

Strategi Humas DPP Organda Dalam Mengubah Opini Angkutan Umum di Masyarakat

Devy Putri Kussanti¹, Arvin Hardian²

^{1,2}Program Studi Hubungan Masyarakat, Universitas Bina Sarana Informatika

Jl. Kayu Jati V Pemuda, Rawamangun Jakarta, Indonesia

devy.dpk@bsi.ac.id, arvin.arh@bsi.ac.id

ABSTRAKSI

Opini pribadi yang sifatnya personal terkadang dapat dengan mudah dan cepat berubah menjadi opini masyarakat. Hal ini jika berkaitan dengan fasilitas umum yang banyak digunakan oleh masyarakat, seperti contohnya transportasi darat. Adalah angkutan umum yang identik dengan moda transportasi favorit masyarakat perkotaan. Dengan demografis perkotaan yang menuntut banyak aspek dari murah, efisien, jumlahnya banyak dan bisa istirahat tanpa harus berkendara sendiri sudah menjadi hal lumrah jika angkutan umum menjadi idola masyarakat. Tetapi dengan adanya opini masyarakat mengenai ketidaknyamanan ketika menggunakan angkutan umum karena supir berkendara secara ugul-ugalan membuat status idola angkutan umum bergeser menjadi transportasi yang membuat was-was baik bagi pengguna angkutan maupun bagi pihak pengguna jalan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dengan menjabarkan dan menganalisa strategi yang digunakan DPP Organda dalam upaya mengubah opini angkutan umum di masyarakat perkotaan. Hal inilah yang kemudian menjadi catatan bagi berbagai pihak untuk lebih mengedepankan fasilitas yang baik dalam melayani masyarakat.

Kata Kunci: Strategi Humas, Opini.

ABSTRACT

Personal opinions that are personal sometimes can easily and quickly become public opinion. This is related to public facilities that are widely used by the community, such as land transportation. Is public transportation that is identical to the favorite mode of transportation for urban communities. With an urban demographic that demands many aspects, from cheap, efficient, large in number and being able to rest without having to drive alone, it has become commonplace if public transportation has become the people's idol. But with the existence of public opinion about the inconvenience of using public transportation because drivers drive recklessly, the status of public transportation idol has shifted to transportation, which causes anxiety both for transportation users and for road users. This study used a qualitative descriptive method by describing and analyzing the strategies used by the Organda DPP in an effort to change the opinion of public transport in urban communities. This has become a note for various parties to prioritize good facilities in serving the community.

Keyword: Public Relations Strategy, Opinion.

PENDAHULUAN

Sudah sejak dahulu masyarakat diperkotaan tidak akan lepas dengan keberadaan angkutan umum, meskipun angkutan umum tidak nyaman kendaraan pribadi. Hal inilah yang kemudian menjadikan angkutan umum menjamur di berbagai pelosok kota Jakarta dan sekitarnya. Dengan berbagai alasan yang subjektif masyarakat memberikan pandangan mereka mengenai mengapa harus memilih angkutan umum sebagai moda transportasi keseharian mereka. Diantaranya ialah biaya yang murah dimana mereka dapat menekan biaya pengeluaran bulanan dengan menggunakan angkutan umum, tidak capek dalam berkendara bagi mereka yang biasa membawa sendiri motor atau mobil dalam bepergian. Tetapi jika dipandang dari segi objektif, manfaat masyarakat beralih ke angkutan umum diantaranya dapat mengurangi tingkat kemacetan diperkotaan, membantu mengurangi emisi gas rumah kaca

yang berasal dari polusi kendaraan pribadi, dapat bersosialisasi dengan orang lain dan secara tidak langsung ikut berperan serta dalam mentaati kebijakan pemerintah mengenai penekanan polusi udara yang dihasilkan oleh kendaraan bermotor.

