

The Role of Instagram as a Communication Media for Cyber Public Relations in Image Formation on Trans East Java Buses

[Peran Instagram sebagai Media Komunikasi Cyber Public Relations dalam pembentukan Citra Pada Bus Trans Jatim]

Deva Novitasari¹⁾, Poppy Febriana^{*,2)}

¹⁾Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

²⁾ Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

*Email Penulis Korespondensi: Poppyfebriana@umsida.ac.id

Abstract. Providing comfortable and integrated transportation services is the main task of every government. Implementation of the East Java transportation service in Presidential Decree no. 80 in 2019 is to present the Transjatin bus as a mode of transportation in urban agglomeration areas in East Java, such as Gerbangkertosusila. The presence of the Transjatin bus is expected to reduce the use of private vehicles, overcome traffic jams, and reduce the high number of accidents due to the use of private vehicles. This study aims to find out what strategies are used by the East Java Transportation Agency in shaping the image of the Transjatin Bus. This research was conducted using qualitative research methods, the approach was carried out through case studies on the Transjatin Bus Instagram account. The results of the study show that Cyber Public Relations is an important part that cannot be separated from Trans East Java Public Relations practices. By doing 3R (Relations, Reputation, Relevance) public relations practitioners can build a positive image, form public opinion, and maintain good relations between the organization and its public. Through social media features and communication technology, Transjatin uses a collaborative strategy in promoting the Trans East Java Bus to several agencies, maintaining its reputation in a fast and responsive way in responding to criticism and input from passengers.

Keyword- ; *Instagram, Cyber Public Relations, Trans Jatim*

Abstrak. Menyediakan layanan transportasi yang nyaman dan terintegrasi merupakan tugas pokok setiap pemerintah. Implementasi dinas perhubungan Jawa timur dalam perpres no. 80 pada 2019 adalah dengan menghadirkan bus transjatin sebagai moda transportasi di wilayah aglomerasi perkotaan di Jawa Timur, seperti Gerbangkertosusila. Hadirnya bus transjatin ini diharapkan dapat mengurangi penggunaan kendaraan pribadi, mengatasi kemacetan, dan menurunkan angka kecelakaan yang tinggi akibat penggunaan kendaraan pribadi. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi apa yang digunakan Dinas Perhubungan Jawa Timur dalam membentuk citra Bus Transjatin. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif, pendekatan yang dilakukan melalui studi kasus pada akun Instagram Bus Transjatin. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Cyber Public Relations menjadi bagian penting yang tak terpisahkan dari praktik Humas Trans Jatim. Dengan melakukan 3R (Relasi, Reputasi, Relevansi) praktisi humas dapat membangun citra positif, membentuk opini publik, dan mempertahankan hubungan yang baik antara organisasi dengan publiknya. Melalui fitur media sosial dan teknologi komunikasi, transjatin menggunakan strategi kolaborasi dalam mempromosikan Bus Trans Jatim kepada beberapa instansi, mempertahankan reputasi dengan cara cepat dan tanggap dalam merespons kritik maupun masukan dari penumpang.

Kata Kunci- ; *Instagram, Cyber Public Relations, Trans Jatim*

I. PENDAHULUAN

Teknologi komunikasi hadir sebagai media yang memberikan kemudahan dalam berinteraksi juga memudahkan manusia terhubung satu sama lain dalam waktu yang bersamaan [1]. Cara menyampaikan pesan melalui media telah mengalami perubahan yang signifikan. Awalnya, media berperan sebagai pusat informasi, yang disampaikan atau dipublikasikan dalam satu arah. Namun, saat ini media telah menjadi lebih interaktif. Public tidak lagi hanya menjadi obyek yang menerima informasi, melainkan mereka terlibat lebih aktif karena teknologi memungkinkan interaksi dengan media. Dalam hal ini membawa perubahan pada masyarakat terutama dalam hal kepuasan terhadap informasi yang diterima. Internet juga mentransformasikan dirinya menjadi tempat informasi virtual, sehingga khalayak dapat mengakses informasi yang mereka butuhkan kapan saja dan dapat diakses melalui perangkat apa saja [1].

Kebutuhan masyarakat yang terus berubah seiring dengan perkembangan teknologi informasi menuntut pemahaman perusahaan dalam menciptakan sebuah citra. Citra positif agar saling memahami adalah sesuatu yang menjadi fungsi strategis PR tersendiri. Citra yang baik sangat mempengaruhi keberlangsungan hidup perusahaan. Oleh karena itu, citra perusahaan harus dibentuk oleh praktisi public relations guna terwujudnya hubungan yang baik dengan masyarakat dengan melakukan kegiatan yang baik pula [2]. Humas adalah komunikator perusahaan, organisasi atau Lembaga yang terikat untuk menciptakan citra positif dan mampu menjadi jembatan kepada khalayak internal maupun eksternal. Dengan harapan mampu mempercepat jalannya interaksi dan pemberian informasi yang nyata dan factual kepada pihak eksternal dan internal yang dilakukan oleh perusahaan [3].

Selama bertahun-tahun, Humas telah beradaptasi dan berevolusi mengikuti fenomena untuk memenuhi kebutuhan penggunanya. Dalam hal ini, kemajuan teknologi berdampak besar pada bagaimana Public Relations beroperasi dan berinteraksi dengan publiknya. Baik institusi besar maupun kecil telah memilih untuk menggunakan E-PR, pemerintah di bidang Humas harus menyesuaikan diri dalam melatih praktisi Humas mereka di masa depan untuk lebih memahami bidang yang akan mereka tangani. Humas mengalami evolusi dari era tradisional menuju era digital. Banyak lembaga swasta dan pemerintah serta organisasi nirlaba dan nirlaba telah menggunakan jenis konten dan platform online ini sebagai media untuk melakukan kegiatan Humas [4]. Meskipun komunikasi tatap muka dianggap masih penting, namun bukan menjadi satu-satunya yang sangat penting. Dalam era media sosial ini, semua saluran komunikasi perlu terintegrasi dalam menyampaikan pesan secara efektif. Media sosial memungkinkan komunikasi yang lebih mudah, mencakup audiens yang lebih luas, dan lebih terjangkau dalam hal biaya. Namun, penggunaan media sosial juga membawa tantangan. Salah satu tantangan utamanya adalah kemampuan publik untuk secara bebas menyampaikan kritik, komplain, atau keluhan terhadap kegiatan organisasi [5].

Menyediakan layanan transportasi yang nyaman dan terintegrasi merupakan tugas pokok setiap pemerintah. Dalam Peraturan Presiden No. 80 pada tahun 2019 mengenai percepatan pembangunan Ekonomi di Kawasan Gresik – Bangkalan – Mojokerto – Surabaya – Sidoarjo – Lamongan, Kawasan Bromo – Tengger – Semeru, serta Kawasan Selingkar Wilis dan Lintas Selatan. Upaya Dinas Perhubungan Jawa Timur mengimplementasikan perpres no. 80 Tahun 2019 ini adalah dengan menyediakannya bus Trans Jatim sebagai aksesibilitas pelayanan public terhadap transportasi.

