



Penggunaan Instagram sebagai Informasi Promosi Layanan Bus Transjatim di Era Digital

Aldini Sari Purnama¹, Nevrettia Christantyawati², Farida³

¹Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Dr. Soetomo, Indonesia, aldinipurnama28@gmail.com

²Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Dr. Soetomo, Indonesia, nevrettia.christantyawati@unitomo.ac.id

³Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Dr. Soetomo, Indonesia, farida@unitomo.ac.id

Corresponding Author: aldinipurnama28@gmail.com¹

Abstract: *This study aims to examine the use of the official Instagram account @officialtransjatim as an information and promotional medium for the Transjatim bus service in the digital era. Employing a descriptive qualitative approach within a post-positivist paradigm, the research utilizes data triangulation techniques through in-depth interviews, direct observation, and documentation. Informants include the Instagram account manager of Transjatim, the Coordinator of the Digital Engineering Services Division, and active followers of the account. The findings indicate that Instagram is an effective platform for disseminating public transportation information, such as schedules, routes, fares, and real-time updates. Its interactive features and visual appeal contribute significantly to increasing user engagement and awareness of the Transjatim service. Despite challenges such as limited internet access and low digital literacy among some segments of the population, Instagram continues to play a vital role in public service promotion. Therefore, it is recommended that the Department of Transportation of East Java Province continue to optimize Instagram as a strategic communication channel to enhance public engagement and service delivery.*

Keyword: *Instagram, Transjatim, Public Transportation, Digital Promotion, Social Media.*

Abstrak: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji penggunaan media sosial Instagram oleh akun resmi @officialtransjatim sebagai sarana informasi promosi layanan bus Transjatim di era digital. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dan paradigma post-positivistik, penelitian ini memanfaatkan teknik triangulasi data melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi. Informan penelitian mencakup pengelola akun Instagram Transjatim, Koordinator Layanan Divisi Teknik Digital, serta pengikut aktif akun tersebut. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram merupakan platform yang efektif dalam menyebarkan informasi layanan transportasi publik seperti jadwal, rute, tarif, dan pembaruan penting secara real-time. Fitur interaktif dan daya tarik visual Instagram mendorong peningkatan keterlibatan dan kesadaran pengguna terhadap layanan Transjatim.

Meskipun terdapat hambatan seperti keterbatasan akses internet dan rendahnya literasi digital di kalangan sebagian masyarakat, Instagram tetap memberikan kontribusi signifikan dalam promosi layanan publik. Dengan demikian, disarankan agar Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Timur terus mengoptimalkan pemanfaatan Instagram sebagai saluran komunikasi strategis guna meningkatkan partisipasi dan pelayanan kepada masyarakat.

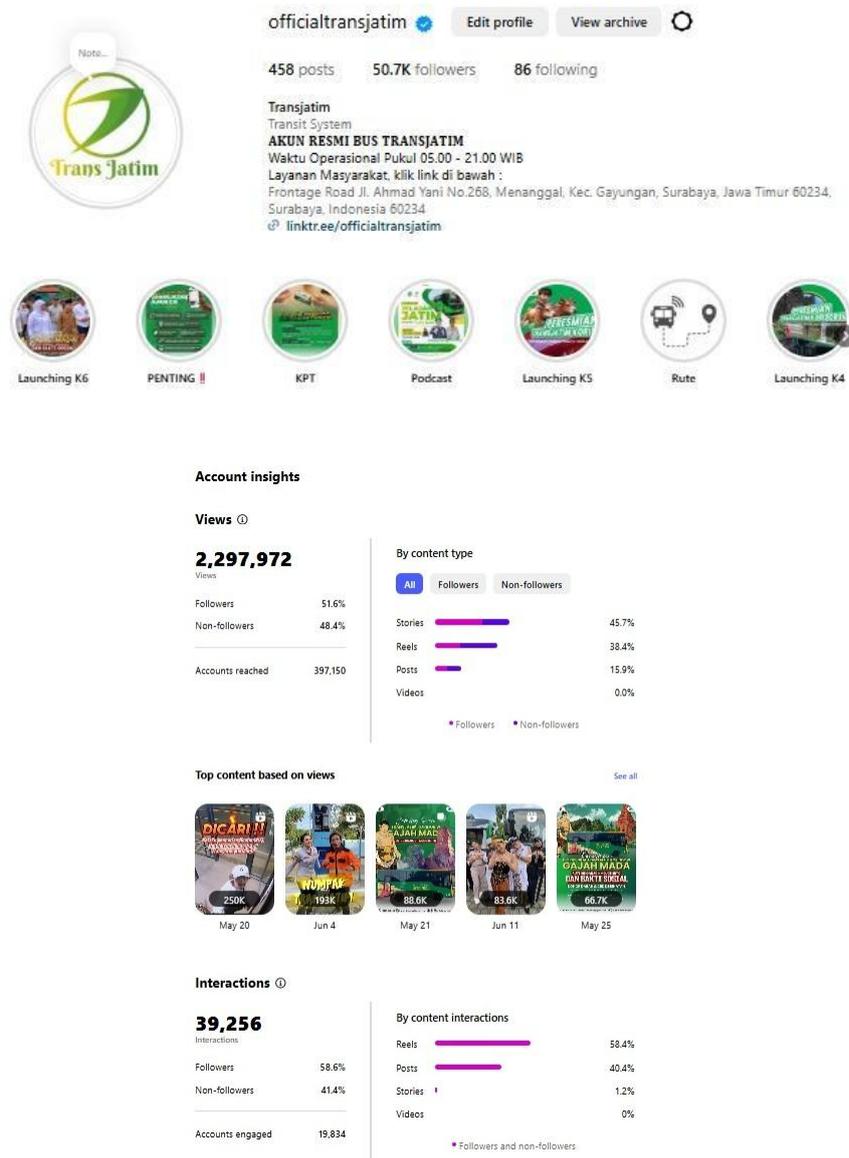
Kata Kunci: Instagram, Transjatim, Transportasi Publik, Promosi Digital, Media Sosial.

