

# INSTAGRAM SEBAGAI LANGKAH SOSIALISASI TRANSPORTASI SUROBOYO BUS KEPADA MASYARAKAT SURBAYA OLEH HUMAS UPTD PENGELOLAAN TRANSPORTASI UMUM

<sup>1</sup>Efa Rusdiana, <sup>2</sup>Teguh Priyo Sadono, <sup>3</sup>Hamim

<sup>1,2,3</sup>Ilmu Komunikasi, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya

Email: Efaardn@gmail.com

## ***Abstract***

*The Suroboyo Bus Scheme is a strategic initiative of the Surabaya City Government to overcome traffic congestion in Surabaya. To facilitate the implementation of this program, Surabaya City Government Public Relations plays an important role in the efforts of the Suroboyo Bus Program association. This study was conducted to explain the Surabaya City Public Relations strategy in promoting Suroboyo Bus using qualitative descriptive research methods. Information is gathered through interviews, observation and documentation. The strategic planning steps chosen include setting socialization goals, identifying target groups, determining socialization rules and policies, and determining socialization strategies. about the socialization strategy chosen in the socialization of the Suroboyo bus using Instagram social media and using Lasswell's communication theory.*

**Keywords :** *Strategy, PR, Lasswell's Communication*

## **Abstrak**

Skema Bus Suroboyo merupakan inisiatif strategis Pemerintah Kota Surabaya untuk mengatasi kemacetan lalu lintas di Surabaya. Untuk memperlancar pelaksanaan program ini, Humas Pemkot Surabaya berperan penting dalam upaya asosiasi Program Bus Suroboyo. Penelitian ini dilakukan untuk menjelaskan strategi Humas Kota Surabaya dalam mempromosikan Bus Suroboyo dengan menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Informasi dikumpulkan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Langkah-langkah perencanaan strategis yang dipilih termasuk menetapkan tujuan sosialisasi, mengidentifikasi kelompok sasaran, menentukan aturan dan kebijakan sosialisasi, dan menentukan strategi sosialisasi. tentang strategi sosialisasi yang dipilih dalam sosialisasi bus suroboyo dengan menggunakan media sosial Instagram dan menggunakan teori komunikasi Lasswell.

Kata kunci: Strategi, humas, Komunikasi Laswell

## PENDAHULUAN

Hubungan muka antar muka menjadi berkurang dengan adanya gadget, namun efisiensi dan manfaat lain yang didapat diantara humas bisa dengan cepat memberikan informasi ataupun menerima informasi. Proses penyampaian informasi dari tahun ketahun mengalami sebuah perkembangan yang sangat pesat ditengah perkembangan modernisasi, Hal ini dapat menjadi pertimbangan mendasar bagaimana informasi tentang transportasi bisa di ketahui oleh masyarakat secara cepat dan efektif. Sebagaimana yang sudah kita ketahui bahwa saat ini banyak sekali platform atau aplikasi media yang dapat digunakan sebagai alat penyampaian informasi salah satu diantaranya Instagram. Instagram merupakan media sosial yang paling populer. Lebih khusus lagi, Instagram kini secara tidak langsung muncul sebagai media publikasi yang menguntungkan individu, institusi, dan bisnis dengan mempopulerkan akun dan brand. Penggunaan media sosial di institusi bisa sangat bervariasi.

Dikutip McQuil bahwa media baru adalah kumpulan teknologi yang digunakan sebagai sarana komunikasi sehingga orang dan individu dapat terhubung satu sama lain. Dalam teori media baru, terdapat teori media sosial yang diungkapkan oleh Judy Motion (2016:17) dalam buku “Media Sosial dan Hubungan Masyarakat” mendefinisikan jejaring sosial sebagai sarana di Internet yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan pengguna lain, serta menjalin hubungan sosial antara orang-orang yang berkepentingan dengan masalah tertentu. Salah satu fungsi jejaring sosial yang paling terlihat dalam penelitian ini adalah membangun interaksi yang lebih dekat dengan audiens. Masalah lalu lintas yang umum dihadapi di Indonesia adalah kurangnya infrastruktur angkutan umum, semakin banyaknya kendaraan pribadi yang digunakan masyarakat menyebabkan kemacetan lalu lintas dan memakan waktu lama karena macet.

