

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Kemacetan lalu lintas telah menjadi salah satu isu yang paling mendesak di kawasan Bandung Raya, yang merupakan salah satu kota metropolitan di Indonesia. Setiap hari, terutama pada jam-jam sibuk, jalan-jalan utama seperti Jalan Pasteur, Jalan Setiabudi, dan Jalan Soekarno-Hatta dipenuhi oleh kendaraan yang terjebak dalam antrian panjang tanpa pergerakan yang berarti. Situasi ini tidak hanya mengganggu mobilitas, tetapi juga berdampak signifikan terhadap produktivitas masyarakat. Waktu yang seharusnya dihabiskan untuk aktivitas produktif sering kali terbuang sia-sia di jalan, menyebabkan frustrasi dan stres yang berkepanjangan.

**Gambar 1. 1 Peringkat Kemacetan Kota Bandung Secara Global (2024)**

Rank by filter	World rank	City	Average travel time per 10 km	Change from 2023	Congestion level %	Time lost per year at rush hours	Congestion world rank
1	1	Barranquilla <small>Colombia</small>	36 min 6 s	-20 s	45%	130 hours	16
2	2	Kolkata <small>India</small>	34 min 33 s	+10 s	32%	110 hours	173
3	3	Bengaluru <small>India</small>	34 min 10 s	+50 s	38%	117 hours	65
4	4	Pune <small>India</small>	33 min 22 s	-1 min	34%	108 hours	127
5	5	London <small>United Kingdom</small>	33 min 17 s	+40 s	32%	113 hours	150
6	6	Kyoto <small>Japan</small>	33 min 16 s	+20 s	39%	95 hours	60
7	7	Lima <small>Peru</small>	33 min 12 s	+1 min 30 s	47%	155 hours	9
8	8	Davao City <small>Philippines</small>	32 min 59 s	-30 s	49%	136 hours	3
9	9	Trujillo <small>Peru</small>	32 min 56 s	+30 s	34%	102 hours	117
10	10	Dublin <small>Ireland</small>	32 min 45 s	+40 s	47%	155 hours	10
11	11	Kumamoto <small>Japan</small>	32 min 37 s	-10 s	49%	149 hours	4
12	12	Bandung <small>Indonesia</small>	32 min 37 s	+30 s	48%	108 hours	8
13	13	Tainan <small>Taiwan</small>	32 min 29 s	+1 min	28%	76 hours	258
14	14	Manila <small>Philippines</small>	32 min 10 s	-30 s	42%	127 hours	27

Sumber: Website [www.tomtom.com](http://www.tomtom.com) diakses pada tanggal 17 April 2025

Bandung menduduki peringkat ke-12 sebagai kota termacet di dunia, yang berarti di antara 501 kota di 62 negara dan 6 benua, Bandung memiliki lalu lintas yang sangat padat. Rata-rata waktu tempuh di Bandung tercatat 32 menit 37 detik untuk setiap 10 kilometer. Kemacetan ini menyebabkan warga Bandung diperkirakan kehilangan 108 jam per tahun, setara dengan 4 hari dan 12 jam, yang terbuang percuma di jalan. Tingkat kemacetan di Bandung mencapai 49%, yang menunjukkan persentase waktu tambahan yang dihabiskan pengemudi dalam lalu lintas dibandingkan kondisi lancar. Secara keseluruhan, data ini menegaskan bahwa Bandung menghadapi masalah kemacetan yang signifikan secara global, dengan waktu tempuh yang lama dan peningkatan kemacetan dari tahun sebelumnya. (TomTom, 2024)

Kemacetan lalu lintas di Bandung Raya dapat dipahami sebagai hasil dari berbagai faktor, termasuk pertumbuhan jumlah kendaraan yang pesat, infrastruktur transportasi yang tidak memadai, serta kebijakan transportasi yang kurang efektif. Menurut data dari Dinas Perhubungan Kota Bandung, jumlah kendaraan bermotor di Bandung terus meningkat setiap tahunnya, sementara kapasitas jalan dan sistem transportasi publik tidak berkembang seiring dengan pertumbuhan tersebut. Hal ini menciptakan ketidakseimbangan yang signifikan antara jumlah kendaraan dan infrastruktur yang tersedia, sehingga menyebabkan kemacetan yang parah.