PENDAHULUAN

Transportasi adalah media utama bagi masyarakat, terutama di tengah kemajuan dan perkembangan yang semakin meningkat. Masyarakat yang mayoritas memiliki kegiatan aktif setiap harinya mengharapkan pemberian transportasi umum untuk memudahkan perjalanan mereka, dukungan yang diharapkan dari pemerintah menjadi alasan utama banyaknya permintaan dari masyarakat. Tidak diragukan lagi, transportasi umum adalah cara bagi masyarakat untuk mengurangi kelelahan yang disebabkan oleh pengendara mobil pribadi. Kehadiran bus diduga turut memperparah kepadatan lalu lintas akibat penyempitan jalur yang tersedia. Di sisi lain, keberadaan bus turut memberikan kontribusi yang cukup berarti sebagai solusi, khususnya dalam upaya mengatasi kemacetan. Meski demikian, setiap kebijakan transportasi pasti membawa dampak dan tantangan tersendiri, termasuk kebutuhan akan ragam moda transportasi dan potensi ketidaknyamanan yang muncul. Hal ini tidak bisa dilepaskan dari pola kebiasaan masyarakat dalam menggunakan transportasi (Susanto, 2014: 76).

Negara berkembang seperti Tiongkok terdapat bus di kota yang bernama Guangzhou yang merupakan salah satu contoh dari sistem BTS di dunia. Sejak dibuka tahun 2010, busway ini telah melayani hingga 387.000 penumpang setiap harinya. Sedangkan Indonesia memiliki permasalahan transportasi yang telah sebegitu parah, khususnya di beberapa Provinsi besar seperti DKI Jakarta, Jawa Tengah, Daerah Istimewa Yogyakarta ditambah dengan saat ini Provinsi Jawa Timur yang tidak kalah meluasnya masyarakat saat ini. Untuk Provinsi yang telah memiliki penduduk lebih dari 41,53 jiwa dapat dipastikan mempunyai permasalahan transportasi publik yang tidak dapat dihindarkan. Dengan permasalahan tersebut, Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Timur mencoba membuka peluang kepada masyarakat dengan membuat Buy The Service Transjatim pada jaringan antarkota dan/atau kabupaten dalam satu lingkup wilayah aglomerasi perkotaan di Jawa Timur seperti Gerbangkertosusila yakni (Gresik-Bangkalan-Mojokerto-Surabaya-Sidoarjo-Lamongan) yang beroperasi pada akhir Agustus 2022 dalam manajemen Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Timur.

Seiring dengan itu, dinamika kemajuan teknologi serta informasi yang sedang terjadi membentuk masyarakat di semua tingkatan mulai dari tingkatan bawah, menengah dan atas. Dalam ranah komunikasi, teknologi berperan sebagai alat untuk meningkatkan efisiensi penyampaian pesan kepada masyarakat luas, memungkinkan akses terhadap beragam informasi dalam satu saluran yang terhubung demi mendukung kebutuhan individu maupun kelompok. Teknologi informasi kini berfungsi sebagai sarana interaktif yang memfasilitasi komunikasi, kolaborasi, dan keterlibatan publik (Bagaskoro, 2019). Divisi Teknik Digital Transjatim memanfaatkan akun Instagram sebagai kanal informasi resmi yang ditujukan bagi para pengguna transportasi umum, khususnya di kawasan aglomerasi perkotaan Jawa Timur seperti Gerbangkertosusila. Platform Instagram ini difungsikan sebagai media interaktif yang memudahkan masyarakat dalam mengakses informasi yang tepat dan relevan.



Gambar 1. Akun dan Jangkauan Tayangan Instagram Transjatim

Sejak Agustus 2022 akun instagram@officialtransjatim memiliki 50,7 ribu pengikut dan jangkauan tayangan 2,2 juta di 30 hari terakhir dan Transjatim juga memiliki akun tiktok @officialtransjatim yang hanya memiliki 12,4 ribu pengikut. Akun Instagram Transjatim berfungsi sebagai sarana informasi bagi masyarakat yang ingin mengetahui layanan, fasilitas, serta jalur transportasi umum yang mencakup wilayah Gerbangkertosusila. Konten yang disajikan mencakup jadwal keberangkatan (time table), rute, tarif, metode pembayaran, informasi peringatan darurat, kampanye pencegahan pelecehan seksual di ruang publik, hingga panduan destinasi wisata yang dapat diakses menggunakan layanan Transjatim.

Moda transportasi umum menjadi kebutuhan primer yang sangat diharapkan oleh masyarakat Jawa Timur sebagai penunjang mobilitas sehari-hari seperti bekerja, sekolah/kuliah maupun berdagang. Dengan demikian, penumpang Transjatim memerlukan informasi yang tepat dan terkini terkait layanan transportasi yang akan mereka gunakan, mencakup berbagai data penting yang mendukung kelancaran perjalanan maupun perencanaan perjalanan masyarakat Jawa Timur. Data penggunaan sistem transportasi Transjatim per Tahun 2024 adalah sebesar 4.534.925 yang dilansir dari data website internal Transjatim.

