

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1. Latar Belakang**

Jalan tol menjadi infrastruktur transportasi yang sangat penting dalam suatu negara, dikenal sebagai jalan bebas hambatan serta didesain khusus untuk kendaraan roda 4 sebagai pilihan alternatif bebas hambatan untuk membantu mengurangi kemacetan lalu lintas dan memastikan efisiensi transportasi. Menurut Pasal 1 Ayat 2 Peraturan Pemerintah Nomor 15 tahun 2005 Tentang Jalan Tol, jalan tol adalah jalan umum yang merupakan bagian dari sistem jaringan jalan dan sebagai jalan nasional yang penggunaannya harus membayar tol. (Khasanah, Nugraha, & Kokotiasa, 2017). Sebuah negara berkembang seperti Indonesia memiliki tekad yang kuat dalam melakukan pembangunan sarana dan prasarana guna mendukung berbagai aspek kehidupan, salah satunya yaitu infrastruktur (Puspitasari & Santoso, 2018). Meningkatnya arus globalisasi saat ini juga sangat mempengaruhi berbagai sektor dimana salah satunya merupakan sektor perusahaan pengembang jalan tol (Arini & Dwiyantri, 2015).

Indonesia sendiri memiliki beberapa perusahaan pengembang jalan tol yang bekerja sama untuk membangun dan menghubungkan berbagai daerah di Indonesia melalui konektivitas jalan tol. Menurut data Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) menunjukkan bahwa total 2822,09 KM jalan tol di seluruh Indonesia dioperasikan oleh beberapa Badan Usaha Jalan Tol (BUJT), termasuk PT Jasa Marga (Persero) Tbk, PT Citra Marga Nusaphala Persada Tbk, PT Hutama Karya (Persero), PT Trans Bumi Serbaraja, dan banyak lagi. (Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat, 2023)

