

**STRATEGI KOMUNIKASI PENGGUNAAN
MEDIA SOSIAL TWITTER OLEH
PT TRANSPORTASI JAKARTA**

SKRIPSI

Oleh:

Octania Sakinah

201810415034



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

DAFTAR TABEL

	Halaman
Tabel 2. 1 Tabel Penelitian Terdahulu	6
Tabel 3. 1 Tabel <i>Key Informant</i> dan Informan	28
Tabel 3. 2 Tabel Waktu	29
Tabel 4. 1 Temuan Data <i>Unitizing</i>	35
Tabel 4. 2 Temuan Data <i>Recording</i>	45
Tabel 4. 3 Temuan Data <i>Sampling</i> Tweet Informatif	65
Tabel 4. 4 Temuan Data <i>Sampling</i> Tweet Interaktif.....	69
Tabel 4. 5 Temuan Data <i>Reducing</i>	78
Tabel 4. 6 Temuan Data <i>Abductively Inferring</i> 01 Mei 2023	88
Tabel 4. 7 Temuan Data <i>Abductively Inferring</i> 02 Mei 2023	89
Tabel 4. 8 Temuan Data <i>Abductively Inferring</i> 03 Mei 2023	91
Tabel 4. 9 Temuan Data <i>Abductively Inferring</i> 04 Mei 2023	93
Tabel 4. 10 Temuan Data <i>Abductively Inferring</i> 05 Mei 2023	95
Tabel 4. 11 Temuan Data <i>Abductively Inferring</i> 06 Mei 2023	98
Tabel 4. 12 Temuan Data <i>Abductively Inferring</i> 07 Mei 2023	101



DAFTAR GAMBAR

	Halaman
Gambar 1. 1 Statistik Pengguna Twitter di Dunia.....	3
Gambar 1. 2 Statistik Pengguna Twitter di Indonesia	3
Gambar 1. 3 Profil Instagram PT Transportasi Jakarta.....	4
Gambar 2. 1 Beranda Twitter	13
Gambar 2. 2 Logo Twitter.....	14
Gambar 2. 3 Tampilan Fitur <i>Direct Message</i> Twitter	15
Gambar 2. 4 Tampilan Fitur Tagar Twitter.....	15
Gambar 2. 5 Fitur Tweet	16
Gambar 2. 6 Ikon Fitur Balas Twitter.....	17
Gambar 2. 7 Ikon Fitur Retweet	17
Gambar 2. 8 Ikon Fitur Suka Twitter.....	17
Gambar 2. 9 Fitur Kutip Tweet	18
Gambar 2. 10 Ikon Fitur Markah Tweet	18
Gambar 2. 11 Ikon Fitur Sebarkan Tweet.....	18
Gambar 4. 1 Logo Transjakarta.....	33
Gambar 4. 2 Struktur Organisasi PPID Transjakarta.....	33
Gambar 4. 3 Profil Akun Twitter PT Transportasi Jakarta	34
Gambar 4. 4 Tweet 1 Temuan Data <i>Unitizing</i>	36
Gambar 4. 5 Tweet 2 Temuan Data <i>Unitizing</i>	36
Gambar 4. 6 Tweet 3 Temuan Data <i>Unitizing</i>	37
Gambar 4. 7 Tweet 4 Temuan Data <i>Unitizing</i>	37
Gambar 4. 8 Tweet 5 Temuan Data <i>Unitizing</i>	37
Gambar 4. 9 Tweet 6 Temuan Data <i>Unitizing</i>	38
Gambar 4. 10 Tweet 7 Temuan Data <i>Unitizing</i>	38
Gambar 4. 11 Tweet 8 Temuan Data <i>Unitizing</i>	38
Gambar 4. 12 Tweet 9 Temuan Data <i>Unitizing</i>	38
Gambar 4. 13 Tweet 10 Temuan Data <i>Unitizing</i>	38
Gambar 4. 14 Tweet 11 Temuan Data <i>Unitizing</i>	39
Gambar 4. 15 Tweet 12 Temuan Data <i>Unitizing</i>	39
Gambar 4. 16 Tweet 13 Temuan Data <i>Unitizing</i>	40