Pada permasalahan penelitian ini, meskipun Divisi Digital Teknik Transjatim telah memaksimalkan penggunaan Instagram untuk menyebarkan informasi, masih terdapat hambatan dalam interaksi antara Transjatim dan penggunanya. Hal ini disebabkan oleh kurangnya familiaritas sebagian pengguna dengan teknologi digital dan keterbatasan akses internet. Tidak semua pengguna aktif berinteraksi melalui Instagram Transjatim. Tingkat partisipasi pengguna menunjukkan sejauh mana Instagram mempengaruhi interaksi antara Transjatim dan penggunanya. Interaksi ini mencerminkan efektivitas informasi dan layanan yang diberikan Transjatim kepada masyarakat. Pada Juni 2025, Transjatim memiliki sekitar 50,7 ribu pengikut di Instagram dan membangun hubungan dengan pengguna melalui konten interaktif, seperti memberikan informasi rutin mengenai pembaruan layanan dan tarif, menyajikan konten visual menarik, menginformasikan pembaruan penting melalui Instagram Stories, serta memberikan respons cepat terhadap komentar dan pesan dari pengguna Transjatim. Penulis melihat masalah ini sebagai topik yang menarik untuk diteliti dan dianalisis, terutama untuk memahami bagaimana Transjatim dapat merespons keluhan masyarakat melalui media sosial. Hal ini bisa menjadi pertimbangan bagi Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Timur untuk mengambil langkah lebih lanjut. Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: seberapa besar pengaruh Instagram sebagai media informasi terhadap pengguna transportasi umum Transjatim. Seberapa besar interaksi yang dibangun akun sosial media @officialtransjatim kepada pengguna. Apakah terdapat pengaruh antara informasi yang telah diberikan Instagram Transjatim dalam berinteraksi dengan pengguna. Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan Instagram sebagai media informasi terhadap efektivitas promosi layanan bus Transjatim di era digital sekarang.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan paradigma post-positivistik, yang bertujuan untuk memahami secara mendalam perilaku, bahasa, serta makna dan keyakinan yang muncul secara alami dari subjek penelitian. Pendekatan ini dipilih karena peneliti berusaha menyelidiki fenomena promosi digital yang terjadi secara natural, tanpa intervensi terkendali, sehingga memungkinkan pemahaman yang kontekstual dan komprehensif terhadap penggunaan Instagram sebagai media promosi layanan bus Transjatim.

Penelitian dilaksanakan di wilayah operasional layanan Transjatim, dengan fokus pada akun Instagram resmi @officialtransjatim yang berlokasi di Jl. Jemur Andayani I No.76, Kota Surabaya, Jawa Timur. Waktu pelaksanaan penelitian berlangsung pada bulan Maret hingga Mei 2025. Peneliti terlibat langsung di lapangan untuk melakukan interaksi dengan informan kunci yang memiliki pengetahuan relevan terhadap objek kajian.

Informan dalam penelitian ini dipilih secara purposive dengan mempertimbangkan tingkat relevansi, keterlibatan, dan pemahaman mereka terhadap kegiatan promosi layanan bus Transjatim melalui media sosial. Informan terdiri atas pengelola akun resmi Instagram @officialtransjatim yang bertanggung jawab dalam produksi dan distribusi konten digital, Koordinator Layanan dari Divisi Teknik Digital Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Timur yang mengarahkan strategi komunikasi digital, serta pengikut aktif akun Instagram Transjatim yang secara rutin mengakses dan merespons informasi yang disampaikan melalui platform tersebut. Keterlibatan ketiga kelompok informan ini memberikan sudut pandang yang holistik dalam memahami dinamika penyebaran informasi dan interaksi publik melalui Instagram.

Adapun objek utama dalam penelitian ini adalah untuk menelaah secara mendalam bagaimana Instagram digunakan sebagai media informasi dalam upaya promosi layanan bus Transjatim di era digital. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan proses, efektivitas, serta respon khalayak terhadap strategi komunikasi digital yang dijalankan, serta menilai

sejauh mana Instagram mampu mendukung penyebaran informasi layanan publik secara cepat, tepat, dan menarik di tengah perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat akan akses informasi yang efisien.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi sumber, yang mencakup data primer dan sekunder. Data primer diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi partisipatif, dan dokumentasi visual. Wawancara bertujuan menggali informasi mendalam terkait pengalaman dan pemahaman para informan mengenai praktik promosi digital melalui Instagram. Observasi dilakukan dengan memantau aktivitas akun secara langsung, guna mengetahui bentuk interaksi serta efektivitas penyampaian informasi. Dokumentasi digunakan untuk mencatat dan merekam segala informasi dan peristiwa selama proses penelitian berlangsung.

Sementara itu, data sekunder diperoleh dari berbagai referensi seperti skripsi, jurnal penelitian terdahulu, serta data daring lainnya yang relevan. Sumber-sumber ini berfungsi untuk memperkuat hasil observasi dan wawancara serta memberikan landasan teoretis terhadap temuan yang diperoleh (Hasan, 2002:58).

Proses analisis data dalam penelitian ini mengacu pada model Miles dan Huberman, yang terdiri dari tiga tahapan, yakni: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan atau verifikasi.

1. Reduksi Data

Merupakan proses pemilahan dan penyederhanaan data mentah yang diperoleh dari lapangan. Data yang tidak relevan disisihkan, sedangkan data yang sesuai dengan fokus kajian dianalisis dan diklasifikasikan untuk membentuk struktur informasi yang sistematis dan bermakna.

