

BAB II

MENELISIK PROFIL DAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM JAKLINGKO

2.1 Profil Jaklingko

JakLingko merupakan sistem integrasi transportasi publik di Jakarta yang lahir dari kebutuhan akan layanan mobilitas yang lebih terkoordinasi, efisien, dan mudah diakses oleh masyarakat. Kehadiran JakLingko tidak hanya menjadi solusi dalam penyatuan berbagai moda transportasi seperti TransJakarta, MRT, LRT, dan KRL, tetapi juga menghadirkan sistem pembayaran terpadu yang memudahkan pengguna. Sebagai sebuah inovasi dalam pengelolaan transportasi perkotaan, JakLingko memiliki peran penting dalam membentuk pola perjalanan masyarakat serta mendukung visi pemerintah untuk menciptakan transportasi umum yang modern, ramah lingkungan, dan berkelanjutan. Pemahaman mengenai profil JakLingko menjadi landasan penting untuk melihat bagaimana lembaga ini mengembangkan strategi komunikasi, khususnya melalui media sosial, dalam memperkenalkan dan menyebarkan informasi terkait layanan transportasi kepada warga Jakarta.

2.1.1 Sejarah Pembentukan Jaklingko

Sejarah pembentukan bermula dari inisiatif Pemerintah Provinsi DKI Jakarta untuk menjawab permasalahan mobilitas kota yang semakin rumit, khususnya berkaitan dengan kebutuhan masyarakat akan sarana transportasi umum yang saling terhubung. Sebelum sistem ini diperkenalkan, setiap moda transportasi seperti TransJakarta, KRL, MRT, dan LRT beroperasi secara terpisah sehingga menyulitkan pengguna dalam aspek perpindahan rute maupun metode pembayaran. Sejak tahun 2018, pemerintah bersama BUMD transportasi mulai merancang kebijakan integrasi guna menyatukan berbagai layanan tersebut dalam satu ekosistem yang lebih terkoordinasi. Dari proses inilah lahir JakLingko sebagai inovasi yang tidak hanya mempermudah mobilitas masyarakat, tetapi juga menjadi langkah penting dalam mewujudkan transportasi publik Jakarta yang modern, efisien, dan berkelanjutan.

Dilansir dari Portal Resmi Provinsi DKI Jakarta (2023), nama JakLingko berasal dari gabungan kata “Jak” yang merujuk pada Jakarta dan “Lingko” yang diambil dari istilah sistem irigasi tradisional masyarakat Manggarai, Flores, Nusa Tenggara Timur. Lingko menggambarkan pola sawah berbentuk jaring laba-laba yang berpusat pada satu titik sebagai simbol keterhubungan dan pemerataan. Filosofi ini kemudian diadaptasi ke dalam sistem transportasi Jakarta untuk mencerminkan integrasi berbagai moda transportasi menjadi satu kesatuan yang saling terhubung, efisien, dan inklusif. Dengan demikian, nama JakLingko tidak hanya menunjukkan identitas daerah, tetapi juga menyiratkan harapan akan terciptanya jaringan transportasi yang mampu menghubungkan masyarakat secara merata dan menyeluruh.

Gambar 2.1 Logo JakLingko Indonesia



Sumber: JakLingko Indonesia (2025) diakses melalui

<https://www.jaklingkoindonesia.co.id/id/contact-us>

Sebagai identitas visual, logo JakLingko tidak sekadar berfungsi sebagai penanda merek, tetapi juga menyimpan filosofi mendalam yang merefleksikan tujuan dan semangat di balik layanan transportasi terintegrasi ini. Dilansir dari situs resmi dan pihak yang merancang logo, Lencana Kreatif Internasional, logo JakLingko diadaptasi dari sistem persawahan adat *lingko* milik masyarakat Manggarai, Nusa Tenggara Timur, yang berbentuk seperti jaring laba-laba dengan titik pusat bernama *lodok*. Unsur *lodok* ini dihadirkan dalam logo sebagai simbol

pusat integrasi, menggambarkan peran JakLingko sebagai “hub” yang menghubungkan berbagai moda transportasi di Jakarta. Bentuk visualnya dirancang sederhana namun dinamis, menekankan semangat pertumbuhan dan responsivitas terhadap kebutuhan masyarakat urban. Komposisi garis dan bidang dalam logo mencerminkan keterhubungan serta kolaborasi, sesuai dengan visi JakLingko untuk menghadirkan sistem transportasi publik yang terintegrasi, efisien, dan mudah diakses. Dengan demikian, logo ini bukan hanya sekadar identitas grafis, tetapi juga representasi filosofis dari misi JakLingko dalam membangun jaringan transportasi yang inklusif dan berkesinambungan.

