

Strategi Komunikasi Persuasif Dinas Perhubungan Dalam Implementasi Kebijakan Pengurangan Angkutan Kota Di Kota Bogor

Prasetyo Adinugroho, Muslim², Amelia Nur Laily Lubis³

^{1,2,3} Universitas Pakuan, Indonesia

E-mail: prasetyoadimilan@gmail.com

Article History:

Received: 05 September 2026

Revised: 16 September 2026

Accepted: 21 September 2026

Keywords: Angkutan Kota;
Dinas Perhubungan; Komunikasi
Persuasif; Kebijakan Publik;
Transportasi Perkotaan

Abstract: *Pertumbuhan kebutuhan transportasi di Kota Bogor mendorong pemerintah daerah melakukan penataan sistem angkutan umum melalui kebijakan pengurangan angkutan kota (angkot). Kebijakan ini menuntut strategi komunikasi persuasif yang efektif dari Dinas Perhubungan (Dishub) agar dapat dipahami dan diterima oleh sopir angkot sebagai pihak yang paling terdampak. Penelitian ini bertujuan menganalisis strategi komunikasi persuasif Dishub Kota Bogor dalam implementasi kebijakan tersebut, meliputi: (1) bentuk komunikasi yang digunakan, (2) teknik persuasif yang diterapkan, serta (3) hambatan yang muncul di lapangan beserta cara mengatasinya. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui wawancara mendalam dengan pejabat Dishub dan sopir angkot, serta observasi proses komunikasi lapangan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Dishub menerapkan lima teknik komunikasi persuasif menurut Effendy, yaitu: (1) teknik integrasi untuk membangun kedekatan dengan sopir angkot melalui forum dialog dua arah; (2) teknik tatahan melalui penyampaian informasi secara sistematis dan bertahap melalui surat edaran, sosialisasi langsung, rapat koordinasi, FGD, dan media sosial; (3) teknik ganjaran berupa pemberian kompensasi dan peluang kerja sebagai pengemudi Biskita; (4) teknik asosiasi dengan menghubungkan kebijakan pada manfaat penataan transportasi dan pengurangan kemacetan; serta (5) teknik red herring yang digunakan secara terbatas untuk mengalihkan fokus dari dampak ekonomi menuju tujuan kebijakan jangka panjang. Hambatan utama meliputi kesenjangan informasi, rendahnya penerimaan sopir, ketidakjelasan mekanisme kompensasi, dan perbedaan tingkat pendidikan. Untuk mengatasinya, Dishub meningkatkan intensitas komunikasi dan memperkuat dialog partisipatif.*

PENDAHULUAN

Kota Bogor sebagai salah satu wilayah penyangga utama Jakarta menghadapi beban mobilitas yang tinggi. Pertumbuhan penduduk yang pesat serta intensitas perjalanan harian yang padat menjadikan sistem transportasi publik kota ini berada dalam tekanan besar. Berdasarkan

data Dinas Perhubungan Kota Bogor, sebelum diberlakukannya kebijakan pengurangan armada, jumlah angkutan kota (angkot) yang beroperasi mencapai lebih dari 3.000 unit di berbagai trayek. Kondisi ini menimbulkan kepadatan di sejumlah jalan utama dan memperburuk kemacetan, sehingga berdampak pada menurunnya kualitas pelayanan transportasi publik secara keseluruhan.

Untuk menanggapi permasalahan tersebut, Pemerintah Kota Bogor melalui Dinas Perhubungan menetapkan kebijakan pembatasan usia teknis kendaraan angkutan umum yang berlandaskan pada Peraturan Daerah Nomor 3 Tahun 2013, Peraturan Daerah Nomor 10 Tahun 2019, serta Peraturan Daerah Nomor 8 Tahun 2023. Melalui regulasi ini, kendaraan angkot yang telah mencapai usia 20 tahun atau lebih dinyatakan tidak lagi layak beroperasi. Terhitung mulai 1 Januari 2026, sekitar 1.940 angkot yang telah berusia lebih dari 20 tahun tidak diperbolehkan beroperasi, sehingga jumlah armada berkurang dari sekitar 3.000 unit menjadi kurang lebih 2.000 unit.