2. Penyajian Data

Tahap ini bertujuan mengorganisasi data yang telah direduksi ke dalam bentuk yang mudah dibaca, seperti tabel atau narasi tematik, sehingga memudahkan dalam mengidentifikasi pola-pola penting yang muncul serta mendukung proses penarikan kesimpulan.

3. Penarikan Kesimpulan/Verifikasi

Merupakan tahapan akhir dalam analisis, di mana peneliti melakukan verifikasi dan interpretasi terhadap data yang telah dianalisis, guna memastikan validitas dan konsistensi temuan. Kesimpulan disusun secara sistematis dan ringkas agar mudah dipahami serta mendukung objektivitas hasil penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini mengkaji pemanfaatan Instagram sebagai media informasi promosi layanan bus Transjati di era digital, dengan menggunakan pendekatan kualitatif dan paradigma post-positivistik. Teknik triangulasi data melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dan dokumentasi digunakan untuk memperoleh keabsahan dan kedalaman data. Informasi diperoleh dari tiga kelompok informan, yaitu pengguna aktif layanan Transjati, pengelola akun Instagram @officialtransjati (admin), serta Koordinator Layanan Divisi Teknik Digital.

Aksesibilitas dan Pemahaman terhadap Akun Instagram Resmi

Hasil analisis dari wawancara mendalam yang dilakukan terhadap tiga kelompok informan pengguna layanan Transjati, pengelola akun Instagram @officialtransjati, dan Koordinator Layanan Divisi Teknik Digital menggambarkan bahwa akun Instagram resmi Transjati telah dikenal luas dan secara aktif dimanfaatkan sebagai sumber utama informasi oleh masyarakat, khususnya pengguna transportasi umum di wilayah Jawa Timur.

Dari sudut pandang pengguna layanan, akun @officialtransjati dipandang sebagai kanal yang dapat diandalkan karena rutin memberikan pembaruan yang relevan, seperti

informasi jadwal dan rute terbaru. Informasi yang disampaikan melalui akun tersebut telah terintegrasi dalam rutinitas mobilitas harian pengguna, menjadikan Instagram sebagai referensi utama sebelum melakukan perjalanan. Hal ini mengindikasikan bahwa platform media sosial tersebut telah berhasil menjadi bagian dari perilaku informasi masyarakat, dengan tingkat kepercayaan yang cukup tinggi terhadap validitas dan kecepatan informasi yang disediakan.

Dari perspektif pengelola akun, pihak admin menyatakan bahwa seluruh aktivitas pengelolaan konten dilakukan secara profesional oleh tim yang berada di bawah naungan Divisi Teknik Digital Dinas Perhubungan Provinsi Jawa Timur. Setiap konten yang dipublikasikan disusun berdasarkan data operasional terkini, dan ditujukan untuk memastikan bahwa informasi yang sampai ke masyarakat bersifat valid, akurat, dan real-time. Pendekatan ini menegaskan adanya sistem kerja berbasis data dan transparansi dalam penyampaian informasi publik, sekaligus mencerminkan keseriusan instansi dalam membangun komunikasi digital yang terpercaya.

Selanjutnya, dari kacamata Koordinator Layanan Divisi Teknik Digital, akun Instagram bukan hanya dilihat sebagai alat promosi satu arah, tetapi telah diposisikan sebagai saluran komunikasi strategis yang mampu menjembatani hubungan antara pemerintah dan masyarakat secara dua arah. Instagram dipahami sebagai medium utama dalam upaya membangun keterlibatan publik (*engagement*), baik dalam hal penyebaran informasi maupun dalam mendengarkan aspirasi dan tanggapan dari masyarakat.

Ketiga informan menunjukkan pemahaman yang sejalan tentang peran akun Instagram @officialtransjatim sebagai media informasi publik yang responsif dan terpercaya. Dalam kerangka paradigma post-positivistik, keterhubungan ini menunjukkan bahwa realitas sosial yakni bagaimana masyarakat menerima, memahami, dan merespons informasi digital dapat diamati melalui interaksi langsung dalam ruang digital, serta dapat dikaji secara empiris dan sistematis.

Dengan demikian, keberadaan akun Instagram @officialtransjatim dapat disimpulkan telah memenuhi perannya secara optimal sebagai media komunikasi publik yang mengutamakan kecepatan, ketepatan, keterbukaan, dan interaktivitas. Keberhasilan ini turut menggambarkan sinergi antara strategi komunikasi digital pemerintah daerah dan kebutuhan informasi masyarakat yang terus berkembang seiring kemajuan teknologi komunikasi di era digital.

Fitur Instagram dalam Promosi Layanan

Berdasarkan hasil wawancara terhadap tiga informan kunci—pengguna layanan Transjatim, pengelola akun Instagram @officialtransjatim, dan Koordinator Layanan Divisi Teknik Digital ditemukan bahwa fitur-fitur yang ditawarkan oleh platform Instagram memberikan kontribusi signifikan dalam mendukung efektivitas promosi layanan transportasi publik secara digital.

Dari sudut pandang pengguna, Instagram dianggap sebagai media utama dalam memperoleh informasi terkini mengenai layanan Transjatim, khususnya ketika terdapat perubahan rute, program tarif gratis, maupun pengumuman terkait pelayanan. Format visual yang disajikan melalui fitur *reels* dan *stories* dinilai sangat membantu karena memudahkan pemahaman dan mempercepat akses terhadap informasi. Hal ini menunjukkan bahwa konten visual tidak hanya bersifat menarik secara estetika, tetapi juga fungsional dalam menyampaikan informasi publik secara efisien.