Tabel 1.1 Data Jalan Tol Operasi  
Sumber: Bpjt.pu.go.id

DATA JALAN TOL OPERASI						
Bidang Sistem Informasi Layanan Jalan Tol, Sekretariat BPJT						
Status 26 Oktober 2023						
No.	Nama Ruas Jalan Tol	Badan Usaha Jalan Tol (BUJT)	Panjang (Km)	Tanggal Operasi	Tanggal Peresmian	Keterangan
<b>JAWA</b>						
1	Jakarta - Bogor - Cikar	PT Jasa Marga (Persero) Tbk	59,00	29 Maret 1979	09 Maret 1979	
2	Paniki - Selonggelo	PT Jasa Marga (Persero) Tbk	12,90	07 April 1982	13 April 1982	
3	Cinching - Tomang - Pabelan (C1C)	PT Jasa Marga (Persero) Tbk	25,50	30 April 1987	22 April 1997	
4	Cinching - Tlogomas - Ambar - Jombatan - Tigapuluh	PT Cita Marga Nusantara Perkabdi, Tbk	27,00	10 November 1989	10 November 1989	
5	JORR B	PT Hutama Karya (Persero)	14,20	04 Agustus 1994	04 Agustus 1994	
6	JORR MON B	PT Jasa Marga (Persero) Tbk	31,10	28 Agustus 2007	28 Agustus 2007	
7	JORR W1 (Kediri-Jawa - Panjaringan)	PT Jakarta Lingkar Barabatu	8,85	22 Februari 2010	22 Februari 2010	
8	JORR W2 (Jawa - Kediri-Jawa - Uluwatu)	PT Marga Lingkar Jakarta	7,87	27 Desember 2013	27 Desember 2013	
9	Akasa Tanjung Pakeh	PT Hutama Karya (Persero)	11,40	17 April 2017	19 April 2017	
10	Ramp Ring Road Satek-08 (Satek Selatan - Satek Utara, Satek)	PT Marga Satek Jember	11,30	23 November 2020	23 November 2020	
11	Cherok-Jangsal	PT Translogstar Kita Jaya	14,80	03 Februari 2012	03 Februari 2012	
12	Pondok Aren - Bantar Maduk - Uluwatu	PT Jasa Marga (Persero) Tbk	5,55	02 Februari 1999	02 Februari 1999	AGOGGTABEK
13	Pondok Aren - Bopong	PT Bontoe Bopong Damer	7,24	02 Februari 1999	02 Februari 1999	
14	Rebek - Cibeung - Kumpang Meku	PT Reboke Kumpang Dynamis Mega	10,30	30 November 2017	08 November 2017	
15	Decen - Jatisari	PT Cita Widyaharta	12,10	28 September 2018	27 September 2018	
16	Aurimas - Sarung	PT Marga Taka Nusantara	11,15	06 Desember 2019	06 Desember 2019	
17	Cibeungah - Cikung Satek 1 - Jan 24 Luncur Cibeungah - Simang Bunuh Cikung	PT Cimangsa Cikung Tolway	6,62	26 Oktober 2020	-	
18	Setung - Cikung	PT Cewa Setung Jaya	10,10	01 April 2021	01 April 2021	
19	Candilung - Satek - Cean - Kuningan	PT Jansangga Kuningan Candilung	14,10	01 April 2021	01 April 2021	
20	Cikung - Cikung Satek 1-4	PT Cikung Tanjung Prik Prut Tolway	34,30	19 Juli 2021	20 September 2022	
21	B (Eyang) Ruas Duren Kiri Jakarta Satek A (Wilayah Satek - Pulo Gedangan)	PT Jakarta Tolway Development Ayo Parana	5,20	23 Agustus 2021	23 Agustus 2021	
22	Setung - Bangsa Satek 1 (Bopong - SD CBO)	PT Tera Bumi Setung	3,87	29 September 2022	20 September 2022	
<b>TOTAL JAWA</b>			<b>584,59</b>			
<b>JABODETABEK</b>						
23	Tangerang - Mook	PT Marga Mardelastika	75,00	13 Juli 1992	13 Juli 1992	
24	Jakarta - Tangerang	PT Jasa Marga (Persero) Tbk	32,00	27 November 1994	27 November 1994	
25	Jakarta - Cikampek	PT Jansangga Transjawa Tol	83,00	31 September 1986	21 September 1986	
26	Jatiluhur - Leuwik MDC Satek Muhammadiyah Bin Zuardi	PT Jansangga Jatiluhur Cikeaspek	36,00	12 Desember 2018	12 Desember 2018	
27	Cikampek-Palimanan	PT Lantia Marga Badaya	116,76	15 Juni 2015	13 Juni 2015	
28	Palimanan - Kandi	PT Jansangga Transjawa Tol	25,20	24 Januari 1996	24 Januari 1996	
29	Kandi - Pejaan	PT Satek Marga Raya	35,00	26 Januari 2010	26 Januari 2010	
30	Pejaan - Persembung	PT Pejaan Persembung Tol Road	57,50	09 Juni 2018	16 Juni 2018	
31	Persembung - Batang	PT Persembung Batang Tol Road	34,20	21 Desember 2018	09 November 2018	
32	Semarang - Batang	PT Jansangga Semarang Batang	75,00	21 Desember 2018	20 Desember 2018	TRANS JAWA
33	Semarang Satek A & C	PT Jansangga Transjawa Tol	24,75	08 Juli 1983	08 Juli 1983	
34	Semarang-Solo	PT Trans Marga Jelang	72,95	10 November 2011	10 November 2011	
35	Solo Ngawi	PT Jansangga Solo Ngawi	90,12	19 Juli 2018	19 Juli 2018	
36	Ngawi - Kertosono	PT Jansangga Ngawi Kertosono Rekti	47,25	20 Maret 2018	20 Maret 2018	
37	Kertosono - Mojokerto	PT Marga Highway Urdahatani	40,20	18 Oktober 2014	10 Oktober 2014	
38	Sidoarjo - Madiunan	PT Jansangga Sidoarjo Madiunan	30,27	26 Agustus 2011	26 Agustus 2011	
39	Sidoarjo - Gempol	PT Jansangga Transjawa Tol	48,80	28 Juli 1999	28 Juli 1999	