JakLingko resmi diluncurkan pada 29 September 2021 oleh Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan bersama Menteri BUMN Erick Thohir dan Menteri Perhubungan Budi Karya Sumadi. Pembentukan PT JakLingko Indonesia berlandaskan pada Peraturan Gubernur DKI Jakarta Nomor 63 Tahun 2020 yang mengatur penugasan kepada BUMD untuk mengelola sistem integrasi pembayaran antar moda transportasi. Melalui JakLingko, sistem pembayaran sejumlah moda transportasi di wilayah Jabodetabek seperti MRT Jakarta, LRT Jakarta, KAI Commuter, dan Transjakarta telah disatukan. Ke depan, integrasi ini direncanakan akan diperluas ke berbagai moda transportasi lain, termasuk ojek online, taksi, dan sebagainya.

JakLingko berawal dari program OK Otrip, yakni layanan transportasi dengan sistem tarif satu harga untuk sekali perjalanan yang digagas oleh Transjakarta di bawah kepemimpinan Gubernur DKI Jakarta Anies Baswedan dan Wakil Gubernur Sandiaga Uno. Program ini memberikan kemudahan bagi penumpang untuk hanya membayar sekali sebesar Rp 5.000 (atau Rp 3.500 pada masa uji coba) dan dapat menggunakan berbagai layanan bus kecil hingga Transjakarta dalam kurun waktu 3 jam. Kebijakan ini dipandang mampu mengurangi biaya transportasi masyarakat hingga 30 persen.

Sistem pembayaran yang digunakan berbeda dari uang elektronik pada umumnya. Kartu khusus OK Otrip dijual seharga Rp 40.000. Dalam perkembangannya, layanan bus kecil (Mikrotrans) dalam jaringan JakLingko bisa diakses masyarakat dengan tarif Rp 0 menggunakan kartu JakLingko yang dijual

Rp 30.000 (dengan saldo Rp 10.000). Meski begitu, kartu OK Otrip lama dan JakCard dari Bank DKI masih tetap berlaku. Hingga akhir November 2019, terdapat lebih dari 50 rute Mikrotrans JakLingko yang beroperasi di Jakarta dan sekitarnya. Adapun penerbitan kartu JakLingko generasi pertama dilakukan melalui kerja sama dengan Bank DKI, BNI, BRI, dan Mandiri.

PT Jakarta Lingko Indonesia resmi berdiri pada 15 Juli 2020 dengan struktur kepemilikan saham yang terdiri dari MRT Jakarta sebesar 20%, Transjakarta 20%, LRT Jakarta 20%, serta Moda Integrasi Transportasi Jabodetabek (MITJ) perusahaan patungan antara MRT Jakarta dan KAI sebesar 40%. Perusahaan ini dibentuk dengan tujuan mengelola sekaligus mengintegrasikan sistem pembayaran di seluruh moda transportasi umum yang ada di DKI Jakarta.

Gagasan integrasi pembayaran moda transportasi di kawasan Jabodetabek sendiri telah muncul sejak September 2017, ketika Bank Indonesia, Kementerian Perhubungan, dan Pemerintah Provinsi DKI Jakarta menandatangani nota kesepahaman (MoU) bersama operator transportasi publik terkait integrasi pembayaran. Langkah awal menuju pendirian PT JakLingko Indonesia kemudian semakin menguat melalui Rapat Terbatas antara Presiden Joko Widodo, Menteri Perhubungan, dan Gubernur DKI Jakarta pada 19 Maret 2019. Dari rapat tersebut dihasilkan kesepakatan yang akhirnya dituangkan dalam Peraturan Gubernur DKI Jakarta Nomor 63 Tahun 2020 tentang Penugasan Sistem Integrasi Pembayaran Antarmoda se-Jabodetabek.