Trans Jatim adalah sebuah system layanan transportasi umum yang menggunakan Bus Rapi Transit (BRT) di wilayah aglomerasi perkotaan di Jawa Timur, seperti Gerbangkertosusila. Layanan ini mengambil skema pembelian layanan dengan tujuan mengembangkan system transportasi yang terintegrasi, dengan tujuan mengurangi penggunaan kendaraan pribadi, mengatasi kemacetan, dan menurunkan angka kecelakaan yang tinggi akibat penggunaan kendaraan pribadi. Hadirnya bus Trans Jatim koridor I dioperasikan pada tanggal 19 Agustus 2022 ini menggantikan bus Trans Sidoarjo yang telah berhenti beroperasi sejak bulan April tahun 2020. Layanan Koridor I yang menempuh perjalanan Sidoarjo – Surabaya - Gresik ini menjadi koridor pertama yang diluncurkan oleh Dinas Perhubungan Jawa Timur dengan jumlah 22 unit bus dan 2 unit bus cadangan.

SPESIFIKASI BUS TRANSJATIM



Gambar 1 kelengkapan teknologi bus trans jatim

Sumber : humas transjatim

Bus berukuran sedang yang didesain dek tinggi (*highdeck*) ini digunakan untuk melayani perjalanan hingga 75 km. Didesain dengan ukuran medium memiliki tujuan agar dalam menempuh perjalanan bisa gesit, juga agar mudah

melintasi beberapa jalan yang terbilang sempit sehingga ramah bagi pengendara pribadi lainnya. Selain itu, bus ini juga memiliki durasi jarak tempuh dari terminal porong menuju ke terminal Gresik yang memakan waktu 2 jam, sedangkan dari arah Gresik menuju Sidoarjo ditempuh sekitar 2,5 jam. Waktu transit di setiap halte selama 10 - 15 menit untuk pagi hari, dan 20 - 30 menit untuk siang hari, durasi transit juga menyesuaikan jumlah penumpang yang ada di setiap halte, jika dari kejauhan Sudah terlihat tidak ada penumpang di halte maka bus akan langsung jalan tanpa melakukan pemberhentian di halte tersebut.

Bus ini juga dilengkapi dengan pramugari dan pramugara untuk memudahkan pelayanan dalam perjalanan bus trans jatim. Selain itu bus ini juga dilengkapi dengan berbagai macam alat teknologi seperti cctv, *hangdrip*, *running text* depan, samping kanan-kiri dan bagian depan, Audio *Auotomatic*, dan Camera AI untuk memudahkan pemantauan dalam mendeteksi jika supir mengantuk, melajukan bus dengan kecepatan tinggi, keluar jalur. Bus Trans Jatim juga dirancang dengan desain yang ramah difabel dengan fasilitas khusus untuk masyarakat yang berkebutuhan khusus, sehingga masyarakat jatim yang berkebutuhan khusus tidak perlu khawatir tidak dapat mengakses transportasi modern ini.



Gambar 2 postingan instagram mengenai tarif penumpang

Sumber : <https://www.instagram.com/transiatim01/>

Biaya yang ditarif pun terbilang cukup terjangkau, untuk santri/pelajar/mahasiswa dikenai tarif sebesar Rp, 2500 dengan syarat menunjukkan identitas diri sebagai seorang pelajar/mahasiswa. Untuk penumpang umum mendapat tarif sebesar Rp. 5000. Pembayaran bisa dilakukan melalui secara tunai maupun tanpa tunai (*Cashless*).

Citra berkaitan dengan persepsi yang dimiliki oleh banyak orang mengenai individu, perusahaan, organisasi, atau produk. Citra merupakan salah satu aset penting bagi suatu organisasi yang harus terus dibangun dan dijaga. Citra tidak dapat dipaksakan, tetapi terbentuk oleh pandangan masyarakat. Komunikasi dan transparansi adalah Langkah ideal untuk membangun citra yang positif [6]. Sebagai perusahaan yang bergerak dibidang jasa, Bus Trans Jatim perlu memperhatikan citranya agar dapat memperkuat kepercayaan dan loyalitas pelanggan. Citra positif dapat memberikan dampak yang positif seperti peningkatan jumlah penumpang, kepuasan pelanggan, dan kesadaran yang lebih luas. Untuk bisa melakukan aktivitas tersebut seorang PR membutuhkan kemampuan manajerial yang handal, yang senantiasa mendasarkan keputusannya kepada informasi dan data yang akurat dan actual. Sejatinnya profesi *public relations* atau Humas dilahirkan dengan tujuan membentuk, membangun, dan memelihara citra tiap Lembaga/organisasi [7].

Dalam buku Humas Pemerintah [8] secara umum, tujuan Humas Pemerintah melibatkan tiga hal, yaitu:

1. Reputasi dan citra : Tugas Humas melibatkan upaya membangun dan menjaga reputasi serta citra. Ini berarti bahwa diasumsikan citra yang positif akan terkait dengan tingginya akses public terhadap informasi yang dihasilkan oleh organisasi tersebut.
2. Jembatan komunikasi : peran humas adalah sebagai komunikator dan mediator dalam menyampaikan aspirasi pemerintah. Mereka bertindak sebagai penghubung antara pemerintah dan masyarakat dalam proses komunikasi.
3. Hubungan saling menguntungkan : Humas harus memastikan bahwa pemerintah dalam operasinya memiliki niat baik dalam menjalankan tanggung jawab sosial, yang diekspresikan melalui hubungan yang saling menguntungkan antara pemerintah dan public.

Dengan demikian, tujuan Humas Pemerintah secara keseluruhan melibatkan, memperhatikan reputasi dan citra, berperan sebagai jembatan komunikasi, dan memastikan adanya hubungan saling menguntungkan antara pemerintah dan masyarakat.

Teori Cyber Public Relations merupakan aktivitas hubungan masyarakat yang memanfaatkan berbagai layanan internet untuk terhubung dengan masyarakat luas. Internet hadir dengan menyediakan akses yang cepat, tanpa Batasan geografis, dan interaksi dua arah. Kecepatan akses yang tinggi memudahkan pelaksanaan public relations, karena tanpa hambatan geografis, data dan informasi dapat dengan mudah diperoleh dan umpan balik langsung dapat diperoleh dari semua pemangku kepentingan (*stakeholder*). Secara prinsip cara kerja *Public Relations* tidak berubah, hanya saja secara substansi memang ada penyesuaian yang harus dilakukan karena tuntutan zaman [9].

Kegiatan Cyber Public Relations dianggap berhasil apabila mencapai tiga hal yang dikenal sebagai 3R [10] :

- a. Relations (hubungan): Organisasi adalah tempat individu ditempatkan dalam suatu sistem yang utuh, bersatu, dan harmonis dalam mencapai tujuan. Hubungan di dalam organisasi dan hubungan dengan dunia luar harus terjalin dengan baik. Dalam praktik Public Relations, penting untuk memiliki hubungan yang baik dengan publik internal dan eksternal. Dalam kegiatan ini, PR memiliki peran dalam membina saling pengertian baik dalam hubungan internal maupun eksternal.
- b. Reputation (reputasi): Reputasi yang baik adalah faktor penting untuk mempertahankan keberhasilan organisasi dalam jangka panjang. Upaya keras diperlukan untuk mencapai dan menjaga nama baik dalam dunia bisnis. Ada paradoks yang berkembang dalam pengelolaan reputasi bahwa reputasi dapat hilang dengan mudah daripada usaha untuk membangunnya.
- c. Relevance (relevansi): Kesesuaian pesan yang disampaikan melalui berbagai saluran akan menarik minat publik untuk terlibat. Keterlibatan yang terlihat dalam lembaga sosial adalah normative involvement, yaitu tipe keterlibatan yang terjadi ketika konsumen cenderung mengaitkan nilai-nilai pribadi, emosi, dan ego mereka dengan kinerja produk/merk.