40	Gempol - Pacitan	PT Jansangga Gempol Pacitan	34,00	31 Maret 2017	31 Maret 2017	
41	Gempol - Palimbang	PT Jansangga Palimbang Tol	13,41	12 Juni 2018	12 Juni 2018	
42	Pacitan-Perabogo	PT Trans Jawa Pasopas Jalan Tol	40,38	10 Juni 2018	10 April 2018	
<b>TOTAL TRANS JAWA</b>			<b>3065,90</b>			
<b>DIAN TRANS JAWA</b>						
43	Pakembang - Cibeun	PT Jasa Marga (Persero) Tbk	64,40	11 Maret 1991	11 Maret 1991	
44	Sukoharjo - Cikole	PT Margabumi Mahadaya	20,70	08 Maret 1993	08 Maret 1993	
45	Cikampek - Pakembang	PT Jasa Marga (Persero) Tbk	68,80	04 April 2006	26 April 2006	
46	Bopong Satek Wini - Bendul - Juanda	PT Cita Mangrove Surabaya	12,90	27 April 2008	27 April 2008	
47	Jatiluhur-Sidoarjo-Mabura	PT Jasa Marga (Persero) Tbk	5,45	10 Juni 2008	10 Juni 2008	
48	Sarang Ponorogo	PT Cita Marga Lantia Jabar	8,15	27 November 2017	04 Desember 2017	
49	Cikole - Sukoharjo (Cikole - Cikole)	PT Trans Jabar Tol	26,40	17 Desember 2018	01 Desember 2018	
50	Pacitan-Malang	PT Jansangga Pacitan Malang	36,46	10 Juni 2019	13 Mei 2019	
51	Solo - Lampung - Bandar - Manyo (Jawa - Lampung - Bandar)	PT Waskita Bumi Wira	20,00	19 November 2020	28 November 2020	
52	Sarang - Pacitan Satek 1 (Sarang - Ronggolings)	PT Waskita Bumi Satek Pacitan	26,50	10 November 2021	16 November 2021	
53	Cibeun - Sumbelung - Cibeun	PT Cita Marga Jabar Tol	61,87	04 Januari 2022	04 Januari 2022	
54	Sarang - Donak Satek 2 (Sarang - Donak)	PT RP Sarung Donak	18,51	19 Januari 2023	25 Februari 2023	
<b>TOTAL DIAN TRANS JAWA</b>			<b>987,88</b>		0	
<b>SUMATERA</b>						
55	Sidaman - Medan - Tanjung Moriah	PT Jasa Marga (Persero) Tbk	42,70	15 Desember 1989	15 Desember 1989	
56	Palembang - Indralaya	PT Hutama Karya (Persero)	21,50	12 Oktober 2017	12 Oktober 2017	
57	Medan - Singi	PT Medan Singi Tol Road	17,42	13 Oktober 2017	13 Oktober 2017	
58	Medan - Kualananan-Tanji (TUG)	PT Jansangga Kualananan Tol	82,11	19 Oktober 2017	13 Oktober 2017	
59	Sidaman - Tanjung Berau	PT Sidaman Tanjung Berau Tol Road	140,41	21 Januari 2018	27 Januari 2018	
60	Tanjung Berau - Pematang Pangajene - Kayu Agung	PT Hutama Karya (Persero)	189,40	14 November 2019	15 November 2019	
61	Kumpang - Pematang - Sukang (Pematang - Sukang)	PT Waskita Srengay Tol	57,62	30 Maret 2020	26 Januari 2021	
62	Sigit - Bandar Asan Satek 1 - 2	PT Hutama Karya (Persero)	49,50	01 Juni 2020	25 Agustus 2020	
63	Pakemban - Ciampi	PT Hutama Karya (Persero)	131,00	21 September 2020	26 September 2020	
64	Sigit - Lampung	PT Hutama Karya (Persero)	19,35	04 Februari 2022	04 Februari 2022	TRANS SUMATERA
65	Ladawan - Komp - Bengkulu (Bengkulu - Taka - Pangajene)	PT Hutama Karya (Persero)	18,70	25 Agustus 2022	30 Juli 2023	
66	Pakemban - Pangajene - Pematang Pangajene - Subdiganti - Pematang Pangajene - Lubuk Agung - Pematang Pangajene	PT Hutama Karya (Persero)	30,89	27 Agustus 2022	04 Januari 2023	
67	Cikampek - Indralaya - Mukti Eten (Sarang Indralaya - Indralaya)	PT Hutama Karya (Persero)	63,50	31 Juli 2023	24 Oktober 2023	
68	Indralaya - Klomas Satek 1	PT Hutama Karya (Persero)	15,15	02 Oktober 2023		
69	Kuala Tarangan - Ekang Tinggi - Pematang Satek 1 (Talang Tinggi - Jandir Indralaya) dan Satek 2 (Kumpang - Cibeun Indralaya - Sarang Suman - Indralaya)	PT Hutama Karya Waskita	28,30	25 Desember 2023		
<b>TOTAL TRANS SUMATERA</b>			<b>985,49</b>			
<b>SULAWESI</b>						
70	Ujung Pandang Satek 1 - 2	PT Makassar Metro Nelayan	10,04	29 April 1998	29 April 1998	
71	Makassar Satek Tol	PT Jasa Tol Satek Empul	11,00	29 September 2020	29 September 2020	ILLANESI
72	Makassar - Bontang	PT Jansangga Makassar Gunung	30,79	10 Juli 2020	29 September 2020	
<b>TOTAL SULAWESI</b>			<b>61,84</b>			
<b>BAJI</b>						
73	Yekti Duk-Ngurut-Randera (Jati Mandan)	PT Jansangga Bati Tol	10,07	23 September 2013	23 September 2013	BAJI
<b>TOTAL BAJI</b>			<b>10,07</b>			
<b>KALIMANTAN</b>						
74	Balipapan-Samarinda	PT Jansangga Balikpapan Samarinda	97,27	17 Desember 2019	17 Desember 2019	KALIMANTAN
<b>TOTAL KALIMANTAN</b>			<b>97,27</b>			
<b>TOTAL (SINGAN SURABAYA)</b>			<b>202,48</b>			
<b>TOTAL TRANS SURABAYA</b>			<b>2614,81</b>			