2.1.2 Praktik Penyelenggaraan Jaklingko

Praktik penyelenggaraan JakLingko pada dasarnya berfokus pada integrasi sistem transportasi umum di Jakarta agar lebih efisien, mudah diakses, dan terjangkau bagi masyarakat. Sebagai wujud nyata dari kebijakan transportasi terintegrasi, JakLingko menghadirkan layanan yang memungkinkan pengguna berpindah moda transportasi tanpa harus menghadapi kendala pembayaran, tarif, maupun akses fisik. Implementasi integrasi ini mencakup empat aspek utama, yaitu integrasi fisik (penyediaan halte dan stasiun yang saling terhubung), integrasi

layanan (sinkronisasi rute dan jadwal), integrasi manajemen (koordinasi antar operator), serta integrasi pembayaran (satu kartu atau aplikasi untuk semua moda).

Dalam praktiknya, penyelenggaraan JakLingko dilakukan oleh PT JakLingko Indonesia, perusahaan patungan BUMD transportasi DKI Jakarta bersama KAI melalui Moda Integrasi Transportasi Jabodetabek (MITJ). Perusahaan ini berperan sebagai koordinator yang memastikan berbagai operator, seperti TransJakarta, MRT Jakarta, LRT Jakarta, dan KRL Commuterline, dapat berjalan dalam satu ekosistem transportasi terintegrasi. Salah satu terobosan besar adalah penerapan tarif integrasi yang mulai diimplementasikan sejak 2022. Dengan tarif maksimal sekitar Rp 10.000 untuk perjalanan lintas moda (TransJakarta, MRT, dan LRT), masyarakat kini dapat melakukan mobilitas dengan biaya yang lebih efisien dibandingkan sebelumnya.

Selain aspek pembayaran, praktik penyelenggaraan JakLingko juga melibatkan pengembangan infrastruktur digital. Melalui aplikasi resmi JakLingko, masyarakat dapat merencanakan perjalanan dengan mudah karena tersedia fitur pencarian rute, estimasi tarif, serta informasi waktu tempuh. Aplikasi ini juga memungkinkan pengguna melakukan pembayaran secara non-tunai, baik menggunakan dompet digital maupun kartu elektronik. Digitalisasi layanan ini menjadi salah satu ciri khas JakLingko dalam membangun citra sebagai penyedia transportasi publik yang modern dan sesuai dengan kebutuhan masyarakat perkotaan.

Praktik penyelenggaraan JakLingko tidak hanya terbatas pada aspek teknis, tetapi juga menyentuh dimensi sosial. Program ini menjadi instrumen penting dalam mendorong pergeseran budaya mobilitas masyarakat Jakarta, dari penggunaan kendaraan pribadi menuju transportasi umum. Dengan semakin banyaknya moda transportasi yang terhubung dan semakin mudahnya akses layanan, masyarakat diberi alternatif mobilitas yang lebih nyaman, hemat waktu, dan berkelanjutan. Hal ini sejalan dengan upaya Pemerintah Provinsi DKI Jakarta dalam mengurangi kemacetan sekaligus menekan tingkat polusi udara di ibu kota.

Secara keseluruhan, praktik penyelenggaraan JakLingko dapat dipandang sebagai contoh konkret bagaimana kebijakan transportasi perkotaan dijalankan

dengan pendekatan kolaboratif. Dengan memadukan regulasi pemerintah, koordinasi antar-operator, inovasi digital, serta pendekatan pada kebutuhan pengguna, JakLingko tidak hanya menghadirkan sistem transportasi terpadu, tetapi juga membangun ekosistem mobilitas yang berkelanjutan bagi masyarakat Jakarta.

2.2 Media Sosial Instagram Jaklingko

Instagram merupakan salah satu media sosial yang memiliki tingkat popularitas tinggi, terutama di kalangan masyarakat perkotaan seperti Jakarta. Dengan kekuatan pada aspek visual serta fitur interaktif yang ditawarkan, Instagram tidak lagi sekadar menjadi ruang untuk berbagi momen pribadi, tetapi juga berkembang menjadi sarana strategis bagi lembaga maupun brand dalam menjalin komunikasi dengan publik. JakLingko, sebagai penyedia layanan transportasi terintegrasi, turut memanfaatkan platform ini untuk membangun citra positif, menyampaikan informasi penting, sekaligus mempererat kedekatan dengan para pengguna transportasi umum.

