

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kehadiran jalur tol pasti diperlukan oleh publik luas, sebab membagikan partisipasi yang lumayan besar untuk kelancaran lalu lintas, paling utama dalam menolong memperlancar kepadatan jalur raya serta kemacetan yang kerap terjalin. Salah satunya Badan Usaha Milik Negara (BUMN) yang berhubungan dengan pengelolaan prasarana jalur tol merupakan PT Jasa Marga (Persero) Tbk.

PT Jasa Marga (Persero) Tbk merupakan industri BUMN (Badan Usaha Milik Negara) yang mempunyai kewajiban penting merancang, membuat, melaksanakan serta menjaga jalur tol dan alat kelengkapannya supaya jalur tol bisa berperan selaku jalur bebas hambatan yang membagikan manfaat lebih besar dari jalur biasa bukan tol.

Walau sistem pembayaran konvensional atau cash sudah berpindah ke sistem pembayaran uang elektronik atau E-Toll tetapi masih saja hingga disaat ini kemacetan lalu lintas di ruas tol selalu terjadi, hal itu didasarkan dengan terdapatnya aspek dari human error, arus mudik atau arus libur nasional, bertambahnya pengguna jalan tol, serta kecelakaan yang tentunya di alami dari semua kalangan golongan kendaraan yang menggunakan jalan tol. Dalam hal ini golongan kendaraan yang ada didalam ruas tol terbagi menjadi 5 golongan:

1. Golongan I: Sedan, Jip, Pick Up/Truk Kecil, dan Bus.
2. Golongan II : Truk dengan 2 (dua) gandar

3. Golongan III: Truk dengan 3 (tiga) gandar
4. Golongan IV: Truk dengan 4 (empat) gandar
5. Golongan V: Truk dengan 5 (lima) gandar

Gerbang Transaksi	Volume Kendaraan Lewat Jalan Tol Menurut Gerbang Transaksi dan Golongan Tarif Kendaraan											
	I		II		III		IV		V		Jumlah	
	2019 <sup>1)</sup>	2020	2019 <sup>1)</sup>	2020	2019 <sup>1)</sup>	2020	2019 <sup>1)</sup>	2020	2019 <sup>1)</sup>	2020	2019 <sup>1)</sup>	2020
1. Jagorawi	139.684.333	113.086.646	7.230.273	6.298.053	3.015.416	2.676.843	562.382	481.800	565.520	485.662	151.057.724	123.029.004
1.1. Sistem Tertutup	13.492.103	-	3.438.285	-	1.446.956	-	583.633	-	42.406	-	19.385.037	-
1.2. Sistem Terbuka	139.684.333	113.086.646	7.230.273	6.298.053	3.015.416	2.676.843	562.382	481.800	565.520	485.662	151.057.724	123.029.004
-Ramp TMI & Dukuh	27.938.897	18.658.512	545.613	370.801	106.646	60.870	53.411	37.601	26.110	17.540	286.70686	19.545.423
-Ramp Cibubur	22.216.454	17.827.655	1.030.432	684.203	355.065	248.439	62.755	36.872	30.187	19.073	23.695.904	18.816.242
-Cawang - Cimanggis	89.528.972	76.600.479	5.654.228	5.243.049	2.552.704	2.367.534	448.216	407.237	509.014	449.040	98.691.134	85.067.339
2. Jakarta - Cikampek	126.656.088	112.761.223	18.308.276	15.138.670	7.176.704	6.098.104	3.315.277	2.548.354	2.356.600	1.819.636	157.813.035	141.109.895
2.1. Sistem Tertutup	13.492.103	15.827.092	3.438.285	302.744	1.446.956	71.062	583.633	5.739	42.406	2.691	19.385.037	16.209.328
2.2. Sistem Terbuka	113.163.985	90.848.521	14.869.991	5.265.268	5.729.748	1.871.255	2.731.644	1.002.709	1.932.630	718.623	138.427.998	62.450.283
-Ramp PGT & PGB	20.998.212	14.144.096	350.758	3.370.415	83.325	1.650.041	6.463	824.453	3.923	406.088	21.442.681	20.404.093
-Ramp Cawang-Cikarang	92.165.773	31.941.514	14.519.233	6.200.243	5.645.423	2.406.746	2.725.181	715.453	1.028.707	602.234	116.985.317	41.956.190
3. Jakarta-Tangerang	121.123.147	97.514.996	9.588.043	8.775.177	4.043.026	3.510.186	1.466.379	1.410.860	1.110.051	996.167	137.531.546	112.207.386
4. Cimarang	272.174.663	184.312.543	11.394.291	9.706.596	3.642.563	2.953.879	2.635.276	2.184.204	1.707.346	1.346.874	291.554.139	200.504.096
4.1 Dalam Kota Jakarta	196.181.222	141.213.644	7.841.232	6.534.605	2.350.251	1.926.114	1.923.706	1.519.899	1.204.530	998.805	209.591.033	152.193.067
4.1.1 Cawang-Tomang-Pluit	112.935.915	85.443.720	2.930.490	2.529.656	1.121.874	963.658	557.226	491.588	432.988	338.918	117.983.493	89.767.540
4.1.2 Cawang-TJ,Hide-Pluit	83.245.307	55.769.924	4.910.742	4.004.949	2.228.377	962.456	1.370.572	1.028.311	861.542	659.887	91.607.540	62.425.527
4.2 Sedyatmo	75.993.441	43.098.899	3.553.059	3.171.991	1.292.312	1.027.765	711.478	664.305	412.816	348.069	81.963.106	48.311.029
5. Jln Tol Lingkar Luar Jkt	73.388.672	58.866.740	4.940.886	4.630.331	1.982.784	1.790.814	1.374.068	1.287.065	1.015.965	935.629	82.702.515	67.510.579
5.1 Sekiki W2	32.409.311	22.686.843	676.139	573.154	218.961	147.171	32.748	29.307	19.858	14.042	33.357.017	23.450.517
5.2 Sekiki S	55.882.308	40.817.754	2.381.725	2.103.374	995.886	874.847	1.32.754	120.217	113.529	84.982	59.505.412	44.021.174
5.3 Sekiki E1	26.421.003	22.749.769	3.325.767	3.174.410	1.308.858	1.270.169	398.442	994.397	685.294	644.688	32.726.342	28.743.433
5.4 Sekiki E2	11.203.843	11.050.178	805.837	765.810	377.813	310.884	284.683	227.040	180.493	174.129	12.772.669	12.528.041
5.5 Sekiki E3	401.501	320.652	101.381	94.035	76.989	61.158	151.857	126.045	130.035	102.518	860.863	704.408
5.6 Uluwatu - Pondok Aren	2.953.214	2.059.298	30.762	22.922	1.963	1.432	800	276	285	252	2.985.624	2.084.180
Volume Kendaraan Lewat Jalan Tol Menurut Gerbang Transaksi dan Golongan Tarif Kendaraan												
Volume Kendaraan Lewat Jalan Tol Menurut Gerbang Transaksi dan Golongan Tarif Kendaraan												

Showing 1 to 24 of 24 entries

Gambar 1.1 Volume pengguna jalan tol berdasarkan gerbang transaksi dan golongan tarif kendaraan

2019-2020

Sumber: <https://jakarta.bps.go.id/>

Berdasarkan dari laporan para pengguna tol terhadap sistem pembayaran yang telah ada saat ini masih sering mengalami kendala seperti kesalahan teknis atau masalah lain yang dihadirkan pada mesin itu sendiri. Seperti halnya kesulitan menggapai mesin tapping, saldo E-Toll habis, dsb.<sup>1</sup> Dari adanya kendala tersebut

<sup>1</sup> Stanly Ravel, "Keluhan Pengguna Transaksi Non Tunai di Jalan Tol", Oktober 04, 2022, <https://otomotif.kompas.com/read/2017/09/12/173405515/keluhan-pengguna-transaksi-non-tunai-di-jalan-tol?page=all>

tentu saja memicu kemacetan lalu lintas. Kemacetan lalu lintas di ruas tol tentu saja tidak bisa di hindari oleh para pengguna tol tanpa adanya informasi yang valid. Seiring perkembangan teknologi dan komunikasi saat ini yang telah mengalami banyak tahapan inovasi, dapat meluncurkan platform-platform seperti halnya, platform sosial media, platform berita, platform alat pembayaran, platform asisten digital, dan lain sebagainya. Berkat perkembangan tersebut, kini khalayak dapat mudah mengakses semua keperluan dalam mengirim pesan, menerima pesan, mencari sebuah informasi, dsb.

Peran teknologi informasi dan komunikasi sangat penting penting dan relevan dalam semua bidang kehidupan manusia. Hal tersebut Terbukti hampir seluruh masyarakat di Indonesia pernah mengalaminya menginternalisasi penggunaan internet saat melakukan aktivitas seperti transaksi, belanja, pekerjaan dan lain-lain dll. Dari adanya tuntutan kemajuan teknologi menjadikan arus informasi melalui berbagai media mendorong para pelaku bisnis untuk membuat sebuah wadah yang terhubung antar realita dengan masyarakat yaitu dengan menghadirkan sebuah aplikasi digital. Hal itu membuat PT Jasa Marga (Persero) Tbk mendesain suatu aplikasi yang bernama Travoy( Travel With Comfort and Joy) untuk membagikan segala informasi yang terdapat di dalam lingkup tol. Berikut ilustrasi dari Aplikasi Travoy yang di bikin oleh PT Jasa Marga (Persero) Tbk:



**Gambar 1.2 Aplikasi Travoy**

**Sumber: Website Kompas.com**

Singkatnya, Travoy merupakan asisten digital para pengguna tol berbasis aplikasi yang dirancang oleh PT Jasa Marga (Persero) Tbk. Aplikasi Travoy telah dirilis oleh PT Jasa Marga (Persero) Tbk sejak 2019 lalu, motif latar belakang diluncurkannya Aplikasi Travoy pada saat 2019 adalah membantu para pemudik untuk memperoleh informasi dengan fitur-fitur yang terdapat di dalamnya. Hal itu dapat membantu para pengguna tol khususnya pemudik di saat menggunakan jalan tol. Seiring berjalannya waktu aplikasi Travoy mengalami beberapa pembaharuan sistem, pembaharuan tersebut datang dengan adanya tuntutan perkembangan teknologi masa kini dan juga kritik serta saran dari para pengguna tol ketika menggunakan aplikasi Travoy.

PT Jasamarga (Persero) Tbk. dalam mengelola aplikasi Travoy memiliki situs web resmi serta sosial media seperti Instagram, Twitter dan lain sebagainya. Melalui situs web serta media sosial yang didedikasikan untuk mendukung memberikan informasi tentang berkendara yang aman saat mudik, tips dan trik berkendara dengan kecepatan sesuai peraturan, hari libur nasional dan lainnya kepada masyarakat.

Untuk bisa mendapatkan asisten digital, para pengendara diwajibkan untuk mendownload aplikasi Travoy yang ada di *Play Store dan App Store*. Nantinya, para pengendara dapat merasakan fitur-fitur yang telah tersedia di Aplikasi Travoy, diantaranya sebagai berikut: Travnews, Rest Area, SPBU, Yuk Mampir, *Call Center*, Derek Online, *Panic Shake*, Laporan Anda, Maps & CCTV, dan Travpost.

Humas atau PR merupakan hal yang sudah tidak lumrah dalam suatu lembaga, instansi, perusahaan, dan sebagainya. Di masa kini keberadaan humas di suatu perusahaan dan sebagainya memiliki posisi yang berpengaruh dalam kemajuan si perusahaan tersebut. Seseorang humas dapat dipandang berhasil pada saat mereka dapat membangun hubungan yang baik. Tentu hal itu juga bergantung dari cara humas dalam menggunakan strategi komunikasi yang baik dalam berkomunikasi.

Kedudukan Humas pada tiap perusahaan merupakan sesuatu tatanan yang wajib terdapat sebagai peran fungsional dalam perihal penyebaran data terkait sesuatu aktivitas perusahaan baik pada di dalam maupun di luar perusahaan pada khususnya terhadap publik sehingga kedudukan serta peranannya hubungan masyarakat mempunyai kepentingan terkait dalam mengembangkan perusahaan.

Strategi komunikasi menggambarkan kombinasi perencanaan komunikasi dalam menggapai tujuan yang telah ditetapkan. Dalam pelaksanaannya strategi komunikasi wajib memilah metode apa yang baik untuk berinteraksi, karna terdapat kaitannya dengan sarana yang kelak di gunakan. Strategi komunikasi jadi langkah dini yang nantinya bisa memutuskan gimana komunikasi akan di

laksanakan. Oleh karena itu, adanya pertimbangan dapat memperhitungkan faktor pendukung dan juga penghambat dari memperhatikan tahapan serta langkah-langkah dalam strategi komunikasi.<sup>2</sup>

Sosialisasi merupakan proses dimana individu menerima kemudian menggeneralisasikan pola-pola serta kebudayaan mereka. Dalam hal ini proses sosialisasi berlangsung interaktif. Dengan begitu, individu akan mengetahui serta melaksanakan hak dan kewajibannya berlandaskan perannya. Menurut Bruce J. Cohen tujuan dari sosialisasi diantaranya yaitu, bertujuan untuk mempersiapkan keterampilan, membuat komunikasi yang efektif dalam konteks kemampuan membaca, menulis, serta berbicara, melatih mawas diri yang akurat, membuat individu dapat beradaptasi dengan nilai ataupun kepercayaan yang ada di masyarakat, serta membentuk sistem perilaku melalui pengalaman.<sup>3</sup>



---

<sup>2</sup> Uud Wahyudin. "Strategi Komunikasi Lingkungan Dalam Membangun Kepedulian Masyarakat Terhadap Lingkungan". *Jurnal Common*, Vol. 1, No. 2, 2017. hlm. 133

<sup>3</sup> Isabella. "Sosialisasi Wawasan Kebangsaan Sebagai Upaya Penguatan Ketahanan Nasional Indonesia". *Jurnal Pemerintahan dan Politik*, Vol. 3, No. 1, 2018, hlm. 3

Dalam hal ini sosialisasi yang telah dilakukan oleh PT Jasa Marga (Persero) Tbk di dalam Aplikasi Travoy diantaranya seperti, press release<sup>4</sup>, konferensi pers<sup>5</sup>, serta bekerjasama dengan media massa yang ada di masa kini. Peran humas PT Jasa Marga dalam mengedukasi masyarakat khususnya para pengguna jalan tol sangatlah berguna, hal tersebut juga merupakan salah satu kunci kesuksesan agar sosialisasi dari aplikasi Travoy dapat tertuju dengan baik. Melalui pendekatan seperti pendekatan persuasif dan edukatif humas PT Jasa Marga bisa meningkatkan strategi komunikasinya. Pendekatan persuasif yaitu dengan memrepresentasikan aplikasi Travoy kepada masyarakat secara langsung ataupun tidak langsung, melakukan monitoring dengan mengunjungi komunitas secara langsung ataupun tidak langsung. Dengan hal itu dapat mewujudkan komunikasi dua arah atau timbal balik, dan tentunya dapat membangun sarana komunikasi yang menghasilkan informasi lebih detail yang bersifat edukatif kepada masyarakat bagaimana menghadapi keluhan yang dirasakan.

Humas PT Jasa Marga dalam melakukan sosialisasi terkait inovasi terbaru kepada khalayak tentu membutuhkan strategi yang tersusun dengan baik, hambatan-hambatan tentu saja bisa terjadi ketika sosialisasi tersebut dilakukan, dengan itu disini peneliti ingin mengetahui bagaimana Strategi Komunikasi Humas PT Jasa Marga (Persero) Tbk dalam Mensosialisasikan Aplikasi Travoy.

---

<sup>4</sup>Jasa Marga, “Akomodir Kebutuhan Pengguna Jalan Dalam Satu Aplikasi Terintegrasi, Jasa Marga Luncurkan Travoy 3.0”, April 03, 2022, <https://www.jasamarga.com/public/id/aktivitas/detail.aspx?title=Akomodir%20Kebutuhan%20Pengguna%20Jalan%20Dalam%20Satu%20Aplikasi%20Terintegrasi.%20Jasa%20Marga%20Luncurkan%20Travoy%203.0>

<sup>5</sup> Kompas.com, “Jasa Marga Keluarkan Aplikasi Travoy” Mei 27, 2019, <https://megapolitan.kompas.com/read/2019/05/27/14080661/jasa-marga-keluarkan-aplikasi-travoy>

## 1.2 Batasan Masalah

Berlandaskan latar belakang masalah yang sudah dipaparkan diatas, peneliti membuat batasan dengan tujuan agar penelitian tersebut terarah dalam suatu pembahasan sehingga tujuan penelitian tercapai. Adapun batasan masalahnya adalah Strategi Komunikasi Humas PT Jasa Marga (Persero) Tbk dalam Mensosialisasikan Aplikasi Travoy (Travel With Comfort and Joy)

## 1.3 Rumusan Masalah

Berlandaskan uraian latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, sehingga tersusunlah rumusan masalah pada penelitian ini sebagai berikut:  
Bagaimana strategi komunikasi PT Jasa Marga (persero) Tbk dalam mensosialisasikan aplikasi Travoy?

## 1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan utama pada penelitian ini ialah untuk mengetahui strategi komunikasi Humas PT Jasa Marga (persero) Tbk dalam mensosialisasikan aplikasi Travoy.

## 1.5 Manfaat Penelitian

Dari penelitian ini diharapkan sanggup memberikan manfaat dengan cara teoritis serta praktis selaku selanjutnya:

### a. Manfaat Teoritis:

Manfaat teoritis, dengan riset ini diharapkan dapat memajukan penelitian ilmu komunikasi, memberi wawasan mengenai strategi komunikasi yang dibutuhkan dalam mensosialisasikan suatu aplikasi asisten digital.



## **b. Manfaat Praktis:**

Penelitian ini diharapkan bisa dijadikan sebagai rekomendasi agar pembaca lebih memahami tentang strategi komunikasi. Mampu memberikan gambaran yang jelas bagi PT Jasa Marga (Persero) Tbk guna menentukan rencana strategi komunikasi dalam mensosialisasikan sebuah inovasi terbaru untuk para pengguna tol nantinya.

## **1.6 Sistematika Penulisan**

Dalam menyusun penelitian ini, peneliti menjabarkan tiap-tiap bab serta beberapa sub bab yang isinya berkaitan satu sama lain, dengan maksud agar lebih mudah untuk dipahami nantinya. Adapun sistematika penulisan proposal penelitian ini, diantaranya sebagai berikut:

### **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini menjelaskan terkait latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

### **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini membahas tentang landasan teori atau landasan konseptual yang relevan, dalam bab ini juga terdapat kerangka berfikir.

### **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini membahas terkait gambaran objek penelitian, teknik pengumpulan data, teknik penarikan informan, analisis data, dan juga perencanaan lokasi serta jadwal penelitian.

### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan penjabaran mengenai hasil penelitian secara keseluruhan terkait

fokus penelitian yang telah dibahas, mencakup tentang gambaran umum objek penelitian, biodata informan, hasil penelitian berbentuk wawancara peneliti dengan subjek penelitian dan pembahasan mengenai hasil penelitian.

## BAB V KESIMPULAN DAN SARAN

BAB V sebagai penutup dari skripsi yang dibuat oleh peneliti, yang berisikan kesimpulan serta saran dari hasil penelitian yang diberikan oleh peneliti.