Melihat besarnya persaingan didalam industri perusahaan jalan tol ini, suatu perusahaan harus berupaya untuk bertahan, tumbuh, dan bersaing dipasar. Untuk mencapai hal itu tentunya perusahaan harus memiliki sebuah strategi yang matang. Strategi yang penting untuk diupayakan perusahaan adalah membangun komunikasi yang efektif. Melalui komunikasi perusahaan dapat menyampaikan informasi mengenai identitas, prestasi, info-info mengenai lalu lintas di jalan tol dan produk-produknya serta dapat menyampaikan manfaat yang ditawarkan kepada konsumen (Juliyana, Sutarjo, & Nurfallah, 2019). Di zaman sekarang ini perusahaan harus menjadi komunikator yang baik dengan menggunakan strategi komunikasi yang berbeda dan efektif untuk mendapatkan perhatian konsumen lebih banyak karena persaingan di masyarakat saat ini bukanlah persaingan antar produk lagi melainkan antara perusahaan dengan perusahaan (Juliyana, Sutarjo, & Nurfallah, 2019). Dengan adanya strategi komunikasi yang baik perusahaan akan dapat bertahan di persaingan industri perusahaan jalan tol tersebut.

Dengan pengalaman 46 tahun dalam pelayanan jalan tol, PT Jasa Marga (Persero) Tbk terus berusaha untuk meningkatkan strategi pemasarannya. PT Jasa Marga Tbk didirikan oleh kementerian BUMN melalui Peraturan Pemerintah No. 04/1978 sebagai salah satu pilar pertumbuhan ekonomi Indonesia (Aditama, Sriyanto, & Marpaung, 2023). Melihat mulainya banyak perusahaan yang ikut andil dalam pembangunan infrastruktur di Indonesia, PT Jasa Marga Tbk juga terus menerus melakukan inovasi dan pembaharuan dalam meningkatkan pelayanan untuk pengguna jalan tol.

