

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

**PENGELOLAAN TRANSJAKARTA, KOMUNITAS BUSWAY FAN CLUB,
RUANG AMAN DI TRANSJAKARTA, KAMPANYE STOP PELECEHAN
SEKSUAL**

Bab ini menguraikan secara rinci mengenai objek penelitian dari peneliti yaitu sejarah TransJakarta, komunitas Busway Fan Club, maraknya tindak pelecehan seksual di Transportasi Umum, dan Kampanye Stop Pelecehan Seksual.

2.1. Pengelolaan Transjakarta

TransJakarta merupakan sistem Bus Rapid Transit (BRT) pertama di Asia Tenggara dan Selatan yang beroperasi sejak tahun 2004 dengan wilayah operasi di Jakarta dan sekitarnya. Sistem bus ini didesain dengan merujuk sistem TransMilenio yang telah beroperasi di Bogota, Kolombia. Tidak dapat dipungkiri sebagai wilayah ibu kota serta distrik bisnis di Indonesia, tingkat kepadatan penduduk di Jakarta menempatkan kota ini di posisi ke-28 sebagai kota terpadat dunia dengan total penduduk sekitar 11.436.004 jiwa (Tempo.co, 2024) Salah satu permasalahan yang timbul dari tingginya angka kepadatan penduduk yaitu permasalahan kemacetan. Maka dari itu, dihadirkan Transjakarta sebagai transportasi publik yang tidak hanya ditujukan untuk mengurai kemacetan tetapi berperan sistem pendukung bagi warga Jakarta dalam bermobilitas.

Pada tahun 2004 Transjakarta pertama kali beroperasi ditandai dengan peresmian koridor 1 (Blok M – Kota) oleh Gubernur Jakarta, Sutiyoso. Saat itu

Transjakarta menjadi sistem transportasi Bus Rapid Transit (BRT) pertama di Asia Tenggara dan Selatan dengan jalur lintasan terpanjang di dunia yaitu 208 KM (Kompas.com, 2022)

Transjakarta memberlakukan tarif sebesar Rp2.000 di awal kemunculannya pada tahun 2004. Kemudian terdapat perubahan tarif oleh Dinas Perhubungan DKI Jakarta menjadi Rp3.500 di tahun 2012. Sistem pembayaran pun yang semula dilakukan secara tunai dengan membeli tiket di loket mengalami perubahan dengan menggunakan kartu elektronik di tahun 2015. Inovasi terus dilakukan begitu pun dengan peningkatan kualitas pelayanan. Pada tahun 2016 pertama kali Transjakarta menghadirkan layanan bus khusus perempuan dan di tahun 2019 mulai melakukan uji coba bus listrik dengan rute Bundaran Senayan – Monas. Pada tahun 2020, Transjakarta telah mengoperasikan 4.079 unit armada untuk melayani penumpang (Kompas.com, 2022) Tahun 2023 Transjakarta telah berhasil mengangkut 280 juta penumpang sepanjang tahun. Jumlah ini mencetak rekor sebagai jumlah penumpang Transjakarta tertinggi sejak pertama kali beroperasi pada tahun 2004. Jumlah penumpang harian pun mengalami kenaikan sebesar 47% dibandingkan tahun 2022 (Kumparan.com, 2024)

Pada tahun 2024 Transjakarta menjadi salah satu Badan Layanan Umum Daerah yang dikorporatisasi menjadi PT. Transportasi Jakarta di tahun 2014 dengan visi *“Connecting the Life of Jakarta”* (transjakarta.co.id, n.d.) Trayek Transjakarta turut mengalami penambahan dengan total trayek sebanyak 14 koridor utama dan 10 lintas koridor yang tersebar di wilayah Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi dan beroperasi selama 24 jam. Terdapat 3 koridor terpadat yaitu koridor 1