Akun resmi @aplikasijaklingko berfungsi sebagai representasi digital dari identitas JakLingko sekaligus media utama dalam menyebarkan informasi mengenai layanan transportasi terintegrasi di Jakarta. Identitas akun ini tercermin melalui pemilihan nama, logo, deskripsi singkat (bio), hingga konsistensi tampilan konten yang menampilkan kesan modern dan ramah pengguna.

Menurut *Don Norman* (2002) dalam *The Design of Everyday Things*, kesan modern dari sebuah konten dapat dilihat dari tampilan visual yang sederhana, konsisten, dan intuitif sehingga memudahkan pengguna memahami fungsi sebuah produk atau konten. Selain itu, desain modern biasanya ditandai dengan penggunaan warna cerah namun tidak berlebihan, tipografi bersih, serta tata letak yang mengikuti tren minimalis. Kemudian terkait dengan konten yang ramah pengguna, *Jakob Nielsen* (1994) melalui prinsip '*usability heuristics*' menekankan bahwa sistem atau konten yang ramah pengguna harus mudah dipelajari, jelas, serta cepat dipahami pengguna tanpa perlu usaha berlebihan. Indikatornya adalah struktur informasi yang ringkas, adanya hierarki visual (judul, subjudul, ikon), dan navigasi yang konsisten.

Kesan modern dan ramah pengguna pada konten @aplikasijaklingko tercermin melalui penggunaan desain visual yang sederhana namun segar, dengan warna konsisten, tipografi mudah dibaca, serta tata letak yang rapi sehingga informasi dapat cepat dipahami. Format konten juga mengikuti tren digital masa kini, seperti infografis, *carousel*, dan video pendek interaktif, yang disajikan dengan bahasa komunikatif dan sederhana sehingga mudah diakses oleh beragam audiens. Selain itu, gaya komunikasi yang digunakan relatif sederhana, komunikatif, serta bersifat edukatif, sehingga sesuai dengan karakteristik audiens yang mayoritas berasal dari masyarakat urban dengan mobilitas tinggi.

2.2.1 Akun Instagram Jaklingko

Di samping fungsinya sebagai penyedia layanan transportasi terintegrasi, JakLingko juga memanfaatkan media sosial sebagai saluran komunikasi dengan masyarakat, khususnya melalui akun resmi Instagram @aplikasijaklingko. Keberadaan akun ini memiliki peran penting karena media sosial saat ini tidak sekadar digunakan untuk berbagi informasi, tetapi juga sebagai strategi dalam membangun citra, memperkuat interaksi, serta meningkatkan pemahaman publik mengenai layanan yang tersedia. Melalui platform Instagram, JakLingko dapat menyajikan informasi terbaru seputar transportasi umum secara lebih cepat, menarik secara visual, dan mudah diakses oleh pengguna, terutama masyarakat perkotaan dengan tingkat mobilitas yang tinggi.

Jenis konten yang dipublikasikan melalui Instagram @aplikasi.jaklingko menunjukkan variasi tema yang mampu menarik interaksi dari audiens dengan cara yang berbeda. Dari beberapa kategori *feed* yang ditampilkan, konten informatif dan edukatif tampak memiliki tingkat engagement yang tinggi. Informasi seputar tarif integrasi, cara penggunaan aplikasi, hingga panduan transaksi non-tunai sering kali memicu banyak respons berupa komentar, penyimpanan (*save*), maupun pembagian ulang (*share*), sebab konten tersebut dianggap langsung bermanfaat dalam mobilitas sehari-hari. Namun, konten kampanye kerap menunjukkan interaksi emosional yang lebih kuat, seperti ketika mengaitkan manfaat transportasi umum dengan isu kesehatan, penghematan, dan lingkungan. *Engagement* tinggi pada jenis konten ini terlihat dari besarnya minat pengguna untuk ikut berpartisipasi dalam

diskusi maupun memberikan tanggapan positif di kolom komentar. Sementara itu, feed promosi kegiatan biasanya menonjol dalam membangun citra kedekatan dengan masyarakat, meskipun interaksinya tidak setinggi konten informatif atau kampanye. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa konten informatif dan kampanye merupakan jenis *feed* Instagram JakLingko yang paling banyak menciptakan *engagement*, baik dalam bentuk atensi praktis untuk memperoleh pengetahuan baru maupun keterlibatan emosional dalam mendukung transportasi publik yang berkelanjutan.