Moda transportasi umum yang kerap kali mendapatkan banyak perhatian dari masyarakat berupa transportasi kendaraan kecil menengah dengan jarak tempuh antar wilayah Jakarta dan sekitarnya seperti mikrolet, KWK koasi, metromini, kopaja dan sejenisnya. Tetapi kini transportasi kendaraan kecil menengah tersebut sudah mulai tidak diperhatikan oleh masyarakat, hal ini dikarenakan adanya transportasi berbasis online seperti Gojek dan Grab yang memiliki berbagai fitur transportasi baik kendaraan roda dua hingga roda empat dan bahkan memiliki fitur untuk digunakan pesan antar makanan atau pengiriman barang. Perubahan yang dialami oleh

transportasi umum kendaraan kecil dan menengah pasca kehadiran transportasi berbasis online dikarenakan masyarakat sudah mulai tidak nyaman baik dari segi kondisi kendaraan hingga supirnya, banyak keluhan yang disampaikan masyarakat kepada pihak yang bersangkutan mulai dari supir yang ugal-ugalan ketika berkendara, kendaraan yang tidak layak beroperasi hingga krisis ketidakpercayaan masyarakat berkenaan tindak kejahatan dan asusila di dalam transportasi umum. Opini yang berkembang di masyarakat mengenai angkutan umum saat ini tidak bisa diabaikan, hal ini berkenaan dengan nama baik seluruh pihak yang mewadahi keberadaan dari transportasi umum tersebut.

Opini masyarakat dapat meruntuhkan perekonomian para supir angkutan umum dan juga pihak-pihak yang berada dalam lingkaran tersebut. Dimana dalam (Cangara, 2011) menyatakan bahwa opini publik atau pendapat umum merupakan gabungan pendapat perseorangan mengenai suatu isu yang dapat mempengaruhi orang lain, serta memungkinkan seseorang dapat mempengaruhi pendapat-pendapat tersebut. Ini berarti pendapat umum hanya bisa terbentuk kalau menjadi bahan pembicaraan umum, atau jika banyak orang penting (elite) mengemukakan pendapat mereka tentang suatu isi sehingga bisa menimbulkan pro atau kontra di kalangan anggota masyarakat.

Hal inilah yang dialami oleh transportasi darat saat ini, dimana opini yang merebak berawal dari salah satu pengguna transportasi yang merasa tidak puas dan tidak nyaman dengan pelayanan transportasi umum. Kemudian menceritakan pengalamannya kepada orang lain disertai beberapa kasus yang telah diberitakan di media massa mengenai ketidaknyamanan transportasi darat yang ugal-ugalan dan tidak layak beroperasi, sehingga semakin lengkap pula opini negatif yang terbentuk di masyarakat mengenai transportasi umum.

Oleh karena itulah kehadiran angkutan umum berbasis online ibarat solusi yang dinanti-nanti oleh masyarakat. Selain memiliki fitur yang beragam, transportasi berbasis online tidak mewajibkan penumpang membayar dengan uang cash dan penumpang diperlakukan layaknya “raja” karena dijemput dan diantar sesuai lokasi keberadaan mereka. Hal ini pula yang tidak dimiliki oleh transportasi umum kendaraan kecil menengah. Meskipun tarif transportasi berbasis online jauh di atas transportasi umum kendaraan kecil dan menengah tetapi masyarakat tidak keberatan dan hingga saat ini masih mengidolakan transportasi berbasis online sebagai moda transportasi keseharian mereka.

Organisasi Angkutan Darat (Organda) selama ini memiliki peran yang cukup strategis dalam melakukan pembinaan pengusaha angkutan umum di Indonesia. Dalam program kerja DPP Organda 2019 sedikitnya ada tiga konsentrasi pengembangan yakni: angkutan penumpang, barang dan organisasi, masing-masing memiliki target yang terukur. DPP Organda mengharapkan perbaikan sistem transportasi, terutama di sektor angkutan penumpang umum di jalan. Oleh karena itulah DPP

Organda membuat sebuah strategi untuk mengatasi permasalahan ini.

Mintzberg dalam (Solihin, 2012) memperluas konsep strategi dan mendefinisikan strategi dengan memperhatikan berbagai dimensi dari konsep strategi, yang diberi nama “5 P’s of Strategy”, 4 yaitu: 1) *Strategy is a plan*: Terdapat dua karakteristik strategi, yaitu strategi direncanakan terlebih dahulu, dan strategi kemudian dikembangkan dan diimplementasikan. 2) *Strategy as a Ploy*: Strategi merupakan suatu maneuver yang spesifik untuk memberi isyarat mengancam kepada pesaing perusahaan. 3) *Strategy as a Pattern*: Strategi sebuah pola yang menunjukkan serangkaian tindakan yang dilakukan oleh manajemen dalam mencapai *goals*. 4) *Strategy as a position*: Strategi menunjukkan berbagai keputusan yang dipilih oleh organisasi untuk memposisikan organisasi dalam lingkungan perusahaan. 5) *Strategy as a perspective*: Strategi menunjukkan perspektif dari para strategist (pembuat keputusan perusahaan) didalam memandang dunianya.

Hal ini dilakukan secara menyeluruh dan melibatkan stakeholder terkait. Dengan adanya permasalahan diatas maka sebagai organisasi yang mewadahi suara seluruh transportasi umum di Indonesia, DPP Organda melakukan transformasi internal dengan ikut melibatkan diri dalam sertifikasi angkutan umum. Hal ini ditujukan untuk merebranding opini masyarakat mengenai angkutan umum yang seringkali berkendara secara ugal-ugalan di jalan raya dan membuat tidak nyaman para penumpang. Dikarenakan *human error* yang berasal dari supir angkutan umum inilah maka angka ketertarikan atau minat masyarakat dalam menggunakan jasa transportasi angkutan umum kian hari kian menurun. Upaya yang dilakukan DPP Organda diharapkan dapat membangun kembali kepercayaan masyarakat terhadap angkutan umum di Jakarta.

METODOLOGI

Metode yang digunakan ialah deskriptif kualitatif, dimana Menurut (Kriyantono, 2010) “jenis riset ini memiliki tujuan membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta, dan sifat-sifat populasi atau objek-objek tertentu”.

Menurut (Ardianto, 2010) “data yang dikumpulkan dalam penelitian kualitatif mengambil bentuk kata-kata ataupun gambar dari pada angka-angka. Hasil penelitian tertulis berisi kutipan-kutipan dari data untuk mengilustrasikan dan menyelidiki bukti presentasi”. Sedangkan menurut (Kriyantono, 2010) “riset kualitatif merupakan riset yang menggunakan cara berpikir induktif, yaitu cara berpikir yang berangkat dari hal-hal yang khusus (fakta empiris) menuju hal-hal yang umum (tataran konsep)”.

Pendekatan metode kualitatif digunakan karena beberapa pertimbangan. *Pertama*, menyesuaikan metode kualitatif lebih mudah apabila berhadapan dengan kenyataan jamak. *Kedua*, metode ini menyajikan secara langsung hakikat hubungan antara peneliti dan responden. *Ketiga*, metode ini lebih peka dan lebih dapat

menyesuaikan diri dengan banyak penajaman pengaruh bersama terhadap pola-pola nilai yang dihadapi (Moleong, 2014).

Melalui metode ini dilakukan observasi tidak langsung dan juga analisa media terhadap implementasi Humas DPP Organda dalam rebranding opini masyarakat terhadap angkutan umum. Fenomena yang melekat di masyarakat menjadi sebuah kasus yang harus terpecahkan demi kenyamanan masyarakat umum.

HASIL DAN PEMBAHASAN

DPP Organda pertama kali dibentuk pada tanggal 30 Juni 1962 bertempat di Selecta (Malang), merupakan penggabungan organisasi-organisasi pengusaha angkutan yang ada. Organisasi ini bertujuan untuk membina dan mengembangkan kemampuan serta profesionalisme para anggota, menuju terwujudnya dunia usaha angkutan jalan di Indonesia yang kuat, efektif, efisien, inovatif dan berdaya saing tinggi.