Gambar 4. 17 Tweet 14 Temuan Data <i>Unitizing</i>	40
Gambar 4. 18 Tweet 15 Temuan Data <i>Unitizing</i>	41
Gambar 4. 19 Tweet 16 Temuan Data <i>Unitizing</i>	41
Gambar 4. 20 Media Tweet 16.....	42
Gambar 4. 21 Tweet 17 Temuan Data <i>Unitizing</i>	42
Gambar 4. 22 Media Tweet 18.....	43
Gambar 4. 23 Tweet 19 Temuan Data <i>Unitizing</i>	43
Gambar 4. 24 Tweet 20 Temuan Data <i>Unitizing</i>	44
Gambar 4. 25 Tweet 21 Temuan Data <i>Unitizing</i>	44
Gambar 4. 26 Tweet 22 Temuan Data <i>Unitizing</i>	44
Gambar 4. 27 Temuan Data <i>Recording</i> 01 Mei 2023.....	45
Gambar 4. 28 Temuan Data <i>Recording</i> 01 Mei 2023.....	46
Gambar 4. 29 Temuan Data <i>Recording</i> 01 Mei 2023.....	46
Gambar 4. 30 Temuan Data <i>Recording</i> 01 Mei 2023.....	46
Gambar 4. 31 Temuan Data <i>Recording</i> 01 Mei 2023.....	46
Gambar 4. 32 Temuan Data <i>Recording</i> 01 Mei 2023.....	47
Gambar 4. 33 Temuan Data <i>Recording</i> 01 Mei 2023.....	47
Gambar 4. 34 Temuan Data <i>Recording</i> 01 Mei 2023.....	48
Gambar 4. 35 Temuan Data <i>Recording</i> 01 Mei 2023.....	48
Gambar 4. 36 Temuan Data <i>Recording</i> 01 Mei 2023.....	48
Gambar 4. 37 Temuan Data <i>Recording</i> 01 Mei 2023.....	49
Gambar 4. 38 Temuan Data <i>Recording</i> 01 Mei 2023.....	49
Gambar 4. 39 Temuan Data <i>Recording</i> 01 Mei 2023.....	49
Gambar 4. 40 Temuan Data <i>Recording</i> 01 Mei 2023.....	50
Gambar 4. 41 Temuan Data <i>Recording</i> 01 Mei 2023.....	50
Gambar 4. 42 Temuan Data <i>Recording</i> 01 Mei 2023.....	50
Gambar 4. 43 Temuan Data <i>Recording</i> 01 Mei 2023.....	51
Gambar 4. 44 Temuan Data <i>Recording</i> 01 Mei 2023.....	51
Gambar 4. 45 Temuan Data <i>Recording</i> 01 Mei 2023.....	51
Gambar 4. 46 Temuan Data <i>Recording</i> 01 Mei 2023.....	52
Gambar 4. 47 Temuan Data <i>Recording</i> 02 Mei 2023.....	52
Gambar 4. 48 Temuan Data <i>Recording</i> 02 Mei 2023.....	53

