

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Transportasi umum merupakan bagian dari sistem transportasi kota yang mendukung aktivitas sehari-hari yang tidak dapat dipisahkan dari perkembangan kota (Warpani, 1993). Angkot Si Benteng merupakan sebuah angkutan perkotaan yang hadir untuk membantu kemudahan mobilitas masyarakat kota Tangerang dalam melakukan aktivitas. Dengan tarif Rp.2000 masyarakat sudah bisa menggunakan semua kelebihan dari Angkot Si Benteng, seperti pendingin ruangan (*air conditioner*), memiliki rute nya sendiri yang melewati daerah pemukiman, menggunakan pembayaran non-tunai, dan tidak berhenti untuk mencari penumpang naik.

Tetapi dengan semua kelebihannya itu, Angkot Si Benteng masih cenderung sepi oleh penumpang sejak diperkenalkannya pada tahun 2021, dan masih kalah saing oleh angkot lainnya yang dikelola oleh swasta. Hal ini diperkuat dari sebuah survey yang dilakukan oleh Yemina Panglipuringtyas (2022) seorang mahasiswa Universitas Sultan Ageng Tirtayasa yang mendapatkan angka paling besar ada di 40,831 penumpang di rute AP.04. Angka tersebut tergolong sangat rendah untuk penggunaan angkutan perkotaan, jika membandingkan penggunaan kendaraan pribadi dari badan statistik Provinsi Banten yang mencatat ada sekitar 241.469 masyarakat yang menggunakan mobil di tahun 2022 untuk melakukan aktivitas di Kota Tangerang. Hal ini lah yang menyebabkan kemacetan di Kota Tangerang semakin meningkat dan disini lah pemerintah memberikan solusi dengan menghadirkan Angkot Si Benteng sebagai salah satu cara untuk mengatasi kemacetan di Kota Tangerang.

Kebiasaan masyarakat Kota Tangerang yang gemar menggunakan kendaraan pribadi menjadi salah satu penyebab angka penggunaan kendaraan pribadi menjadi sangat besar. Sebuah survey yang dilakukan oleh Pemerintah

Kota Tangerang pada tahun 2014 memperlihatkan, bahwa hanya ada 25% masyarakat Kota Tangerang yang menggunakan angkutan umum. Sedangkan idealnya adalah untuk masyarakat naik angkutan umum adalah 70%, dan ini menjadi sebuah fenomena yang terus terjadi dari dulu hingga sekarang (Dinas Perhubungan Kota Tangerang, 2014). Dari data tersebut memang memperlihatkan bahwa minat masyarakat dalam menggunakan angkutan perkotaan masih sangat rendah, dan perlu adanya upaya untuk meningkatkan minat tersebut.

Dalam upaya meningkatkan minat masyarakat untuk tertarik menggunakan angkutan perkotaan terutama Angkot Si Benteng, penulis akan perancangan kampanye untuk memperkenalkan kembali Angkot Si Benteng kepada masyarakat. Dengan tujuan untuk memotivasi masyarakat agar tertarik menggunakan Angkot Si Benteng dan mendorong penurunan penggunaan kendaraan pribadi di Kota Tangerang. Perancangan ini adalah salah satu upaya untuk mempersuasi ulang kampanye yang pernah dilakukan sebelumnya sebanyak 3 kali tetapi tidak efektif.

Kampanye menurut Landa (2010) adalah sebuah serangkaian kegiatan yang terstruktur dengan strategi, ide, dan elemen visual yang identik sama. Kegiatan kampanye harus bisa disampaikan dengan baik dalam berbagai media, baik di digital maupun media tradisional. Dengan adanya kampanye diharapkan banyak masyarakat yang akan tergerak dari kebiasaan mereka untuk mampu menyelesaikan masalah yang sedang terjadi.

Dari permasalahan yang ada diatas maka membuat penulis akhirnya membuat sebuah perancangan kampanye. Dengan target usia 13-18 tahun yaitu pelajar sekolah, karena menurut sebuah analisis oleh Krismita Priyantika (2017), rentang usia tersebut adalah usia terbanyak yang menggunakan angkutan perkotaan di Kota Tangerang, dan menjadi target yang berpotensi dalam perancangan kampanye si benteng.

