

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Mobilitas masyarakat *modern* saat ini memang bisa dibilang sangat padat dan cepat. Angkutan umum dianggap sebagai solusi untuk persoalan yang terkait dengan mobilitas di daerah perkotaan khususnya daerah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi (Jabodetabek) dan sekitarnya. Sistem transportasi umum yang ramah pengguna (*user – friendly*) harus mempertimbangkan aksesibilitas ke stasiun transportasi umum, mobilitas sistem transportasi publik dan sistem transportasi lainnya misalnya: kereta api, metro, lokal angkutan kereta ringan, bus (Mishra et al, 2012: 1066-1085).

Terkait dengan transportasi, Jabodetabek memiliki masalah seperti di kota – kota besar lainnya di dunia, yaitu kemacetan lalu lintas. Kemacetan lalu lintas terjadi di jam sibuk di pagi dan sore hari. Kemacetan yang ditimbulkan menyebabkan Rp 5,5 miliar dollar AS dari keuangan hilang dalam bentuk biaya kendaraan operasional dan waktu perjalanan (JICA Study Team, 2014: 5-19).

KRL *Commuter Line* adalah layanan kereta rel listrik komuter yang dioperasikan oleh PT Kereta *Commuter Indonesia* (PT KCI), anak perusahaan dari PT Kereta Api Indonesia (PT KAI). KRL telah beroperasi di wilayah Jakarta dan sekitarnya sejak tahun 1925, hingga kini melayani rute komuter di wilayah DKI Jakarta, Kota Depok, Kota Bogor, Kabupaten Bogor, Kota

Bekasi, Kabupaten Bekasi, Kabupaten Lebak, Kota Tangerang dan Kota Tangerang Selatan (Wikipedia, 2018).

Hingga Desember 2019, KCI telah memiliki 1.100 unit KRL, dan akan terus bertambah. Selama 2019, rata-rata jumlah pengguna KRL per hari mencapai 979.853 pengguna pada hari kerja, dengan rekor jumlah pengguna terbanyak yang dilayani dalam satu hari adalah 1.154.080. Sebagai operator sarana, kereta *Commuter Line* yang dioperasikan KCI saat ini melayani 80 stasiun di seluruh Jabodetabek, Banten dan Cikarang dengan jangkauan rute mencapai 418,5 km.

Gambar 1. 1
Armada Commuter Line



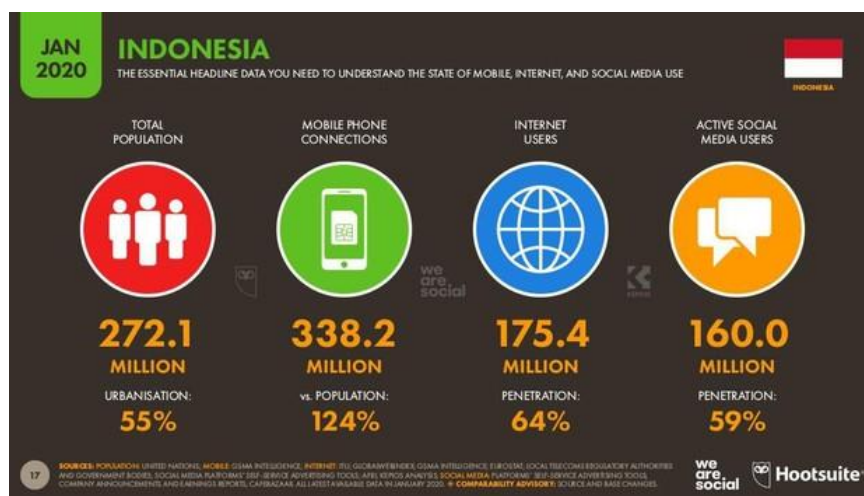
Sumber: www.krl.co.id, 2020

Dengan perkembangan teknologi komunikasi, efisiensi waktu sangat berarti dalam kehidupan sehari-hari dan kemajuan teknologi menawarkan

efisiensi waktu tersebut bagi segala aktivitas manusia. Tak terkecuali dalam cakupan informasi yang perkembangannya semakin pesat dan tidak bisa dihindari lagi pengaruhnya (**Budiman, 2017**).

Masyarakat pada era digital ini dapat mengakses informasi melalui internet tanpa terbatas ruang dan waktu, memanfaatkan internet sebagai sarana pertukaran informasi dan komunikasi dan seolah sudah menjadi kebutuhan pokok bagi masyarakat (**Fathiyah & Rina, 2019**).

Gambar 1. 2
Pengguna Internet di Indonesia tahun 2020



Sumber: *wearesocial.com, 2020*

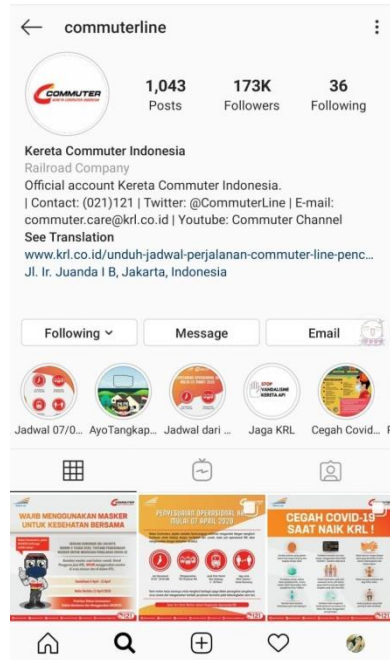
Berdasarkan survey *we ar social* pada januari 2020, disebutkan bahwa ada 175,4 juta pengguna internet di Indonesia. Dalam laporan ini juga diketahui bahwa saat ini masyarakat Indonesia yang merupakan pengguna aktif media sosial sebanyak 160 juta. Berdasarkan total populasi yang berjumlah 272,1 juta jiwa, maka artinya 59% penduduk Indonesia telah merasakan akses ke media

sosial. Akses media sosial saat ini bukan hanya sekadar sebagai sarana hiburan atau untuk berinteraksi dengan pengguna lain akan tetapi menjadi sumber informasi terkait berbagai hal. Adapun media sosial yang paling banyak digunakan oleh pengguna internet di Indonesia, salah satunya adalah Instagram.