Gambar 4. 49 Temuan Data <i>Recording</i> 02 Mei 2023.....	53
Gambar 4. 50 Temuan Data <i>Recording</i> 03 Mei 2023.....	54
Gambar 4. 51 Temuan Data <i>Recording</i> 03 Mei 2023.....	54
Gambar 4. 52 Temuan Data <i>Recording</i> 03 Mei 2023.....	54
Gambar 4. 53 Temuan Data <i>Recording</i> 04 Mei 2023.....	55
Gambar 4. 54 Temuan Data <i>Recording</i> 04 Mei 2023.....	55
Gambar 4. 55 Temuan Data <i>Recording</i> 04 Mei 2023.....	56
Gambar 4. 56 Temuan Data <i>Recording</i> 04 Mei 2023.....	56
Gambar 4. 57 Temuan Data <i>Recording</i> 04 Mei 2023.....	56
Gambar 4. 58 Temuan Data <i>Recording</i> 05 Mei 2023.....	57
Gambar 4. 59 Media Temuan Data <i>Recording</i>	57
Gambar 4. 60 Temuan Data <i>Recording</i> 05 Mei 2023.....	58
Gambar 4. 61 Temuan Data <i>Recording</i> 05 Mei 2023.....	58
Gambar 4. 62 Temuan Data <i>Recording</i> 05 Mei 2023.....	58
Gambar 4. 63 Temuan Data <i>Recording</i> 05 Mei 2023.....	58
Gambar 4. 64 Temuan Data <i>Recording</i> 05 Mei 2023.....	59
Gambar 4. 65 Temuan Data <i>Recording</i> 05 Mei 2023.....	59
Gambar 4. 66 Temuan Data <i>Recording</i> 05 Mei 2023.....	59
Gambar 4. 67 Temuan Data <i>Recording</i> 06 Mei 2023.....	60
Gambar 4. 68 Temuan Data <i>Recording</i> 06 Mei 2023.....	60
Gambar 4. 69 Media Temuan Data <i>Recording</i>	61
Gambar 4. 70 Temuan Data <i>Recording</i> 06 Mei 2023.....	61
Gambar 4. 71 Temuan Data <i>Recording</i> 06 Mei 2023.....	62
Gambar 4. 72 Temuan Data <i>Recording</i> 06 Mei 2023.....	62
Gambar 4. 73 Temuan Data <i>Recording</i> 06 Mei 2023.....	63
Gambar 4. 74 Temuan Data <i>Recording</i> 06 Mei 2023.....	63
Gambar 4. 75 Temuan Data <i>Recording</i> 06 Mei 2023.....	63
Gambar 4. 76 Temuan Data <i>Recording</i> 07 Mei 2023.....	63
Gambar 4. 77 Temuan Data <i>Recording</i> 07 Mei 2023.....	64
Gambar 4. 78 Temuan Data <i>Recording</i> 07 Mei 2023.....	64

DAFTAR BAGAN

	Halaman
Bagan 2. 1 Kerangka Pemikiran	27



BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan pembahasan sebelumnya, maka dapat diambil kesimpulan bahwa:

1. Penggunaan *new media* berbasis media sosial Twitter oleh PT Transportasi Jakarta disimpulkan dapat dilakukan dari mana saja dan kapan saja dengan tidak terbatas ruang hingga waktu dilihat dari kelima karakteristik yang dimiliki *new media* yakni digitalisasi, konvergensi, interaktivitas, virtual, dan hypertextuality.
2. Terciptanya konteks komunikasi dalam penggunaan media sosial Twitter oleh PT Transportasi Jakarta yakni, komunikasi kelompok kecil, komunikasi antarpersonal, dan komunikasi massa.
3. Penyimpulan hasil analisa data menggunakan tahapan analisis isi milik Krippendorff membantu mengetahui penyebaran informasi yang dilakukan akun Twitter PT Transportasi Jakarta.
4. Strategi komunikasi penggunaan media sosial Twitter oleh PT Transportasi Jakarta bisa dilihat dari pemanfaatan fitur Twitter seperti hashtag guna mempermudah para penumpang yang mencari informasi dengan penggunaan fitur Twitter hashtag #INFORMASITRANSJAKARTA #JAKI dan #PerluTahu, serta fitur *reply* untuk pelayanan lebih lanjut.

5.2 Saran

Setelah melakukan penelitian dan menyimpulkan hasilnya, peneliti mengajukan saran kepada pembaca ataupun akademisi yang tertarik untuk mengembangkan penelitian ini, diantaranya:

1. Penelitian ini bisa digunakan untuk referensi penelitian selanjutnya mengenai strategi komunikasi dalam penggunaan *new media* berbasis media sosial terutama Twitter.

2. Peneliti selanjutnya bisa meneliti media sosial lain yang dimiliki PT Transportasi Jakarta dengan menggunakan konsep tambahan agar bisa menggali lebih dalam media sosial PT Transportasi Jakarta
3. Hasil penelitian ini dapat menjadi masukan untuk PT Transportasi Jakarta dalam penggunaan *new media* berbasis Twitter ke depannya dengan lebih mengembangkan lagi pelayanan yang diberikan.