2.2.2 Identitas Akun Instagram Jaklingko

Akun Instagram @aplikasijaklingko berfungsi sebagai representasi digital dari brand JakLingko yang dimanfaatkan tidak hanya sebagai kanal komunikasi, tetapi juga sebagai media kampanye dalam penyebaran informasi terkait transportasi terintegrasi. Identitas akun ini tampak pada penggunaan nama, logo, serta desain visual, sekaligus tercermin melalui konsistensi gaya bahasa, ragam konten, dan pola interaksi dengan para pengikutnya. Melalui konstruksi identitas tersebut, JakLingko berusaha menampilkan citra sebagai penyedia layanan transportasi publik yang modern, mudah dijangkau, serta relevan dengan kebutuhan masyarakat urban Ibukota Jakarta. Oleh karena itu, menelaah identitas akun ini menjadi langkah penting untuk memahami bagaimana JakLingko membangun persepsi publik dan memperkuat kehadirannya di ruang digital.

Gambar 2.2 Akun Instagram @aplikasi.jaklingko



Sumber: Akun Instagram @aplikasi.jaklingko (2025) diakses melalui

<https://www.instagram.com/aplikasi.jaklingko?igsh=MTFkZmN5MTQ3dGw0M>

Q==

Identitas akun Instagram @aplikasijaklingko ditampilkan melalui elemen-elemen utama seperti nama akun, logo, bio, hingga konsistensi visual yang digunakan dalam setiap unggahan. Nama akun yang secara langsung mencantumkan brand *JakLingko* memberikan kemudahan bagi masyarakat dalam mengenali dan mengasosiasikan akun tersebut dengan layanan transportasi publik terintegrasi di Jakarta. Sementara itu, penggunaan logo resmi semakin memperkuat keaslian akun sekaligus menandakan bahwa akun ini adalah sumber informasi yang dapat dipercaya.

Bagian bio akun Instagram @aplikasijaklingko juga memainkan peran penting dalam membentuk identitas. Bio ditulis secara singkat dan jelas untuk memberikan gambaran mengenai fungsi utama akun, yakni sebagai media penyebaran informasi transportasi umum terintegrasi. Selain itu, bio juga sering dilengkapi dengan tautan menuju situs resmi atau aplikasi JakLingko sehingga pengguna dapat dengan mudah mengakses layanan yang ditawarkan. Dengan cara

ini, bio berfungsi sebagai jembatan yang menghubungkan audiens Instagram dengan ekosistem layanan digital JakLingko.

Akun Instagram @aplikasi.jaklingko telah berkembang menjadi media utama JakLingko dalam berkomunikasi dengan masyarakat. Hingga Agustus 2025, akun ini tercatat memiliki sekitar 49 ribu pengikut, yang menunjukkan adanya antusiasme publik terhadap kanal informasi transportasi ini. Angka tersebut merefleksikan keterlibatan penting JakLingko di ranah digital publik Jakarta. Kemudian pada saat itu juga Instagram @aplikasi.jaklingko telah mengunggah 859 postingan. Meski tidak selalu diperbarui secara harian, angka tersebut mencerminkan pola unggahan yang teratur, dengan frekuensi rata-rata beberapa postingan per minggu atau bulan.

2.2.3 Karakteristik Konten Instagram Jaklingko

Konten yang diunggah pada akun Instagram @aplikasijaklingko memiliki karakteristik yang berfokus pada penyampaian informasi transportasi publik secara ringkas, visual, dan mudah dipahami. Sebagai platform berbasis gambar dan video, Instagram dimanfaatkan JakLingko untuk menyajikan informasi yang umumnya bersifat teknis menjadi lebih menarik dan komunikatif. Hal ini tampak dari penggunaan desain konten yang sederhana namun informatif, pemakaian infografis dan ilustrasi, serta konsistensi warna identitas yang memperkuat citra merek.