(Blok M – Kota), koridor 9 (Pinang Ranti – Pluit), dan koridor 8 (Lebak Bulus – Harmoni) Jalur Transjakarta pun telah terbentang sepanjang 251.2 km dengan 260 halte. Saat ini Transjakarta juga telah memiliki berbagai layanan lain selain bus BRT yaitu bus regular Non-BRT, Royaltrans, Bus Jabodetabekl, Bus Rumah Susun (Rusun), Bus Gratis, Bus Wisata, Bus Khusus, dan Mikrotrans. (Jakarta.go.id, 2023)

2.2. Komunitas Busway Fan Club

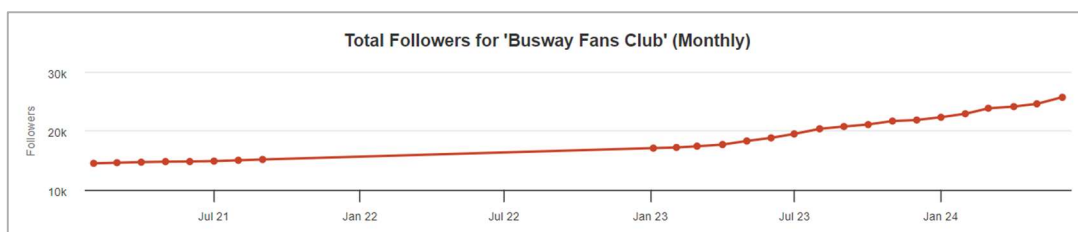
Busway Fan Club merupakan salah satu komunitas transportasi umum yang telah berdiri selama 11 tahun sejak tahun 2013. Komunitas ini bahkan memiliki tagline #BFCLuarBiasa #AyoNaikTransjakarta. Seiring perkembangan teknologi, komunitas ini terus memperluas jejaring dengan memanfaatkan berbagai kanal media sosial yang memudahkan para anggota berinteraksi serta pengoptimalan distribusi informasi kepada khalayak mengenai transjakarta. Per Juni 2024, Instagram @buswayfanclub telah memiliki pengikut sebesar 25.2K dengan 9.702 postingan. Sedangkan di kanal media sosial lainnya yaitu Twitter, akun Busway Fan Club telah diikuti oleh 4.642 akun dengan 6,933 *tweet* dan 3.6 ribu pengikut di Facebook dengan total 2,3 ribu *likes*. Untuk membangun komunikasi yang lebih intensif dengan sesama anggota komunitas, Busway Fan Club juga memiliki grup Facebook serta Telegram dengan anggota grup mencapai 12 ribu orang.

Terdapat berbagai kegiatan yang diselenggarakan oleh Busway Fan Club yang menjadi wadah bagi para penumpang untuk saling berkomunikasi dan menjalin relasi secara luring (luar jaringan) yaitu dengan menyelenggarakan kegiatan seperti kopi darat (kopdar) dan berbagi takjil. Selain itu, komunitas ini turut menjalin

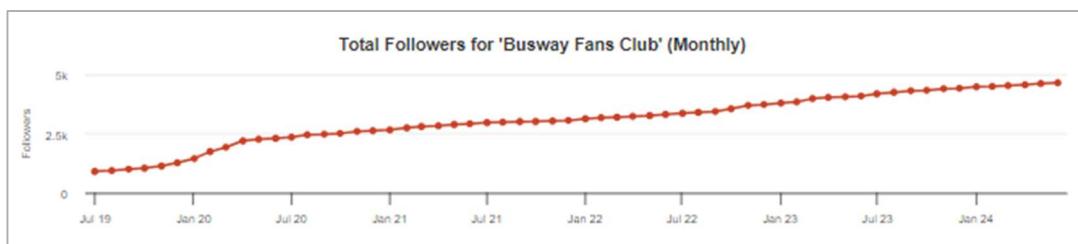
kolaborasi dengan berbagai *stakeholder*. Mulai dengan berkolaborasi bersama PT. Transportasi Jakarta untuk membentuk aksi maskot manusia Covid yang menjadi langkah preventif dalam mencegah penyebaran virus Covid-19 di tahun 2020 hingga berkolaborasi dengan Indonesia Transportation Change (Interchange) dengan berpartisipasi dalam festival transportasi serta memberikan edukasi kepada anak-anak sekolah mengenai transportasi umum yang dikemas dalam bentuk kegiatan karyawan wisata menggunakan Transjakarta.

Saat ini Komunitas Busway Fan Club tetap eksis di tengah maraknya kemunculan komunitas transportasi umum yang lebih baru. Berdasarkan data yang didapatkan dari Social Blade sejak 2021 –2024 akun @buswayfanclub mengalami penambahan pengikut setiap bulannya di Instagram. Hal ini terlihat dari grafik berikut yang memiliki *tren* naik.

Grafik 2.1. Grafik Followers BFC Instagram (Monthly) – Social Blade



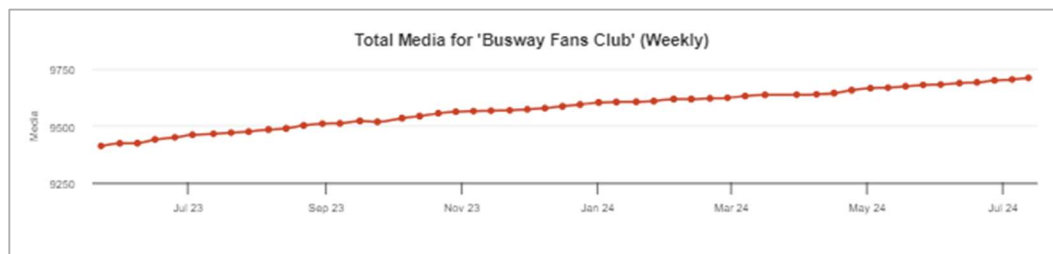
Grafik 2.2 Grafik Followers BFC Twitter (Monthly) – Social Blade



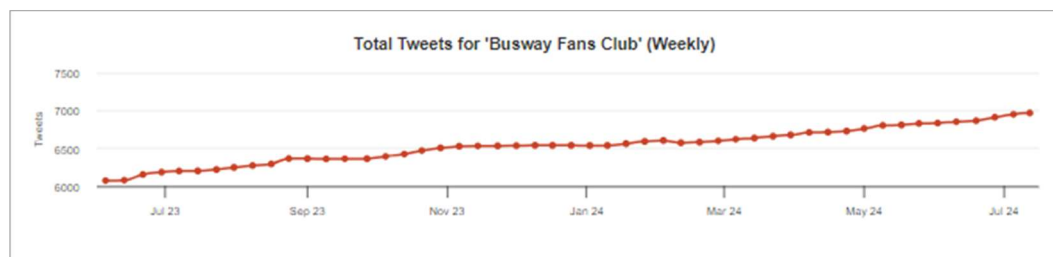
Pada bulan Juni 2024 akun @buswayfanclub di Instagram bahkan mengalami kenaikan followers sebanyak 990 akun. Sedangkan di platform Twitter, akun Busway Fan Club memiliki 36 followers baru sepanjang Juni 2024 dengan tren grafik followers yang juga meningkat dari 2021-2024.

Salah satu faktor yang mempengaruhi terus bertambahnya jumlah pengikut (*followers*) dari komunitas di berbagai akun media sosialnya disebabkan karena Busway Fan Club tetap konsisten mengunggah konten berkaitan dengan TransJakarta. Informasi yang diberikan juga *up to date* mengikuti perkembangan kebijakan dan pembaharuan layanan dari Transjakarta. Komunitas ini bahkan memiliki rata-rata postingan baru sebanyak satu postingan setiap harinya di Instagram dan tiga postingan di Twitter.

Grafik 2.3 Media Upload Instagram BFC (Weekly) – Social Blade



Grafik 2.4 Tweets Twitter BFC (Weekly) – Social Blade



Adanya postingan baru setiap harinya memberi ruang bagi pengikut dari Busway Fan Club untuk saling berinteraksi. Mulai dari memberikan reaksi terhadap postingan seperti *likes* dan *shares* hingga meninggalkan komentar di kolom postingan. Hal tersebut menyebabkan *Engagement Rate* atau dari Instagram Busway Fan Club berada di angka 4,2%. Menurut sproutsocial.com *engagement rate* merupakan matriks yang digunakan untuk mengukur interaksi audiens terhadap konten yang dibuat di media sosial (Revou.com, n.d.) Dilansir dari Hootsuite *Engagement Rate* (ER) dikategorikan baik apabila berada di angka 1%-5%

Gambar 2.1 Instagram Analytics Busway Fan Club from Social Blade



Data – data diatas menunjukkan bahwa hingga kini eksistensi dari Busway Fan Club sangat disadari oleh publik. Adanya penambahan pengikut setiap bulannya di media sosial baik Twitter dan Instagram dan *engagement rate* yang dikategorikan baik menunjukkan bahwa komunitas ini tidak hanya menjadi wadah bagi para pengguna Transjakarta untuk saling berinteraksi dan bertukar informasi namun mampu menjadi komunitas yang memberikan informasi – informasi kredibel yang dibutuhkan oleh publik berkaitan dengan Transjakarta.

2.3. Ruang Aman di Transjakarta

Transjakarta merupakan salah satu transportasi umum yang memiliki wilayah operasi di Jakarta dan sekitarnya. Transjakarta bahkan menjadi transportasi dengan penumpang terbanyak jika dibandingkan moda transportasi LRT dan MRT. Pada

tahun 2024, Transjakarta tercatat telah berhasil melayani 3 juta penumpang. Tingginya minat masyarakat bermobilitas dengan Transjakarta tentunya mendorong Transjakarta untuk menghadirkan ruang aman di dalam armada yang menunjang keamanan dan kenyamanan dari penumpang. Ruang aman dimaknai sebagai kondisi dimana setiap orangnya dapat secara bebas untuk berekspresi dan beraktivitas dengan perasaan nyaman tanpa adanya ketakutan terhadap faktor eksternal yang mampu mengganggu rasa nyaman tersebut. Ruang aman ini juga harus tercipta dalam seluruh lingkup sosialisasi dan aktivitas tiap individu. Salah satunya di ruang publik yang di dalamnya terdapat beragam individu dengan latar belakang yang berbeda baik gender, ras, budaya, ataupun agama. Konteks ruang aman dalam Transjakarta dapat diartikan bahwa Transjakarta bebas dari segala tindak kekerasan dan pelecehan seksual.

Secara umum pelecehan seksual dimaknai sebagai tindakan yang mengancam dan memaksa seseorang untuk melakukan tindakan seksual atau menjadi objek dari tindak pelecehan seksual yang tidak dilandasi dengan keinginan secara personal dari individu bersangkutan. Tindak pelecehan seksual menjadi salah satu persoalan yang harus dihadapi oleh seluruh pihak dalam kehidupan sehari-hari. Menghadirkan ruang khusus perempuan, penempatan CCTV di dalam armada, hingga penyelenggaraan kampanye. Akan tetapi, hingga kini dengan berbagai upaya yang telah dilakukan tindak pelecehan seksual tetap terjadi.

Berdasarkan data yang dihimpun dari Transjakarta terdapat 80 aduan mengenai pelecehan seksual pada tahun 2018-2019. Kemudian, berdasarkan data yang

dihimpun oleh Transjakarta berikut jumlah kasus pelecehan seksual di dalam armada yang terjadi pada tahun 2020 – 2022 :

Tabel 2.1 Jumlah Kasus Pelecehan Seksual di Transjakarta 2020-2022

No	Tahun	Jumlah Kasus Pelecehan
1	2020	9 Kasus
2	2021	6 Kasus
3	2022	10 Kasus

Secara nasional tindak pelecehan seksual di ruang – ruang publik termasuk di transportasi umum turut meningkat. Berdasarkan hasil Catatan Tahunan Komnas Perempuan Tahun 2021-2023 menunjukkan adanya kenaikan dari jumlah tindak pelecehan seksual di ruang publik. Data tersebut dihimpun berdasarkan pelaporan yang masuk ke Komnas Perempuan dan lembaga layanan lainnya.

Tabel 2.2 Jumlah Tindak Pelecehan Seksual di Ruang Publik 2021 - 2023

No	Tahun	Jumlah Tindak Pelecehan di Ruang Publik
1	2021	359 Kasus
2	2022	259 Kasus
3	2023	711 Kasus

Berdasarkan data di tabel tersebut terlihat bahwa tindak pelecehan seksual di ruang publik mengalami peningkatan. Walaupun sempat adanya penurunan di tahun 2022 tetapi di tahun 2023 mengalami peningkatan yang signifikan apabila dibandingkan daripada tahun sebelumnya. World Health Organization (WHO) 1

dari 3 perempuan memiliki pengalaman menjadi korban kekerasan fisik dan seksual dalam hidupnya (BBC News Indonesia, 2021) Survey lain dari Koalisi Ruang Publik Aman 2022 menunjukkan bahwa terdapat kecenderungan bagi perempuan menjadi korban dari tindak pelecehan di ruang publik 6 kali lebih besar daripada laki-laki (Koalisi Ruang Publik Aman, 2022)

Tindak pelecehan seksual di transportasi umum tercatat dalam survey yang dilakukan pada tahun 2022 oleh Lembaga Perlindungan Saksi dan Korban (LPSK) menunjukkan terdapat 3.539 kasus kejahatan seksual di dalam transportasi publik (Ardiansyah, 2023) Data dari Koalisi Ruang Publik Aman di tahun yang sama menunjukkan 23% pelecehan seksual terjadi di transportasi umum dan menempatkan transportasi umum sebagai lokasi ketiga terbanyak dari tindak pelecehan seksual. Sedangkan secara global, 85% perempuan dan 82% pelajar mengaku menjadi korban dari tindak pelecehan di transportasi umum (Gautam et al., 2019)

Potensi perempuan menjadi korban dari pelecehan seksual menyebabkan timbulnya rasa takut yang akhirnya berdampak terhadap tingkat partisipasi perempuan untuk menempuh pendidikan, bekerja, hingga bersosialisasi di kehidupan sehari – hari (UN Women, 2018) Pada akhirnya ruang gerak perempuan menjadi terbatas. Perempuan jadi memiliki batasan tertentu dan meminimalkan kesempatan yang seharusnya datang dan didapatkan.

Terdapat berbagai faktor yang menyebabkan tindak pelecehan seksual di ruang publik yang termasuk di dalamnya juga transportasi umum tetap terjadi. Salah satunya karena tidak adanya kebijakan yang dapat memberikan efek jera bagi pelaku. Walaupun di beberapa transportasi umum ada yang memberlakukan

blacklist bagi pelaku, cara tersebut tidak cukup efektif untuk menurunkan angka pelecehan seksual. Salah satu opsi yang dapat dilakukan yaitu memberikan tindak pindana kepada pelaku. Aparat keamanan juga harus konsisten untuk menindak tgeas tindak pelecehan seksual yang terjadi (Republika.co.id, 2022)

Maraknya pelecehan seksual turut di latar belakang bahwa korban kerap tidak melaporkan tindak pelecehan yang menimpa diri korban. Studi yang dilakukan oleh UN Women dan Pulse Lab Jab Jakarta “After Dark : Encouraging Safe Transit for Women Travelling at Night” menunjukkan bahwa korban pelecehan seksual memilih untuk tidak melapor sebab korban ragu bahwa laporan tersebut dapat ditindaklanjuti (UN Women et al., 2019) Survey yang dilakukan oleh Change.org di tahun 2019 menunjukkan 40% saksi yang melihat tindak pelecehan seksual di ruang publik masih mengabaikannya dan hanya 22% dari saksi yang berani membela korban.

Terdapat berbagai cara yang dapat dilakukan untuk mewujudkan ruang publik aman dari pelecehan seksual. Mulai dari membuat ruang khusus perempuan di dalam armada, pemasangan CCTV di dalam armada dan halte, menghadirkan sikap responsif dari penyedia jasa layanan transportasi dalam menghadapi tindak pelecehan seksual, dan pelaksanaan kampanye untuk melawan pelecehan seksual (Adinda, 2021) Langkah-langkah tersebut pun telah di adopsi oleh PT. Transjakarta untuk menghadirkan ruang aman di dalam moda transportasinya. Akan tetapi, jika kembali merujuk pada data sebelumnya ruang aman di Transjakarta hingga kini belum dapat diwujudkan secara penuh.

2.4. Kampanye Stop Pelecehan Seksual

Salah satu bentuk penanganan dan menghadirkan ruang aman di transportasi umum bagi penumpang dengan target utama *zero cases* yaitu melakukan edukasi kepada penumpang mengenai pelecehan seksual di transportasi umum. Salah satunya yaitu melalui penyelenggaraan kampanye di transportasi umum. Penyelenggaraan kampanye ini harus menyuarakan untuk berani melapor dan menindak tegas tindak pelecehan seksual yang terjadi. Hadirnya kampanye dapat menumbuhkan kesadaran dan keberanian dari korban dalam bersuara, mendorong tumbuhnya kepedulian dari orang sekitar agar dapat menindak tegas apabila terjadi pelecehan seksual di sekitarnya (Hidayat, 2022) Survey menunjukkan bahwa 92% korban merasa terbantu jika ada orang lain yang membantu dalam mengintervensi tindak pelecehan yang terjadi (Change.org, 2019) Kepedulian tersebut juga dapat berdampak dalam membentuk ruang publik yang lebih aman karena pelaku akan berpikir dua kali dalam melakukan kejahatan sebab publik yang telah *aware* dan berani dalam melawan.

Pada tahun 2022 berbagai layanan jasa transportasi umum Jakarta mulai menyelenggarakan kampanye stop pelecehan seksual di armadanya. Salah satu layanan jasa transportasi yang turut berpartisipasi adalah PT.Transjakarta. Kampanye Stop Pelecehan Seksual di Transjakarta pertama kali diluncurkan pada bulan Agustus 2022. Kampanye ini hadir dengan pesan “Aku, Kamu, Kita #Tjegahbersama #beranilapor”. Pelaksanaan kampanye ini ditujukan untuk menciptakan ruang aman di Transjakarta sehingga para penumpang dapat merasa aman dan nyaman dalam bermobilitas khususnya para penumpang perempuan.

Kampanye ini juga ditujukan untuk menumbuhkan keberanian melapor dan bersuara apabila melihat atau menjadi korban dari tindak pelecehan seksual. Kampanye Stop Pelecehan Seksual ini disebarluaskan dengan berbagai saluran media mulai dari penyebaran flyer, poster, pin yang digunakan oleh petugas, baju, pemutaran audio kampanye, hingga melalui konten – konten di media sosial resmi PT.Transjakarta.

Saat ini kampanye stop pelecehan seksual pun masih terus dilaksanakan. Pada tahun 2024 flyer dan poster dari kampanye telah tersebar di 260 halte dan 4.070 armada transjakarta. Selain itu, PT. Transjakarta turut menambahkan pemutaran audio kampanye secara berulang di dalam armada. Pelaksanaan kampanye pun diikuti dengan serangkaian tindakan preventif lainnya seperti penempatan pramusapa di setiap halte yang dapat membantu apabila terdapat tindakan-tindakan pelecehan seksual serta PT. Transjakarta bekerja sama dengan Pemprov DKI Jakarta melalui pos sapa, komunitas, hingga personal Tentara Nasional Indonesia (TNI) untuk menangani tindak pelecehan seksual.