Wirawan dan Nugroho (2022) menemukan bahwa keberhasilan reformasi transportasi di sejumlah kota sangat dipengaruhi oleh keberadaan strategi komunikasi yang komprehensif, mencakup kampanye edukatif, dialog dengan berbagai pemangku kepentingan, serta pendampingan bagi kelompok terdampak. Sebaliknya, kegagalan implementasi kebijakan transportasi di berbagai daerah sering kali disebabkan oleh lemahnya komunikasi pemerintah kepada masyarakat (Nugroho, 2021). Kota Bogor menjadi contoh yang menarik karena kebijakan pengurangan angkot yang diterapkan bukan sekadar mengurangi jumlah armada, melainkan juga bagian dari upaya modernisasi dan penataan sistem transportasi secara menyeluruh. Transformasi semacam ini memerlukan strategi komunikasi yang dapat menjelaskan alasan perubahan, manfaat jangka panjang yang akan dirasakan masyarakat, sekaligus menyediakan alternatif atau solusi bagi pihak-pihak yang terdampak langsung. Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini disusun untuk mengkaji bagaimana strategi komunikasi persuasif Dinas Perhubungan Kota Bogor dijalankan dalam implementasi kebijakan pengurangan angkutan kota.

Di berbagai kota besar, termasuk Kota Bogor, tantangan transportasi menjadi semakin kompleks. Kemacetan, ketidakteraturan lalu lintas, kepadatan kendaraan pribadi, hingga polusi udara merupakan permasalahan yang muncul akibat tidak seimbangnya pertumbuhan penduduk dengan kapasitas infrastruktur. Salah satu aspek yang paling banyak mendapat perhatian adalah keberadaan angkutan kota (angkot) yang hingga kini masih menjadi moda transportasi utama bagi masyarakat, terutama yang belum memiliki kendaraan pribadi. Angkot digunakan untuk berbagai aktivitas harian, mulai dari bekerja, bersekolah, berbelanja, hingga aktivitas ekonomi lainnya.

Walaupun memiliki peran penting, keberadaan angkot yang jumlahnya cukup besar juga menimbulkan persoalan. Beberapa trayek angkot tumpang tindih, banyak kendaraan yang sudah berusia tua dan kurang layak, serta belum adanya standar pelayanan yang seragam membuat angkot sering dikaitkan dengan kemacetan dan ketidakteraturan lalu lintas. Selain itu, pola kerja angkot berbasis setoran harian menimbulkan perilaku “ngetem” yang memperparah kemacetan. Permasalahan-permasalahan tersebut mendorong pemerintah daerah melakukan penataan ulang transportasi publik, termasuk melalui pengurangan jumlah angkot sebagai langkah awal menuju sistem transportasi yang lebih modern.

Pelaksanaan kebijakan ini tidak terlepas dari dinamika sosial yang cukup signifikan, termasuk aksi protes dari sebagian sopir dan pengusaha angkot. Fenomena ini menunjukkan adanya celah komunikasi antara Dinas Perhubungan dan sopir angkot, di mana komunikasi yang tidak berjalan baik dapat memunculkan resistensi, kesalahpahaman, dan sikap menolak kebijakan. Dalam konteks kebijakan publik modern, komunikasi persuasif menjadi elemen yang semakin penting karena pemerintah tidak lagi dapat bergantung semata-mata pada kewenangan

formal untuk memastikan kepatuhan masyarakat (Cangara, 2021).

Penelitian ini secara spesifik mengangkat komunikasi persuasif sebagai fokus utama, bukan sekadar sosialisasi kebijakan. Pendekatan persuasif menjadi krusial karena kebijakan pengurangan angkutan kota berdampak langsung pada mata pencaharian sopir dan pengusaha angkot, sehingga diperlukan strategi komunikasi yang mampu membangun penerimaan dan dukungan, bukan sekadar pemahaman informasional.

Urgensi penelitian ini bertumpu pada kebutuhan mendesak untuk mengurai benang kusut permasalahan transportasi di Kota Bogor yang tidak hanya berdimensi teknis, tetapi juga sosial dan komunikasi. Kebijakan pengurangan angkot, yang merupakan bagian dari reformasi transportasi publik, seringkali menghadapi hambatan terbesar bukan pada desain kebijakannya, melainkan pada resistensi dari para pemangku kepentingan, terutama para sopir angkot dan masyarakat pengguna.