Perkembangan media sosial khususnya Instagram menjadikan Instagram sebagai media alternatif untuk mencari informasi. Instagram adalah sebuah aplikasi jejaring sosial untuk berbagi foto dan video. Saat ini Instagram menjadi salah satu media sosial yang populer dikalangan masyarakat dengan jumlah pengguna mencapai 1 Milyar pengguna pada tahun 2020. Berdasarkan survey *we are social* bahwa Instagram menjadi media sosial kelima yang memiliki pengguna aktif setelah Whatsapp, Facebook, Facebook Messenger, dan WeChat.

Sebagai sumber informasi khususnya mengenai operasional KRL, PT Kereta Commuter Indonesia (PT KCI) berinisiatif membuat akun media sosial Instagram @krlcommuterline pada 30 April 2014 yang kemudian pada 16 Mei 2019 mengubah *username*-nya menjadi @commuterline. Selain memberikan atau mengunggah informasi mengenai operasional KRL, akun Instagram @commuterline juga digunakan sebagai media untuk memberikan informasi mengenai fasilitas yang ada di dalam rangkaian kereta maupun stasiun misalnya seperti fasilitas layanan khusus bagi disabilitas dan digunakan juga sebagai media untuk mempublikasikan kegiatan sosialisasi PT KCI.

Gambar 1.3
Tampilan akun Instagram @commuterline



sumber: Instagram @commuterline, 2020

Oleh sebab itu konten yang terdapat dalam Instagram @commuterline seharusnya dapat memenuhi kebutuhan informasi konsumennya sehingga tercapai kepuasan dalam penggunaannya. Dalam hal memenuhi kebutuhan informasi, setiap konsumen memiliki tingkat kepuasan yang berbeda-beda terhadap media yang ada. **Kotler** berpendapat bahwa “Kepuasan adalah menggunakan tingkat perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang ia rasakan dibandingkan dengan harapannya” (**Kotler, 2000: 52**).

Dari hasil penelitian tersebut, peneliti mengharapkan dapat melihat efektif atau tidaknya akun Instagram @commuterline terhadap pemenuhan kebutuhan informasi yang diinginkan oleh khalayaknya yakni followers akun

Instagram @commuterline. Dari latar belakang diatas maka rumusan masalah yang diangkat pada penelitian ini yaitu: **“Sejauhmana efektivitas akun instagram @commuterline terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian di atas, maka peneliti merumuskan identifikasi masalah sebagai berikut:

1. Sejauhmana **Isi Pesan** akun instagram @commuterline terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers?
2. Sejauhmana **Ketepatan Waktu** akun instagram @commuterline terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers?
3. Sejauhmana efektivitas akun Instagram @commuterline terhadap **Kebutuhan Kognitif** followers?
4. Sejauhmana efektivitas akun Instagram @commuterline terhadap **Kebutuhan Afektif** followers?
5. Sejauhmana **efektivitas** akun Instagram @commuterline terhadap **pemenuhan kebutuhan informasi** followers?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui Sejauhmana Efektivitas Akun Instagram @commuterline terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitiannya yaitu:

1. Untuk mengetahui **Isi Pesan** akun instagram @commuterline terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers.
2. Untuk mengetahui **Ketepatan waktu** akun instagram @commuterline terhadap pemenuhan kebutuhan informasi followers.
3. Untuk mengetahui efektivitas akun instagram @commuterline terhadap **Kebutuhan Kognitif** followers.
4. Untuk mengetahui efektivitas akun Instagram @commuterline terhadap **Kebutuhan Afektif** followers.
5. Untuk mengetahui **efektivitas** akun Instagram @commuterline terhadap **pemenuhan kebutuhan informasi** followers.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian ilmu komunikasi di bidang hubungan masyarakat mengenai kegiatan humas dalam memberikan informasi kepada konsumennya melalui media sosial Instagram.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Bagi Peneliti

Kegunaan penelitian ini bagi peneliti secara pribadi adalah sebagai suatu pembelajaran dan sumber pengetahuan baru khususnya mengenai masalah efektif atau tidaknya sebuah akun Instagram dalam pemenuhan kebutuhan informasi followersnya.

2. Bagi Universitas

Penelitian ini diharapkan berguna bagi mahasiswa/I Unikom secara umum, mahasiswa/I Program Studi Ilmu Komunikasi konsentrasi Humas secara khusus sebagai bahan literatur atau bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dalam kajian yang sama.

3. Bagi PT Kereta Commuter Indonesia

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai masukan, evaluasi dan pertimbangan bagi PT Kereta Commuter Indonesia untuk lebih mengembangkan dan meningkatkan konten maupun informasi yang akan di unggah di akun Instagram @commuterline dengan melihat sudah efektif atau tidaknya keberadaan akun Instagram @commuterline sebagai sumber informasi bagi followersnya yang merupakan pengguna KRL.