DAFTAR PUSTAKA

- Afrizal. (2014). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Aliyya Tama, Murdiningrum, & Rahayu. (2022). Strategi Komunikasi Interpersonal Media Instagram @dinkesdki Dalam Meningkatkan Kesadaran Masyarakat Selama Pandemi Covid-19. *Jurnal Mahasiswa BK An-Nur : Berbeda, Bermakna, Mulia*, 8 (1), 81-83.
- Anggito, A. & Setiawan, J. (2018). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Sukabumi: CV Jejak.
- Asep Saepul Hamdi dan E. Bahrudin. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif Aplikasi Dalam Pendidikan*. Yogyakarta: CV Budi Utama.
- Azwar, M. (2014). *Information Literasy Skills: Strategi penelusuran Informasi Online*. Makasar: Alauddin University Perss.
- Basrowi & Suwandi. (2008). *Memahami Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Bogdan & Taylor. (1975). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remadja Karya.
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Ilmu Sosial & Ilmu Politik*. 9 (1), 140–157.
- Cangara, H. (2003). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Cangara, H. (2013). *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Carl I. Hovland, 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, terjemahan Dedy Mulyana. Jakarta : Erlangga.
- Effendy, O. U. (2007). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Effendy, O. U. (1993). *Dasar-Dasar Komunikasi*. Jakarta: PT Remaja Rosdakarya.
- Eriyanto. (2011). *Analisis Isi: Pengantar Metodologi untuk Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu-ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Kencana.

- Haryoko, S. B. & Arwadi, F. (2020). *Analisis Data Penelitian Kualitatif (Konsep, Teknik, & Prosedur Analisis)*. Makassar: Badan Penerbit Universitas Negeri Makassar.
- Hermawan, A. (2009). *Penelitian Bisnis Paradigma Kuantitatif*. Jakarta: Grasindo.
- Kriyantono, R. (2022). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Kuantitatif dan Kualitatif*. Jakarta: Media Group.
- Kusuma, Y. (2009). *Pintar Twitter: Blogging Mudah di Mana Saja, Tip Berbisnis via Twitter, Tip & Trik Gampang Kelola Twitter*. Jakarta: Grasindo.
- Lister, M. (2009). *New Media: A Critical Introduction*. London & New York:
- M. Romli, A. S. (2012). *Jurnalistik Online: Panduan Mengelola Media Online*. Bandung: Nuansa Cendikia.
- Mardyanah, S. (2021). *ANALISIS ISI KLAUS KRIPPENDORFF PADA PEMBERITAAN RANCANGAN UNDANG-UNDANG OMNIBUS LAW CIPTA KERJA DI DETIK.COM*.
- Mardyastuti, A. (2014). *PENGUNAAN AKUN TWITTER OLEH POLITISI (Analisis Genre Penggunaan Akun Twitter Calon Gubernur DKI Jakarta 2012 Selama Masa Kampanye Putaran I)*.
- Maryati, L. (2016). *Strategi Komunikasi Penggunaan Twitter dalam Kegiatan Promosi Kuliner (Studi Kasus Strategi Komunikasi Penggunaan Media Sosial Twitter oleh Akun@ TongkronganSolo dalam Kegiatan Promosi Kuliner di Kota Solo)*.
- McQuail, D. (2011). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta : Salemba Humanika.
- Middleton, John, 1980. *Approaches to Communication Planning*. Paris: Unesco.
- Moleong, J. (2006). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya dan Sosiologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Ngalimun. (2020). *Komunikasi Antarpribadi*. Yogyakarta: Parama Ilmu.
- Pradnya, R. M. H., Nuraeni, R. & Nurfebriani, S. (2016). *Strategi Relationship*