Dari sisi tema, konten akun ini dapat dibagi ke dalam beberapa kategori. Pertama, konten informatif, yang berisi jadwal operasional, pengumuman layanan, hingga penjelasan mengenai tarif integrasi. Konten jenis ini memiliki peran penting karena memberikan informasi praktis yang dibutuhkan masyarakat dalam menunjang aktivitas sehari-hari, khususnya bagi pengguna transportasi publik dengan mobilitas tinggi.

Gambar 2.3 Contoh Konten Informasi Tarif di Instagram @aplikasi.jaklingko



Sumber: Instagram @aplikasi.jaklingko (2025) diakses melalui

<https://www.instagram.com/p/DOnu73Hki4m/?igsh=MTV3ZGV5NjU4OHQ4cw>

≡

Gambar di atas merupakan contoh feed konten informatif dari Instagram @aplikasijaklingko yang berfungsi menyampaikan informasi penting terkait kebijakan tarif khusus transportasi umum. Pada unggahan ini, JakLingko memberikan penjelasan mengenai program promo tarif Rp 1 dalam rangka peringatan HUT Bhayangkara, lengkap dengan syarat dan ketentuan yang berlaku. Penyajian informasi dibuat dalam dua bagian: slide pertama menampilkan pesan utama berupa promo “Tarif Rp 1 Naik Transportasi Umum” dengan visual yang sederhana dan langsung menarik perhatian, sedangkan slide kedua menjelaskan detail teknis seperti periode berlaku, moda transportasi yang terlibat, ketentuan penggunaan aplikasi maupun kartu elektronik, serta saldo minimal yang dibutuhkan. Format ini memperlihatkan strategi komunikasi visual yang efektif, yaitu menggabungkan headline singkat dan menarik pada slide pertama dengan rincian informasi lengkap pada slide berikutnya. Dengan demikian, feed ini tidak hanya mempermudah masyarakat memahami kebijakan tarif khusus, tetapi juga

memperlihatkan bagaimana konten Instagram JakLingko dirancang agar ringkas, jelas, dan mudah diakses oleh audiens yang membutuhkan informasi transportasi secara cepat.

Kedua, konten edukatif, seperti tips menggunakan aplikasi JakLingko, cara pembayaran non-tunai, atau pengetahuan umum seputar transportasi publik. Konten jenis ini tidak hanya berfungsi menyampaikan informasi teknis, tetapi juga berperan dalam meningkatkan literasi transportasi masyarakat agar lebih akrab dengan sistem layanan yang terintegrasi. Misalnya, melalui penjelasan langkah demi langkah menggunakan aplikasi, masyarakat tidak hanya diajak memahami fitur-fitur yang tersedia, tetapi juga diarahkan untuk mengoptimalkan pemanfaatan layanan publik dengan lebih mudah dan efisien.

Gambar 2.4 Contoh Konten Edukasi Scan Tiket QR di Instagram
@aplikasi.jaklingko



Sumber: Instagram @aplikasi.jaklingko (2025) diakses melalui

<https://www.instagram.com/p/DF7NA3hJbnO/?igsh=MTV0eWZoNDA1cnhpZg=>

Gambar tersebut merupakan contoh feed konten edukatif dari Instagram @aplikasijaklingko yang bertujuan memberikan pemahaman kepada masyarakat mengenai cara penggunaan tiket transportasi umum. Pada unggahan tersebut, JakLingko menampilkan dua bentuk edukasi visual. Slide pertama berfokus pada instruksi praktis “*Tap or Scan*” untuk naik MRT, dengan menampilkan perangkat pemindai kartu atau QR yang jelas, sehingga memudahkan pengguna memahami langkah awal sebelum masuk ke area transportasi. Slide kedua kemudian melanjutkan penjelasan lebih detail mengenai cara cepat dan nyaman melakukan *scan* tiket QR di halte Transjakarta. Instruksi ditulis secara ringkas namun jelas, disertai visual tangan yang sedang melakukan proses pemindaian, sehingga audiens dapat langsung menghubungkan informasi dengan situasi nyata.

Konten edukatif ini memperlihatkan strategi komunikasi yang tidak hanya menyampaikan informasi teknis, tetapi juga berfungsi sebagai panduan praktis bagi pengguna transportasi umum. Dengan penyajian teks yang singkat, penggunaan warna yang kontras untuk menonjolkan instruksi penting, serta dukungan visual yang relevan, feed ini berhasil menciptakan pengalaman belajar yang sederhana namun efektif. Hal ini sejalan dengan fungsi konten edukatif, yaitu memberikan pengetahuan baru yang dapat langsung diterapkan dalam kehidupan sehari-hari masyarakat pengguna layanan JakLingko.

Ketiga, konten kampanye, yang bertujuan mengajak masyarakat beralih ke transportasi umum sebagai bagian dari upaya mengurangi kemacetan dan polusi. Konten jenis ini biasanya dikemas dengan bahasa yang persuasif dan visual yang atraktif, sehingga mampu menumbuhkan kesadaran sekaligus menggugah emosi audiens untuk terlibat dalam perubahan perilaku. Melalui unggahan kampanye, JakLingko tidak hanya menekankan manfaat praktis menggunakan transportasi publik, seperti efisiensi biaya dan waktu, tetapi juga menyoroti dampak

Gambar 2.5 Contoh Konten Kampanye Penggunaan Transportasi Umum



Sumber: Instagram @aplikasi.jaklingko (2025) diakses melalui

<https://www.instagram.com/p/DHFVSfLpHnm/?igsh=MXJ2ZG12ZXJydG5vcA=>

=

Gambar di atas adalah contoh feed konten kampanye dari Instagram @aplikasijaklingko yang mengedepankan pesan ajakan untuk menggunakan transportasi umum dengan menekankan kenyamanan manfaat ekonomis sekaligus kesehatan. Pada slide pertama, pesan kampanye ditampilkan dengan gaya yang persuasif melalui pertanyaan retorik “Galau pengen nabung dan super irit kaya Kaluna?”, lalu ditawarkan solusi berupa penggunaan transportasi multimoda MRT, LRTJ, dan Transjakarta dengan tarif integrasi yang lebih hemat. Narasi ini menekankan keuntungan finansial, sehingga mendorong masyarakat untuk beralih ke transportasi publik sebagai pilihan cerdas dalam berhemat.

Sementara itu, slide kedua mengusung kampanye yang menyoroti manfaat kesehatan dengan menampilkan visual tangga di Stasiun Manggarai, lengkap dengan indikator kalori yang terbakar di setiap anak tangga. Pesan “Naik

Transportasi Umum Melatih Fisik Lebih Sehat” secara tidak langsung mengaitkan penggunaan transportasi umum dengan gaya hidup aktif, sehat, dan produktif. Kombinasi teks yang ringkas, visual nyata di lapangan, serta gaya bahasa persuasif menjadikan konten kampanye ini efektif dalam membangun kesadaran sekaligus mengajak masyarakat untuk mendukung pola hidup hemat, sehat, dan ramah lingkungan melalui penggunaan transportasi umum.

Keempat, konten promosi kegiatan, misalnya publikasi kerja sama dengan pihak lain atau peluncuran layanan baru. Konten jenis ini biasanya digunakan untuk memperkenalkan inisiatif atau program terbaru yang dijalankan JakLingko, baik dalam lingkup internal maupun kolaborasi dengan mitra strategis.

Gambar 2.6 Contoh Konten Promosi Instagram @aplikasi.jaklingko



Sumber: Akun Instagram @aplikasi.jaklingko (2025) diakses melalui <https://www.instagram.com/p/DM9azYGzuAK/?igsh=NmxsZ2t5NDc0dHVx>

Gambar di atas merupakan contoh feed konten promosi dari Instagram @aplikasijaklingko yang ditampilkan melalui program “Berkelana ke Sekolah” di

SMP Negeri 154 Jakarta Selatan. Konten ini mempromosikan aplikasi JakLingko sekaligus memperkenalkan manfaatnya secara langsung kepada para pelajar. Dengan menghadirkan sesi interaktif berupa presentasi dan tanya jawab, JakLingko tidak hanya memperkenalkan fitur-fitur aplikasinya, tetapi juga membangun kedekatan dengan generasi muda sebagai calon pengguna transportasi publik terintegrasi.

Visual yang ditampilkan dalam *feed* memperlihatkan antusiasme siswa dan penyampaian materi yang komunikatif, sehingga menciptakan citra positif bagi JakLingko sebagai layanan modern, ramah, dan dekat dengan masyarakat. Melalui strategi promosi ini, JakLingko berhasil menempatkan diri bukan sekadar sebagai penyedia layanan transportasi, tetapi juga sebagai mitra edukasi dan mobilitas yang relevan dengan kebutuhan generasi muda. Dengan begitu, konten promosi ini efektif dalam memperluas jangkauan informasi, membangun citra merek, sekaligus meningkatkan potensi pengguna baru di kalangan pelajar.

Karakteristik lain juga terlihat dari format unggahan. Feed Instagram umumnya menampilkan konten permanen seperti infografis atau publikasi resmi, sedangkan Instagram Story dipakai untuk informasi singkat, pengumuman cepat, serta interaksi melalui polling dan Q&A. Sementara itu, fitur *Reels* digunakan untuk menghadirkan konten dinamis dengan gaya ringan, misalnya video edukatif, promosi layanan, atau pengalaman pengguna. Pemanfaatan berbagai format ini menunjukkan strategi komunikasi digital yang efektif dalam menjangkau audiens.

Lebih dari sekadar menyebarkan informasi, akun Instagram JakLingko juga berfungsi sebagai ruang interaksi dengan masyarakat. Hal ini tampak dari respons terhadap komentar, penggunaan fitur interaktif, serta publikasi ulang konten pengguna (*user-generated content*). Interaksi tersebut memperlihatkan adanya upaya membangun kedekatan emosional sekaligus mendorong partisipasi masyarakat dalam ekosistem transportasi terintegrasi.

Dari sisi gaya komunikasi, konten JakLingko cenderung komunikatif dan edukatif, dengan bahasa sederhana agar mudah dipahami oleh masyarakat luas. Alih-alih menggunakan istilah teknis yang kaku, akun ini lebih banyak memakai bahasa sehari-hari yang ramah dan informatif. Menurut Effendy (2003),

komunikasi informatif berfungsi memberikan penerangan atau penjelasan sehingga penerima pesan memperoleh pengetahuan baru. Dalam konteks Instagram, hal ini berarti konten JakLingko disusun untuk memperkaya wawasan audiens, bukan sekadar menghibur.

Dengan konsistensi tersebut, akun Instagram @aplikasijaklingko tidak hanya menjadi sarana penyebaran informasi, tetapi juga media edukasi dan kampanye digital. Konten yang visualnya menarik, pesannya jelas, serta interaksinya aktif menunjukkan bagaimana Instagram dimanfaatkan secara strategis untuk mendukung visi JakLingko dalam membangun sistem transportasi publik yang terintegrasi, efisien, dan lebih dekat dengan masyarakat.

Gambar 2.7 Feeds Akun Instagram @aplikasi.jaklingko



Sumber: Akun Instagram @aplikasi.jaklingko (2025) diakses melalui

<https://www.instagram.com/aplikasi.jaklingko?igsh=MTFkZmN5MTQ3dGw0M>

Q=

Kemudian secara umum, feeds akun ini mengutamakan konten berbentuk infografis, poster digital, dan ilustrasi sederhana yang berfokus pada kejelasan pesan. Setiap unggahan biasanya memuat informasi terkait jadwal transportasi, tarif integrasi, tips penggunaan aplikasi, hingga pengumuman layanan terbaru. Format konten dibuat singkat, padat, dan visual, sehingga sesuai dengan karakteristik pengguna Instagram yang lebih menyukai informasi cepat dan mudah dicerna.

Dari segi estetika, feeds @aplikasi.jaklingko tidak menonjolkan gaya visual yang kompleks, melainkan lebih mengedepankan kesederhanaan dan fungsionalitas. Setiap desain menempatkan informasi sebagai prioritas utama, dengan tata letak teks yang jelas dan ikon visual yang mudah dipahami. Hal ini membuat *feeds* tampak bersih, teratur, serta mudah dipindai oleh audiens, sekaligus menjaga agar pesan yang ingin disampaikan tidak tenggelam oleh elemen visual yang berlebihan