Kebaruan (*novelty*) dari penelitian ini terletak pada upaya untuk mengisi kekosongan kajian (*research gap*) dengan menggabungkan aspek komunikasi pemerintahan, isu transportasi perkotaan, dan pendekatan persuasif teknologi di era digital.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini mengkaji bagaimana strategi komunikasi persuasif Dinas Perhubungan Kota Bogor dijalankan dalam implementasi kebijakan pengurangan angkutan kota, dengan fokus pada: (1) bentuk komunikasi persuasif yang digunakan, (2) cara membangun pemahaman dan penerimaan sopir angkot, serta (3) hambatan komunikasi yang dihadapi beserta cara mengatasinya.

LANDASAN TEORI

Komunikasi Persuasif

Komunikasi persuasif merupakan proses untuk memengaruhi dan mengubah sikap maupun perilaku individu terhadap suatu gagasan, peristiwa, atau objek tertentu melalui penggunaan bahasa verbal dan nonverbal yang mengandung informasi, emosi, dan logika (Maulana & Gumelar, 2013). Effendy (2017) menyatakan bahwa tujuan komunikasi persuasif tidak hanya menyampaikan informasi, tetapi juga menanamkan pemahaman, menumbuhkan penerimaan, membentuk opini, serta mengarahkan komunikan agar secara sukarela melakukan tindakan yang diharapkan komunikator tanpa adanya paksaan.

Effendy (dalam Hendri, 2019) mengemukakan lima teknik dalam komunikasi persuasif: (1) Teknik Asosiasi — mengaitkan pesan pada peristiwa atau simbol yang menarik perhatian khalayak; (2) Teknik Integrasi — membangun kedekatan dan rasa kebersamaan antara komunikator dan komunikan; (3) Teknik Ganjaran (*pay-off technique*) — memengaruhi sasaran dengan menawarkan keuntungan atau harapan tertentu; (4) Teknik Tataan — menyusun pesan agar tersampaikan secara menarik, mudah dipahami, dan memotivasi tindakan; serta (5) Teknik Red-Herring — mengalihkan pembahasan ke aspek yang lebih dikuasai komunikator ketika menghadapi argumentasi yang lemah.

Fungsi Media Komunikasi Berteknologi Tinggi

Secara fundamental, media didefinisikan sebagai segala material atau bagian dari spektrum elektromagnetik yang dapat diubah secara sistematis oleh komunikator dengan stabilitas yang cukup untuk mengawetkan stimulus bagi keperluan mendistribusikan dan menyimpan pesan, atau untuk menampilkan stimulus ke lingkungan proksimal komunikator lain guna berinteraksi dengan pesan. Friesem (2021) menambahkan bahwa dalam memahami media, kita perlu melihatnya sebagai cerminan dari cara manusia berkomunikasi yang unik, bukan semata-mata sebagai teknologi modern yang patut dicurigai. Media harus dipahami dalam hubungannya dengan diri sendiri, makna, dan kekuasaan

Adinugroho dan Indrianis (2026) mengenai media komunikasi Pemerintah Kota Bogor, teori fungsi media komunikasi berteknologi tinggi dari Burgon & Huffner (dalam Hardiyansyah, 2015) sangat relevan untuk menganalisis penggunaan platform digital (Media Sosial, Aplikasi SiBadra, Website) oleh Dinas Perhubungan.

Burgon & Huffner menyatakan bahwa media berteknologi tinggi memiliki empat fungsi utama:

1. Sebagai alat yang efisien: Menyampaikan informasi kebijakan pengurangan angkot secara cepat dan menjangkau ribuan warga tanpa biaya tinggi.
2. Memperkuat eksistensi informasi: Informasi yang diviralkan atau diunggah secara konsisten akan memperkuat ingatan masyarakat tentang kebijakan tersebut.
3. Sebagai alat persuasi dan pengarahan: Konten digital (video, infografis) dapat dirancang untuk membujuk pengemudi angkot agar mau berkonversi ke transportasi modern.
4. Sebagai instrumen kontrol sosial: Kolom komentar dan fitur aduan di media sosial berfungsi untuk memantau respon publik terhadap kebijakan pengurangan angkot.