**Gambar 1. 2 Jumlah Kendaraan Bermotor di Kota Bandung (2025)**

Jumlah Kendaraan Bermotor Berdasarkan Jenis di Kota Bandung (15 April 2025) databoks

Nama Data	Nilai
Total	2,39 Juta
Sepeda Motor	1,81 Juta
Mobil Penumpang	478.986
Mobil Bermuatan	90.012
Bus	6.490
Kendaraan Khusus	984

**Sumber:** *Website* databoks.katadata.co.id diakses pada tanggal 17 April 2025

**Gambar 1. 3 Jumlah Kendaraan Bermotor di Kabupaten Bandung (2024)**

Jumlah Kendaraan Bermotor Berdasarkan Jenis di Kabupaten Bandung (25 Desember 2024) databoks

Nama Data	Nilai
Total	1,81 Juta
Sepeda Motor	1,59 Juta
Mobil Penumpang	166.445
Mobil Bermuatan	53.225
Bus	2.337
Kendaraan Khusus	452

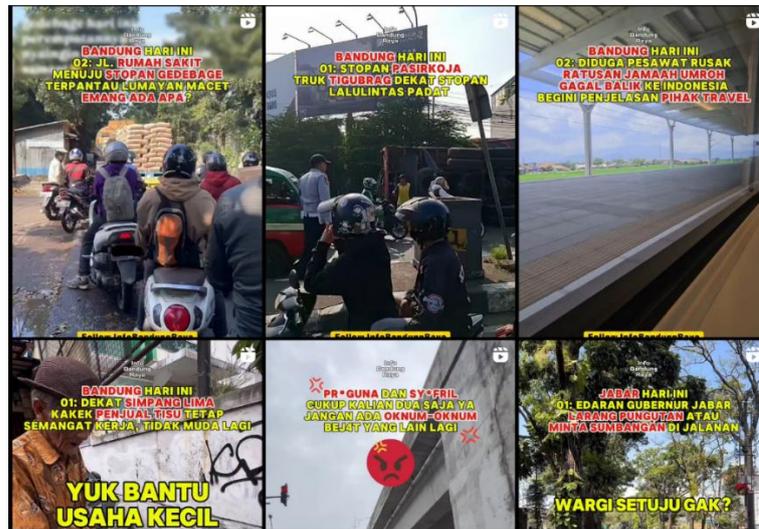
**Sumber:** *Website* databoks.katadata.co.id diakses pada tanggal 17 April 2025

Pada April 2025, Kota Bandung mencatatkan 1,81 juta unit sepeda motor dan 478,99 ribu unit mobil penumpang. Sementara itu, Kabupaten Bandung pada Desember 2024 memiliki 1,59 juta unit sepeda motor dan 166,44 ribu unit mobil penumpang (Databoks, 2024). Dengan demikian, total kendaraan pribadi di Kota dan Kabupaten Bandung adalah 4.035.430 unit. Bersamaan dengan itu, jumlah penduduk Kota Bandung pada semester pertama tahun 2024 adalah 2.579.837 jiwa,

dan Kabupaten Bandung memiliki 3.770.000 jiwa, sehingga total penduduk Bandung Raya mencapai 6.349.837 jiwa (Databoks, 2024). Angka ini memberikan gambaran kepadatan kendaraan pribadi yang signifikan di wilayah Bandung Raya, di mana jumlah kendaraan pribadi mendekati dua pertiga dari total populasi. Kondisi ini berpotensi memberikan tekanan besar pada infrastruktur jalan dan berkontribusi pada permasalahan lalu lintas yang kompleks di wilayah tersebut. Peningkatan jumlah kendaraan pribadi tanpa diimbangi pengembangan transportasi publik yang memadai dapat menjadi faktor utama dalam kemacetan dan tantangan mobilitas di Bandung Raya.

Dalam era digital saat ini, fenomena kemacetan ini semakin diperparah dengan adanya media sosial, yang menjadi saluran bagi masyarakat untuk mengekspresikan ketidakpuasan mereka. Media sosial, khususnya Instagram, telah bertransformasi menjadi platform yang memungkinkan masyarakat urban untuk menyuarakan keresahan mereka secara lebih luas dan terbuka. Salah satu akun yang menjadi pusat perhatian dalam konteks ini adalah @infobandungraya, yang berfungsi sebagai wadah bagi masyarakat untuk berbagi informasi dan keluhan terkait isu-isu lalu lintas di Bandung Raya.

**Gambar 1. 4 Postingan Instagram @infobandungraya**



**Sumber:** Akun Instagram @infobandungraya diakses pada tanggal 17 April 2025

Melalui unggahan foto dan video, akun @infobandungraya secara visual mendokumentasikan berbagai titik kemacetan, kondisi jalan yang rusak, hingga laka lantas, yang tak jarang merupakan konsekuensi dari tindakan pengendara yang abai terhadap keselamatan diri dan orang lain. Hal tersebut mendorong pengguna media sosial untuk semakin menyadari seriusnya permasalahan lalu lintas yang terjadi. Lebih dari sekadar berbagi informasi, platform ini juga sering kali menjadi ruang diskusi dan bahkan desakan kepada pihak berwenang untuk segera mengambil tindakan nyata dalam mengatasi kemacetan yang semakin meresahkan kehidupan sehari-hari masyarakat Bandung Raya.

Media sosial telah mengubah cara masyarakat berinteraksi dan berkomunikasi, terutama dalam konteks penyampaian keluhan. Sebelumnya, keluhan sering kali disampaikan secara langsung kepada pihak berwenang atau melalui media tradisional seperti surat pembaca di koran. Namun, dengan adanya

media sosial, masyarakat kini memiliki platform yang lebih cepat dan efisien untuk menyampaikan keluhan mereka. Hal ini memungkinkan mereka untuk menjangkau audiens yang lebih luas dan mendapatkan respons yang lebih cepat dari pihak terkait.

Akun @infobandungraya, sebagai salah satu contoh, telah menjadi tempat berkumpulnya masyarakat yang ingin berbagi pengalaman dan keluhan terkait kemacetan. Melalui akun ini, pengguna dapat dengan mudah mengunggah foto atau video yang menunjukkan kondisi lalu lintas, serta menuliskan keluhan mereka dalam bentuk komentar. Interaksi ini tidak hanya terbatas pada penyampaian keluhan, tetapi juga menciptakan ruang diskusi di antara pengguna mengenai solusi yang mungkin untuk mengatasi masalah kemacetan. Dengan demikian, media sosial berfungsi sebagai platform yang tidak hanya informatif, tetapi juga sebagai ruang untuk kolaborasi dan partisipasi masyarakat.

**Gambar 1. 5 Komentar Pada Postingan @infobandungraya**

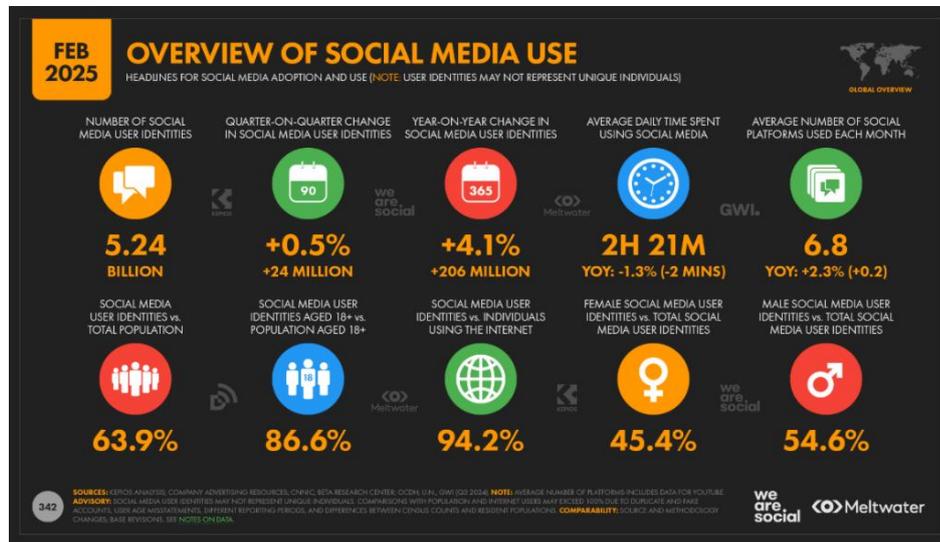


**Sumber:** Akun Instagram @infobandungraya diakses pada tanggal 17 April 2025

Melalui kolom komentar, fitur *story*, dan *direct message/DM*, pengguna media sosial secara aktif menyampaikan berbagai keluhan mengenai situasi lalu lintas, kebijakan transportasi, serta kinerja aparat yang bertanggung jawab. Interaksi di akun @infobandungraya menunjukkan dinamika komunikasi digital yang bersifat informatif sekaligus partisipatif. Masyarakat tidak lagi hanya menerima informasi secara pasif, melainkan turut berperan aktif dalam memproduksi dan menyebarkan informasi. Mereka menyampaikan keluhan yang tidak hanya berisi deskripsi kejadian, tetapi juga sarat dengan emosi, sarkasme, kritik sosial, dan harapan akan perubahan.

Dalam konteks komunikasi digital, media sosial menjadi alat yang sangat efektif untuk menyampaikan dan menerima informasi secara cepat dan dengan jangkauan yang luas, secara signifikan memperkuat interaksi antar individu dalam masyarakat. Lebih dari sekadar pertukaran pesan, platform-platform ini memfasilitasi pembentukan komunitas daring berdasarkan minat atau kebutuhan yang sama, memungkinkan terjadinya kolaborasi dan pertukaran ide tanpa batasan geografis. Fenomena ini juga mendorong munculnya berbagai bentuk komunikasi baru, seperti siaran langsung, konten interaktif, dan forum diskusi daring, yang semakin memperkaya cara individu terhubung dan berbagi pengalaman dalam era digital.

**Gambar 1. 6 Data Pengguna Media Sosial di Dunia Februari 2025**

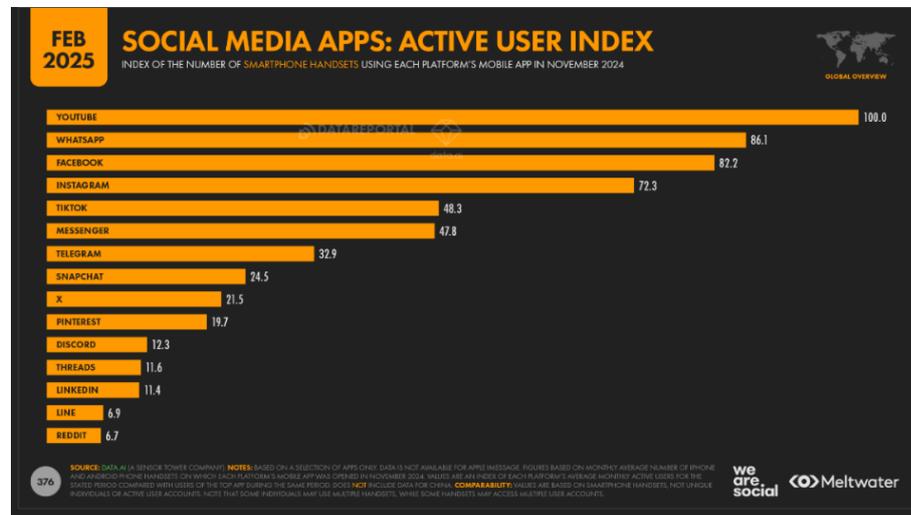


**Sumber:** Website [datareportal.com](http://datareportal.com) diakses pada tanggal 17 April 2025

Pada bulan Februari 2025, terdapat sekitar 5,24 miliar identitas pengguna media sosial di seluruh dunia, menunjukkan peningkatan positif sebesar 0,5% atau 24 juta pengguna dibandingkan kuartal sebelumnya. Dalam satu tahun, terjadi peningkatan 4,1% atau 206 juta pengguna. Rata-rata waktu yang dihabiskan pengguna setiap hari untuk menggunakan media sosial adalah 2 jam 21 menit, yang mengalami penurunan 1,3% (atau 2 menit) dibandingkan tahun lalu.

Seiring dengan pesatnya perkembangan media sosial, berbagai platform kini tersedia dan dapat dimanfaatkan oleh banyak kalangan, mulai dari remaja, orang dewasa, hingga lansia. Terintegrasinya media sosial dalam kehidupan sehari-hari menciptakan peluang baru bagi interaksi sosial, pemasaran, dan berbagi informasi.

**Gambar 1. 7 Data Pengguna Aplikasi Februari 2025**



**Sumber:** Website [datareportal.com](https://datareportal.com) diakses pada tanggal 17 April 2025

Aplikasi yang menduduki peringkat teratas dalam jumlah kunjungan adalah YouTube, diikuti oleh WhatsApp dan Facebook sebagai posisi kedua, serta Instagram di posisi ketiga. Instagram menjadi platform yang sangat diminati pengguna karena antarmuka yang modern dan kemudahan akses. Fitur-fitur menarik yang ditawarkan, seperti konten *reels*, foto, dan infografis, juga memungkinkan interaksi langsung dengan pengguna melalui pesan pribadi. (Datareportal,2025)

Media sosial merupakan platform digital yang memfasilitasi interaksi antara individu dan kelompok, memungkinkan mereka untuk berbagi informasi dan membangun jaringan luas melalui internet. Pengguna dapat mengunggah berbagai jenis konten seperti teks, gambar, video, dan infografis, serta berkomunikasi secara real-time dengan orang lain baik di dalam maupun luar negeri.

Dalam penelitian ini, pendekatan teori Interaksi Simbolik sangat relevan untuk memahami perilaku pengguna media sosial dalam menyampaikan keluhan terkait kemacetan di Bandung Raya. Teori ini menekankan bahwa tindakan sosial individu terbentuk melalui proses interaksi dan makna yang dikonstruksikan secara sosial. Dalam konteks ini, pengguna media sosial tidak hanya menyampaikan keluhan secara spontan, tetapi mereka juga membentuk dan memaknai pengalaman kemacetan melalui simbol, bahasa, dan interaksi yang terjadi di ruang digital, seperti kolom komentar, tagar, atau balasan dari akun @infobandungraya. Dengan demikian, interaksi simbolik dapat mengungkap bagaimana makna keluhan terhadap kemacetan dibentuk, ditafsirkan, dan dikomunikasikan oleh para pengguna. Maka peneliti mengambil judul penelitian **“Interaksi Pengguna Media Sosial Dalam Menyampaikan Keluhan Kemacetan Sebagai Bentuk Komunikasi Digital Di Bandung Raya”** dengan sub judul **“Studi Etnografi Virtual Melalui Akun Instagram @infobandungraya”**

## **1.2 Fokus Penelitian dan Pertanyaan Penelitian**

### **1.2.1 Fokus Penelitian**

Berdasarkan konteks di atas, maka fokus penelitian ini adalah untuk menganalisis interaksi pengguna media sosial dalam menyampaikan keluhan terkait kemacetan di Bandung Raya melalui akun Instagram @infobandungraya.