- Marketing Dalam Akun Twitter @Telkomsel. *Jurnal Sosioteknologi*. 15 (3), 358-359.
- Prayitno. (2012). *Jenis Layanan dan Kegiatan Pendukung Konseling*. Padang: Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas Negeri Padang.
- Rahmadi. (2011). *Pengantar Metode Penelitian*. Banjarmasin: Antisari Press.
- Rahmadillah, A., Widodo, A. & Puspita, R. (2021). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Twitter Terhadap Keterampilan Komunikasi Interpersonal di Kalangan Remaja Kecamatan Tambun Utara Bekasi Jawa Barat. *Jurnal Daring Mahasiswa Komunikasi*, 1 (2), 20-21.
- Rahman, D. F. (8 Agustus, 2022). Jumlah Penumpang Harian Transportasi Umum di DKI Jakarta (2022). Retrieved 4 November 2022, from databoks.katadata.co.id:
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/08/08/penumpang-bus-di-jakarta-tembus-1-juta-orang-per-hari>.
- Ramadhani, A. D., & Wahyudin, A. (2019). Analisis Tindak Tutur Direktif dalam Akun Twitter @Sbyudhoyono. *Jurnal Bahasa dan Sastra Indonesia*, 8 (4), 44-50.
- Rheingold, H. (1993). *The Virtual Community: Home Steading on the Electronic Frontier*. New York: Harper Perennial.
- Ridwan, K & Saleh, R. (2018). KOMUNIKASI INTERPERSONAL MAHASISWA PADA MEDIA SOSIAL FACEBOOK. *Jurnal FISIP Unsyiah*. 3 (2), 466.
- Rizaty, M. A. (10 Agustus, 2022). Pengguna Twitter di Indonesia Capai 18,45 Juta Pada 2022. Retrieved 22 November 22, from Data Indonesia: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-twitter-di-indonesia-capai-1845-juta-pada-2022>.
- Rizaty, M. A. (4 Agustus, 2022). Pengguna Twitter di Indonesia Capai 18,45 Juta Pada 2022. Retrieved 12 Desember 22, from Data Indonesia: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-aktif-twitter-global-capai-830-juta-per-kuartal-ii2022>.

Social, W. A. (2022). *Indonesian Twitter User*. Retrieved 18 November 2022, from wearesocial.com: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-twitter-di-indonesia-capai-1845-juta-pada-2022>.

Subandi. (2011). *Ekonomi Pembangunan*. Bandung: Alfabeta.

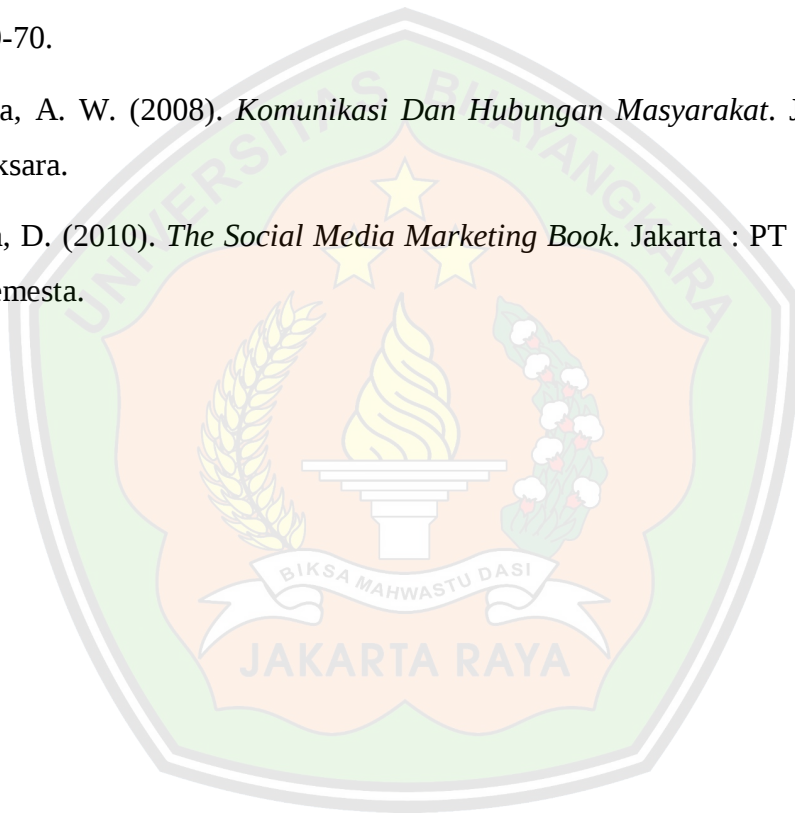
Sudaryono. (2017). *Metode Penelitian*. Depok: Raja Grafindo Husada.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Bandung: PT. Alfabet.