Komunikasi Pemerintahan

Komunikasi pemerintahan merupakan proses penyampaian ide, program, dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dengan tujuan mencapai sasaran dan kepentingan negara. Erliana Hasan (2010) menjelaskan bahwa komunikasi pemerintahan adalah bentuk penyampaian ide, program, dan gagasan pemerintah kepada masyarakat dalam rangka mewujudkan tujuan yang telah ditetapkan. Melalui komunikasi tersebut, pemerintah berperan sebagai komunikator yang menyampaikan pesan, sementara masyarakat menjadi komunikan yang menerima dan menafsirkan pesan tersebut.

Sementara itu menurut Strömbäck dan Kioussis (2011) dalam Canel dan Sanders melalui *Introduction: Mapping the Fields of Government Communication* (2013) menjelaskan bahwa komunikasi pemerintahan dapat dipahami dalam kerangka *political public relations*. Dalam konteks ini, *political public relations* diartikan sebagai proses pengelolaan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi atau individu untuk kepentingan politik. Proses ini dilakukan secara terencana melalui komunikasi dan tindakan tertentu dengan tujuan memengaruhi, membangun, serta menjaga hubungan dan citra yang baik dengan publik, sehingga dapat mendukung tercapainya tujuan yang diinginkan.

Hasan (2014) menegaskan bahwa komunikasi pemerintahan tidak hanya menempatkan pemerintah sebagai komunikator dan masyarakat sebagai penerima pesan, tetapi juga memungkinkan terjadinya pertukaran peran. Dalam situasi tertentu, masyarakat dapat menjadi pihak yang menyampaikan gagasan, aspirasi, atau masukan kepada pemerintah, sementara pemerintah berperan sebagai pihak yang mencermati dan menindaklanjuti keinginan masyarakat.

Berdasarkan pandangan para ahli tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi pemerintahan merupakan proses interaktif dan timbal balik antara pemerintah dan masyarakat yang bertujuan untuk menyampaikan informasi, membangun pemahaman, serta menciptakan kerja sama dalam pelaksanaan kebijakan publik.

Angkutan Kota

Angkutan merupakan salah satu unsur penting dalam sistem transportasi yang berfungsi memindahkan orang dan barang dari satu tempat ke tempat lainnya. Menurut Suwardjoko P. Warpani (2002), angkutan (transport) adalah kegiatan perpindahan orang dan barang dari satu tempat (asal) ke tempat lain (tujuan) dengan menggunakan sarana (kendaraan). Selanjutnya, Warpani (2002) menjelaskan bahwa angkutan umum penumpang merupakan angkutan penumpang dengan menggunakan kendaraan umum dan dilaksanakan dengan sistem sewa atau bayar. Angkutan umum penumpang termasuk bagian dari sistem transportasi perkotaan yang memiliki peranan penting dalam mendukung mobilitas masyarakat dan aktivitas ekonomi sehari-

hari.

Berdasarkan Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 74 Tahun 2014 tentang Angkutan Jalan, angkutan umum didefinisikan sebagai kendaraan bermotor yang disediakan untuk digunakan oleh masyarakat umum dengan dipungut bayaran. Jenis angkutan umum penumpang dibagi menjadi beberapa kategori, salah satunya adalah angkutan perkotaan (angkot), yaitu angkutan orang dengan kendaraan bermotor umum yang melayani trayek tetap dan teratur di dalam wilayah kota.

Secara umum, angkutan kota merupakan bentuk pemindahan orang dari satu tempat ke tempat lain dengan menggunakan kendaraan bermotor yang disediakan oleh pihak pribadi, swasta, maupun pemerintah untuk kepentingan umum dengan sistem pembayaran ongkos. Dalam Keputusan Menteri Perhubungan No. KM.35 Tahun 2003 tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang di Jalan dengan Kendaraan Umum dijelaskan bahwa angkutan adalah kegiatan pemindahan orang dan/atau barang dari suatu tempat ke tempat lain menggunakan kendaraan. Penggunaan istilah “umum” menunjukkan bahwa layanan ini terbuka bagi siapa saja tanpa membedakan latar belakang sosial, usia, maupun jenis kelamin, selama mampu membayar ongkos sesuai rute yang ditempuh.

Implementasi Kebijakan Publik

Implementasi kebijakan publik merupakan tahap di mana keputusan atau rencana yang telah ditetapkan oleh pemerintah diterjemahkan menjadi tindakan nyata. Keberhasilan implementasi tidak hanya ditentukan oleh kejelasan regulasi, tetapi juga oleh bagaimana pemerintah menjalankan komunikasi, memberikan pendampingan, serta menciptakan ruang dialog yang memungkinkan kelompok terdampak memahami alasan, tujuan, dan manfaat kebijakan. Wirawan dan Nugroho (2022) menemukan bahwa keberhasilan reformasi transportasi sangat dipengaruhi oleh keberadaan strategi komunikasi yang komprehensif, mencakup kampanye edukatif, dialog dengan pemangku kepentingan, serta pendampingan bagi kelompok terdampak.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk memahami fenomena komunikasi secara mendalam berdasarkan pengalaman, pandangan, dan respons para informan. Pendekatan kualitatif dipilih karena fenomena komunikasi tidak dapat dinilai hanya dari seberapa banyak pesan disampaikan, melainkan bagaimana pesan tersebut dipahami, ditafsirkan, dan dirasakan oleh komunikan (Afrizal, 2016).

Pengumpulan data dilakukan melalui tiga teknik: (1) wawancara mendalam (in-depth interview) dengan dua key informan dari Dinas Perhubungan Kota Bogor (Kepala Bidang Angkutan dan Kanit Tim Reaksi Cepat) serta tiga informan sopir angkot dari berbagai trayek terdampak; (2) observasi lapangan di titik-titik operasional angkot seperti sekitar Lippo Plaza Ekalokasari, Alun-Alun Kota Bogor, dan kawasan depan Universitas Pakuan; serta (3) dokumentasi kebijakan berupa surat edaran, regulasi, notulen rapat, dan materi sosialisasi. Pemilihan informan dilakukan secara purposive sampling berdasarkan keterlibatan langsung dalam proses komunikasi dan implementasi kebijakan. Keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber, yakni membandingkan hasil wawancara dari Dinas Perhubungan Kota Bogor, sopir angkot, dan informan triangulasi dari Dinas Perhubungan Kota Tangerang Selatan. Analisis data mengikuti model Miles dan Huberman melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Dalam upaya mengimplementasikan kebijakan pengurangan angkutan kota di Kota Bogor, Dinas Perhubungan menerapkan berbagai teknik komunikasi persuasif untuk membangun pemahaman dan penerimaan di kalangan sopir angkot sebagai kelompok yang paling terdampak. Berdasarkan hasil penelitian di lapangan, ditemukan bahwa kelima teknik komunikasi persuasif menurut Effendy (2017) digunakan dengan tingkat dominasi yang bervariasi, disesuaikan dengan karakteristik audiens dan dinamika komunikasi yang berkembang. Kelima teknik tersebut meliputi teknik asosiasi, integrasi, ganjaran, tataan, dan red-herring, yang masing-masing memiliki peran strategis dalam membentuk persepsi positif terhadap kebijakan. Selain itu, dalam pelaksanaannya, Dinas Perhubungan juga menghadapi sejumlah hambatan komunikasi yang memerlukan upaya-upaya khusus untuk mengatasinya. Berikut adalah pemaparan lengkap mengenai penerapan masing-masing teknik serta hambatan yang dihadapi dalam proses komunikasi persuasif kebijakan pengurangan angkutan kota di Kota Bogor.

1. Teknik Asosiasi

Dinas Perhubungan Kota Bogor mengaitkan kebijakan reduksi angkot dengan berbagai tujuan penting bagi masyarakat, yakni penataan sistem transportasi, pengurangan kemacetan, peningkatan kualitas pelayanan transportasi umum, serta penyesuaian jumlah angkot dengan jumlah penumpang yang ada. Dengan pengaitan tersebut, kebijakan reduksi tidak dipahami hanya sebagai pengurangan jumlah kendaraan, tetapi sebagai bagian dari upaya menciptakan sistem transportasi yang lebih tertata dan efektif. Sebagai contoh, Dishub mengasosiasikan kondisi oversupply angkot dengan kemacetan parah, lalu menghubungkan solusinya pada program BisKita Trans Pakuan sebagai moda transportasi modern yang lebih aman, nyaman, dan terjangkau.