Transportasi umum di Indonesia tidak semuanya memadai. Angkutan umum saat ini membuat masyarakat tidak nyaman dengan 153 layanan yang disediakan oleh angkutan umum tersebut. Kondisi tersebut mengakibatkan masyarakat lebih memilih menggunakan kendaraan pribadi daripada Transportasi umum. Tidak hanya penawaran angkutan umum yang sedikit, halte angkutan umum juga tidak teratur pada awalnya.

Masyarakat akhirnya tidak mengetahui waktu tepat dimana transportasi umum tersebut berhenti di halte-halte yang ada akan membuat masyarakat tidak memiliki kepastian akan kendaraan umum yang akan mereka gunakan. Pemilihan nama “Suroboyo Bus” merupakan salah satu strategi yang digunakan Humas Pemkot Surabaya. Pemilihan nama ini dinilai sangat pas untuk mendukung program yang digagas Walikota kita Ibu Tri Risma Harini sendiri. Alasan pemilihan nama Suroboyo Bus karena kata Suroboyo Bus mudah diingat, Suroboyo Bus merupakan sarana transportasi di Surabaya. Penamaan Suroboyo Bus juga dirasa tepat untuk digunakan dalam sosialisasi program ini. Dengan memilih nama yang sederhana dan mudah diingat, Humas Pemkot Surabaya dapat dengan mudah menyebarluaskan moda transportasi ini dengan mudah. Dengan membuat *Username* atau nama akun dari Instagram sendiri yakni “@Suroboyobus” adalah salah

satu trik nama yang mudah diingat oleh masyarakat Surabaya akan adanya moda baru yakni Transportasi Umum Surabaya “Suroboyo Bus”

Menurut Widjaja pada tahun 1993:101 bahwa Perkembangan teknologi kini yang begitu pesat membuat dunia public relations (humas) memasuki era media baru dengan yang kita ketahui fungsi humas juga untuk menciptakan iklim yang dapat mengembangkan tanggung jawab dan partisipasi seluruh sasaran humas untuk ikut serta mewujudkan tujuan.

Dalam hal ini dapat diartikan bahwa perlu adanya keseimbangan antara tanggungjawab humas dengan sasarannya. Maka dengan demikian keberadaan humas dapat menciptakan keharmonisan antara lembaga dengan khalayak (masyarakat), keharmonisan tersebut akan menciptakan pula iklim yang terus menerus positif dalam pengertian kreatif, produktif, progresif antara kedua belah pihak (Widjaja,1993: 101).

Hubungan masyarakat, adalah fungsi administratif yang menciptakan dan memelihara hubungan yang bermanfaat antara organisasi dan publiknya yang memengaruhi keberhasilan atau kegagalan organisasi. Humas merupakan pihak yang membangun dan menjaga hubungan baik antara organisasi dengan publik sebagai faktor yang mempengaruhi kelangsungan organisasi. Lembaga ini sangat membutuhkan bantuan dan dukungan Humas dalam operasionalnya untuk menjaga keberlangsungan organisasi dan mendapatkan dukungan publik. Untuk mendapatkan dukungan publik, semua organisasi yang termasuk dalam kategori badan publik seperti pemerintah dalam melaksanakan tugas dan tanggung jawabnya harus dapat menerapkan manajemen yang baik. Untuk mencapai tata kelola pemerintahan yang baik, prinsip akuntabilitas keberhasilan atau kegagalan, transparansi dan partisipasi publik dalam setiap proses pengambilan kebijakan publik harus diperkuat. Maka berdasarkan pemaparan diatas, Penelitian ini menarik karena didalamnya membahas tentang bagaimana langkah-langkah humas untuk menciptakan daya tarik kepada masyarakat Surabaya dengan menggunakan instagram terkait dengan adanya moda Transportasi Publik baru yang berbeda dengan angkutan umum, transjatim dan lainnya.

## **METODE PENELITIAN**

Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah tipe penelitian deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Penelitian ini mendeskripsikan situasi atau kejadian, tidak mencari hubungan, tidak menguji hipotesis, dan tidak membuat prediksi. Sedangkan data kualitatif diperoleh dengan cara memverifikasi informasi yang dikumpulkan dari sumber data primer melalui wawancara dan sumber sekunder (Rachmad, 2015).