Untuk memahami kebutuhan yang terjadi pada masyarakat Jawa Timur Dinas Perhubungan Jawa Timur melakukan identifikasi permasalahan dan kebutuhan penumpang bus transjatim melalui aplikasi Instagram sebagai media komunikasi dalam upaya membangun kenyamanan dan membentuk kepercayaan penumpang bus transjatim. Humas Transjatim beranggapan Instagram sebagai media yang mudah diakses dan dijangkau oleh segala kalangan, mulai dari remaja, hingga orang tua. Instagram dipandang sebagai media yang kontennya tidak membosankan dibanding dengan media social lainnya karna adanya visual, dan banyaknya fitur yang tersedia. Oleh karena itu, pemerintah memanfaatkan Instagram sebagai sarana alternatif untuk mengetahui kebutuhan masyarakat. Instagram dapat menjadi media yang efektif untuk menerima masukan, keluhan, dan saran dari masyarakat terkait pelayanan publik yang disediakan oleh Bus Transjatim.

Kemudahan mengakses informasi melalui internet menjadikan internet membawa perubahan baru dalam perilaku komunikasi, baik komunikasi personal, kelompok, maupun massa. Perubahan ini membawa cara baru bagi setiap orang terutama yang berhubungan dengan internet untuk berkomunikasi dan mendapatkan informasi [11].

Instagram sebagai platform media sosial, memiliki ketertarikan dengan aktivitas *Cyber Public Relations*. Diketahui media sosial adalah salah satu saluran komunikasi digital yang dapat menjangkau masyarakat yang peka terhadap internet saja, namun kemudahan interaksi dan kecepatan penyebaran informasi menyebabkan opini publik menyasar kepada seluruh lapisan masyarakat [12]. Dari banyaknya kemajuan teknologi diluar sana, media online adalah pilihan yang tepat jika ingin mendapatkan informasi karena dapat diakses dimana pun dan kapan pun secara cepat. Berbagai macam media social terus berkembang mengikuti zaman. Salah satu media yang sangat mengikuti perkembangan zaman adalah Instagram [13].

Ketika produk dianggap mampu memenuhi tujuan atau kebutuhannya, maka konsumen menjadi sangat terikat dengan produk tersebut. Keterlibatan adalah bentuk perwujudan motivasi dan merupakan suatu kondisi. Suatu kondisi di mana konsumen berupaya mendekati dirinya dengan produk/merk/jasa dalam bentuk suatu hubungan tertentu[10]. Organisasi pada dasarnya bersifat egois, yaitu ingin mencapai kepuasan diri, menurut *norm of reciprocity*, memenuhi harapan public adalah salah satu cara untuk memenuhi diri”. Upaya memuaskan diri disini dijelaskan dengan cara memuaskan kebutuhan masyarakat [14].

Focus penelitian ini adalah; bagaimana humas dinas perhubungan Jawa Timur membentuk citra bus Trans Jatim melalui kegiatan *Cyber Public Relations*?. Dengan memberikan Batasan pada penelitian ini, dapat dijadikan acuan untuk membantu memperdalam pemahaman mengenai bagaimana Instagram digunakan sebagai media *Cyber Public Relations* dalam membangun citra yang baik di mata masyarakat terutama di daerah Gresik-Surabaya-Sidoarjo. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi strategi konten yang digunakan oleh bus Trans Jatim di Instagram dalam membangun citra perusahaan.

II. METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, digunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Studi kasus adalah metode riset yang memanfaatkan berbagai sumber data untuk melakukan penelitian, analisis, dan memberikan pemahaman yang komprehensif tentang berbagai aspek individu, kelompok, program, organisasi, atau peristiwa secara sistematis. Pengembangan sebuah analisis yang mendalam dari sebuah kasus membutuhkan berbagai sumber data dan berbagai macam instrument pengumpulan data [15]. Karena itu, peneliti mengumpulkan data melalui wawancara langsung dengan pihak pengelola Instagram Bus Trans Jatim, serta metode dokumentasi yakni mengumpulkan data dari postingan akun Instagram seperti unggahan dan komentar yakni tanggapan terkait konten yang dibuat.

Studi kasus dapat digunakan untuk memperdalam pemahaman terhadap bagaimana Bus Trans Jatim menggunakan Instagram sebagai media untuk mempromosikan produk dan membentuk citra di mata masyarakat. Peneliti berusaha mengidentifikasi aktivitas *Cyber public Relations* yang dilakukan pemerintah Dinas Perhubungan Jawa Timur yang dalam hal ini dikerjakan oleh Praktisi Humas bus Trans Jatim dalam mengupayakan pelayanan masyarakat yang sesuai dengan kebutuhan penumpang terhadap aksesibilitas transportasi pada bus Trans Jatim.

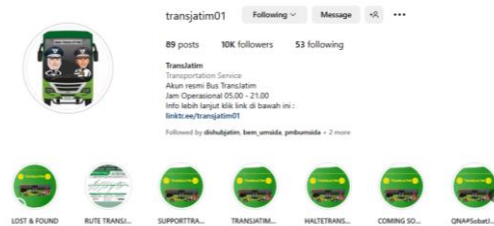
III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam era digital ini, penting bagi praktisi humas untuk memahami dan memanfaatkan potensi yang ditawarkan oleh *cyber public relations*. Hal ini melibatkan kemampuan dalam mengelola konten online, membangun komunitas di media sosial, merespons dengan cepat terhadap isu-isu yang berkembang, serta memanfaatkan alat-alat analisis data untuk memahami tren dan pola komunikasi publik. Secara keseluruhan, *cyber public relations* telah menjadi bagian integral dari praktik humas modern, memainkan peran penting dalam membentuk opini publik, membangun citra positif, serta memelihara hubungan yang baik antara organisasi dan publiknya. Melalui produksi konten yang jelas dan informatif, tujuannya adalah membentuk citra yang positif ketika menghadapi persoalan negatif yang berasal dari berbagai pihak.

Cyber Public Relations memiliki tingkat efektivitas yang tinggi dalam menjalankan tugasnya sebagai pilar humas, terutama dalam hal pembentukan dan penjagaan citra perusahaan. Pesan yang disampaikan oleh *cyber public relations* menyentuh audiens (*access driven*), yang memungkinkan perusahaan untuk memenuhi kebutuhan informasi yang dicari dan dibutuhkan oleh publik melalui platform internet. Dalam perannya sebagai jembatan penghubung, Humas pemerintah bertanggung jawab untuk mengumpulkan, mengolah, dan menyebarkan informasi yang terkait dengan program atau kebijakan, aktivitas, serta pencapaian yang telah diraih oleh Lembaga. Mereka juga harus merespons tanggapan, aspirasi, dan opini yang berkembang di masyarakat terkait dengan Lembaga tersebut. Oleh karena itu, teknologi komunikasi memegang peranan yang sangat penting dalam menjalankan fungsi Humas ini.