Temuan ini sejalan dengan hasil triangulasi dari Dinas Perhubungan Kota Tangerang Selatan yang menyatakan bahwa kebijakan pengurangan dan penataan angkot juga dilakukan untuk mengurangi kemacetan dan meningkatkan efektivitas transportasi umum: “Kita sedang melakukan pengurangan juga dan kemacetan kita udah terurai, dari kemarin D sekarang udah jadi C.” Hal ini memperkuat bahwa teknik asosiasi digunakan secara lintas daerah dengan menghubungkan kebijakan pada manfaat nyata yang dapat dirasakan masyarakat luas.

2. Teknik Integrasi

Teknik integrasi menjadi teknik paling dominan yang diterapkan Dishub Kota Bogor. Dinas Perhubungan membangun kedekatan dengan para sopir angkot melalui penggunaan bahasa yang mudah dipahami, mendengarkan keluhan dan aspirasi secara aktif, serta melibatkan organisasi angkutan, pengurus trayek, dan perwakilan sopir dalam forum diskusi maupun kegiatan sosialisasi. Kepala Bidang Angkutan menyatakan bahwa pendekatan langsung kepada sopir dilakukan dengan empati: “Karna mereka masih membutuhkan cash and pay, bahwa hari itu kalo mereka tidak dapat uang, mereka tidak akan makan.”

Komunikasi tidak berjalan secara satu arah; melainkan memberikan ruang bagi para sopir untuk menyampaikan pendapat dan memperoleh penjelasan langsung mengenai kebijakan. Pelibatan berbagai pihak dalam forum diskusi (FGD, rapat forenasi, sosialisasi paguyuban) menjadi kunci dalam membangun rasa kepemilikan dan penerimaan kolektif terhadap kebijakan.

3. Teknik Ganjaran

Dishub menyampaikan berbagai manfaat yang dapat diperoleh dari kebijakan reduksi angkot. Manfaat tersebut meliputi berkurangnya kemacetan, meningkatnya kualitas pelayanan transportasi umum, terciptanya keseimbangan antara jumlah kendaraan dan jumlah penumpang, serta adanya peluang bagi sebagian sopir angkot untuk beralih menjadi pengemudi transportasi umum lain seperti BisKita. Dalam beberapa kegiatan sosialisasi dan FGD, Dinas Perhubungan juga memberikan uang transport kepada peserta sebagai bentuk apresiasi atas partisipasi mereka.

.....

4. Teknik Tataan

Teknik tataan diwujudkan melalui penyusunan informasi secara sistematis dan berjenjang. Penyampaian informasi dirancang melalui jalur: Dinas Perhubungan → organisasi angkutan → pengurus trayek → pemilik kendaraan → sopir angkot. Media yang digunakan sangat beragam, meliputi surat edaran, sosialisasi langsung, rapat koordinasi, forum group discussion (FGD), media sosial, serta pendekatan langsung di lapangan. Informasi disampaikan secara bertahap dengan bahasa yang mudah dipahami. Ketua Pangkalan Angkot 02 menyatakan: “Nah pertama info itu sebenarnya kita dapet dari pengusaha dulu, dan ada surat lembaran, dan beberapa kali rapat.”

5. Teknik Red-Herring

Teknik red herring merupakan teknik yang paling kurang dominan dalam penelitian ini. Namun, terdapat sejumlah kondisi ketika Dishub mengarahkan pembahasan dari kekhawatiran sopir terkait dampak ekonomi menuju alasan yang lebih luas, seperti kondisi oversupply angkot, penataan transportasi, keseimbangan antara jumlah kendaraan dan jumlah penumpang, serta peningkatan kualitas layanan transportasi umum. Dishub juga berupaya mengubah pandangan bahwa kebijakan reduksi angkot adalah upaya menghilangkan angkot menjadi pemahaman bahwa kebijakan tersebut bertujuan menyeimbangkan demand dan supply: “Kita bukan mau memusnahkan angkot tapi menyeimbangkan.”

Hambatan Komunikasi dan Upaya Mengatasinya

Hambatan yang dihadapi Dishub dalam proses komunikasi persuasif dapat dikelompokkan menjadi hambatan internal dan eksternal. Hambatan internal meliputi: (a) keterbatasan sumber daya manusia dan anggaran untuk sosialisasi yang lebih intensif; serta (b) tantangan dalam mendesain pesan yang sesuai untuk berbagai tingkat pendidikan sopir angkot. Hambatan eksternal meliputi: (a) kesenjangan informasi akibat tingkat pendidikan sopir yang beragam; (b) rendahnya penerimaan sebagian sopir yang khawatir kehilangan mata pencaharian; (c) ketidakjelasan mekanisme kompensasi yang menimbulkan ketidakpercayaan; serta (d) pergantian sopir yang cukup sering sehingga menyulitkan penyeragaman pemahaman.

Untuk mengatasinya, Dishub meningkatkan intensitas komunikasi melalui beberapa langkah: memperbanyak forum diskusi langsung di lapangan, menggunakan bahasa yang lebih sederhana dan kontekstual, memperkuat jalur komunikasi melalui ketua paguyuban dan pengurus trayek, serta memperjelas informasi terkait mekanisme kompensasi dan alternatif profesi bagi sopir yang terdampak.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, teknik komunikasi persuasif yang paling dominan digunakan oleh Dinas Perhubungan Kota Bogor adalah teknik integrasi dan teknik tataan. Teknik integrasi tampak dari upaya membangun kedekatan dengan sopir angkot melalui penggunaan bahasa yang mudah dipahami, mendengarkan keluhan, dan melibatkan berbagai pihak dalam forum diskusi. Teknik tataan tampak dari penyampaian informasi melalui berbagai media komunikasi secara terstruktur dan berulang.

Teknik ganjaran dan teknik asosiasi ditemukan namun tidak sedominan dua teknik sebelumnya, sementara teknik red herring merupakan teknik yang paling kurang dominan. Hambatan utama dalam proses komunikasi persuasif meliputi kesenjangan informasi, rendahnya penerimaan sopir, ketidakjelasan mekanisme kompensasi, dan perbedaan tingkat pendidikan informan. Keberhasilan komunikasi persuasif Dishub Kota Bogor dalam implementasi kebijakan reduksi angkot sangat dipengaruhi oleh kemampuan membangun komunikasi yang terbuka, menggunakan pendekatan yang sesuai dengan karakteristik sopir angkot, serta menyampaikan

informasi secara jelas, konsisten, dan berkelanjutan.

Penelitian ini merekomendasikan agar Dishub Kota Bogor: (1) meningkatkan komunikasi dua arah melalui forum diskusi yang lebih intensif; (2) memperbanyak komunikasi langsung di lapangan dengan bahasa yang sederhana; (3) memberikan penjelasan lebih rinci mengenai manfaat kebijakan dan alternatif solusi bagi sopir terdampak; serta (4) memperkuat mekanisme kompensasi yang transparan untuk membangun kepercayaan sopir angkot.

DAFTAR REFERENSI

- Adinugroho, P., & Indrianis, R. A. (2026). Peran Aplikasi SiBadra Sebagai Media Komunikasi Pemerintah Kota Bogor Dalam Meningkatkan Kualitas Pelayanan Publik. *PESHUM: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Humaniora*, 5(4) 9746-9753. DOI: <https://doi.org/10.56799/peshum.v5i4.17383>
- Afrizal. (2016). *Metode Penelitian Kualitatif: Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Buamona, A. S., Timboeleng, J. A., & Karongkong, H. H. (2016). Evaluasi Kinerja Jaringan Trayek Angkutan Umum Penumpang di Kota Manado. *Jurnal Sipil Statik*, 4(8), 521-530.
- Cangara, H. (2021). *Komunikasi Politik: Konsep, Teori, dan Strategi*. Depok: Rajawali Pers.
- Canel, M. J., & Sanders, K. (2013). Introduction: Mapping the Fields of Government Communication. In M. J. Canel & K. Sanders (Eds.), *Government Communication: Cases and Challenges* (pp. 1-16). London: Bloomsbury Academic.
- Dinas Perhubungan Kota Bogor. (2024). *Data Jumlah Angkutan Kota yang Beroperasi di Kota Bogor*. Bogor: Pemerintah Kota Bogor.
- Effendy, O. U. (2017). *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktik*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Friesem, E. (2021). *Media Is Us: Understanding Communication and Moving Beyond Blame*. Lanham, MD: Rowman & Littlefield.
- Gradianova, L., Supratiwi, N., & Herawati, S. (2024). Pelaksanaan Kewenangan Pemerintah Kota Bogor dalam Program Biskita Trans Pakuan. *Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 12(1), 45-62.
- Hardiyansyah, H. (2015). *Komunikasi Publik*. Jakarta: Gramedia.
- Hasan, E. (2010). *Komunikasi Pemerintahan*. Bandung: Refika Aditama.
- Hasan, E. (2014). *Komunikasi Pemerintahan: Perspektif dan Praktik*. Bandung: Refika Aditama.
- Hendri, M. (2019). *Strategi Komunikasi Persuasif dalam Kampanye Sosial*. Padang: Andalas University Press.
- Kaulika, S., & Wijiningsih, N. (2024). Peran Pemerintah Daerah Kota Bogor Dalam Pelaksanaan Urusan Pemerintahan Di Bidang Lalu Lintas dan Transportasi. *Jurnal Reformasi Hukum Trisakti*, 6(4), 1418-1431. DOI: <https://doi.org/10.25105/refor.v6i4.21532>
- Keputusan Menteri Perhubungan No. KM.35 Tahun 2003 tentang Penyelenggaraan Angkutan Orang di Jalan dengan Kendaraan Umum.
- Maulana, H., & Gumelar, G. (2013). *Psikologi Komunikasi dan Persuasi*. Jakarta: Akademia Permata.
- Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 3 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Lalu Lintas dan Angkutan Jalan. (2013). Lembaran Daerah Kota Bogor Tahun 2013 Nomor 2 Seri E.
- Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 8 Tahun 2023 tentang Transportasi. (2023). Lembaran Daerah Kota Bogor Tahun 2023.
- Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 10 Tahun 2019 tentang Perubahan Atas Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 3 Tahun 2013 tentang Penyelenggaraan Lalu Lintas dan Angkutan Jalan. (2019). Lembaran Daerah Kota Bogor Tahun 2019 Nomor 8 Seri E.
-

-
- Peraturan Menteri Perhubungan Republik Indonesia Nomor PM 98 Tahun 2013 tentang Standar Pelayanan Minimal Angkutan Orang dengan Kendaraan Bermotor Umum dalam Trayek.
- Peraturan Pemerintah Republik Indonesia Nomor 74 Tahun 2014 tentang Angkutan Jalan.
- Peraturan Walikota Bogor Nomor 11 Tahun 2026 tentang Rasionalisasi, Peremajaan, dan Penghapusan Kendaraan Bermotor Umum Dalam Trayek. (2026).
- Sukma, M. (2026). Implementasi Peraturan Daerah Kota Bogor Nomor 8 Tahun 2023 Tentang Transportasi (Studi Kasus Penataan Kemacetan Dan Lalu Lintas Kota Bogor) [Skripsi, UIN Syekh Nurjati Cirebon]. <http://repository.syekhnurjati.ac.id/17644/>
- Tamin, O. Z. (2000). Perencanaan dan Pemodelan Transportasi. Bandung: Penerbit ITB.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 22 Tahun 2009 tentang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan.
- Vuchic, V. R. (1981). Urban Public Transportation: Systems and Technology. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- Warpani, S. P. (2002). Pengelolaan Lalu Lintas dan Angkutan Jalan. Bandung: Penerbit ITB.
- Wirawan, A., & Nugroho, Y. (2022). Strategi Komunikasi dalam Reformasi Transportasi Perkotaan. *Jurnal Kebijakan Publik*, 13(2), 112-128.
- Yarmen, M., & Yuda, A. (2013). Karakteristik dan Kinerja Angkutan Umum Perkotaan. Yogyakarta: Graha Ilmu.
-