Menurut Rijali ”Pengumpulan data di lapangan tentu berkaitan dengan teknik penggalian data, dan ia berkaitan pula dengan sumber dan jenis data, setidaknya sumber data dalam penelitian kualitatif berupa: (1) katakata dan (2) tindakan, selebihnya adalah data tambahan seperti dokumen atau sumber data tertulis, foto, dan statistik. Kata-kata dan tindakan orang-orang yang diamati atau diwawancarai merupakan sumber data utama. Sumber data utama dicatat melalui catatan tertulis atau melalui perekaman video/audio tapes, pengambilan foto, atau film. Sedangkan sumber data tambahan yang berasal dari sumber tertulis dapat dibagi atas sumber buku dan majalah ilmiah,

sumber dari arsip, dokumen pribadi, dan dokumen resmi (Moleong, 2000:112-113)” Penelitian ini menggunakan penelitian kualitatif dengan metode studi literatur, sehingga pengumpulan data dalam penelitian ini selain dari buku referensi

digunakan juga sumber-sumber berikut ini (Nazir, 2014)

Jenis data yang dalam penelitian ini yaitu, data primer dan data sekunder. Data primer didapatkan secara langsung dari informan penelitian melalui wawancara mendalam dimana proses mendapatkan keterangan untuk tujuan penelitian dengan melakukan tanya jawab secara langsung atau bertatap muka antara pewawancara dengan narasumber, dengan menggunakan pedoman wawancara (Sutopo, 2006). Proses analisis yang digunakan dalam penelitian kualitatif tidak terjadi setelah semua data terkumpul, tetapi bersamaan dengan pengumpulan data. Hal ini dilakukan karena tujuan dari analisis ini adalah untuk mendapatkan gambaran yang spesifik tentang apa yang dimaksud dengan masalah yang diteliti. Setelah melakukan penelitian dan mengumpulkan semua informasi, data kualitatif akan dikumpulkan sesuai dengan metode yang digunakan. Oleh karena itu, hasil dari seluruh informasi yang diperoleh di lapangan, baik berupa observasi maupun wawancara, dikumpulkan dan dianalisis untuk memberikan gambaran tahapan sosialisasi UPTD pengelolaan angkutan umum.

## **Hasil dan Pembahasan**

Pada kebijakan Wali Kota Surabaya No. 7 tahun 2019 tentang pembentukan dan susunan organisasi Unit Pelaksana Teknis Dinas Pengelolaan Transportasi Umum pada Dinas Perhubungan Kota Surabaya yang berfokus kepada Suroboyo Bus bagi seluruh masyarakat Kota Surabaya. Transportasi umum adalah salah satu hal yang sangat penting dalam kehidupan masyarakat kota Surabaya. Salah satu bentuk 46 transportasi umum yang ada di Surabaya adalah Suroboyo Bus. Suroboyo Bus merupakan program dari Pemerintah Kota Surabaya yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan transportasi umum di kota Surabaya. Untuk memperkenalkan program ini kepada masyarakat, Humas UPTD Pengelolaan Transportasi Umum menggunakan Instagram sebagai salah satu media sosialisasi. (Kibthiah, 2023) Sosialisasi Suroboyo Bus pada masyarakat sangat penting untuk memastikan bahwa seluruh kota surabaya mengenal transportasi ciri khas kota surabaya, dalam sosialisasi harus dilakukan dengan cara yang tepat dan terstruktur Fokus penelitian ini berdasarkan dari teori Teori Harold D. Lasswell yang terdiri dari beberapa komunikator Who, What, In Which Channel, To Whom, With What Effect berikut penjelasannya: Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang sangat populer di dunia, termasuk di Indonesia. Instagram memiliki fitur-fitur yang memudahkan penggunaannya untuk membagikan foto dan video serta menambahkan berbagai macam caption dan hashtag. Dengan fitur-fitur tersebut, Instagram menjadi media yang efektif untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat terkait Suroboyo Bus.