Bersamaan dengan hal tersebut, kehidupan politik ikut mempengaruhi kehidupan organisasi-organisasi kemasyarakatan, dimana didalamnya terdapat banyak sekali organisasi angkutan umum dengan kendaraan bermotor yang merupakan kelompok-kelompok usaha jasa angkutan umum dengan orientasi yang berbeda beda. Diantaranya adalah: Ikatan Perserikatan Pengusaha Otobis Seluruh Indonesia (IPPOSI), Organisasi Pengangkutan Nasional Indonesia (ORPENI), Federasi Gabungan Prahoto Indonesia (FEGAPRI), Gabungan Angkutan Darat Veteran Indonesia (GANDAVETRI). Dan masih banyak lagi kelompok-kelompok kecil yang tidak terhitung jumlahnya.

Dengan mempelajari keseluruhan azas dan tujuan organisasi-organisasi tersebut, seluruh pimpinan organisasi-organisasi usaha jasa angkutan umum melebur organisasi tersebut dalam satu wadah organisasi yang disebut Organisasi Angkutan Darat, yang disingkat Organda. Pada perkembangannya, Organda telah mampu menampilkan diri sebagai suatu wadah yang dapat menampung dan menyalurkan aspirasi para anggotanya. Dan atas dasar pertimbangan tersebut Pemerintah melalui Surat Keputusan Menteri Perhubungan Darat, Pos, Telekomunikasi dan Pariwisata Nomor L. 25/1/18/1963 tanggal 17 Juni 1963 mengukuhkan Organda sebagai Organisasi Tunggal dalam bidang angkutan bermotor di jalan raya.

Dalam setiap permasalahan yang muncul berkaitan dengan moda transportasi darat semaksimal mungkin Organda akan menjadi wadah aspirasi dan penengah agar tercapainya solusi bersama. Dalam kasus saat ini transportasi umum kendaraan kecil menengah di Jakarta yang pada awalnya menjadi primadona bagi masyarakat karena tarifnya yang terjangkau dan banyaknya trayek di wilayah padat penduduk kini berangsur kurang diminati oleh masyarakat dan banyak mendapat keluhan mengenai ketidaknyamanan, attitude driver yang kurang baik (memotong jalan berlawanan, kebut-kebutan dengan driver lain agar dapat penumpang, merokok pada saat mengemudi sehingga asapnya

mengenai penumpang, menerima panggilan telepon atau smsn pada saat mengemudi), sarana atau kondisi angkutan yang sudah tidak layak pakai (banyak yang berkarat, mogok, bangkunya sobek-sobek dan lampu dalam tidak menyala pada saat malam hari) hingga pada banyaknya tindakan kejahatan dan asusila di dalam kendaraan umum.

Ditengah hujan keluhan dari masyarakat yang melanda transportasi umum kendaraan kecil menengah muncul transportasi berbasis online yang memberikan banyak pelayanan baik dari segi perjalanan, pengiriman barang, pembelian makanan secara delivery, hingga pada layanan membersihkan rumah dan banyak lagi pelayanan lainnya yang dimiliki oleh pihak transportasi berbasis online. Sebut saja Gojek dan Grab yang pada awal kemunculannya mereka melihat kondisi dan permasalahan yang sedang dialami oleh transportasi umum saat ini. Sehingga tidak diragukan lagi Gojek dan Grab ibarat "menutup" kekurangan dari transportasi umum kecil menengah.

Hal tersebut menjadi sebuah opini publik bahwa di jaman sekarang penggunaan transportasi online lebih baik daripada transportasi umum. Melalui suatu intraksi, opini individu bisa saja menjadi konsensus sehingga tercipta opini publik. Opini, sikap dan perilaku tidak dapat dipisahkan. Opini adalah jawaban lisan pada seseorang yang telah memberi respon atau tanggapan kepada stimulus di mana dalam situasi atau kondisi yang pada umumnya diajukan suatu pertanyaan (Mundiri, 2017).

Berdasarkan situasi tersebutlah maka DPP Organda sudah seharusnya turun tangan dalam menindaklanjuti keadaan yang kedepannya tidak hanya merugikan supir angkutan umum dan penumpang tetapi juga akan merugikan para pengusaha angkutan umum. Sebuah tindakan yang dimulai dari dalam (internal) diharapkan kedepannya akan mengubah pandangan dunia luar (eksternal) sehingga perubahan menjadi lebih baik akan dirasakan oleh kedua belah pihak.