1.2 Rumusan Masalah

Setelah menjelaskan latar masalah diatas, penulis menemukan rumusan masalah yang berupa:

1. Perlu upaya untuk meningkatkan minat masyarakat untuk menggunakan angkutan perkotaan di Kota Tangerang, terutama pelajar SMP-SMA.
2. Perlunya adanya perancangan ulang kampanye Angkot Si Benteng dengan tujuan memotivasi masyarakat untuk tertarik menggunakan Angkot Si Benteng dan menekan angka penggunaan kendaraan pribadi di Kota Tangerang agar mampu mengurangi kemacetan.

Dari permasalahan diatas, maka penulis merumuskan masalah, yakni bagaimana perancangan kampanye Angkot Si Benteng Kota Tangerang untuk usia 13-18 tahun?

1.3 Batasan Masalah

Melihat rumusan masalah, penulis menentukan Batasan masalah untuk lebih memfokuskan menjadi lebih spesifik dengan Batasan masalah sebagai berikut:

1. Demografis

a. Usia: 13-18 tahun (primer)

Usia: 25-30 tahun (sekunder)

Rentang usia ini dipilih karena pengguna Angkot Si Benteng rata-rata adalah remaja sekolah hingga orang dewasa.

Umur 13-18 sebagai umur primer dan 25-30 tahun sebagai sekunder penulis pilih karena penulis menemukan data bahwa umur 13-30 tahun adalah umur terbanyak penumpang Angkot Si Benteng (Yemima, 2022). Hal ini diperkuat oleh hasil wawancara bersama pihak PT Tangerang Nusantara Global yang mendukung hal tersebut.

b. Gender: Laki-laki dan Perempuan

Sebuah penelitian dari Jurnal Pendidikan Teknik Bangunan

dan Sipil yang dilakukan oleh Dody Taufik Absor Sea menunjukkan bahwa jenis kelamin perempuan memiliki persentase sebanyak 50,38% dan laki-laki 49,62%. Ditambah pengguna angkutan umum biasanya adalah mereka yang mementingkan kecepatan dan kenyamanan,

c. Pendidikan: SMP ke atas

d. *Social Economic Status (SES)*: C1-B

Kelas C1 adalah kategori untuk mereka yang memiliki pengeluaran sebanyak Rp. 1.000.001 s.d Rp 1.500.000 dan B Rp 1.500.001 s.d Rp 2.000.000. Kategori C1-B dipilih karena melihat pendapatan UMR Kota Tangerang yang berada di kisaran Rp.4.262.015 (Dinas Pajak, 2022) membuat pengeluaran Rp.2.000.000 adalah batas wajar untuk pengeluaran bulanan di Tangerang.

2. Geografis

Kota Tangerang

Pemilihan Kota Tangerang karena Angkot Si Benteng sendiri beroperasi melewati daerah Kota Tangerang dan rute yang terjauh untuk saat ini adalah Kabupaten Tangerang (Tangerangkota.go.id).

3. Psikografis

Anak sekolah dan - rumah tangga yang mengutamakan mencari kemudahan aksesibilitas dan masyarakat yang kurang paham apa itu Angkot Si Benteng. Masyarakat yang Mengutamakan kenyamanan dan kepuasan dalam penggunaan angkutan umum.

1.4 Tujuan Tugas Akhir

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk merancang kampanye Angkot Si Benteng untuk masyarakat berusia 13-18 tahun di Tangerang, dengan harapan merealisasikan Angkot Si Benteng yang menjadi solusi mengatasi kemacetan di Kota Tangerang.

1.5 Manfaat Tugas Akhir

Penulis berharap tugas akhir ini memiliki manfaat untuk orang banyak, terutama untuk yang telah terlibat:

1. Bagi Penulis

Penulis merasakan manfaat yang besar di dalam penulisan kali ini, dimana penulis bisa mengimplementasikan ilmu Desain Komunikasi Visual ke dalam solusi dari permasalahan sosial. Perancangan tugas akhir ini juga memberikan penulis pengalaman dan pengetahuan baru dalam seputar angkutan perkotaan yang merupakan ilmu di luar Desain Komunikasi Visual.

2. Bagi Angkot Si Benteng

Dengan adanya perancangan ini penulis berharap dapat membantu meningkatkan minat masyarakat untuk naik angkutan perkotaan dan menekan penggunaan kendaraan pribadi yang merupakan salah satu penyebab kemacetan di Kota Tangerang.

3. Bagi Universitas

Semoga tugas akhir ini bisa bermanfaat bagi Universitas dan juga sebagai referensi mahasiswa lainnya yang ingin membahas media kampanye, baik di dalam tugas atau pun yang sedang melakukan perancangan tugas akhir.

UIMN

UNIVERSITAS
MULTIMEDIA
NUSANTARA