Dari sisi pengelola akun Instagram, fitur-fitur seperti *reels*, *stories*, dan *highlight* menjadi elemen kunci dalam strategi komunikasi digital yang mereka jalankan. Reels digunakan untuk menjangkau audiens yang lebih luas dalam waktu singkat dengan konten singkat namun padat informasi. Stories berperan sebagai media pembaruan cepat yang sering digunakan untuk menyampaikan informasi real-time seperti kondisi lalu lintas, perubahan

jadwal, atau gangguan operasional. Sementara itu, highlight digunakan sebagai arsip konten penting agar pengguna dapat mengakses informasi layanan seperti jadwal, tarif, dan peta rute secara praktis kapan pun dibutuhkan. Pemanfaatan fitur-fitur tersebut dilakukan secara sadar dan strategis berdasarkan karakteristik algoritma Instagram serta pola konsumsi media pengguna yang cenderung cepat dan visual.

Adapun dari perspektif Koordinator Layanan Divisi Teknik Digital, fitur-fitur visual pada Instagram dinilai lebih unggul dibandingkan saluran informasi konvensional, seperti brosur cetak atau situs web. Instagram memungkinkan penyebaran informasi dalam bentuk yang lebih ringkas, menarik, serta real-time. Kanal ini juga dinilai sangat cocok untuk menjangkau segmen pengguna muda yang merupakan kelompok dominan di media sosial. Keunggulan visual dinilai mampu memperkuat daya serap informasi oleh masyarakat serta menciptakan kedekatan emosional melalui tampilan konten yang lebih humanis dan komunikatif.

Berdasarkan observasi terhadap akun @officialtransjatim, terlihat bahwa penggunaan fitur reels diarahkan untuk menyampaikan informasi promosi atau layanan dengan durasi pendek namun padat, sementara stories difungsikan untuk pengumuman cepat dan responsif. Highlight digunakan untuk menyusun kategori informasi yang bersifat berulang, seperti daftar rute, jam operasional, dan panduan penggunaan layanan. Integrasi ketiga fitur ini menciptakan strategi penyampaian pesan yang fleksibel namun terstruktur, sekaligus mampu meningkatkan jangkauan (*reach*) dan keterlibatan (*engagement*) secara signifikan.

Dalam kerangka paradigma post-positivistik, temuan ini menguatkan bahwa efektivitas promosi digital dapat diukur dan dianalisis secara sistematis melalui observasi terhadap praktik komunikasi digital serta data interaksi yang terbentuk. Fitur-fitur Instagram bukan sekadar pelengkap visual, tetapi menjadi bagian integral dalam strategi komunikasi digital Transjatim yang adaptif terhadap perubahan perilaku konsumsi informasi masyarakat. Penggunaan fitur-fitur tersebut secara tepat dan berkelanjutan menjadi faktor penting dalam meningkatkan visibilitas layanan, membangun kepercayaan publik, serta memperkuat peran Instagram sebagai kanal informasi utama dalam sistem pelayanan transportasi publik di era digital.

Konten yang Menarik dan Interaktif

Hasil triangulasi data dari wawancara mendalam dengan ketiga informan utama yaitu pengguna layanan Transjatim, pengelola akun Instagram @officialtransjatim, dan Koordinator Layanan Divisi Teknik Digital mengindikasikan bahwa jenis konten yang paling menarik perhatian dan menghasilkan tingkat interaksi tertinggi berasal dari format visual yang dinamis dan informatif. Di antaranya adalah konten *reels*, *real-time stories*, serta unggahan pengumuman mengenai tarif gratis dan pembukaan rute baru. Selain konten promosi, materi edukatif seperti panduan tata tertib, tips keselamatan, serta etika menggunakan transportasi umum juga dinilai memberikan kontribusi positif terhadap keterlibatan pengguna.

Dari sisi pengguna layanan, diketahui bahwa video pendek dalam format *reels* dan informasi visual seperti *story* yang menampilkan promosi atau rute baru, dianggap paling mudah dipahami dan menarik untuk diikuti. Pengguna cenderung lebih responsif terhadap konten yang dikemas secara ringan, menarik, dan relevan dengan kebutuhan mobilitas mereka. Informasi yang disampaikan melalui konten visual juga dinilai lebih mudah diingat dibandingkan dengan konten berbasis teks. Hal ini menunjukkan bahwa pemanfaatan narasi visual dan gaya penyampaian yang komunikatif menjadi kunci dalam menjangkau dan mempertahankan atensi audiens.

Dari perspektif admin media sosial @officialtransjatim, diperoleh informasi bahwa jenis konten yang mendapat respons paling tinggi berasal dari unggahan yang menampilkan informasi rute baru, tarif gratis, serta visual yang bersifat aktual seperti kondisi lalu lintas

atau pengumuman layanan mendadak melalui fitur *story*. Berdasarkan pemantauan data *insight* Instagram, konten berbentuk *reels* terbukti memiliki tingkat *reach*, *save*, dan *share* yang lebih tinggi dibandingkan dengan unggahan lainnya. Hal ini menunjukkan bahwa strategi pengelolaan konten telah diarahkan tidak hanya pada aspek estetika, tetapi juga pada keterhubungan dengan konteks kebutuhan informasi masyarakat secara langsung.

Sementara itu, Koordinator Layanan Divisi Teknik Digital menyoroti pentingnya keseimbangan antara konten yang bersifat informatif dan yang membangun kedekatan emosional. Ia menilai bahwa promosi layanan publik melalui media sosial tidak cukup hanya menyampaikan fakta, melainkan juga harus menciptakan rasa keterlibatan emosional dan representasi dari pengalaman pengguna. Oleh karena itu, inisiatif untuk menghadirkan konten berbasis testimoni pengguna, dokumentasi kerja lapangan tim operasional, dan *behind the scene* pelayanan dianggap sebagai strategi yang mampu memperkuat citra layanan Transjatin sebagai entitas yang humanis dan dekat dengan masyarakat.