Strategi yang digunakan oleh DPP Organda untuk mengatasi permasalahan yang sedang dihadapi angkutan umum kendaraan kecil menengah perihal keluhan cara berkendara supirnya ialah dengan mengubah opini transportasi umum menjadi lebih baik di mata masyarakat. Hal tersebut diawali dengan diikutsertakannya DPP Organda dalam sertifikasi angkutan umum yang diperuntukkan bagi para pengusaha angkutan umum agar kedepannya dapat dengan mudah mengawasi dan menyeleksi dengan ketat seperti apa dan siapa saja yang diperbolehkan mendapatkan sertifikasi tersebut.

Dalam mengubah opini angkutan umum perlu juga adanya publikasi ke masyarakat agar *mindset* masyarakat berubah yang sebelumnya memiliki citra negatif terhadap angkutan umum, menjadi memiliki citra yang positif. Strategi selanjutnya yang dilakukan oleh DPP Organda ialah dengan memediasi pengusaha transportasi darat dengan pemerintah perihal payung hukum transportasi online dan juga peraturan kejar setoran yang di klaim sebagai salah satu penyebab mengapa supir berkendara dengan ugal-ugalan. Hal ini sudah tentu menjadi sebuah agenda penting bagi pihak yang memiliki

kepentingan dan memiliki tanggung jawab pula untuk menciptakan solusi yang kedepannya dapat menguntungkan dan membuat nyaman masyarakat yang menggunakan transportasi umum.

Kedua strategi yang dilancarkan oleh DPP Organda hingga saat ini masih berjalan dan kedepannya tidak menutup kemungkinan untuk dilakukannya kegiatan Humas lainnya sebagai upaya meredam opini negatif yang beredar di masyarakat terhadap angkutan umum darat.

KESIMPULAN

Seperti yang kita ketahui bahwa opini yang semakin berkembang dimasyarakat dapat menjadi bom waktu apabila tidak segera diatasi. Hal ini berkenaan dengan adanya suatu kepentingan baik itu internal maupun eksternal. Masyarakat jaman sekarang sudah canggih dan pintar, ketika media tradisional sudah dirasa tidak membawa kemudahan dan nyaman bagi mereka maka mereka akan segera beralih ke media modern yang berbasis internet. Hal tersebut sama pula diibaratkan dengan kendaraan, transportasi umum yang dinilai tidak memberikan nilai kenyamanan dan cenderung berubah maka lambat laun akan ditinggalkan oleh masyarakat dan mereka akan beralih ke transportasi online. Opini masyarakatlah yang pada dasarnya menciptakan pergeseran habits bertransportasi masyarakat umum. Dikarenakan hal inilah DPP Organda memberikan beberapa strategi bagi pihak terkait perihal upaya merubah opini masyarakat terhadap transportasi umum darat.

Strategi yang digunakan oleh DPP Organda untuk mengatasi permasalahan yang sedang dihadapi angkutan umum kendaraan kecil menengah perihal keluhan attitude drivernya ialah dengan meminta diikutsertakan dalam kegiatan sertifikasi angkutan umum serta mengadakan integrasi antara pengusaha transportasi darat dengan pemerintah perihal payung hukum transportasi online dan juga peraturan kejar setoran yang di klaim sebagai salah satu penyebab mengapa supir berkendara dengan ugal-ugalan.

REFERENSI

- Ardianto Elvinaro. 2010. Metodologi Penelitian untuk Public Relations. Bandung: Simbiosis Media.
- Cangara, Hafid. 2011. Komunikasi Politik: Konsep, Teori dan Strategi. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta: Kencana
- Lexy J. Moleong, (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*, Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Mundiri, A. (2017). Organizational Culture Base On Total Quality Management In Islamic Educational Institution. ADRI International Journal Of Islamic Studies and Social Sciences
- Sholihin, Ismail. (2012). *Manajemen Strategi*, Bandung: Erlangga.s