### 1.2.2 Pertanyaan Penelitian

1. Bagaimana Makna (*Meaning*) yang terdapat pada interaksi pengguna media sosial dalam menyampaikan keluhan kemacetan di Bandung Raya melalui akun Instagram @infobandungraya?
2. Bagaimana Simbol (*Symbol*) dan Bahasa (*Language*) yang terdapat pada interaksi pengguna media sosial dalam menyampaikan keluhan kemacetan di Bandung Raya melalui akun Instagram @infobandungraya?
3. Bagaimana Pemikiran (*Thought*) yang terdapat pada interaksi pengguna media sosial dalam menyampaikan keluhan kemacetan di Bandung Raya melalui akun Instagram @infobandungraya?

### 1.3 Tujuan dan Kegunaan Penelitian

#### 1.3.1 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana Makna (*Meaning*) yang terdapat pada interaksi pengguna media sosial dalam menyampaikan keluhan kemacetan di Bandung Raya melalui akun Instagram @infobandungraya.
2. Untuk mengetahui bagaimana Simbol (*Symbol*) dan Bahasa (*Language*) yang terdapat pada interaksi pengguna media sosial dalam menyampaikan keluhan kemacetan di Bandung Raya melalui akun Instagram @infobandungraya.
3. Untuk mengetahui bagaimana Pemikiran (*Thought*) yang terdapat pada interaksi pengguna media sosial dalam menyampaikan keluhan kemacetan di Bandung Raya melalui akun Instagram @infobandungraya.

## **1.3.2 Kegunaan Penelitian**

### **1.3.2.1 Kegunaan Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat serta sebagai kajian teori untuk penelitian selanjutnya, selain itu penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan manfaat seperti:

1. Penelitian ini dapat menjadi referensi dalam pengembangan teori Interaksi Simbolik, khususnya terkait interaksi pengguna media sosial dalam menyampaikan keluhan kemacetan. Teori ini menjelaskan bagaimana pengguna Instagram @infobandungraya menciptakan makna, menggunakan bahasa, dan melalui proses berpikir dalam menyampaikan keluhan, serta bagaimana mereka menafsirkan dan merespons situasi kemacetan melalui simbol dan interaksi sosial di platform tersebut.
2. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi acuan bagi peneliti selanjutnya yang akan melakukan penelitian dengan fokus pada komunikasi digital, media sosial, atau isu-isu transportasi di perkotaan.
3. Penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih dalam mengenai dinamika sosial di masyarakat urban, khususnya terkait dengan isu kemacetan dan cara masyarakat berinteraksi melalui media sosial.

### 1.3.2.2 Kegunaan Praktis

#### 1. Praktisi Program Studi Ilmu Komunikasi

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan referensi bagi mahasiswa ilmu komunikasi untuk memahami tentang interaksi pengguna media sosial dalam menyampaikan keluhan, khususnya terkait isu kemacetan di Bandung Raya.

#### 2. Pemerintah Daerah dan Instansi Terkait

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi pemerintah daerah dalam merumuskan kebijakan yang lebih responsif terhadap keluhan masyarakat mengenai kemacetan, serta meningkatkan layanan publik.

#### 3. Pengelola Akun Media Sosial

Temuan dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi bagi pengelola akun media sosial, seperti @infobandungraya, untuk mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif dalam menanggapi keluhan masyarakat.

#### 4. Masyarakat Umum

Masyarakat dapat mengambil nilai-nilai positif dari penelitian ini untuk memahami cara yang lebih konstruktif dalam menyampaikan keluhan melalui media sosial, serta meningkatkan partisipasi mereka dalam dialog publik mengenai isu-isu yang dihadapi.