A. Profil Instagram Bus Transjatim

Akun Instagram @transjatim01 merupakan akun resmi dari Bus Transjatim. Akun ini memiliki jumlah pengikut sebanyak 10.000 dan telah mengunggah 89 postingan. Bus Transjatim adalah penyedia jasa transportasi yang beroperasi di Wilayah Aglomerasi Jawa Timur. Pada akun Instagram ini, konten yang dibuat berhubungan dengan layanan dan fasilitas yang disediakan oleh Transjatim. Ini dapat mencakup informasi mengenai jadwal keberangkatan dan kedatangan bus, serta pengumuman tentang program-program yang dilakukan oleh Transjatim, seperti promosi atau acara khusus, keterlambatan operasional, dan penutupan halte.



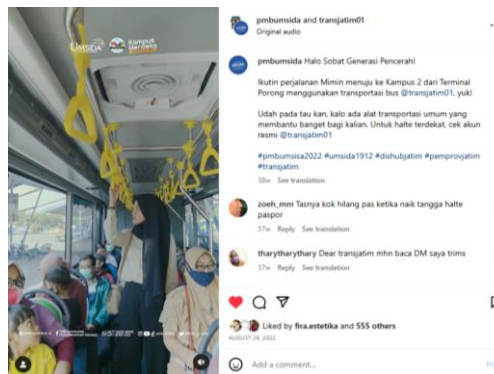
Gambar 3 Tampilan Instagram Bus Trans Jatim

Sumber : Instagram @transjatim01

Di dalam profil Instagram ini, pengikut dapat melihat informasi mengenai layanan dan fasilitas yang disediakan oleh Bus Transjatim, pengikut juga dapat berinteraksi dengan Transjatim melalui fitur yang ada di Instagram yakni, komentar, pesan langsung, atau fitur interaksi lainnya yang disediakan oleh Instagram. Dengan adanya akun Instagram ini, Transjatim dapat memperluas jangkauan dan meningkatkan komunikasi dengan pelanggan serta masyarakat umum. Akun ini juga menjadi sumber informasi yang berguna bagi pengguna jasa transportasi Transjatim, yang dapat mengakses informasi terkini mengenai layanan dan program-program yang ditawarkan oleh Pemerintah. Hal ini memungkinkan pengguna untuk memberikan masukan seperti kritik dan saran mengenai layanan dan fasilitas yang disediakan oleh Transjatim.

B. Relasi dan Kolaborasi antar Perusahaan/instansi

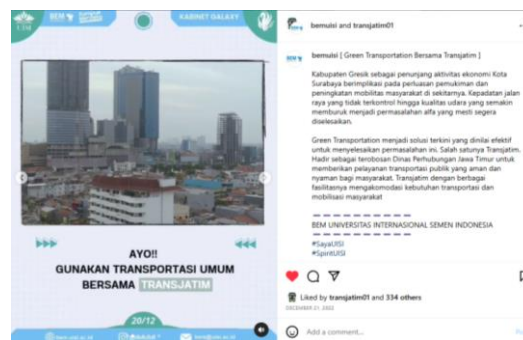
Organisasi adalah tempat di mana berbagai orang berkumpul dalam sebuah sistem yang memiliki makna penting: harus utuh, bersatu, dan harmonis dalam mencapai tujuan yang ditetapkan. Dari sini terlihat jelas bahwa hubungan di dalam organisasi harus berjalan dengan baik, serta hubungannya dengan dunia luar juga penting. Dalam dunia Public Relations, hal ini dikenal dengan istilah memiliki hubungan baik dengan publik internal (anggota organisasi) dan publik eksternal (masyarakat umum). Dalam kesempatan ini, Transjatim telah bekerja sama dengan beberapa instansi atau perusahaan untuk membantu mempromosikan layanan bus Transjatim kepada mahasiswa dan masyarakat di daerah Gresik-Surabaya-Sidoarjo.



Gambar 4 konten reels akun pmb umsida yang memberikan rute perjalanan menuju kampus 2 Umsida dari halte terminal porong menuju halte keramean

Sumber : <https://www.instagram.com/reel/Ch04VNnA-Ej/>

Konten video yang diunggah oleh akun @pmbumsida itu memperlihatkan mahasiswa dari kampus Muhammadiyah Sidoarjo yang memberikan informasi terkait kemudahan akses perjalanan menuju kampus 2 UMSIDA menggunakan bus Trans Jatim. Dalam video yang berdurasi 1 menit itu menjelaskan bahwa mahasiswa dapat menggunakan Bus Trans Jatim dari halte terminal Porong untuk menuju Halte Keramean yang tepat berada di depan kampus 2 UMSIDA. Dengan menggunakan bus tersebut, mahasiswa diharapkan dapat lebih mudah dan efisien dalam perjalanan mereka menuju kampus. Tujuan dari video ini adalah untuk menginspirasi mahasiswa lain agar beralih ke transportasi umum saat berangkat kuliah. Dengan menggunakan bus Trans Jatim, mahasiswa dapat mengurangi penggunaan kendaraan pribadi dan kemacetan lalu lintas, sehingga memberikan dampak positif terhadap lingkungan.



Gambar 5 postingan akun @bemuisi

Sumber : <https://www.instagram.com/p/CmakTlvJeWb/>

Kolaborasi selanjutnya melibatkan BEM UISI. Dalam postingan itu, seorang mahasiswa mengajak teman-teman mahasiswa lainnya untuk menggunakan bus Trans Jatim saat berangkat kuliah. Dia memberikan informasi tentang kelebihan dan alasan mengapa kita sebaiknya beralih menggunakan bus Trans Jatim.

Salah satu kelebihan yang ditonjolkan adalah harga yang terjangkau dan kenyamanan yang ditawarkan oleh bus Trans Jatim. Bus ini juga dianggap aman karena memberikan pelayanan yang baik. Bus dilengkapi dengan fasilitas modern seperti CCTV untuk keamanan. Selain itu, ada juga kursi khusus bagi ibu hamil. Selain kenyamanan dan keamanan, bus Trans Jatim juga menawarkan kemudahan akses dan penghematan biaya. Bus ini membawa kita ke berbagai tempat dengan rute yang telah ditentukan. Dengan menggunakan bus Trans Jatim, kita bisa menghemat biaya transportasi dan menghindari kemacetan lalu lintas.



Gambar 6 kerjasama dengan Astrapay

Sumber : Instagram @transjatim01

Dalam kesempatan ini, Trans Jatim melakukan kerja sama dengan perusahaan Astrapay. Kerja sama ini melibatkan penggunaan aplikasi Trans Jatim Ajaib yang terintegrasi dengan Astrapay untuk melakukan pembayaran. Jika penumpang memilih untuk melakukan pembayaran melalui Astrapay dengan menggunakan aplikasi Trans Jatim Ajaib, mereka akan mendapatkan cashback atau pengembalian dana sebesar 100% dari jumlah pembayaran yang mereka lakukan. Dengan kata lain, jika penumpang menggunakan aplikasi Trans Jatim Ajaib dan Astrapay untuk membayar tiket atau jasa transportasi Trans Jatim, mereka akan menerima pengembalian dana yang setara dengan jumlah pembayaran yang mereka lakukan. Misalnya, jika seorang penumpang membayar Rp 5.000,00 menggunakan Astrapay melalui aplikasi Trans Jatim Ajaib, mereka akan menerima cashback sebesar Rp 5.000,00.