Selanjutnya menurut Bambang Aditya pada Jurnal FISIP Volume 2 No 2,2015:3 beliau mengatakan bahwa Instagram juga memiliki beberapa fitur di media social seperti story Instagram, reels, hashtag, geotag, follow, like, comment dan mention terkait dengan penelitian penulis ini adalah Teori Media Baru berkaitan dengan penelitian penulis, dalam hal ini Humas UPTD

Pengelolaan Transportasi Umum pastinya akan memanfaatkan Instagram sebagai media komunikasi untuk tujuannya mensosialisasikan Surabaya Bus kepada masyarakat Surabaya melalui pemanfaatan Instagram dapat membantu menyampaikan pesan-pesan sosial kepada pengikutnya. Dalam rangka memperkenalkan program Suroboyo Bus kepada masyarakat Surabaya, Humas UPTD Pengelolaan Transportasi Umum menggunakan Instagram sebagai media sosialisasi. Melalui akun Instagram @suroboyobus, Humas UPTD Pengelolaan Transportasi Umum membagikan informasi terkait jadwal keberangkatan, rute, dan juga tarif Suroboyo Bus. Selain itu, Humas UPTD Pengelolaan Transportasi Umum juga membagikan foto dan video yang menunjukkan kenyamanan dan keamanan saat menggunakan Suroboyo Bus. Dengan menggunakan Instagram sebagai media sosialisasi, Humas UPTD Pengelolaan Transportasi Umum berhasil menjangkau masyarakat Surabaya dengan lebih efektif. Masyarakat dapat dengan mudah mengakses informasi terkait Suroboyo Bus melalui Instagram, dan juga melihat langsung kondisi bus serta fasilitas yang disediakan. Adapun dampak positif dan dampak negatif dari penggunaan Suroboyo Bus ini.

### **Dampak Positif**

Mengurangi angka kemacetan yang ada dengan menggunakan angkutan umum dan mengurangi penggunaan kendaraan pribadi, penggunaan Suroboyo Bus sebagai penurunan angka kecelakaan Berdasarkan perwira Kepolisian Resor Kota Besar Surabaya, angka Kecelakaan menjadi angka 126 terendah.

### **Dampak Negatif**

Semakin Tinggi transportasi Online, penumpukan sampah plastik di pemberhentian bus.

## **PENUTUP**

Suroboyo Bus merupakan program dari Pemerintah Kota Surabaya yang bertujuan untuk meningkatkan kualitas pelayanan transportasi umum di kota Surabaya. Sosialisasi Suroboyo Bus pada masyarakat sangat penting untuk memastikan bahwa seluruh kota Surabaya mengenal transportasi ciri khas kota Surabaya, dalam sosialisasi harus dilakukan dengan cara yang tepat dan terstruktur Fokus penelitian ini berdasarkan dari teori Teori Harold D.

Dengan fitur-fitur tersebut, Instagram menjadi media yang efektif untuk menyampaikan informasi kepada masyarakat terkait Suroboyo Bus. Dalam rangka memperkenalkan program Suroboyo Bus kepada masyarakat Surabaya, Humas UPTD Pengelolaan Transportasi Umum menggunakan Instagram sebagai media sosialisasi. Melalui akun Instagram @suroboyobus, Humas UPTD Pengelolaan Transportasi Umum membagikan informasi terkait jadwal keberangkatan, rute, dan juga tarif Suroboyo Bus.

Sebab strategi komunikasi akan dapat membantu secara lebih tepat dalam mengembangkan hubungan, meningkatkan reputasi, dan membujuk orang untuk bertindak. Humas merupakan pihak yang membangun dan menjaga hubungan baik antara organisasi dengan publik sebagai faktor yang mempengaruhi kelangsungan organisasi. Lembaga ini sangat membutuhkan bantuan dan dukungan Humas dalam operasionalnya untuk menjaga keberlangsungan organisasi dan mendapatkan dukungan publik dengan menggunakan media social Instagram ini strategi humas dan Langkah-langkahnya dikatakan berhasil karna grafik naiknya penumpang Suroboyo Bus setiap harinya semakin naik.

### **Daftar Pustaka**

- S. M. (2012). *Strategi Perencanaan Humas, Universitas Sam Ratulangi*. Manado.
- Ruslan, R. (1997). *Kiat dan Strategi Kampanye Public Relation*. PT Raja Grafindo Persada, Jakarta
- Soleh, S., Ardianto, E. 2003. *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya