasi adalah menjawab pertanyaan: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*" atau Siapa Mengatakan Apa Melalui Saluran Apa Kepada Siapa Dengan Efek Apa? (Effendy, 2007:253).

Melalui teori proses komunikasi tersebut, pada penelitian ini adalah proses komunikasi yang akan memberitahukan informasi layanan mengenai Suroboyo Bus dan Suroboyo Bus Tumpuk kepada *followers* melalui akun Instagram @SuroboyoBus. Proses komunikasi tersebut akan menghasilkan efek kognitif.

Efek-efek komunikasi yaitu efek kognitif, afektif, dan konatif. Efek konatif berhubungan dengan niat, upaya, usaha, yang cenderung menjadi suatu kegiatan atau tindakan. Efek kognitif berhubungan dengan pikiran atau penalaran, sehingga khalayak yang semula tidak tahu, tidak mengerti, dan bingung menjadi merasa jelas. Efek afektif berhubungan dengan perasaan. (Effendy, 2007:318-319).

Pada penelitian tingkat pengetahuan yang akan diteliti, pada akun Instagram @SuroboyoBus, adanya ketidaktahuan *followers* mengenai jadwal bus beroperasi atau cara naik, sedangkan di *post* sebelumnya sudah diberitahukan mengenai jadwal bus beroperasi. Seperti berikut :

Gambar I.1. Komentar ketidaktahuan mengenai jadwal bus beroperasi

Sumber : www.instagram .com/suroboyobus

Gambar I.2. Komentar ketidaktahuan mengenai sistem tukar botol

Sumber : www.instagram.com/suroboyobus

Penyebaran yang belum meluas yang membuat orang-orang yang ingin naik tidak mengetahui adanya sistem pembayaran menggunakan sampah plastik. Awalnya masih gratis tetapi, masih sepi peminat dan yang ingin naik masih belum banyak yang mengetahui sistem dari Suroboyo Bus (pressreader.com, diakses tanggal 23 September 2018).

Angkutan Darat di Surabaya menurut surabayakota.bps.go.id (diakses tanggal 8 September 2018), memilki berbagai macam kendaraan yaitu kendaraan bermotor, mobil, bus, truk, sepeda motor, dan kereta api. Melalui kendaraan yang memiliki berbagai macam, pertambahan jumlah kendaraan meningkat pesat dan membuat jalan di Surabaya setiap hari macet. Data kepolisian menyebutkan, saat ini jumlah kendaraan di Surabaya mencapai angka 4,5 juta atau tepatnya 4.521.629 (jawapos.com, diakses tanggal 8 September 2018).

Transportasi umum yang masih berkembang pada saat ini adalah bus, angkutan umum, dan kereta api. Tingkat pelayanan transportasi umum membuat masyarakat Surabaya lebih memilih kendaraan pribadi. Alasannya adalah trayek angkutan kota sudah kurang menyentuh kebutuhan masyarakat, dan layanan masih kurang (kondisi fisik kendaraan, umur kendaraan, dan tidak layak pakai) (liputan 6.com, diakses tanggal 9 September 2018).

Selain itu, Kota Surabaya setiap harinya tidak lepas dari kemacetan dikarenakan kendaraan pribadi yang meningkat, menurut Kementrian Perhubungan meningkat hingga 8,74 juta tahun 2017. Sehingga, penumpang angkutan umum turun menjadi 4,32 juta tahun 2017 (kelanakota.surabaya.net, diakses tanggal 8 September 2018). Angkutan umum menjadi kurang dapat melayani kebutuhan transportasi warga Kota Surabaya.

Menurut Gassing dan Suryanto (2016:133), *public relations* pemerintahan memberi masukan mengenai informasi dan reaksi masyarakat atas kebijakan, baik yang sedang dilaksanakan, akan dilaksanakan atau yang sedang diusulkan. Maka dari itu, pemerintah Kota Surabaya mengembangkan konsep transportasi yaitu transportasi massal yang merupakan alternatif dapat dinilai tepat untuk mengurangi kemacetan di Surabaya dengan meluncurkan Suroboyo Bus (news. metrotvnews.com, diakses tanggal 11 September 2018).

Bus dengan logo Suro dan Boyo diresmikan langsung oleh Walikota Surabaya Tri Rismaharini, pada hari Sabtu, tanggal 7 April 2018. (video.tribunnews.com, diakses tanggal 15 April 2018).

Gambar I.3. Suroboyo Bus

Sumber : www.surabaya.go.id

Setelah Suroboyo Bus beroperasi di Kota Surabaya, Bank Mayapada melakukan kegiatan *Corporate Social Responsibility* dan memberikan bus baru bernama Suroboyo Bus Tumpuk dua unit diserahkan pada tanggal 12 Juli 2018 kepada Pemerintah Kota Surabaya untuk masyarakat Surabaya. (bankmayapada.com, diakses tanggal 10 September 2018).

Gambar I.4. Suroboyo Bus Tumpuk

Sumber : www.surabaya.go.id

Kedua bus tersebut sebagai transportasi berupa jasa yang akan dikelola oleh Dinas Perhubungan (bagian Angkutan) dan pembayaran menggunakan sampah botol plastik. Selain itu, bus didesain se-aman dan se-nyaman mungkin agar masyarakat lebih memilih menaiki bus daripada mengendarai kendaraan pribadi. Tujuan lainnya dari Suroboyo Bus dan Suroboyo Bus Tumpuk adalah mengurangi angka kecelakaan di Surabaya yang menurut Kepala Polrestabes Surabaya tercatat 1.039 sepanjang tahun 2017 (jatim.antaranews.com, diakses pada tanggal 10 September 2018).

Suroboyo Bus resmi beroperasi tanggal 9 April 2018. Ada delapan armada yang tersedia, hanya enam bus yang dioperasikan. Sedangkan Suroboyo Bus Tumpuk akan beroperasi pada tanggal 5 September 2018 dengan dua bus (surabaya.tribunnews.com, diakses tanggal 9 September 2018). Suroboyo Bus di lengkapi 12 kamera CCTV pada bagian dalam dan tiga kamera CCTV yang disematkan pada bagian luar. Keberadaan kamera-kamera ini dimaksudkan memberikan layanan rasa aman bagi penumpang. Pintu bus juga dilengkapi sensor sehingga, jika ada penumpang yang menghalangi, pintu tidak akan tertutup dan bus tidak akan berjalan.

Suroboyo bus juga sangat ramah untuk penyandang difabel, lansia dan ibu hamil yaitu dengan disediakan tombol khusus dekat pintu masuk yang ditekan, asisten pengemudi (Perma atau Permi) akan membantu penyandang difabel masuk ke dalam bus. Bus berkapasitas enam puluh tujuh penumpang ini memiliki warna bangku penumpang untuk laki-laki (orange di bagian belakang) dan perempuan (merah muda di bagian depan) (wawancara dengan Ibu Ellanda Putri (25) selaku Staf Bidang Angkutan, pada tanggal 25 September 2018).

Suroboyo Bus dan Suroboyo Bus Tumpuk mempunyai jam operasional yang sama yaitu hari Senin hingga Sabtu jam 06.00-22.00 WIB, sedangkan hari Minggu jam 10.00-22.00 WIB. Tetapi, kedua bus tersebut berbeda rute. Perbedaan rute Suroboyo Bus Tumpuk tidak sampai viaduk dikarenakan banyak hambatan pohon dan utilitas yang ukurannya jauh lebih besar (wawancara dengan Ibu Sekar Satya (28) selaku Staf Bidang Angkutan, pada tanggal 15 September 2018).

Dinas Perhubungan menyempurnakan layanan bus. Dinas Perhubungan Kota Surabaya menjelaskan mekanisme atau cara naik Bus Suroboyo dan Suroboyo Bus Tumpuk, menggunakan sampah plastik yaitu, membawa sampah plastik yang sudah dibersihkan ke DKRTH (Dinas Kebersihan dan Tata Ruang Hijau) yang bekerjasama dengan Pemerintah Kota Surabaya (pressreader.com, diakses tanggal 16 April 2018). Berikut adalah informasi cara naik dan mendapatkan kartu penumpang untuk Suroboyo Bus dan Suroboyo Bus Tumpuk melalui akun Instagram @SuroboyoBus :

Gambar I.5. Cara Naik dan Mendapat Kartu Penumpang

Sumber : www.surabaya.go.id

Periode dari tanggal 1 Mei 2018 membawa lima botol ukuran tanggung, tiga botol besar, sepuluh gelas air mineral, kantong (kresek) dan kemasan. Sampah-sampah yang telah terkumpul akan diolah dengan baik dan benar sehingga menjadi sesuatu yang bermanfaat bagi lingkungan sekitar. Tujuannya adalah untuk menanggulangi sampah dengan jumlah 1.600 ton per hari (bbc.com, diakses tanggal 10 September 2018).

Menurut wawancara dengan Ibu Sekar Satya (28) selaku Staf Bidang Angkutan, pada tanggal 15 September 2018:

> "Dengan adanya menukarkan sampah plastik bisa naik dan sistem pembayaran tersebut membuat masyarakat yang ingin naik terlalu repot membawa sampah plastik setiap kali naik. Kali ini Pemerintah Kota Surabaya meningkatkan layanan dengan merencanakan dan sudah dioperasikan membawa sampah botol plastik sebanyak-banyaknya, akan

> mendapatkan kartu dan stiker. Sehingga, akan mempermudah masyarakat yang ingin naik bus."

Menurut Moenir (1997), pelayanan sebagai proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain secara langsung (dalam Sinambela dkk, 2016:42). Sedangkan Lehtinen (1983), dalam Sampara Lukman menyatakan pelayanan adalah suatu kegiatan yang menguntungkan dalam suatu kumpulan atau kesatuan dan menawarkan kepuasan meskipun hasilnya tidak terikat pada suatu produk secara fisik (Rianti dan Tuti, 2017:163).

Melalui berita jatim.tribunnews.com (diakses tanggal 10 September 2018), dilihatkan bahwa adanya informasi layanan siswi SD Al-Hikmah yaitu mendapatkan informasi mengenai tiket dan cara menaiki Suroboyo Bus melalui media sosial Instagram. Selain itu salah satu siswi bernama Clarissadan Nihla mengatakan bahwa Suroboyo Bus memiliki suasana yang nyaman dan aman. Daryanto dan Setyobudi (2014:111) menyatakan bahwa kepuasan pelanggan dapat dicapai apabila aparatur pelayanan mengetahui siapa pelangganya, baik pelanggan internal maupun pelanggan eksternal.

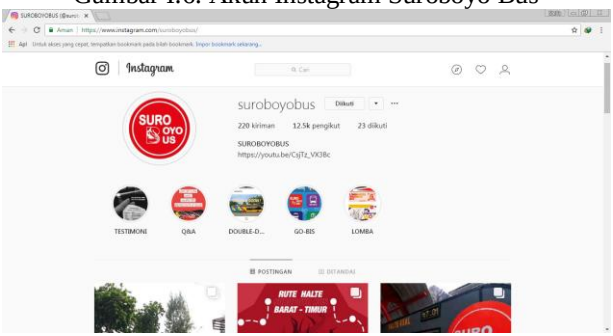
Penyebaran suatu pesan *public relations* tidak dilakukan secara merata ke semua orang seperti halnya pesan-pesan iklan melalui media massa dan memilih khalayak, unsur atau segmentasi tertentu sengaja dipilih dalam rangka lebih mengefektifkan penerimaan pesan-pesan baik secara internal maupun eksternal (Jefkins, 2004:80). Pemerintah Kota Surabaya memberikan penyebaran informasi layanan kepada masyarakat Surabaya dapat diperoleh dari berbagai media komunikasi seperti, media massa (koran, majalah), media online (internet, you tube, face book), dan lain sebagainnya.

Tetapi, penyebaran informasi layanan yang khusus mengenai Suroboyo Bus dan Suroboyo Bus Tumpuk adalah melalui media sosial

Instagram dengan *username* @SuroboyoBus. Afriani (2011:24) Media sosial adalah sebuah media online dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, dan berbagi (dalam Kurniawan, 2017:220).

Informasi tersebut adalah mengenai fasilitas, jadwal berangkat dan pulang, rute yang dilalui, tempat penukaran sampah dengan tiket, warna kursi menentukan tempat duduk antara laki-laki dan perempuan, memberikan adanya *running text* , *on board unit* (OBU), aplikasi GoBis, dan peraturan. Tujuannya adalah agar masyarakat yang ingin naik, mendapat informasi dan tidak menanyakan hal yang sama.

Gambar I.6. Akun Instagram Suroboyo Bus



Sumber : www.instagram.com/suroboyobus

Gambar I.7. Layanan pada akun Instagram Suroboyo Bus

Sumber : www.instagram.com/suroboyobus

Instagram Suroboyo Bus selain memberikan informasi berupa foto dan video, juga membalas komentar orang-orang bertanya tentang Suroboyo Bus dan Suroboyo Bus Tumpuk. Informasi lainnya bisa didapatkan dari media komunikasi lainnya, tetapi untuk lebih jelasnya lebih ke akun @SuroboyoBus. Sehingga, masyarakat Surabaya atau *followers* @SuroboyoBus mendapat pengetahuan mengenai informasi tersebut.

Masyarakat Surabaya banyak yang belum mengetahui mengenai Suroboyo Bus dan Bus Tumpuk, sosialisasi informasi layanan lebih ke media sosial, salah satunya adalah Instagram, karena yang paling efektif mengarah ke anak-anak muda dan pengguna Instagram yang pada umumnya umur 30 tahun. Memberikan informasi dan visual yang menarik adalah media sosial Instagram. Selain itu, *followers* yang masih bertanya mengenai program tersebut, akan langsung di jawab dan akan langsung tahu *feedback*nya. Pemerintah Kota Surabaya akan tetap berusaha untuk sosialisasi ke seluruh masyarakat Surabaya dan sekitarnya (wawancara dengan Ibu Paramadina Yuni (27) selaku Staf Bidang Prasarana Transportasi e-Dishub, pada tanggal 10 Oktober 2018)

Kewajiban pemerintah daerah sebagai penyelenggara utama pelayanan publik untuk melayani kebutuhan publik yang lebih baik sesuai dengan prinsip-prinsip tata kelola pemerintahan yang baik (*good governance*) dan memberikan pelayanan publik. Kegiatan yang harus dilakukan secara berkesinambungan seiring dengan perkembangan harapan publik yang menuntut untuk dilakukan peningkatan pelayanan publik (dalam Kamarni, 2011:90).