Watie, E. D. S. (2011). Komunikasi dan Media Sosial. *THE MESSENGER*. 3 (1), 69-70.

Widjaja, A. W. (2008). *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara.

Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. Jakarta : PT Serambi Ilmu Semesta.





DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN 1: Daftar Riwayat Hidup

LAMPIRAN 2: Surat Pengantar Penelitian

LAMPIRAN 3: Pertanyaan Penelitian

LAMPIRAN 4: Transkrip Wawancara

LAMPIRAN 5: Dokumentasi

LAMPIRAN 6: Kartu Bimbingan

LAMPIRAN 7: Form Perbaikan



**STRATEGI KOMUNIKASI PENGGUNAAN
MEDIA SOSIAL TWITTER OLEH
PT TRANSPORTASI JAKARTA**

SKRIPSI

Oleh:

Octania Sakinah

201810415034



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BHAYANGKARA JAKARTA RAYA
2023**

LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Penggunaan Media Sosial
Twitter Oleh PT Transportasi Jakarta

Nama Mahasiswa : Octania Sakinah

Nomor Pokok Mahasiswa : 201810415034

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 20 Juli 2023

Jakarta, 01 Agustus 2023

MENYETUJUI,
Pembimbing



Tabrani Sjafrizal, S.Sos, M.I.Kom

NIDN. 0306046603

LEMBAR PENGESAHAN

Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Penggunaan Media Sosial
Twitter Oleh PT Transportasi Jakarta

Nama Mahasiswa : 201810415034

Nomor Pokok Mahasiswa : Octania Sakinah

Program Studi/Fakultas : Ilmu Komunikasi/Ilmu Komunikasi

Tanggal Lulus Ujian : 20 Juli 2023

Jakarta, 01 Agustus 2023
MENGENAL, MENGETAHUI,

Ketua Penguji : Dr. Ciwuk Musiana Yudhawasthi, M. Hum
NIDN. 0323057006

Penguji : Tabrani Sjafrizal, S.Sos, M.I.Kom
NIDN. 0306046603

Sekretaris Penguji : Fikri Reza, S.I.P, M.Si
NIDN. 0330077702

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi

Dekan
Fakultas Ilmu Komunikasi

Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos, M. Si
NIP. 2109527

Dr. Ann Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom
NIP. 1504222

LEMBAR PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Skripsi yang berjudul *Strategi Komunikasi Penggunaan Media Sosial Twitter Oleh PT Transportasi Jakarta* ini adalah benar-benar merupakan hasil karya saya sendiri dan tidak mengandung materi yang ditulis oleh orang lain kecuali pengutipan sebagai referensi yang sumbernya telah dituliskan secara jelas sesuai dengan kaidah penulisan karya ilmiah.

Apabila kemudian hari ditemukan kecurangan dalam karya ini, saya bersedia menerima sanksi dari Universitas Bhayangkara Jakarta Raya sesuai dengan peraturan yang berlaku.

Saya memberikan izin kepada Perpustakaan Universitas Bhayangkara Jakarta Raya untuk menyimpan skripsi ini dalam bentuk digital dan mempublikasikannya melalui portal Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Jakarta, 01 Agustus 2023

Yang membuat pernyataan,



Octania Sakinah

201810415034

ABSTRAK

Octania Sakinah, 201810415034. STRATEGI KOMUNIKASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TWITTER OLEH PT TRANSPORTASI JAKARTA.