PT Jasa Marga (Persero) Tbk memiliki banyak regional dibawahnya dalam mengatur beberapa ruas jalan tol yang ada di Indonesia, mulai dari Jasamarga Transjawa Tol (JTT) yang berkantor pusat di Bekasi mencakup jaringan jalan tol yang melintasi Jawa Barat, Jawa Tengah, dan Jawa Timur; Jasamarga Metropolitan Tollroad yang berkantor pusat di Plaza Tol Cililitan Jakarta meliputi jaringan jalan tol yang berada di Jabodetabek; dan Jasamarga Nusantara Tollroad yang berkantor pusat di Medan meliputi jalan tol yang berada di provinsi Sumatera Utara, Kalimantan Timur, Sulawesi Utara dan Bali. Dengan setiap perbedaan kawasan ruas tol yang dimiliki tiap regional, PT Jasa Marga (Persero)

Tbk dapat menghadapi tantangan agar dapat memaksimalkan strategi komunikasi yang berdampak pada kepuasan konsumen pengguna jalan tol.

Berkaitan dengan strategi komunikasi, PT Jasa Marga (Persero) Tbk memiliki sebuah unit yang berfokus dalam memaksimalkan strategi komunikasi dengan para eksternal dan juga internal perusahaan. Unit tersebut adalah *Community and Communication Development Group Head* atau dikenal dengan *CCO*. Middleton mengatakan bahwa kombinasi terbaik dari semua aspek komunikasi, termasuk komunikator, pesan, saluran penerima, dan pengaruh atau efek, yang disusun dengan tujuan untuk mencapai komunikasi yang paling efektif adalah strategi komunikasi (Wijaya, 2015). Untuk menjalankan strategi komunikasinya *CCO* memiliki 3 Departemen yang membantu menjalankan strategi komunikasinya yaitu, *Community Development Department (CSR)* yang memiliki tanggung jawab terhadap program sosial kepada masyarakat, *Regulatory Management* bertanggung jawab terhadap penyesuaian beberapa regulasi pemerintah pusat dan pemerintah daerah terhadap *Core Business Perseroan*, dan terakhir *Marketing Communication (Marcomm)* yang bertanggung jawab terhadap perencanaan, pengembangan dan pelaksanaan informasi mengenai jalan tol dan membantu beberapa kegiatan direksi dalam pekerjaannya.

Dalam ketiga Departemen tersebut yang selalu berkaitan dengan para direksi untuk menjalankan strategi komunikasinya yaitu Departemen Marketing Communication Dimana Departemen tersebut harus selalu memikirkan mengenai bagaimana perusahaan tetap dipandang menjadi no 1 dikalangan masyarakat Indonesia. *Marketing Communication*, juga dikenal sebagai komunikasi pemasaran, adalah teknik persuasi di mana perusahaan bertugas untuk memberikan informasi, membujuk, serta mengingatkan pelanggan tentang layanan ataupun jasa yang ditawarkan oleh perusahaan, baik secara langsung maupun tidak (Rahmanita & Panuju, 2023). Selain itu, departemen *Marketing Communication* juga aktif mengikuti berbagai kegiatan departemen lain dan aktif menciptakan beragam kegiatan yang dapat menonjolkan seluruh keunggulan masing-masing unit bisnis yang berada di bawah PT Jasa Marga (Persero) Tbk. Dalam Pelaksanaannya Departemen Marketing Communication juga melakukan

berbagai kegiatan strategi komunikasi seperti membuat *release*, *event*, serta berhubungan dengan para media luar.

Beragamnya kegiatan pada departemen *Marketing Communication* menunjukkan betapa pentingnya departemen ini sehingga dianggap sebagai tulang punggung bagi perusahaan. Dengan hal ini, pemegang memutuskan untuk menjalankan kegiatan magang di Departemen *Marketing Communication* PT Jasa Marga (Persero) Tbk guna mengetahui langsung implementasi berbagai konsep yang dipelajari selama semester 6 perkuliahan. Keberagaman aktivitas di Departemen *Marketing Communication* menegaskan betapa vitalnya peran departemen ini dalam struktur perusahaan. Oleh karena itu, pemegang dalam melaksanakan kegiatan kerja magang memilih untuk bergabung dengan Departemen *Marketing Communication* PT Jasa Marga (Persero) Tbk untuk mengalami sendiri implementasi berbagai konsep yang telah dipelajari selama kuliah semester 6.

## **1.2. Maksud dan Tujuan Kerja Magang**

Bagi pemegang, kegiatan bekerja dengan penyedia layanan jalan tol merupakan pengalaman baru yang menyenangkan. Sehubungan dengan hal tersebut, pemegang memutuskan untuk melangsungkan kerja magang di Departemen *Marketing Communication* yang terdapat pada Unit *Corporate & Communication Development Group Head* PT Jasa Marga (Persero) Tbk yang merupakan perusahaan pelayanan jalan tol. kegiatan kerja magang ini memberikan kesempatan kepada pemegang untuk mendalami lebih dalam setiap komponen utama sebuah perusahaan jasa jalan tol dan mengembangkan lebih lanjut ide dan kreativitasnya terkait strategi komunikasi pemasaran. Selain proses pemasaran yang dilakukan, peserta magang juga berkesempatan untuk mengikuti berbagai kegiatan perusahaan, seperti perayaan HUT Jasa Marga 46 Tahun ke-46.

Mempelajari teori dan konsep Ilmu Komunikasi selama enam semester perkuliahan memberikan fondasi yang penting bagi pemegang yang kemudian dapat diaplikasikan pengetahuan tersebut dalam praktik di dunia kerja, khususnya di PT Jasa Marga (Persero) Tbk bagian Departemen *Marketing Communication*.

Secara lebih detail tujuan pemegang dalam melaksanakan kegiatan kerja magang ini meliputi:

1. Mempelajari proses kerja di bidang *Marketing Communication* di PT Jasa Marga (Persero) Tbk yang berkaitan dengan *Strategic Communication*.
2. Mengimplementasikan pembelajaran di Universitas Multimedia Nusantara terutama yang berkaitan dengan mata kuliah-mata kuliah yang spesifik dengan pekerjaan *Marketing Communication*.
3. Melatih kemampuan untuk bekerja sama dengan tim untuk menyelesaikan pekerjaan yang tercantum dalam *Job description* di PT Jasa Marga (Persero) Tbk
4. Membangun *network* dengan para profesional diberbagai bidang pekerjaan dalam melakukan kolaborasi dan kerja sama dalam proses kerja.

### **1.3. Waktu dan Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

#### **1.3.1 Waktu Pelaksanaan Kerja Magang**

Kerja magang yang dilakukan pemegang pada Departemen *Marketing Communication* berdurasi lebih dari 640 jam kerja yang mulai dihitung dari 22 Januari 2024 hingga 22 Mei 2024. Pelaksanaan kerja magang dilakukan secara *offline* dari hari Senin hingga Jumat mulai pukul 07.00 hingga 17.00 WIB. Waktu kerja magang disesuaikan dengan kebutuhan Departemen *Marketing Communication* terkait kegiatan yang dilakukan oleh PT Jasa Marga (Persero) Tbk.

#### **1.3.2 Prosedur Pelaksanaan Kerja Magang**

1. Mendatangi kantor pusat PT Jasa Marga (Persero) Tbk untuk bertemu dengan pihak dari unit JMLI.
2. Memberikan curriculum vitae (CV) Unit JMLI PT Jasa Marga (Persero) Tbk via Wa.

3. Melakukan registrasi diri dalam kerja magang melalui website [magentaku.id](http://magentaku.id).
4. Melakukan registrasi data diri dan perusahaan pada website [Merdeka.umn.ac.id](http://Merdeka.umn.ac.id).
5. Memberikan *cover letter* kepada PT Jasa Marga (Persero) Tbk setelah registrasi disetujui oleh pihak UMN.
6. Melengkapi seluruh kebutuhan administrasi dan memperoleh MBKM 02 atau kartu MBKM.
7. Mengisi *daily task* dan meminta pembimbing lapangan pemegang untuk melakukan *approval* terkait *daily task* yang telah dituliskan.
8. Menyusun laporan kerja magang yang lengkap mengikuti panduan dan menerima bimbingan rutin dari dosen pembimbing magang, Maria Advenita Gita Elmada, M.Si.
9. Menyerahkan laporan kerja magang dan menunggu persetujuan dari Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi.
10. Melakukan sidang kerja magang setelah laporan disetujui.