Memberikan pelayanan yang ramah, memberikan promosi atau diskon, dll. Jika melalui media maka dapat berupa informasi seperti iklan, kemudian berita dll. Usaha ini dapat meningkatkan citra perusahaan. Masyarakat akan menilai baik perusahaan jika informasi yang didapatkan adalah informasi yang positif [16]. Tujuan dari penawaran cashback ini adalah untuk mendorong penggunaan aplikasi Trans Jatim Ajaib dan pembayaran melalui Astrapay. Dengan memberikan insentif berupa pengembalian dana penuh, Trans Jatim dan Astrapay berharap dapat meningkatkan daya tarik penggunaan aplikasi dan memperluas basis pengguna mereka. Hal ini juga dapat memberikan keuntungan kepada penumpang yang akan mendapatkan pengembalian dana yang signifikan setiap kali mereka menggunakan aplikasi Trans Jatim Ajaib untuk membayar layanan transportasi.

Tujuan dari kolaborasi ini adalah mencapai kesuksesan dalam menciptakan daerah Gresik-Surabaya-Sidoarjo yang bebas kemacetan dan mengurangi jumlah kecelakaan. Melalui promosi dan informasi yang disampaikan oleh mahasiswa dalam postingan tersebut, diharapkan lebih banyak mahasiswa yang menggunakan bus Trans Jatim sebagai solusi transportasi yang efisien dan berkelanjutan.

C. Konsistensi dalam mempertahankan Reputasi Transjatim

Reputasi yang baik adalah factor penting dalam mempertahankan keberhasilan organisasi jangka Panjang. Diperlukan kerja keras untuk mencapai dan menjaga nama baik dalam dunia bisnis, ada semacam paradoks yang berkembang dalam pengelolaan reputasi, bahwa semakin dikelola. Kehilangan reputasi jauh lebih mudah dibanding usaha untuk membangunnya.



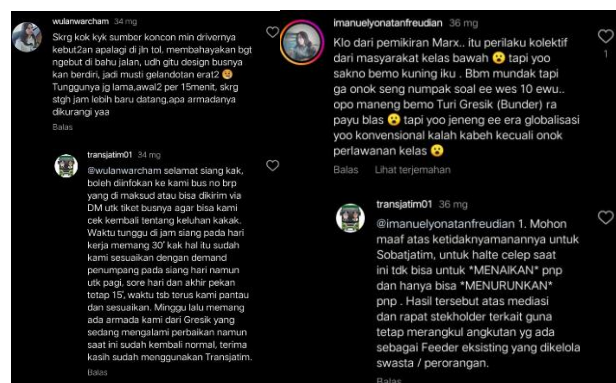
Gambar 7 konten terkait kesan dan masukan
Sumber : https://www.instagram.com/reel/CmK_f0cpEph/

Dari konten diatas dapat dilihat praktisi Humas Bus Transjatim mempublikasikan konten yang berhubungan dengan kesan dan masukan langsung dari masyarakat yang menggunakan layanan Bus Transjatim selama perjalanan mereka. Konten tersebut juga memberikan caption, "Ayok rame-rame numpak Bus Transjatim nang sekolah, pasar, mlaku-mlaku antar Sidoarjo-Gresik. Rutin memanfaatkan moda transportasi umum sama artinya dengan kita turut berperan aktif dalam mengurangi polusi udara dan kemacetan lalu-lintas." Hasil wawancara dengan narasumber 1, seorang pria, menyatakan bahwa Bus Transjatim sangat membantu terutama dalam hal ketepatan waktu perjalanan. Tidak ada kekhawatiran akan keterlambatan waktu, sehingga bus ini sangat cocok bagi masyarakat yang memiliki jadwal tetap sehari-hari. Narasumber tersebut juga menyebutkan bahwa Bus Transjatim dianggap nyaman dan tarifnya cukup terjangkau, sehingga masyarakat sangat antusias menggunakannya. Narasumber 2, seorang wanita, menganggap bahwa perjalanan dengan Bus Transjatim terasa sangat nyaman, tetapi antrian panjang sering terjadi karena antusiasme masyarakat yang tinggi. Ia memberikan saran kepada pemerintah untuk menambah jumlah armada agar bisa melayani lebih banyak penumpang. Narasumber 3, seorang siswa, berpendapat bahwa Bus Transjatim sangat nyaman dan terjangkau bagi anak sekolah. Dengan tarif Rp. 2.500,00, mereka dapat menggunakan transportasi umum yang dilengkapi dengan AC. Narasumber 4, seorang mahasiswa, berpendapat bahwa menggunakan Bus Transjatim dapat menghemat waktu dan biaya. Ia mengusulkan agar pemerintah menambah fasilitas colokan di dalam bus untuk memenuhi kebutuhan pengisian daya perangkat selama perjalanan yang jauh. Dengan demikian, kesan dan masukan dari masyarakat yang menggunakan Bus Transjatim menunjukkan bahwa bus ini dianggap membantu, nyaman, terjangkau, dan dapat menghemat waktu. Meskipun ada kebutuhan untuk meningkatkan jumlah armada dan fasilitas tambahan seperti colokan di dalam bus.

Gambar 8 Informasi keberangkatan bus transjatim
Sumber : Instagram @transjatim01

Dari unggahan diatas dapat disimpulkan bahwa humas Transjatim menjadwalkan konten yang pasti dalam kesehariannya. Konten tersebut diawali dengan unggahan mengenai jam operasional bus Trans Jatim pada pukul 05.00 WIB sesuai dengan waktu keberangkatan bus transjatim. Hal ini bertujuan untuk memberikan informasi kepada pengguna layanan mengenai jam beroperasinya bus agar mereka dapat mengetahui jadwal perjalan bus transjatim.

Dalam unggahan yang selanjutnya, menjelaskan jika terjadi keterlambatan bus karena kemacetan atau penutupan halte, Humas Trans Jatim akan selalu memberikan informasi terkait hal tersebut melalui akun Instagram @transjatim01. Tujuan dari informasi ini adalah memberitahu masyarakat mengenai situasi sedang terjadi, sehingga mereka dapat menyesuaikan rencana perjalanan mereka. Namun, disisi lain, Humas Trans Jatim juga memberikan solusi jika bus tidak dapat berhenti di halte yang dituju karena halte tersebut ditutup. Humas transjatim memberikan alternatif halte terdekat yang bisa digunakan sebagai pengganti halte yang ditutup. Hal ini dimaksudkan untuk membantu pengguna layanan dalam menemukan alternatif tempat berhenti yang dapat digunakan agar mereka tetap dapat melanjutkan perjalanan mereka tanpa kebingungan.



Gambar 9 Kritik dan saran melalui komentar di postingan @transjatim
Sumber : Instagram @transjatim01

Dalam wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap Humas Trans Jatim yang menyatakan bahwa kritikan yang dilontarkan oleh masyarakat biasanya disampaikan melalui *Direct Message* (DM) di media sosial. Namun, karena jumlah pesan yang masuk ke akun begitu banyak, mengakibatkan humas trans jatim lambat dalam merespon terhadap kritik tersebut. Akibatnya, masyarakat terus mengirimkan kritik secara berulang pada beberapa postingan yang ada.

Ketidaktepatan dalam memberikan penjelasan terhadap isu dapat menyebabkan penyebaran penjelasan yang tidak resmi, yang pada akhirnya dapat memperburuk isu tersebut. Oleh karena itu, penting bagi humas transjatim untuk merespons dengan cepat namun tetap memperhatikan kebenaran dan dukungan data yang relevan. Fungsi penting dalam pembentukan dan penjagaan citra terutama terlihat saat sedang beredar isu negatif tentang suatu instansi. Dalam

manajemen isu *cyber public relations*, respons yang cepat dan konfirmasi melalui konten yang dipublikasikan di akun Instagram resmi sangat penting. Hal ini dikarenakan audiens cenderung mencari kejelasan mengenai suatu permasalahan dari sumber informasi utama, yaitu akun Instagram resmi perusahaan.

Masyarakat memanfaatkan media sosial, termasuk Instagram, sebagai sarana untuk menyampaikan protes, usulan, saran, atau keluhan. Penggunaan Instagram sebagai media komunikasi memungkinkan warga masyarakat untuk berinteraksi langsung dengan pejabat negara tanpa hambatan yang lebih besar.

Pada penelitian terdahulu yang berjudul *Humas Pemerintah 4* [17] menjelaskan dalam pedoman penggunaan media sosial oleh instansi pemerintah bahwa media sosial memiliki manfaat sebagai berikut :

- a) Menjangkau masyarakat dengan menyebarkan informasi pemerintah.
- b) Membangun peran aparaturnegara dan masyarakat melalui media sosial.
- c) Membangun interaksi antara pemerintah dan masyarakat.
- d) Meningkatkan kesadaran dan partisipasi masyarakat terhadap kebijakan dan program pemerintah.
- e) Mengumpulkan aspirasi, pendapat, dan masukan masyarakat terhadap kebijakan dan program pemerintah

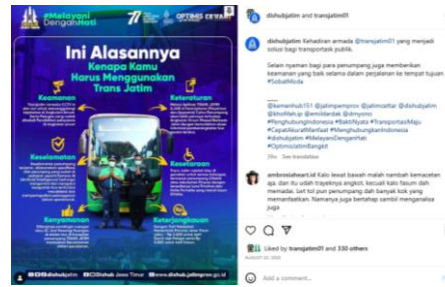


Gambar 10 postingan berisikan informasi barang tertinggal
Sumber : Instagram @transjatim01

Dari kalimat tersebut, dapat disimpulkan bahwa gambar yang ditunjukkan menjelaskan bahwa Bus Trans Jatim memberikan layanan kepada penumpang yang kehilangan barang. Jika ada penumpang yang barangnya tertinggal di dalam bus, petugas akan menyimpan barang tersebut di kantor Dinas Perhubungan Jawa Timur. Konten yang terkait juga memberikan keterangan mengenai prosedur teknis pengambilan barang yang tertinggal. Prosedurnya adalah dengan langsung mendatangi kantor Dinas Perhubungan Jawa Timur yang berlokasi di Jl. A. Yani No. 268. Untuk mengambil barang yang tertinggal, penumpang diwajibkan membawa kartu identitas asli sebagai bukti bahwa mereka adalah pemilik barang tersebut. Dengan demikian, Bus Trans Jatim memberikan layanan yang bertanggung jawab terhadap penumpang yang kehilangan barang dengan menyimpannya di kantor dinas perhubungan setempat dan memberikan petunjuk jelas mengenai cara mengambil barang tersebut.

D. Transjatim sebagai Jawaban atau solusi dari kebutuhan masyarakat

Kemacetan adalah persamasalahan umum yang sering terjadi di kota berkembang seiring dengan bertambahnya jumlah penduduk. Salah satu penyebab kemacetan bukan hanya karena banyaknya kendaraan yang berlalu-lalang, tetapi juga karena tata kota yang tidak teratur. Kemacetan lalu lintas diakui sebagai salah satu masalah utama dalam menciptakan kenyamanan dan keamanan di kota. Beberapa penyebab kemacetan lalu lintas meliputi pelayanan transportasi umum yang buruk, perilaku buruk pengemudi, kurangnya perawatan kendaraan dan ketidakpastian jadwal perjalanan, jumlah kendaraan yang terlalu banyak, pertumbuhan cepat populasi perkotaan, jalan yang tidak memadai, dan kurangnya ketaatan dan disiplin dalam berlalu lintas seperti memberi suap, tidak memiliki izin mengemudi, dan tidak mengindahkan aturan lalu lintas. Terakhir, kurangnya ketertiban dan kepatuhan pada aturan yang diterapkan oleh pemerintah daerah juga menjadi faktor dalam kekacauan ini, di mana banyak sarana umum digunakan tanpa aturan yang jelas [18].



Gambar 11 Konten terkait alasan masyarakat harus beralih ke bus trans jatim

Sumber : <https://www.instagram.com/p/CheayWFvJ8Z/>

Konten yang selanjutnya memberikan edukasi mengenai alasan kenapa masyarakat harus beralih menggunakan Trans Jatim, di dalam konten tersebut menjelaskan bahwa Bus Trans Jatim dilengkapi dengan alat teknologi yang menjamin keamanan, keselamatan, kenyamanan, keteraturan, kesetaraan, dan keterjangkauan.

- Keamanan : Transjatim dilengkapi dengan CCTV in dan out untuk menanggulangi kejahatan di Angkutan umum. Tak hanya itu, petugas petugas pramugara dan pramugari sudah dibekali dengan pendidikan pelayanan di angkutan umum.
- Keselamatan : Transjatim dilengkapi dengan kamera AI (*Artificial Intellegence*) yang berfungsi mengontrol dan mengatur kecepatan bus, serta bisa mendeteksi dan memperingatkan pelanggaran yang dilakukan oleh petugas bus transjatim, baik pramugara-pramugari ataupun *Driver*.
- Kenyamanan : Transjatim dilengkapi dengan AC atau pendingin dan pewangi ruangan dengan harapan penumpang dapat merasakan kenyamanan dalam menempuh perjalanan.
- Keteraturan : transjatim memiliki Aplikasi sendiri TRANS JATIM AJAIB di Smartphone yang dapat diunduh perangkat android maupun IOS, di dalam aplikasi tersebut penumpang dapat memantau jarak bu dari lokasi halte, selain itu penumpang juga dapat melihat berapa jumlah penumpang yang ada di bus tersebut.
- Kesetaraan : trans jatim bisa digunakan untuk semua kalangan, termasuk penumpang difable atau masyarakat yang berkebutuhan khusus. Karena didalam bus transjatim dilengkapi dengan kursi prioritas dan halte portable yang ramah untuk digunakan bagi kaum difable.
- Keterjangkauan : tarif disesuaikan dengan kebijakan pemerintah provinsi Jawa Timur yaitu; Rp. 2.500 untuk santri atau pelajar serta Rp. 5.000 untuk tarif umum.



Gambar 12 peresmian penambahan jumlah armada

Sumber : <https://www.instagram.com/p/CrBaU8JjXt-/>

Seperti yang sudah disuarakan oleh penumpang, terutama pekerja mereka berpendapat bahwa 20 unit bus itu tidak cukup untuk dijadikan sebagai transportasi umum dalam keseharian, mereka beranggapan sering tidak kedapatan bangku banyaknya antusias masyarakat hingga menyebabkan penuhnya bangku penumpang, Sebagai penghubung jalannya komunikasi antara masyarakat dengan pemerintah, Humas Trans Jatim memiliki tugas mengumpulkan, mengolah, dan menyebarkan informasi terkait program, kebijakan, aktivitas, dan pencapaian Lembaga. Mereka juga merespons tanggapan, aspirasi, dan opini masyarakat terhadap Lembaga tersebut. humas transjatim juga mempertimbangkan dari hasil alat pemantau jumlah penumpang yang selalu penuh, akhirnya pemerintah mengimplementasikan harapan masyarakat dengan melakukan penambahan jumlah armada sesuai dengan kebutuhan.

Oleh karena itu, teknologi komunikasi sangatlah penting dalam hal ini. Media sosial menjadi salah satu media yang efektif dalam menyebarkan informasi kepada berbagai kalangan. Dalam situasi seperti ini, Humas Trans Jatim perlu memiliki kemampuan untuk mengelola media sosial agar informasi yang terkait dengan Lembaga dapat disampaikan dengan baik. Selain itu, mereka juga harus mampu mengelola berbagai sumber informasi dan saluran komunikasi secara efektif, sehingga informasi yang seharusnya diketahui oleh masyarakat dapat disampaikan dengan tepat.



Gambar 13 perwujudan dari masukan masyarakat
Sumber : Instagram @transjatim01

Dilihat dari antusiasme yang tinggi dari warga Sidoarjo, banyak masyarakat yang menginginkan adanya pembangunan halte di Alun-Alun Sidoarjo. Mereka berpikir bahwa Alun-Alun Sidoarjo merupakan tempat yang sering dikunjungi dan menjadi tujuan utama dalam melakukan berbagai aktivitas. Warga merasa bahwa memiliki halte di Alun-Alun Sidoarjo akan memberikan kemudahan akses transportasi bagi mereka yang ingin pergi atau datang ke tempat tersebut. Hal ini dapat meningkatkan kenyamanan dan efisiensi perjalanan mereka serta memfasilitasi kegiatan sehari-hari.



Gambar 14 Alasan pentingnya penyimpanan tiket
Sumber : Instagram @transjatim01

Dalam konten berikutnya, Humas Transjatim memberikan informasi penting tentang bagaimana menyimpan tiket selama perjalanan menggunakan bus Transjatim. Tiket diharapkan disimpan dengan baik selama perjalanan, karena karena dari tiket tersebut dapat digunakan sebagai bukti jika kita kehilangan barang di dalam bus. Selain itu, tiket juga dapat digunakan sebagai bukti jika kita ingin mengajukan keluhan terhadap petugas atau sopir bus. Dengan menyimpan tiket dengan baik, kita memiliki bukti yang kuat untuk memperoleh bantuan atau menyelesaikan masalah yang mungkin timbul selama perjalanan.

Dalam konteks ini, fenomena *cyber public relations* menjadi tidak bisa dihindari karena perkembangan zaman yang semakin luas dan tidak terbatas. Publik juga mengikuti perkembangan tersebut, sehingga komunikasi dan informasi semakin mudah dan cepat. Kemajuan teknologi internet yang pesat, serta jumlah pengguna yang terus bertambah, telah mengubah cara praktisi humas berkomunikasi dan menyampaikan pesan kepada publik. Teknologi internet telah membantu praktisi humas untuk secara cepat dan efisien menginformasikan berita atau pesan-pesan kepada khalayak.

Keberadaan Bus Trans Jatim dengan tarif yang relatif murah ini memiliki dampak negatif terhadap pandangan dari para pemilik armada angkutan umum pribadi. Banyaknya penumpang yang beralih menggunakan Bus Trans Jatim, sehingga armada angkutan umum pribadi mengalami kesulitan dalam menarik penumpang. Akibatnya, pendapatan

angkutan umum pribadi mengalami penurunan yang signifikan. Hal ini terjadi terutama di halte celep depan RSUD yang berdekatan dengan kampus Muhammadiyah Sidoarjo. Para pengemudi dan pemilik angkutan umum yang biasa mengawali pencarian pendapatan mereka di area tersebut merasa bahwa pemerintah kurang memberikan dukungan yang memadai bagi angkutan umum skala kecil. Mereka menganggap bahwa kehadiran Bus Trans Jatim sebagai armada pemerintah membuat persaingan dalam menarik penumpang. Penurunan pendapatan yang signifikan pada angkutan umum pribadi dapat berdampak negatif secara ekonomi bagi pengemudi dan pemilik armada. Mereka merasa kesulitan dalam mempertahankan bisnis mereka, termasuk dalam membayar biaya operasional.



Gambar 15 penyesuaian layanan halte

Sumber : Instagram @transjatim01

Selain itu, persepsi masyarakat terhadap pemerintah dalam hal menaungi angkutan umum kecil juga menjadi pertimbangan. Ketika banyak penumpang beralih ke Bus Trans Jatim, beberapa angkutan umum pribadi mungkin menganggap bahwa pemerintah tidak memberikan perlindungan atau dukungan yang cukup bagi mereka. Ini bisa mengakibatkan ketidakpuasan terhadap kebijakan pemerintah terkait transportasi publik dan mempengaruhi pandangan masyarakat terhadap kinerja pemerintah dalam sektor tersebut. Pada akhirnya, keberadaan Bus Trans Jatim dengan tarif yang murah mempengaruhi persaingan di sektor transportasi publik. Armada angkutan umum pribadi menghadapi kesulitan dalam menarik penumpang dan mengalami penurunan pendapatan. Situasi ini juga menciptakan persepsi bahwa pemerintah kurang memberikan perhatian yang cukup terhadap angkutan umum skala kecil.

Pemerintah perlu mempertimbangkan dampak kebijakan transportasi seperti ini agar terjadi persaingan yang sehat dan adil antara bus Trans Jatim dan angkutan umum pribadi. Dalam menghadapi situasi ini, Dinas Perhubungan Jawa Timur telah melakukan upaya kolaborasi antara pemerintah dan angkutan umum pribadi.

Salah satu tindakan yang diambil adalah dengan membatasi bus Trans Jatim agar tidak menerima penumpang dari halte yang sama dengan angkutan umum pribadi. Meskipun demikian, penumpang tetap diperbolehkan turun di halte tersebut. Langkah ini bertujuan untuk mencari solusi yang menguntungkan bagi semua pihak serta memenuhi kebutuhan transportasi masyarakat. Dengan adanya kolaborasi ini, diharapkan tercipta kesetaraan dan keadilan dalam industri transportasi. Persaingan yang sehat akan mendorong kualitas layanan yang lebih baik dari kedua pihak, yaitu bus Trans Jatim dan angkutan umum pribadi. Selain itu, hal ini juga dapat memastikan bahwa kebutuhan transportasi masyarakat tetap terpenuhi dengan baik.

Pemerintah Dinas Perhubungan Jawa Timur memahami pentingnya menjaga keseimbangan antara bus Trans Jatim dan angkutan umum pribadi. Melalui kolaborasi dan upaya yang dilakukan, diharapkan dapat tercipta solusi yang saling menguntungkan bagi semua pihak. Dalam hal ini, kepentingan masyarakat menjadi prioritas utama sehingga mereka dapat menikmati pelayanan transportasi yang efisien dan nyaman.

IV. SIMPULAN

Cyber Public Relations merupakan sebuah konsep dan praktik yang penting dalam dunia humas di era digital saat ini. Dalam dunia yang saling terhubung, penting bagi praktisi humas untuk memahami dan memanfaatkan potensi yang ditawarkan oleh Cyber Public Relations. Praktik ini melibatkan pengelolaan konten online, pembangunan komunitas di media sosial, tanggap terhadap isu-isu yang berkembang, serta pemanfaatan alat analisis data untuk memahami tren dan pola komunikasi publik.

Salah satu aspek Cyber Public Relations yang penting adalah pengelolaan akun media sosial. Perusahaan atau organisasi dapat menggunakan akun Instagram resmi mereka untuk berkomunikasi dengan publik. Akun Instagram @transjatim01 adalah akun resmi Bus Transjatim yang memberikan informasi mengenai jadwal bus, promosi, keterlambatan, dan penutupan halte. Dengan menyajikan konten yang jelas dan informatif, tujuannya adalah membentuk citra positif dalam menghadapi persoalan negatif yang mungkin timbul dari berbagai pihak.

Selain itu, praktisi humas melakukan kerjasama dengan perusahaan atau instansi lain untuk memperluas jangkauan dan mempromosikan layanan mereka. Transjatim bekerja sama dengan perusahaan Astrapay untuk memberikan pengembalian dana kepada pengguna yang melakukan pembayaran melalui aplikasi Trans Jatim Ajaib. Dengan demikian, kerjasama ini dapat memberikan manfaat bagi kedua belah pihak dan memperkuat citra positif mereka.

Konsistensi dalam mempertahankan reputasi juga merupakan hal yang sangat penting dalam Cyber Public Relations. Praktisi humas mengumpulkan kesan dan masukan langsung dari masyarakat yang menggunakan layanan mereka melalui akun instagram, dan menggunakan informasi ini untuk meningkatkan kualitas pelayanan. Humas trasjatim juga memberikan informasi terkait keterlambatan atau penutupan halte, serta menjadwalkan konten yang memberikan informasi yang berguna bagi pengguna layanan.

Cyber Public Relations menjadi bagian penting yang tak terpisahkan dari praktik humas trans jatim. Dengan memanfaatkan fitur media sosial dan teknologi komunikasi, praktisi humas dapat membangun citra positif, membentuk opini publik, dan menjaga hubungan yang baik antara organisasi dan publiknya.

REFERENSI

- [1] Nasrullah, R. (2016). *Teori dan riset media siber (cybermedia)*. Kencana. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=1147096>
- [2] Mahanani, P. A. R. (2017). Customer Relations Management sebagai Salah Satu Upaya Public Relations Perusahaan Jasa Perbankan Menciptakan Good Image. *Jurnal ASPIKOM*, 1(6), 551–562. <https://doi.org/10.24329/ASPIKOM.V1I6.58>
- [3] RAFI, M. (2020). *FUNGSI PUBLIC RELATIONS DALAM MENINGKOMUNIKASIKAN MEDIA ONLINE MEDCOM.ID*. <https://repository.mercubuana.ac.id/58619/>
- [4] Permatasari, A. N., Soelistiyowati, E., Suastami, I. G. A. P. P., & Johan, R. A. (2021). Digital Public Relations: Trend and Required Skills. *Jurnal ASPIKOM*, 6(2), 373–386. <https://doi.org/10.24329/ASPIKOM.V6I2.836>
- [5] Kriyantono, R. (2021a). *Best Practice Humas (Public Relations) Bisnis Dan Pemerintah*. Prenada Media. https://www.google.co.id/books/edition/Best_Practice_Humas_Public_Relations_Bis/161pEAAAQBAJ?hl=id&gbpv=0
- [6] Gassing Syarifuddin S, & Suryanto. (2016). *Public relations*. Andi Offset. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=967852>
- [7] MS, D. (2019). Pembentukan Citra Positif Perusahaan Melalui Cyber Public Relations. *E-Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Universitas Udayana*, 8, 901. <https://doi.org/10.24843/eeb.2019.v08.i08.p04>
- [8] Sari, B. W. N. (2012). *Humas pemerintah*. Graha Ilmu. <https://opac.perpusnas.go.id/DetailOpac.aspx?id=806044>
- [9] Niken Puspitasari, -, & Diah Ajeng Purwani, -. (2022). Cyber Public Relation. *Institutional Repository UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta*.
- [10] Yuniani, H., & Ikom, M. (2021). Implementasi Cyber PR Lembaga Sosial Sinergi Foundation Di Era Pandemi Covid -19. *Jurnal Media Penyiaran*, 1(1), 30–39. <https://doi.org/10.31294/JMP.V1I1.423>
- [11] Lestarysca, L., & Febriana, P. (2013). KONSTRUKSI CITRA PEREMPUAN DALAM MEDIA ONLINE (Analisis Framing Rubrik Fashion Website Wolipop). *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 2(1), 49–64. <https://doi.org/10.21070/kanal.v2i1.275>
- [12] Syafaat, M., & Wahyudin, D. (2020). Analisis Implementasi Digital Public Relations Pada Konten Instagram @Alaminuniversal. *Jurnal Pustaka Komunikasi*, 3(1), 1–12. <http://journal.moestopo.ac.id/index.php/pustakom>
- [13] Veronika, R., & Aulia, S. (2022). Pengaruh Daya Tarik Konten Media Sosial @akutahu terhadap Minat Baca Generasi Milenial. *Koneksi*, 6(2), 295–304. <https://doi.org/10.24912/KN.V6I2.15677>
- [14] Kriyantono, R. (2014). *Teknik praktis riset komunikasi*. Kencana Prenada Media Group.
- [15] Kriyantono, R. (2021b). *Teknik praktis riset komunikasi kuantitatif dan kualitatif*. Prenada Media Group.
- [16] Sofyan, H. (2022). *PERAN MEDIA RELATIONS DALAM PEMBENTUKAN CITRA PERUSAHAAN*. 1–8. <https://www.researchgate.net/publication/366064569>
- [17] Iriantara, Y. (2019). Humas Pemerintah 4.0. *Media Nusantara*, 16(1), 13–26. <http://ojs.uninus.ac.id/index.php/MediaNusantara/article/view/630/407%0Ahttp://ojs.uninus.ac.id/index.php/MediaNusantara/article/view/630>
- [18] Prisgunanto, I. (2019). *Aplikasi teori dalam sistem komunikasi di Indonesia*. Kencana.