Selain itu, konten edukatif dalam bentuk infografis dan visualisasi tata tertib transportasi publik tetap menjadi komponen penting yang perlu dipertahankan dan ditingkatkan. Materi semacam ini tidak hanya memberikan informasi, tetapi juga berperan dalam membentuk budaya berkendara yang aman, tertib, dan sadar hak serta kewajiban sebagai pengguna layanan publik.

Secara keseluruhan, hasil wawancara ini menguatkan prinsip komunikasi dua arah dalam penggunaan media sosial oleh institusi publik. Jenis konten yang paling berhasil bukan hanya yang menyampaikan pesan secara sepihak, tetapi yang mampu membuka ruang partisipasi, memberikan nilai tambah edukatif, dan menciptakan hubungan emosional antara penyedia layanan dan masyarakat pengguna. Dalam pendekatan post-positivistik, fenomena ini mencerminkan realitas sosial yang dapat diamati secara sistematis dan diverifikasi melalui data interaksi serta persepsi pengguna terhadap konten yang disajikan.

Dengan demikian, keberhasilan akun Instagram @officialtransjatim dalam menarik perhatian dan meningkatkan keterlibatan publik sangat ditentukan oleh strategi konten yang bersifat informasional sekaligus komunikatif, visual sekaligus edukatif, serta terstruktur namun fleksibel dalam menyampaikan pesan. Keseimbangan ini menjadi fondasi dalam membangun narasi digital yang efektif dan berkelanjutan untuk layanan publik berbasis media sosial.

Pengaruh Promosi terhadap Pengambilan Keputusan

Salah satu temuan utama dalam penelitian ini adalah bahwa promosi digital yang dilakukan melalui akun Instagram @officialtransjatim memberikan pengaruh langsung terhadap keputusan masyarakat dalam memilih dan menggunakan layanan bus Transjatin. Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan terhadap ketiga informan, yaitu pengguna layanan, pengelola akun Instagram, dan Koordinator Layanan Divisi Teknik Digital, diperoleh gambaran yang konsisten mengenai efektivitas kampanye promosi dalam mendorong tingkat partisipasi masyarakat terhadap penggunaan transportasi publik.

Dari sisi pengguna, diperoleh informasi bahwa ketertarikan awal terhadap layanan Transjatin dipicu oleh konten promosi yang disampaikan melalui Instagram. Pengguna merasa bahwa informasi mengenai pembukaan rute baru dan pemberlakuan tarif gratis yang disampaikan secara visual dan ringkas melalui *reels* dan *stories* sangat membantu dalam memahami manfaat layanan. Hal ini memperlihatkan bahwa konten promosi yang bersifat informatif, visual, dan interaktif mampu membentuk persepsi positif serta mendorong perubahan perilaku konsumen dalam mencoba layanan publik yang sebelumnya belum dikenal secara menyeluruh.

Dari perspektif pengelola akun Instagram @officialtransjatim, dijelaskan bahwa setiap kali pihaknya mengunggah konten promosi, seperti informasi mengenai tarif gratis atau peluncuran rute baru, terjadi lonjakan signifikan pada interaksi digital. Hal ini tercermin

melalui peningkatan komentar, pertanyaan yang diajukan oleh pengguna, serta pesan langsung (direct message) yang masuk ke akun Instagram. Respons tersebut menandakan bahwa promosi digital tidak hanya menjalankan fungsi informatif, tetapi juga membangun hubungan emosional dan rasa keterhubungan antara penyedia layanan dan masyarakat.

Selanjutnya, dari sudut pandang Koordinator Layanan Divisi Teknik Digital, promosi yang dilakukan melalui media sosial terutama Instagram diakui sebagai salah satu faktor yang memengaruhi peningkatan jumlah penumpang Transjatim dalam beberapa bulan terakhir. Ia menjelaskan bahwa masyarakat sebelumnya cenderung kurang tertarik menggunakan transportasi umum, namun sejak adanya promosi digital yang aktif, terjadi perubahan perilaku yang signifikan. Intensitas promosi digital dinilai memiliki korelasi positif dengan peningkatan minat dan keputusan masyarakat untuk mencoba layanan Transjatim, khususnya selama periode promosi.

Lebih lanjut, promosi digital dinilai tidak hanya berdampak pada keputusan awal pengguna, tetapi juga memberikan nilai strategis dalam bentuk *real-time feedback* yang diterima melalui interaksi di Instagram. Umpan balik ini menjadi acuan penting dalam proses evaluasi layanan secara langsung dan memungkinkan perbaikan yang lebih cepat dan tepat sasaran.

Dalam perspektif paradigma post-positivistik, temuan ini menunjukkan bahwa keputusan pengguna terhadap layanan transportasi tidak terjadi secara acak, melainkan merupakan konstruksi sosial yang dapat diamati dan dianalisis melalui data empiris berupa respons digital, intensitas keterlibatan, serta pola komunikasi yang terbentuk dalam media sosial. Dengan demikian, promosi melalui Instagram tidak hanya berdampak pada penyebaran informasi, tetapi juga berfungsi sebagai alat strategis dalam membentuk citra institusi publik, memperkuat keterlibatan masyarakat, serta mendorong transformasi perilaku dari pengguna pasif menjadi pengguna aktif layanan transportasi umum.