Twitter merupakan salah satu bukti adanya kemunculan *new media* yang membantu proses komunikasi di era sekarang. Proses komunikasi yang terjadi dalam Twitter mendorong pelayanan publik untuk dapat terhubung kepada masyarakat agar memberikan yang terbaik salah satunya yang dilakukan oleh PT Transportasi Jakarta. Melalui akun Twitter @PT_Transjakarta di sana PT Transportasi Jakarta memberikan berbagai informasi terkait Transjakarta. Tujuan penelitian ini guna mengetahui strategi komunikasi penggunaan media sosial Twitter oleh PT Transportasi Jakarta dalam penyampaian informasi mengenai Transjakarta lewat pengkajian konsep *new media* yang hadir selama berlangsungnya penggunaan Twitter oleh PT Transportasi Jakarta dan konteks komunikasi apa saja yang tercipta dari proses komunikasi akun Twitter PT Transportasi Jakarta dengan penumpang menggunakan tahapan analisis isi menurut Krippendorff. Penelitian ini merupakan jenis penelitian kualitatif didukung teknik keabsahan data triangulasi sumber guna menguji validitas penelitian dengan cara melibatkan sumber lain sebagai tambahan data yang dilakukan melalui wawancara bersama *key informant* dan *informant*. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan *new media* berbasis media sosial oleh PT Transportasi Jakarta dinilai dapat dilakukan dari mana saja dan kapan saja dengan tidak terbatas ruang hingga waktu. Hadirnya konteks komunikasi kelompok kecil, komunikasi antarpersonal, dan komunikasi massa yang terjadi di dalam penggunaan media sosial Twitter oleh PT Transportasi Jakarta. Kemudian strategi komunikasi penggunaan media sosial Twitter oleh PT Transportasi Jakarta yang terlihat dari pemanfaatan fitur Twitter seperti tagar dan balas guna mempermudah para penumpang yang mencari informasi Transjakarta.

Kata kunci: Strategi Komunikasi, Twitter, *New Media*, Konteks Komunikasi, Tahapan Analisis Isi Krippendorff.

ABSTRACT

Octania Sakinah, 201810415034. STRATEGY OF COMMUNICATION USING TWITTER AS SOCIAL MEDIA BY PT TRANSPORTASI JAKARTA.

Twitter is one proof of the emergence of new media that helps the communication process in the current era. The communication process that occurs on Twitter encourages public services to be connected to the public in order to provide the best, one of which is carried out by PT Transportasi Jakarta. Through the Twitter account @PT_Transjakarta there, PT Transportasi Jakarta provides various information related to Transjakarta. The purpose of this research is to find out the communication strategy for using Twitter social media by PT Transportasi Jakarta in conveying information about Transjakarta through studying the concept of new media that was present during the ongoing use of Twitter by PT Transportasi Jakarta and what communication contexts were created from the communication process on PT Transportasi Jakarta's Twitter account. with passengers using the stages of content analysis according to Krippendorff. This research is a type of qualitative research with the support of the validity of data source triangulation techniques to test the validity of the research by involving other sources as additional data which was carried out through interviews with key informants and informants. The results of this study indicate that the use of social media-based new media by PT Transportasi Jakarta is considered to be carried out from anywhere and at any time with no space or time limitations. The presence of the context of small group communication, interpersonal communication, and mass communication that occurs in the use of social media Twitter by PT Transportasi Jakarta. Then the communication strategy for using Twitter social media by PT Transportasi Jakarta can be seen from the use of Twitter features such as hashtags and replies to make it easier for passengers to find Transjakarta information.

Keywords: *Strategy of Communication, Twitter, New Media, Context of Communication, Stages of Content Analysis by Krippendorff*

KATA PENGANTAR

Puji Syukur peneliti panjatkan kehadiran Tuhan Yang Maha Esa atas berkat dan rahmat, serta karunia-Nya, peneliti dapat menyelesaikan skripsi dengan judul STRATEGI KOMUNIKASI PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TWITTER OLEH PT TRANSPORTASI JAKARTA ini, berhasil diselesaikan peneliti dengan baik dan tepat waktu. Pembuatan skripsi ini juga menjadi salah satu syarat menyelesaikan tugas akhir pada program Strata-1 di Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.