Rencana Pemerintah Kota Surabaya untuk meningkatkan layanan adalah untuk kedepannya akan ada informasi terkait layanan baru melalui media sosial akun @SuroboyoBus adalah kartu naik bus akan

diganti menjadi kartu *flash* (e-*card*) masih tahap uji coba, jadi masih belum tahu diterapkannya kapan. Selain itu, penyediaan halte agar masyarakat Surabaya yang ingin naik bisa menunggu sambil berteduh, dan akan adanya penambahan bus sebanyak sepuluh unit di akhir bulan 2018 (Desember) (wawancara dengan Ibu Ellanda Putri (25) selaku Staf Bidang Angkutan, pada tanggal 22 Oktober 2018).

Penelitian terdahulu pernah dilakukan oleh Joshua Antoni (2015) mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dengan judul "Tingkat Pengetahuan Penumpang Kereta Api Kelas Ekonomi di Stasiun Gubeng Lama Surabaya Mengenai Informasi Kualitas Layanan Pada Kereta Api Kelas Ekonomi Dari Berbagai Media Komunikasi". Namun, penelitian ini memiliki perbedaan yaitu, perusahaan yang diteliti adalah PT. KAI Indonesia, informasi yang diberikan adalah kualitas layanan kepada penumpangnya, dan melalui berbagai media komunikasi.

Penelitian selanjutnya juga dilakukan oleh Fathimatuz Zuhro (2017) mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dengan judul "Tingkat pengetahuan anggota fanpage Facebook PDAM Surya Sembaga Surabaya mengenai informasi gangguan pelayanan air melalui media publikasi Facebook". Namun, penelitian ini memiliki perbedaan yaitu, perusahaan yang diteliti adalah PDAM Surya Sembaga Surabaya, informasi yang diberikan adalah gangguan pelayanan air, dan melalui fanpage di Facebook.

Selain itu, penelitian serupa dilakukan oleh Zellya Natalia (2016) mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya dengan judul "Tingkat pengetahuan karyawan PT. Media Karya Sentosa mengenai isi pesan keselamatan kerja melalui media internal majalah dinding". Namun, penelitian ini memiliki perbedaan yaitu,

perusahaan yang diteliti adalah PT. Media Karya Sentosa, informasi yang diberikan adalah isi pesan keselamatan kerja, dan melalui media internal majalah dinding.

Penelitian ini menarik untuk diteliti karena Pemerintah Kota Surabaya pertama kali meluncurkan bus dengan program membayar sampah botol plastik. Media sosial Instagram memberikan informasi khusus Suroboyo Bus dan Suroboyo Bus Tumpuk kepada *followers* @SuroboyoBus mengenai layanan yang diberikan. Maka dari itu, peneliti ingin mengetahui tingkat pengetahuan *followers* instagram @SuroboyoBus mengenai informasi layanan Suroboyo Bus dan Suroboyo Bus Tumpuk Pemerintah Kota Surabaya.

I.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: Bagaimana Tingkat Pengetahuan *Followers* Instagram @SuroboyoBus Mengenai Informasi Layanan Suroboyo Bus dan Suroboyo Bus Tumpuk Pemerintah Kota Surabaya.

I.3. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian adalah untuk mengetahui tingkat pengetahuan *followers* instagram @SuroboyoBus mengenai informasi layanan Suroboyo Bus dan Suroboyo Bus Tumpuk Pemerintah Kota Surabaya.

I.4. Batasan Masalah

1. Obyek : Tingkat Pengetahuan
2. Subyek :*Followers* Instagram @SuroboyoBus
3. Metode penelitian : Metode survei

I.5. Manfaat Penelitian

I.5.1. Manfaat Akademis

Memberikan hasil penelitian yang dapat dijadikan sebagai ilmu mengenai tingkat pengetahuan mengenai informasi kualitas layanan melalui media sosial.

I.5.2. Manfaat Praktis

Sebagai praktisi *Public Relations* dari Pemetintah Kota Surabaya yang dapat melaksanakan layanan kebutuhan masyarakat Surabaya untuk naik bus dan merencanakan proses pada tingkat pengetahuan *followers* @SuroboyoBus mengenai informasi layanan Suroboyo Bus dan Suroboyo Bus Tumpuk Pemerintah Kota Surabaya.