Rekomendasi Pengembangan Strategi Promosi

Sebagai bagian dari evaluasi menyeluruh terhadap efektivitas komunikasi digital Transjatim melalui Instagram, tiga kelompok informan pengguna layanan, pengelola akun Instagram, dan Koordinator Layanan Divisi Teknik Digital mengemukakan sejumlah saran untuk pengembangan strategi promosi yang lebih optimal. Rekomendasi ini disusun berdasarkan hasil observasi lapangan dan pengalaman mereka dalam berinteraksi dengan akun instagram @officialtransjatim.

Dari pihak pengguna, ditemukan bahwa akun Instagram Transjatim dinilai sudah cukup memberikan informasi penting, seperti jadwal, rute, dan pembaruan layanan. Namun, menurut pengalaman informan pengguna, elemen interaktivitas dinilai masih belum maksimal. Pengguna berharap adanya fitur-fitur partisipatif yang memungkinkan komunikasi dua arah secara langsung antara pengguna dan pengelola akun. Bentuk interaksi seperti sesi tanya jawab (*Q&A*) dan *polling* di fitur *Stories* dianggap mampu meningkatkan keterlibatan dan membuka ruang dialog yang lebih luas bagi masyarakat, terutama untuk menyampaikan pertanyaan praktis atau umpan balik atas layanan.

Dari sisi pengelola akun Instagram @officialtransjatim, masukan tersebut dipandang sebagai sesuatu yang sejalan dengan rencana strategis tim media sosial. Mereka mengonfirmasi bahwa Transjatim sedang mengembangkan pendekatan promosi yang lebih adaptif dengan menjajaki kerja sama bersama kreator konten lokal. Kolaborasi ini ditujukan untuk menjangkau audiens muda yang lebih aktif di media sosial, sekaligus memperkaya konten visual dengan gaya penyampaian yang lebih komunikatif dan menarik. Selain itu, tim pengelola juga menyatakan kesiapannya untuk mengimplementasikan fitur interaktif seperti *Q&A* dan *polling* guna mendorong keterlibatan yang lebih bermakna antara akun instagram @officialtransjatim dan publik.

Koordinator Layanan Divisi Teknik Digital memberikan perhatian khusus pada pentingnya sinergi internal dalam mendukung strategi komunikasi digital tersebut. Ia menyoroti bahwa interaksi digital tidak hanya bergantung pada platform dan fitur semata, tetapi juga pada kecepatan dan akurasi dalam merespons informasi. Oleh karena itu, ia menekankan perlunya koordinasi yang erat antara tim media sosial dan tim operasional lapangan agar setiap informasi yang disampaikan melalui Instagram benar-benar sesuai dengan kondisi aktual dan tidak menimbulkan kesalahan informasi yang dapat merugikan pengguna.

Secara umum, seluruh informan sepakat bahwa penguatan komunikasi dua arah, pengembangan konten kreatif, serta koordinasi lintas divisi merupakan aspek penting yang harus diperhatikan dalam merancang strategi komunikasi digital ke depan. Dalam kerangka pendekatan post-positivistik, rekomendasi ini mencerminkan bahwa realitas sosial dalam ruang digital tidak dapat dipisahkan dari konteks dan dinamika partisipatif yang berkembang di tengah masyarakat. Oleh karena itu, strategi komunikasi tidak hanya dituntut untuk bersifat informatif, tetapi juga harus mampu mengakomodasi kebutuhan pengguna yang semakin kritis, responsif, dan terbuka terhadap interaksi sosial dalam lingkungan digital.

Melalui optimalisasi fitur Instagram seperti *Q&A*, *polling*, dan kolaborasi konten berbasis komunitas, akun @officialtransjatim diharapkan dapat berkembang menjadi ruang publik digital yang tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menjalin relasi dan membentuk kepercayaan antara pemerintah dan masyarakat. Hal ini sekaligus memperkuat identitas Transjatim sebagai layanan transportasi publik yang modern, inklusif, dan adaptif terhadap perkembangan teknologi serta kebutuhan informasi masyarakat urban masa kini.

Berdasarkan hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram resmi TransJatim telah berfungsi secara baik sebagai media informasi dan promosi layanan transportasi publik. Mayoritas pengguna layanan mengetahui dan mengikuti akun @officialtransjatim karena menyediakan informasi yang relevan, seperti jadwal, rute, serta promosi tarif. Akun ini dikelola secara profesional oleh Divisi Teknik Digital, yang mencerminkan keseriusan dalam strategi digital branding. Instagram juga terbukti menjadi kanal promosi yang baik, khususnya untuk menjangkau segmen pengguna muda dengan konten visual yang menarik dan cepat diakses. Jenis konten seperti reels, story real-time, dan pengumuman rute baru memperoleh interaksi tertinggi, mencerminkan adanya keselarasan antara strategi konten dengan kebutuhan informasi pengguna. Selain itu, promosi yang dilakukan melalui Instagram berkontribusi langsung terhadap pengambilan keputusan pengguna untuk menggunakan layanan. Sebagai langkah pengembangan, disarankan agar TransJatim meningkatkan interaktivitas akun Instagram melalui fitur seperti Q&A dan polling, serta menjalin kolaborasi dengan content creator lokal. Sinergi antara tim media sosial dan operasional juga perlu diperkuat agar informasi yang disampaikan selalu akurat dan responsif terhadap kondisi lapangan.

KESIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa pemanfaatan Instagram sebagai media informasi dan promosi oleh akun resmi @officialtransjatim telah berkontribusi signifikan dalam mendukung efektivitas layanan transportasi publik di Provinsi Jawa Timur, khususnya di wilayah aglomerasi Gerbangkertosusila. Keberadaan akun ini tidak hanya menyediakan informasi secara cepat dan real-time mengenai jadwal, rute, tarif, serta kampanye keselamatan, tetapi juga telah membangun komunikasi yang bersifat dua arah antara penyedia layanan dan masyarakat pengguna.

Hasil wawancara dan observasi terhadap pengguna aktif, pengelola akun Instagram, serta Koordinator Layanan Divisi Teknik Digital menunjukkan bahwa fitur-fitur Instagram seperti *reels*, *stories*, dan *highlight* sangat efektif dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan interaksi. Konten yang bersifat visual, edukatif, dan emosional seperti

testimoni pengguna dan kampanye publik dinilai mampu menarik perhatian sekaligus meningkatkan kedekatan antara layanan dan masyarakat.

Promosi digital yang dilakukan melalui Instagram terbukti mampu memengaruhi keputusan masyarakat untuk menggunakan layanan Transjatim, terutama pada momen-momen strategis seperti pengenalan rute baru atau pemberlakuan tarif gratis. Temuan ini memperkuat bahwa strategi komunikasi digital berbasis media sosial mampu mengubah pola perilaku pengguna dan meningkatkan partisipasi masyarakat terhadap transportasi umum.

Meskipun demikian, masih ditemukan tantangan berupa rendahnya literasi digital dan keterbatasan akses internet bagi sebagian kalangan. Oleh karena itu, penguatan strategi digital yang lebih inklusif, interaktif, dan terintegrasi antarunit sangat penting dilakukan agar Instagram tidak hanya menjadi media penyampai informasi, tetapi juga sarana partisipatif dalam pengelolaan layanan publik yang adaptif terhadap perkembangan teknologi dan kebutuhan masyarakat.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Instagram @officialtransjatim telah menjadi instrumen strategis dalam mendukung promosi layanan transportasi publik yang modern, responsif, dan berbasis partisipasi publik di era digital.

REFERENSI

- Antik Dalu Shinta, Nunuk Prihatiningsih, R. Rama Adhypoetra (2023). Pengaruh Website dan Instagram Jaklingko Sebagai Media Informasi Dalam Berinteraksi Dengan Pengguna Transportasi Jaklingko: Universitas Prof. Dr. Moestopo (Beragama)
- Azizah, U. (2024). Pengelolaan Media Sosial Instagram Pemerintah Kota Balikpapan Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Informasi Publik Kota Balikpapan. [Http://Eprints.Ipdn.Ac.Id/](http://Eprints.Ipdn.Ac.Id/),16(1), 1–23.
- Badan Pusat Statistik Provinsi Jawa Timur (2024). Provinsi Jawa Timur Dalam Angka 2024: Volume (47,2024), Halaman 45
- Bagaskoro, R. A. (2019). *Media sosial sebagai alat komunikasi interaktif di era digital*. Jurnal Ilmu Komunikasi, 7(2), 145–158. <https://doi.org/10.25077/jikom.v7i2.145>
- Chinanewsonline (2025, 25 Februari). Karena penurunan aliran penumpang dan melemahnya efek pengalihan Guangzhou berencana untuk menanggukuhkan beberapa garis terkait BRT. Diakses pada 15 Maret 2025. dari
- Cut Afra Azzahra & Indria Angga Dianita (2023). Pengaruh Media Sosial Instagram @Jaklingkoindonesia Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Pengguna Jaklingko: Telkom University Bandung
- Dimas Aditya Fernanda, Amalia Nurul Muthmainnah, Jupriono (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram Sebagai Media Promosi Dan Kredibilitas Media Terhadap Sikap Followers Pada Akun @Suroboyobus: Ilmu Komunikasi Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya
- Febriani, M. (2014). Strategi Komunikasi Pemasaran Dalam Membangun Brand Image Pada Media Sosial Twitter@PekanbaruCo.JOM FISIP Volume,1(2).
- Giantry, Citta. (2024). Pengaruh Konten Akun Instagram @darihalte_kehalte Terhadap Minat Followers Dalam Menggunakan Transportasi Umum di DKI Jakarta. Repository UPN Veteran Jakarta.
- Herlina, N. (2017). Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @Sumbar_rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumater Barat. Jom Fisip,4 (2), 1–12.
- Jihan Nabilah Taqiyah & Saifuddin Zuhri (2022). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai City Branding Dinas Perhubungan Kota Surabaya: UPN “Veteran” Jawa Timur
- Karmil, Z. A & Ridho, A. H. (2019). Transportasi Publik dan Media Sosial: Persepsi Netizen Terhadap Pelayanan Bus Trans Jogja 2016-2018: Universitas Muhammadiyah Yogyakarta

- Ohorella, N. R., Annisa, & Prihantoro, E. (2022). Pengaruh Akun Instagram@Sumber_Rancak Terhadap Minat Berkunjung Followers Ke Suatu Destinasi. *Jurnal Komunika*, 18(2), 46–54.
- Puspitarini, D. S., & Nuraeni, R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Jurnal Common*, 3(1), 71–80.
- Susanto, H. (2014). *Pengantar transportasi modern*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Transjatim. (2024). *Data Statistik Penumpang Tahun 2024*. Diakses dari situs internal Transjatim
- Tri Cikka Nafi'ulia Hayyu & Kuku Pribadi (2025). Analisis Media Sosial Instagram Diskominfo Jember Dalam Menyampaikan Informasi Pada Masyarakat Jember: Universitas Muhammadiyah Jember.