Selama mengerjakan hingga penyusunan skripsi ini, peneliti ingin menyampaikan rasa hormat dan terima kasih kepada seluruh pihak yang terlibat, terutama kepada kedua orang tua, Bapak Muhtamil dan Ibu Ninna Yunia yang ikut serta mendo'akan juga memberikan wejangan serta motivasi kepada peneliti dari awal hingga akhir proses penyusunan skripsi. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Irjen Pol (Purn) Dr. Drs. H. Bambang Karsono, SH., MM. Selaku Rektor Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
2. Bapak Dr. Aan Widodo, S.I.Kom, M.I.Kom. Selaku Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
3. Bapak Moh. Rifaldi Akbar, S.Sos., M.Si. Selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya.
4. Bapak Tabrani Sjafrizal, S.Sos, M.I.Kom. Selaku dosen pembimbing yang telah memberikan arahan, saran dan masukan yang sangat berarti dalam penyusunan skripsi ini.
5. Dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Jakarta Raya dan seluruh staff akademik yang telah berperan penting dalam membantu peneliti.
6. Kepada pihak PT Transportasi Jakarta yang telah bersedia memberikan informasi untuk penelitian ini.
7. Adik saya, Pitol dan kucing saya, Uci.
8. Teman-teman tercinta saya, Kintan, Nopil, Dinda Tayo, Mapul Jelek, Pinul, Sapana Tambeng, dan sisanya yang tidak bisa saya sebutkan.

9. TREASURE dan NewJeans yang menyemangati saya dengan konten-konten mereka.
10. Dan terakhir tidak lain adalah diri saya sendiri yang sudah bisa bertahan sejauh ini.

Semoga semua pihak yang terlibat dalam proses penyelesaian penelitian ini selalu dalam lindungan Allah SWT, serta peneliti berharap semoga penelitian ini dapat bermanfaat untuk semua, khususnya bagi peneliti sendiri. Tak lupa peneliti memerlukan kritik dan saran yang bersifat membangun bagi para pembaca penelitian.

Jakarta, 01 Agustus 2023

Peneliti,



Octania Sakinah

201810415034



DAFTAR ISI

Halaman

HALAMAN JUDUL	i
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN.....	iii
LEMBAR PERNYATAAN	iv
ABSTRAK.....	v
ABSTRACT.....	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR BAGAN	xvi
DAFTAR LAMPIRAN	xvii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Fokus Penelitian.....	5
1.3 Tujuan Penelitian.....	5
1.4 Pertanyaan Penelitian	5
1.5 Manfaat Penelitian.....	5
1.5.1 Manfaat Akademis	5
1.5.2 Manfaat Praktis	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu.....	6
2.2 Kerangka Konsep	11
2.2.1 <i>New Media</i>	11
2.2.2 Media Sosial	12
2.2.3 Twitter	13
2.2.4 Komunikasi.....	18
2.2.5 Unsur-unsur Komunikasi.....	19
2.2.6 Konteks Komunikasi	21

2.2.7	Tahapan Analisis Isi	22
2.2.8	Strategi Komunikasi	24
2.3	Kerangka Pemikiran	25
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....		26
3.1	Jenis Penelitian.....	26
3.2	Metode Penelitian.....	26
3.3	Subjek dan Objek Penelitian.....	26
3.4	Teknik Pengumpulan Data	27
3.4.1	Observasi	27
3.4.2	Wawancara	27
3.4.3	Dokumentasi	27
3.5	Teknik Analisis Data	28
3.6	Teknik Keabsahan Data.....	28
3.7	Lokasi dan Waktu Penelitian	28
3.7.1	Lokasi.....	28
3.7.2	Waktu	29
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....		31
4.1	Gambaran Umum PT Transportasi Jakarta.....	31
4.1.1	Visi dan Misi PT Transportasi Jakarta	32
4.1.2	Logo PT Transportasi Jakarta	33
4.1.3	Struktur Organisasi PT Transportasi Jakarta	33
4.1.4	Profil Akun Twitter PT Transportasi Jakarta.....	34
4.2	Hasil Penelitian	35
4.3	Pembahasan	106
4.3.1	Penggunaan <i>New Media</i> Berbasis Media Sosial Twitter oleh PT Transportasi Jakarta.....	109
4.3.2	Konteks Komunikasi Pada Akun Twitter PT Transportasi Jakarta.	110
4.3.3	Strategi Komunikasi Akun Twitter PT Transportasi Jakarta.....	114

BAB V KESIMPULAN DAN SARAN	116
---	------------

5.1 Kesimpulan	116
----------------------	-----

5.2 Saran... ..	116
-----------------	-----

DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN

