

**ANALISIS IMPLEMENTASI GOVERNMENT MARKETING
DALAM PELAKSANAAN TRANSIT ORIENTED
DEVELOPMENT DI DKI JAKARTA: STUDI KASUS PADA
TOD DUKUH ATAS JAKARTA**

Disusun oleh :

NAMA : NURBIN TUMBUR TOGAR PH
NPM : 2142021069
JURUSAN : ADMINISTRASI PUBLIK
PROGRAM STUDI : ADMINISTRASI PEMBANGUNAN NEGARA
KONSENTRASI : MANAJEMEN PEMBANGUNAN DAERAH

Tesis diajukan untuk memenuhi sebagian syarat guna memperoleh gelar
Magister Terapan Administrasi Publik (M.Tr.Ap)



**POLITEKNIK
STIA LAN**

**PROGRAM MAGISTER TERAPAN
ADMINISTRASI PEMBANGUNAN NEGARA
POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA**

PROGRAM STUDI APN MAGISTER TERAPAN
POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA

LEMBAR PERSETUJUAN TESIS

Nama : Nurbin Tumbur Togar PH
NPM : 2142021069
Jurusan : Administrasi Publik
Program Studi : Administrasi Pembangunan Negara
Konsentrasi : Manajemen Pembangunan Daerah
Judul Tesis (Bahasa Indonesia) : Analisis Implementasi *Government Marketing* Dalam Pelaksanaan *Transit Oriented Development* di DKI Jakarta: Studi Kasus Pada TOD Dukuh Atas Jakarta
Judul Tesis (Bahasa Inggris) : *Analysis Of The Government Marketing's Implementation In The Transit Oriented Development (TOD) At Special Capital Region Of Jakarta Study Of Transit Oriented Development Of Dukuh Atas*

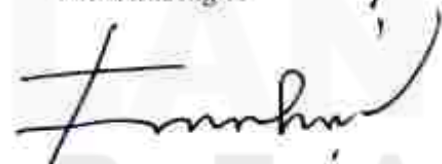
Diterima dan disetujui untuk dipertahankan
Pembimbing Tesis

Pembimbing I



Prof. Dr. Nurliah Nurdin, M.A.

Pembimbing II



Dr. Firman Hadi Rivali, MPA

**PROGRAM STUDI APN MAGISTER TERAPAN
POLITEKNIK STIA LAN JAKARTA**

LEMBAR PENGESAHAN

Nama : NURBIN TUMBUR TOGAR PH
NIM : 2142021069
Jurusan : ADMINISTRASI PUBLIK
Program Studi : ADMINISTRASI PEMBANGUNAN NEGARA
Konsentrasi : MANAJEMEN PEMBANGUNAN DAERAH
Judul Tesis : ANALISIS IMPLEMENTASI *GOVERNMENT
MARKETING* DALAM PELAKSANAAN *TRANSIT
ORIENTED DEVELOPMENT* DI DKI JAKARTA:
STUDI KASUS PADA TOD DUKUH ATAS
JAKARTA

Telah mempertahankan tesis dihadapan panitia penguji tesis Program Magister
Terapan Administrasi Pembangunan Negara, Politeknik STIA LAN Jakarta,
Lembaga Administrasi Negara, pada:

Hari : Rabu
Tanggal : 6 November 2024
Pukul : 10.30 WIB

TELAH DINYATAKAN LULUS PENGUJI TESIS

Ketua Sidang : Dr. Bambang Giyanto, M.Pd
Sekretaris : Dr. Ridwan Rajab, M.Si
Anggota : Dr. Asropi, M.Si.
Pembimbing 1 : Prof. Dr. Nurliah Nurdin, M.A.
Pembimbing 2 : Dr. Firman Hadi Rivai, MPA.



LEMBAR PERNYATAAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Nurbin Tumbur Togar PH
NPM : 2142021069
Program Studi : Administrasi Pembangunan Negara
Konsentrasi : Manajemen Pembangunan Daerah

Dengan ini menyatakan bahwa tesis yang telah saya susun merupakan karya saya sendiri dan benar keasliannya. Apabila dikemudian hari hasil penelitian tesis ini merupakan hasil plagiat atau menjiplak karya orang lain, maka saya bersedia mempertanggungjawabkan dan bersedia menerima sanksi berdasarkan aturan tata tertib di Politeknik STIA LAN Jakarta.

Demikian pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak ada paksaan.

Jakarta, 6 November 2024



STAMP: METRA TEMPER, CFCALX080811328

Nurbin Tumbur Togar PH

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur kami panjatkan kehadirat Tuhan Yang Maha Esa yang telah memberikan rahmat dan karunia-Nya, sehingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan tugas akhir berupa Tesis yang berjudul "**Analisis Implementasi *Government Marketing* Dalam Pelaksanaan *Transit Oriented Development* di DKI Jakarta: Studi Kasus Pada *TOD* Dukuh Atas Jakarta**". Tesis ini dimaksudkan untuk dapat memberikan kontribusi dalam mengembangkan ilmu terapan administrasi publik, khususnya terkait dengan pengembangan Pemasaran Pemerintah dalam pelaksanaan kawasan berorientasi transit khususnya di provinsi DKI Jakarta.

Peneliti menyadari bahwa Tesis ini dapat diselesaikan karena dukungan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, peneliti mengucapkan terimakasih kepada semua pihak yang terlibat baik secara langsung maupun tidak langsung, khususnya kepada Ibu Prof. Dr. Nurliah Nurdin, M.A. Direktur Politeknik STIA LAN Jakarta selaku pembimbing akademik dan Pembimbing I serta Bapak Dr. Firman Hadi Rivai, MPA. selaku Pembimbing II, yang dengan sabar, pengertian dan penuh dedikasi memberikan arahan dan bimbingan kepada peneliti dalam penyusunan Tesis ini.

Ucapan terima kasih peneliti sampaikan juga kepada Bapak Dr. Bambang Giyanto, MPd dan Dr. Ridwan Rajab, M.Si selaku dosen pembahas dan penguji dalam penyusunan tesis ini, yang telah memberikan saran dan masukan yang sangat berharga dalam memperkaya penelitian tesis ini.

Penyusunan tesis ini juga tidak terlepas dari bantuan berbagai pihak, oleh karena itu kesempatan ini saya ucapkan terima kasih kepada :

1. Bapak Dr. Asropi, M.Si. Ketua Prodi APN Magister Terapan Politeknik STIA LAN Jakarta sekaligus anggota tim penguji tesis.
2. Kedua orang tua peneliti, Bapak Sabar Robinson Hutajulu (Alm) dan Ibu Costatiomas Napitupulu yang senantiasa mendoakan dan memberikan dukungan.

3. Istri tercinta dr. Ronauly Verananda Nainggolan dan Buah hati kami, Benedictus Daud Hutajulu yang dengan Doa, kesabaran dan keihlasan telah menjadi motivasi dan penyemangat bagi peneliti.
4. Ibu Dr. Rachma Fitriati, M.Si, M.Si (Han) yang telah memberikan dukungan, menyediakan waktu, tenaga dan pikiran untuk mengarahkan peneliti dalam penyusunan tesis ini.
5. Bapak Andri Ferdian selaku Camat Kecamatan Gambir dan Bapak Dicky Suherlan selaku Camat Kecamatan Tanah Abang yang telah memberikan dukungan moril bagi peneliti dalam penelitian tesis ini.
6. Para narasumber penelitian peneliti, yang tidak dapat peneliti sebutkan satu per satu, dengan data dan informasi lengkap dari Bapak/Ibu maka penyusunan tesis ini menjadi kaya informasi, telaahan dan analisis dan telah memberikan sumbangsih atas penelitian tesis peneliti.
7. Seluruh rekan magister terapan angkatan tahun 2021 terutama rekan-rekan Manajemen Pembangunan Daerah yang sangat mensupport peneliti dalam penyusunan tesis ini.
8. Seluruh Rekan Kerja baik ASN maupun PJLP di Kelurahan Kebon Kelapa dan Kelurahan Gelora yang telah memberikan dukungan moril bagi peneliti dalam penelitian tesis ini.

Peneliti menyadari bahwa dalam penyusunan Tesis ini masih terdapat kekurangan, oleh karena itu peneliti memberikan ruang untuk kritik dan saran yang membangun guna menyempurnakan Tesis ini. Peneliti berharap, hasil dari penelitian ini dapat menambah wawasan dan memberikan kontribusi positif bagi pengembangan ilmu pengetahuan dan Pemerintah Daerah dalam menyusun kebijakan, khususnya khususnya terkait dengan pengembangan Pemasaran Pemerintah dalam pelaksanaan kawasan berorientasi transit khususnya di provinsi DKI Jakarta

Jakarta, 6 November 2024

Peneliti

Nurbin Tumbur Togar PH

ABSTRAK

Analisis Implementasi *Government Marketing* Dalam Pelaksanaan Transit Oriented Development di Dki Jakarta: Studi Kasus Pada TOD Dukuh Atas Jakarta

Nurbin Tumbur Togar PH, Nurliah Nurdin, Firman Hadi Rivai
nurbin_2142021069@stialan.ac.id
Politeknik STIA LAN Jakarta

Penelitian ini mengkaji penerapan *government marketing* dalam pelaksanaan Transit-Oriented Development (TOD) di DKI Jakarta, khususnya di kawasan Dukuh Atas. TOD merupakan pendekatan tata kota yang berfokus pada pengembangan kawasan yang terintegrasi dengan moda transportasi umum, bertujuan untuk meningkatkan aksesibilitas dan mengurangi ketergantungan pada kendaraan pribadi. Dengan latar belakang tingginya kemacetan dan polusi di Jakarta, konsep TOD diadopsi untuk menciptakan kota yang lebih efisien dan ramah lingkungan. Penelitian ini menggunakan metode campuran, dengan survei dan wawancara mendalam untuk menilai persepsi masyarakat serta mengevaluasi efektivitas strategi pemasaran pemerintah. Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dilakukan pemerintah telah berhasil meningkatkan kesadaran masyarakat tentang TOD, namun tantangan masih muncul terkait perubahan perilaku masyarakat pengguna kendaraan pribadi. Selain itu, insentif yang diberikan pemerintah, seperti pengurangan pajak, dinilai kurang optimal dalam menarik partisipasi masyarakat yang lebih luas. Kesimpulan penelitian ini menekankan pentingnya peningkatan strategi pemasaran yang lebih inklusif dan relevan, serta pengembangan kebijakan insentif yang menarik bagi masyarakat, guna mendukung keberhasilan implementasi TOD di Jakarta.

Kata Kunci: Pemasaran Pemerintah; Kawasan Berorientasi Transit; Transportasi; Kebijakan Transportasi

POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A

ABSTRACT

Analysis Of The Government Marketing's Implementation In The Transit Oriented Development (TOD) At Special Capital Region Of Jakarta Study Of Transit Oriented Development Of Dukuh Atas

Nurbin Tumbur Togar PH, Nurliah Nurdin, Firman Hadi Rivai

nurbin_2142021069@stialan.ac.id

Politeknik STIA LAN Jakarta

This study examines the application of government marketing in implementing Transit-Oriented Development (TOD) in DKI Jakarta, especially in the Dukuh Atas area. TOD is an urban planning approach that focuses on developing areas integrated with public transportation modes, aiming to improve accessibility and reduce dependence on private vehicles. Against the backdrop of high congestion and pollution in Jakarta, the TOD concept was adopted to create a more efficient and environmentally friendly city. This research uses mixed methods, with surveys and in-depth interviews, to assess public perceptions and evaluate the effectiveness of the government's marketing strategy. The results show that the government's communication strategy has raised public awareness about TOD, but challenges still need to be addressed regarding the behavior change of private vehicle users. In addition, incentives provided by the government, such as tax deductions, are considered suboptimal in attracting broader public participation. The conclusion of this study emphasizes the importance of improving marketing strategies that are more inclusive and relevant, as well as developing incentive policies that are attractive to the public to support the successful implementation of TOD in Jakarta.

Keywords: Government Marketing; Transit-Oriented Development; Transportation; Policy Transportation

POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	V
ABSTRAK	VII
ABSTRACT	VIII
DAFTAR ISI.....	IX
DAFTAR GAMBAR.....	XII
DAFTAR TABEL	XV
BAB 1 PERMASALAHAN PENELITIAN	I
A. Latar Belakang	1
B. Identifikasi Masalah	17
C. Rumusan Masalah	17
D. Tujuan Penelitian	18
E. Manfaat Penelitian	18
BAB 2 TINJAUAN PUSTAKA.....	19
A. Penelitian Terdahulu	19
B. Tinjauan Kebijakan	24
C. Tinjauan Teori	26
1. Teori Administrasi Publik	26
2. Teori Implementasi	27
3. New Public Management	28
4. Pemasaran Pemerintah (Government Marketing)	32
a. Desain Produk	36
b. Kecerdasan Pasar	38
c. Komunikasi	40
d. Kampanye Pemasaran	41
e. Pemilihan	43
f. Pengiriman (Delivery)	43
5. Kawasan Berorientasi Transit atau Transit-Oriented Development-TOD	44
a. Berjalan Kaki (<i>Walk</i>)	47
b. Bersepeda (<i>Cycle</i>)	48
c. Menghubungkan (<i>Connect</i>)	48
d. Angkutan Umum (<i>Transit</i>)	49

e. Pembauran (Mix)	49
f. Memadatkan (Densify)	50
g. Merapatkan (Compact)	50
h. Beralih (Shift)	51
D. Pembelajaran dari Negara Lain	51
1. Negara Jepang	51
a. Prefektur Metropolis Tokyo	52
b. Prefektur Yokohama	57
E. Kerangka Berpikir	62
BAB 3 METODE PENELITIAN	63
A. Pendekatan Penelitian	63
B. Jenis Penelitian	64
C. Teknik Pengumpulan Data	65
1. Studi Kepustakaan	65
2. Observasi	65
3. Wawancara atau interview	66
D. Informan Kunci	67
E. Teknik Analisis Data	68
BAB 4 IMPLEMENTASI PEMASARAN PEMERINTAH DALAM PELAKSANAAN TRANSIT-ORIENTED DEVELOPMENT DKI JAKARTA	73
A. Hasil Analisis Penelitian	73
1. Tahap Design Product	73
2. Tahap Kecerdasan Pasar (Market Intelligence)	98
3. Tahap Komunikasi	106
4. Tahap Kampanye	116
5. Tahap Pemilihan	125
6. Tahap Penyampaian Pesan	132
a. Analisis Peraturan Gubernur Provinsi Daerah Khusus Ibukota Jakarta Nomor 67 Tahun 2019	133
b. Lima Wilayah yang akan Disulap Menjadi TOD	156
BAB 5 SIMPULAN DAN SARAN	159
A. Simpulan	159
B. Saran	166



POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Trend Pertumbuhan Jumlah Kendaraan Bermotor di DKI Jakarta	1
Gambar 2. 1 Proses Pemasaran dari Product, Sales, dan Market.....	34
Gambar 2. 2 Stasiun Tama Plaza Sebelum Land Readjustment.....	53
Gambar 2. 3 Proyek Land Readjustment	54
Gambar 2. 4 Sebelum dan Sesudah Land Readjustment.....	55
Gambar 2. 5 Pengembangan Komunitas Next-Generation.....	56
Gambar 2. 6 Kawasan TOD Minato Mirai	58
Gambar 2. 7 Stasiun MRT yang Terintegrasi dengan Pusat Perbelanjaan	58
Gambar 2. 8 Stasiun MRT yang terhubung dengan Gedung Perkantoran Swasta	59
Gambar 2. 9 Stasiun MRT Jepang	60
Gambar 2. 10 Stasiun MRT yang terhubung dengan Ruang Terbuka.....	61
Gambar 2. 11 Kerangka Berpikir Penelitian.....	62
Gambar 4. 1 Rencana "3-in-1" MRT Jakarta.....	75
Gambar 4. 2 Rencana Jalur MRT Jakarta	76
Gambar 4. 3 Jalur MRT Jakarta Fase 1.....	76
Gambar 4. 4 Spesifikasi MRT Jakarta	76
Gambar 4. 5 Desain Stasiun Layang MRT Jakarta.....	77
Gambar 4. 6 Desain Stasiun Bawah Tanah MRT Jakarta	77
Gambar 4. 7 Master Plan Kawasan Integrasi Dukuh Atas.....	78
Gambar 4. 8 Flyer Sayembara Transport Hub di TOD Dukuh Atas.....	80
Gambar 4. 9 Lokasi Kawasan Berorientasi Transit Dukuh Atas	80
Gambar 4. 10 Lokasi Kawasan Berorientasi Transit Dukuh Atas	81
Gambar 4. 11 Spesifikasi Kawasan Berorientasi Transit Dukuh Atas.....	81
Gambar 4. 12 Prinsip Kawasan Berorientasi Transit Dukuh Atas Versi MRT Jakarta	81
Gambar 4. 13 Keuntungan Kawasan Berorientasi Transit.....	82
Gambar 4. 14 Konsep Perencanaan Kawasan Berorientasi Transit.....	82
Gambar 4. 15 Konsep Konektivitas Pejalan Kaki dan Pesepeda Kawasan Berorientasi Transit Dukuh Atas.....	83
Gambar 4. 16 Konsep Konektivitas Transportasi Kawasan Berorientasi Transit Dukuh Atas.....	84
Gambar 4. 17 Timeline Syaembara Desain Kawasan Berorientasi Transit Dukuh Atas	86

Gambar 4. 18 Pemenang Desain Transport Hub di KBT Dukuh Atas	87
Gambar 4. 19 Pengembangan TOD dan Integrasi Transoprtasi di Dukuh Atas ...	88
Gambar 4. 20 Pembangunan TOD dan Integrasi Transoprtasi di Kawasan Dukuh Atas	88
Gambar 4. 21 Integrasi KRL dan BRT di Stasiun Sudirman	89
Gambar 4. 22 Mural Dukuh Atas Wajah Baru Kawasan TOD MRT Jakarta	92
Gambar 4. 23 Aktivitas Olah Raga Warga DKI Jakarta yang Memanfaatkan Taman Dukuh Atas	93
Gambar 4. 24 Wajah Baru TOD Dukuh Atas sebagai Spot Budaya Dukuh Atas	94
Gambar 4. 25 Penandatanganan Perjanjian Pokok Pembentukan Perusahaan dalam rangka Integrasi Transportasi Jabodetabek	95
Gambar 4. 26 Pembangunan Fase II Bundaran HI – Kota	96
Gambar 4. 27 Infografis Studi Banding Transit-Oriented Development Dukuh Atas	99
Gambar 4. 28 Frequently Asked Question di Twitter @mrtjakarta	101
Gambar 4. 29 Foto Viral tentang kejadian “piknik di stasiun MRT”	103
Gambar 4. 30 Viral foto sampah yang berserakan di depan Stasiun Bundaran Hotel Indonesia	103
Gambar 4. 31 Tempat Samapah di Area Tidak Berbayar Stasiun MRT	105
Gambar 4. 32 Postingan Facebook Jakarta Smart City Mengenai Perkenalan Kawasan Dukuh Atas	106
Gambar 4. 33 Infograsfis Pengenalan Transit-Oriented Development Dukuh Atas	107
Gambar 4. 34 Poster Penjelasan Transit-Oriented Development	107
Gambar 4. 35 Poster Diskusi Sistem Pengelolaan Kawasan TOD DKI Jakarta	108
Gambar 4. 36 Larangan dan Aturan Ketika Menggunakan MRT	109
Gambar 4. 37 Hal-Hal Yang Harus Diperhatikan Ketika Menggunakan MRT ..	110
Gambar 4. 38 Fasilitas Stasiun dan Kereta MRT Fase I	111
Gambar 4. 39 Fitur Layanan Ramah Disabilitas	113
Gambar 4. 40 MRT Jakarta Ramah Distabilitas	114
Gambar 4. 41 Kampanye OK-Trip	117
Gambar 4. 42 Model Integrasi Sistem Transportasi Umum Massal OK-Trip	119
Gambar 4. 43 JAK Lingko Wajah baru OK-Trip	120
Gambar 4. 44 JAK Lingko – Program OK Trip	121

Gambar 4. 45 Artis peran Reza Rahadian dalam balutan kostum karakter Bossman di My Stupid Boss 2 berdialog dengan penumpang tentang fasilitas MRT	124
Gambar 4. 46 Lima siswi SMP Santa Ursula Jakarta berinisiatif membersihkan sampah MRT	124
Gambar 4. 47 Timeline Proyek MRT Jakarta	127
Gambar 4. 48 Perjalanan Panjang Proyek MRT	129
Gambar 4. 49 Rute MRT Masa Depan	131
Gambar 4. 50 Rencana Titik Kawasan Berorientasi Transit di DKI Jakarta	154
Gambar 4. 51 Pengembangan Kawasan Berorientasi Transit di DKI Jakarta	155



POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A

DAFTAR TABEL

Tabel 1. 1 Kota dengan Tingkat Kemacetan Tertinggi di Dunia 2024	2
Tabel 1. 2 Angka Air Quality Index 2023	3
Tabel 4. 1 Peserta Sayembara Desain Kawasan Berorientasi Transit Dukuh Atas	86
Tabel 4. 2 Tabel hasil NVIVO 12 word frequency Pergub Pemprov DKI Jakarta No 44/ 2017	135
Tabel 4. 3 Pengolahan data dengan NVIVO 12 Plus	143



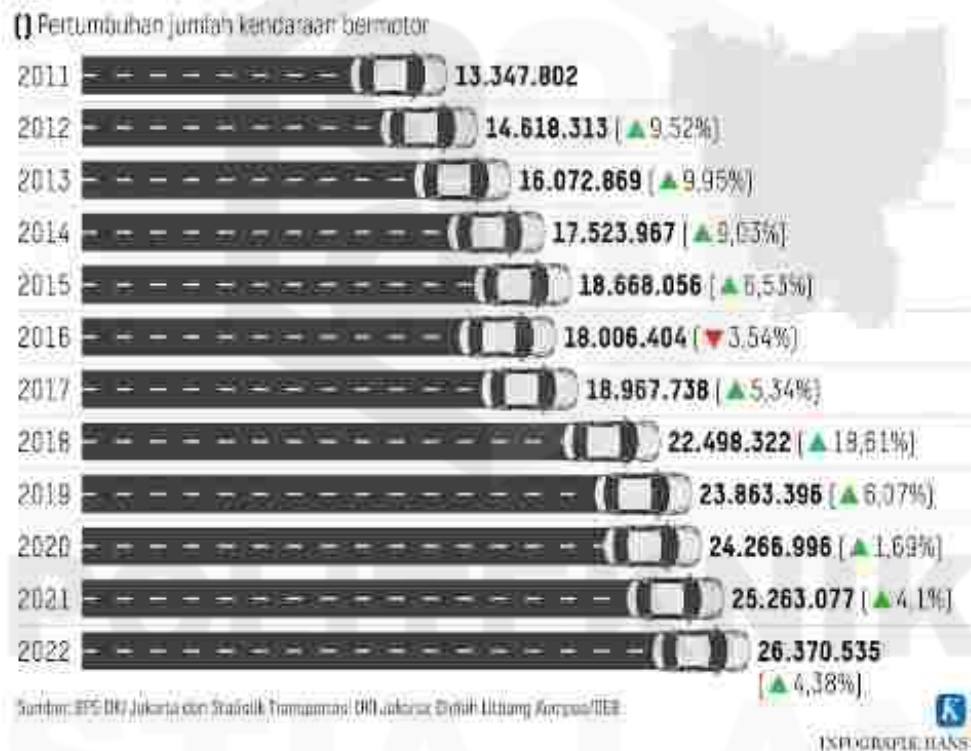
POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A

BAB 1

PERMASALAHAN PENELITIAN

A. Latar Belakang

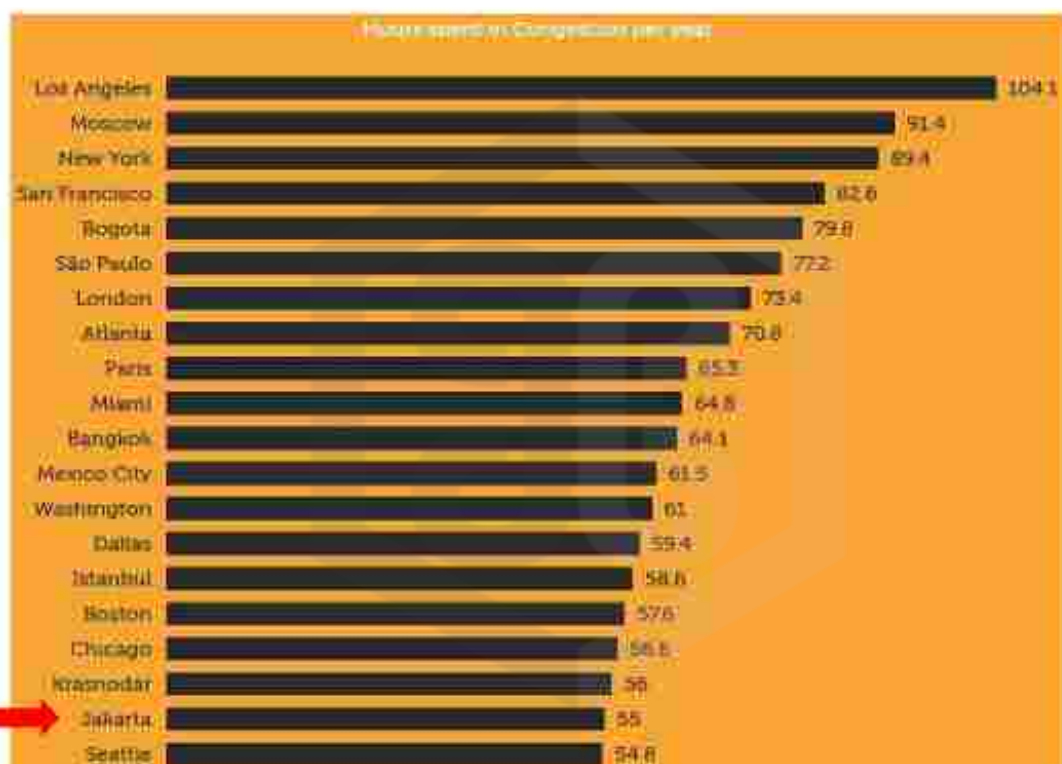
Provinsi DKI Jakarta memiliki jumlah populasi penduduk yang sangat padat, mencapai 11,34 juta jiwa pada Desember 2023. Sebanyak 8,8 juta warga di Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, dan Bekasi yang tidak terjangkau simpul angkutan umum massal. Hasil analisis Kompas menemukan, cakupan layanan angkutan umum massal di Jakarta dan wilayah penyangganya tidak merata. Cakupan layanan angkutan massal di Jakarta menjangkau 96,1 persen penduduk. Sementara di Bogor, Depok, Tangerang dan Bekasi (Bodetabek) hanya menjangkau 26,2 persen dari total penduduk di wilayah tersebut. Di sisi lain, terdapat 26,4 juta kendaraan pribadi.



Gambar 1. 1 Trend Pertumbuhan Jumlah Kendaraan Bermotor di DKI Jakarta

Sumber: <https://www.kompas.id/baca/riset/2023/03/23/kemacetan-di-jakarta-yang-kian-sulit-dihindari>

Tingginya penggunaan kendaraan pribadi ini, berdampak pada kemacetan parah di ruas-ruas jalan utama ibukota. Tidak mengherankan menurut lembaga peta navigasi Tom Tom menempatkan Kota Jakarta sebagai 20 kota dengan tingkat kemacetan tertinggi di dunia 2024. Dampaknya, pengemudi di DKI Jakarta menghabiskan waktu 53% lebih banyak di jalan dibandingkan yang seharusnya. Kemacetan pagi hari saat hari kerja sebesar 63 persen, sementara kemacetan pada malam hari kerja mencapai 88 persen (Detik.com, 2019).



Tabel 1. 1 Kota dengan Tingkat Kemacetan Tertinggi di Dunia 2024

Sumber : <https://www.mobil123.com/berita/jakarta-masuk-20-besar-kota-termacet-di-dunia/48151>

Dampak lain yang timbul dari banyaknya penggunaan kendaraan pribadi dan kemacetan parah tersebut, kini Kota Jakarta menempati posisi puncak untuk kota paling berpolusi sedunia versi *Air Quality Index*, juli 2019 se Dunia. *Air*

Quality Index merupakan indeks yang menggambarkan tingkat kualitas udara di suatu daerah (lihat tabel 1.1.). *Air Quality Index* dihitung berdasarkan enam jenis polutan utama, seperti PM 2.5, PM 10, karbon monoksida, asam belerang, nitrogen dioksida, dan ozon permukaan tanah. Jakarta berada di angka 184 alias kategori tidak sehat pada 26 juli 2019, berada di atas Hanoi, Krasnoyarsk maupun Shanghai (detik.com, 2019). Bahkan, rata-rata harian kualitas udara di DKI Jakarta lebih buruk 4,5 kali lipat dari batas aman dan batas sehat yang ditetapkan oleh WHO (Greenpeace Indonesia, 2019)



Tangkapan layar Air Quality Index (AQI) untuk wilayah DKI Jakarta dalam situs IQAir pada Sabtu (2/9/2023) pukul 08.00 WIB, Indeks kualitas udara untuk wilayah DKI Jakarta masuk kategori tidak sehat, yakni berada di angka 177 dengan konsentrasi parameter PM 2.5.

Tabel 1. 2 Angka Air Quality Index 2023

Sumber: <https://wartakota.tribunnews.com/2023/09/02/jakarta-sukses-salip-india-dan-malaysia-jadi-kota-dengan-polusi-udara-tertinggi-di-dunia>

Kepala Dinas Perhubungan Pemprov DKI Jakarta menilai besarnya angka kemacetan berkorelasi dengan dampak dari perkembangan pembangunan seperti pengoperasian jalan terowongan dan jalan layang, kebijakan ganjil genap, sampai

program Jak Lingko (Manggalani, 2019). Salah satu upaya yang dapat dilakukan untuk menyelesaikan permasalahan tersebut antara lain dengan penggunaan transportasi umum. Sistem transportasi umum yang dibutuhkan masyarakat tidak sekadar membantu pengguna untuk mencapai tempat tujuan, tetapi dituntut untuk memberikan kenyamanan, keamanan dan keselamatan bagi pengguna. Oleh karena itu, pembangunan sistem transportasi menjadi perkara yang kompleks, tidak hanya menyangkut persoalan teknis seperti penyediaan infrastruktur dan angkutannya, melainkan juga terkait dengan bagaimana masyarakat sebagai pengguna berminat untuk menggunakan angkutan umum yang disediakan oleh pemerintah. Transportasi umum harus menjadi kebutuhan publik, sehingga peran pemerintah untuk menyediakan dan memperbaiki layanan transportasi umum sangat diperlukan (Mees et al., 2006). Pembangunan transportasi harus mengacu pada kebutuhan masyarakat yang memperhatikan aspek efisiensi dan efektivitas (Wright, 2005).

Sebagai salah satu kota berpenduduk terbesar di dunia, Jakarta menghadapi berbagai tantangan. Statusnya sebagai kota metropolitan mendorong Jakarta untuk beradaptasi dengan perubahan, salah satunya melalui inovasi dalam membangun ekosistem kota yang terhubung dengan teknologi. Pemerintah Provinsi DKI Jakarta telah mengadopsi konsep *Smart City*, yang diwujudkan dengan pembentukan unit pengelola @jsclounge. Dalam implementasinya, Jakarta Smart City (JSC) menerapkan enam indikator utama yang menjadi fokus, yaitu *Smart Governance*, *Smart Economy*, *Smart People*, *Smart Mobility*, *Smart Environment*, dan *Smart Living*.

Dalam perkembangan perkotaan, fasilitas transit intermoda dan kawasan transit menjadi aspek penting yang tak terpisahkan. Fasilitas transit intermoda adalah area terencana yang menyediakan berbagai jenis transportasi, dengan tujuan agar masyarakat dapat memanfaatkannya secara optimal. Kawasan di sekitar titik transit memiliki potensi besar untuk pengembangan wilayah, karena aksesibilitas yang lebih mudah berkat adanya fasilitas transit di kawasan *Transit-Oriented Development* (TOD).

Transit-Oriented Development (TOD) merupakan konsep pembangunan tata kota yang terintegrasi dengan sistem transportasi, bertujuan untuk menciptakan

kota yang efisien. TOD bertujuan memberikan alternatif dan solusi terhadap masalah pertumbuhan metropolitan yang cenderung berfokus pada pola pengembangan terpusat. Konsep TOD menghubungkan jaringan transportasi regional dengan strategi pengembangan lingkungan di sekitar simpul transit. Kawasan TOD menggabungkan penggunaan lahan untuk perumahan, perdagangan, jasa, perkantoran, ruang terbuka, dan fasilitas publik, sehingga memudahkan masyarakat dalam beraktivitas dengan berjalan kaki, bersepeda, atau menggunakan transportasi umum (Calthorpe, 1993).

Transit Oriented Development (TOD) atau Kawasan Berorientasi Transit (KBT) adalah perancangan area yang bertujuan untuk mengintegrasikan masyarakat kota, aktivitas perkotaan, bangunan, dan ruang publik secara bersamaan. Selain itu, kawasan ini juga dilengkapi dengan fasilitas yang memadai untuk pejalan kaki dan pesepeda, serta dekat dengan lokasi transit untuk mengakses bagian lain dari kota. Setidaknya ada enam prinsip konsep TOD:

- Pertama, pedestrian, bagaimana tersedianya jalur pejalan kaki yang memadai, nyaman, dan aman.
- Kedua, tersedianya jalur sepeda yang baik agar dapat mendukung para pengguna sepeda.
- Ketiga konektivitas, mobilitas atau pergerakan masyarakat yang terhubung saat melakukan aktivitas, terutama akses terhadap tempat tinggal dan transportasi publik.
- Keempat transportasi publik, tersedianya ragam pilihan transportasi publik yang cepat dan mudah dijangkau agar masyarakat tak lagi menggunakan kendaraan pribadi.
- Kelima tempat parkir, pengurangan lahan parkir kendaraan bermotor, gantikan dengan lahan sepeda dan jalur pedestrian, serta buat mahal tarif parkir agar pengguna kendaraan pribadi beralih ke transportasi publik.
- Keenam adalah pemadatan. Ini adalah bagaimana memadatkan permukiman dan area komersial di dekat stasiun transit.

Indonesia, khususnya Jakarta, mengadopsi berbagai contoh dari negara-negara yang telah sukses menerapkan *Transit Oriented Development* (TOD), seperti Jepang. Beberapa kota di Jepang telah berhasil membangun stasiun MRT dengan konsep TOD, antara lain Toyama Light Rail di Toyama, Tama New Town Project di Tokyo, dan Nagoya. Selain itu, kota-kota lain di Jepang juga telah menerapkan TOD, dan pengembangan konsep ini masih berlanjut hingga tahun 2045. Hong Kong, Tiongkok, juga telah mengembangkan beberapa area dengan konsep *Transit Oriented Development* (TOD), seperti Lohas Park, Olympian City, dan Tung Chung. Sekitar 90 persen penduduk Hong Kong melakukan aktivitas harian mereka menggunakan transportasi publik. Curitiba di Brasil telah mulai mengembangkan area khusus untuk pejalan kaki sejak 1972. Selama bertahun-tahun, kota ini telah mengintegrasikan zonasi dan transportasi untuk memposisikan pembangunan dengan kepadatan tinggi di dekat transportasi berkapasitas tinggi. Pengintegrasian kawasan dengan kepadatan tinggi ini dilakukan melalui sistem transportasi besar seperti Bus Rapid Transit (BRT).

Pertimbangan memilih Pemerintah Provinsi DKI Jakarta adalah karena DKI Jakarta satu-satunya provinsi di Indonesia yang telah memiliki Peraturan Gubernur tentang Kawasan Berorientasi Transit atau *Transit Oriented Development* (TOD) sebagai bagian dari strategi pemasaran pemerintah (government marketing) pada bidang transportasi (Kompas, 2019b). Pemerintah Provinsi DKI Jakarta sebagai Kota Metropolitan memiliki sejumlah beban pemasaran pemerintah di bidang transportasi yang melingkupinya. Mulai dari kemacetan lalu lintas, tingginya angka pelaju dari kota sateliti Bogor-Tangerang-Depok-Bekasi, tingginya penggunaan jumlah mobil dan motor pribadi yang menyebabkan kemacetan parah, minimnya penggunaan transportasi publik oleh masyarakat baik yang tinggal di Jakarta, maupun pelaju yang tinggal di kota-kota sekitar Jakarta, sampai pada tinggi polusi udara. Pemerintah Provinsi DKI Jakarta berupaya untuk mengatasi berbagai permasalahan transportasi di DKI Jakarta, yang salah satu strategi yang dilakukan adalah dengan membangun Kawasan Berorientasi Transit atau *Transit Oriented Development* (TOD). Dengan berbagai permasalahan tersebut, pengembangan kawasan berorientasi transit atau

Transit-Oriented Development (TOD) menjadi salah satu solusi untuk mengatasi masalah transportasi dan lingkungan di wilayah perkotaan seperti DKI Jakarta. TOD merupakan model pengembangan tata kota yang ditandai dengan aksesibilitas yang baik, adanya bangunan multifungsi yang berlokasi dekat dengan fasilitas transportasi, serta penyediaan ruang yang ramah bagi pejalan kaki (Cervero & Dai, 2014).

Saat ini, konsep Kawasan Berorientasi Transit atau Transit-Oriented Development (TOD) menjadi topik penting di banyak kota besar di dunia, termasuk Indonesia. TOD bertujuan untuk mengurangi mobilitas antar kawasan atau antar kota dengan mengintegrasikan dan mendekatkan sistem transportasi dengan kawasan perumahan, pusat bisnis, dan kegiatan masyarakat, sehingga tercipta kota yang efisien. Penerapan pendekatan TOD dapat meningkatkan efisiensi penggunaan lahan, meningkatkan nilai tanah dan properti, serta menciptakan kawasan ekonomi yang terpadu. Di Provinsi DKI Jakarta, hal ini sangat relevan mengingat perkembangan yang pesat. Dengan lebih dari 18,6 juta kendaraan pribadi di Jakarta, pengguna transportasi umum hanya mencapai 24 persen. Setiap hari, terdapat sekitar 47,5 juta pergerakan orang di wilayah Jabodetabek, dan menurut data BPS DKI Jakarta 2015, sekitar 1,4 juta pelajar berasal dari daerah sekitar Jakarta. Perluasan wilayah Jabodetabek yang cepat dan kurang terkendali menyebabkan peningkatan biaya transportasi, penurunan mobilitas, dan berkurangnya kualitas hidup. Selain itu, pertumbuhan yang tak terkendali ini sebagian besar terdiri dari permukiman dan bangunan berlantai rendah (sekitar 64 persen dari total wilayah Jakarta), yang menguras persediaan lahan di Jakarta. Akibatnya, Jakarta kini kekurangan ruang untuk pengembangan di masa mendatang.

Membangun Jakarta secara horizontal dengan hanya mengandalkan jaringan jalan raya dan kendaraan pribadi akan menyebabkan kota berkembang semakin besar, tidak efisien, boros, dan sulit dikendalikan. Dampak terburuknya adalah kelompok kelas menengah yang produktif semakin terdorong ke pinggiran kota, yang pada akhirnya menciptakan ketimpangan sosial baik di dalam kota maupun di luar kota. Selain itu, ruang terbuka semakin berkurang, dan infrastruktur

kota tidak mampu mengikuti kecepatan perluasan kota, yang mengakibatkan penurunan signifikan dalam kualitas layanan publik. Ironisnya, penghuni dan komuter harus mengeluarkan biaya hidup yang terus meningkat tanpa diimbangi dengan peningkatan kualitas layanan publik yang memadai.

Jakarta mengubah paradigma pembangunannya dengan tidak lagi berfokus pada kendaraan pribadi, terutama mobil, melainkan lebih mengutamakan pejalan kaki dan transportasi umum massal. Perubahan ini tidak hanya terbatas pada penyediaan sistem transportasi massal yang memadai, tetapi juga mencakup konsep pembangunan kota yang memudahkan dan memberikan kenyamanan bagi warganya. Ini termasuk penataan kawasan, pengelolaan arus penumpang, serta integrasi antarmoda. Bahkan, pengembangan Kawasan Berorientasi Transit (Transit-Oriented Development TOD) diatur dalam Pergub No. 44/2017. Saat ini, pengembangan Kawasan Berorientasi Transit atau Transit-Oriented Development (TOD) diatur oleh Pergub No. 67/2019. Pergub baru ini merupakan penyempurnaan dari peraturan sebelumnya dan langkah Pemprov DKI Jakarta untuk menyesuaikan pengembangan TOD dengan Peraturan Menteri Agraria dan Tata Ruang/Kepala Badan Pertanahan Nasional (Permen ATR/BPN) No. 16/2017 tentang Pedoman Pengembangan Kawasan Berorientasi Transit. Dengan penyempurnaan ini, jumlah pasal dalam Pergub TOD bertambah dari 15 menjadi 43. Beberapa klausul yang diperbarui dalam Pergub baru mencakup ketentuan insentif dan disinsentif. Pasal 35 Ayat 2 Pergub No. 67/2019 menyatakan bahwa masyarakat yang membangun sesuai Panduan Rancang Kota (PRK) TOD akan mendapatkan insentif, seperti kemudahan akses ke transportasi umum, pengurangan PBB dan pajak daerah lainnya, fleksibilitas pemanfaatan ruang, serta peningkatan intensitas pemanfaatan ruang sesuai PRK. Sementara itu, disinsentif bagi yang tidak mengikuti PRK meliputi pengenaan pajak daerah yang lebih tinggi dan pembatasan aktivitas serta intensitas pemanfaatan ruang. Nilai tambah kawasan juga dikelola oleh pengelola kawasan dengan prinsip transparansi dan kolaborasi.

Tesis ini menggunakan acuan utama dari penelitian Dave Gelders dan Steven Van De Walle (2005) tentang Marketing Government Reforms dengan menggunakan pendekatan analisis pemasaran pemerintah (government marketing)

dengan menggunakan enam unsur pemasaran pemerintah mengacu hasil kajian Gelders dan Van De Walle (2005), yaitu: Tahap 1: Desain Produk; Tahap 2: Kecerdasan Pasar; Tahap 3: Komunikasi; Tahap 4: Kampanye; Tahap 5: Pemilihan; dan Tahap 6: Penyampaian pesan.

Menurut kamus American Marketing Association, AMA Dictionary yang dikeluarkan oleh Marketing Accountability Standard Board—suatu Komite Akuntabilitas Standar Pemasaran Amerika yang diakui dunia, Pemasaran Pemerintah (Government Marketing), adalah pemasaran oleh unit pemerintah—federal, negara bagian, dan lokal—yang membeli atau menawarkan barang dan jasa dalam menjalankan fungsi utama pemerintah. Di Amerika Serikat, pemerintah federal menyumbang hampir 40 persen dari total yang dibelanjakan oleh semua tingkat pemerintahan, untuk menjadikan masyarakat sebagai pelanggan prioritas atau terbesar (American Marketing Association, n.d.).

Pemerintah melakukan aktivitas pemasaran bertujuan untuk melayani masyarakat sebagai kewajiban negara (*state obligation*), dan juga menyampaikan pesan kepada masyarakat sebagai bagian dari keberhasilan pelayanan publik. Pendekatan modern menuntut pemerintah untuk beroperasi seperti organisasi swasta yang tanggap terhadap peluang, responsif terhadap perubahan, dan berorientasi pada hasil. Pemerintah diharapkan mampu menciptakan nilai bagi masyarakat, memahami kebutuhan mereka, serta merumuskan strategi pemasaran untuk memberikan pelayanan terbaik bagi masyarakat.

Pendapat lainnya, menurut Philip Kotler dan Nancy Lee (2006) dalam buku yang berjudul *Marketing in the Public Sector: A Roadmap for Improved Performance*, salah satu bidang yang paling sering diabaikan dan disalah pahami oleh sektor publik adalah pemasaran. Pemasaran paling umum dimengerti dengan kata "iklan". Sekelompok masyarakat lainnya mengatakan bahwa pemasaran adalah kata lain untuk "menjual" dan kemudian mengaitkannya dengan "manipulasi." Namun, Philip Kotler dan Nancy Lee (2006) mengingatkan bahwa pemasaran tidaklah sama dengan iklan, penjualan, komunikasi ataupun manipulasi. Pemasaran adalah keterampilan yang melibatkan pendekatan kepada target (masyarakat) yang akan membantu mengatasi keluhan, mengubah persepsi

masyarakat, dan meningkatkan kinerja dari organisasi sektor publik. Pemasaran merupakan pendekatan disiplin, yang mengharuskan pemangku kepentingan untuk mengembangkan rencana formal dengan melakukan analisis situasional, menetapkan tujuan, melakukan segmentasi pasar, melakukan riset pemasaran, memposisikan diri, memilih perpaduan strategis alat pemasaran, dan membangun evaluasi, anggaran, dan rencana implementasi. Melalui pemasaran, pemerintah dapat memberikan lebih banyak kualitas, kecepatan, efisiensi, kenyamanan, dan keadilan kepada masyarakat.

Di penelitian lainnya, pemasaran pemerintrah atau marketing government terkait dengan political marketing atau pemasaran politik, mengingat mereka yang duduk di pemerintahan adalah politisi yang memenangkan kampanye politik. Pemasaran politik membahas bagaimana para pihak menentukan kebijakan mereka dan organisasi, bukan hanya bagaimana mereka berkampanye. Artikel ini memuat konsep pemasaran produk, penjualan, dan membahas pasar, dikombinasikan dengan alat-alat seperti intelijen pasar, untuk perlindungan pesta politik secara keseluruhan (Lees-Marshment, 2001a dan b). Peneliti ini membagi political marketing atau pemasaran politik merupakan perkawinan antara politik dan pemasaran. Lees-Marshment, 2001a membagi pada tiga (3) pendekatan sesuai dengan permasalahan dan sudut pandang penelitian, yaitu (1) product oriented party, (2) sales oriented party, (3) market oriented party.

Hasil penelitian lainnya tentang makna pemasaran pemerintrah atau marketing government terkait dengan temuan yang mereka beri label pendekatan "Program Copernicus". Marketing Government menurut hasil penelitian Dave Gelders dan Steven Van De Walle (2005) yang telah dimuat di *Journal of Nonprofit & Public Sector Marketing*, Vol. 14 No. 1-2, pp 151-168 dengan judul artikel Marketing Government Reforms, adalah pendekatan yang merupakan hasil dari keberhasilan kebijakan Perdana Menteri terpilih, Guy Verhofstadt dan Menteri untuk Layanan Sipil dan Modernisasi Administrasi Publik, Luc Van den Bossche, dalam melakukan modernisasi administrasi Pemerintah Federal Belgia. Mereka mempresentasikannya sebagai proyek baru yang bersifat radikal. Seorang jurnalis dari surat kabar Flemish De Standaard menggunakan ungkapan "Program

Copernicus" untuk memberi label rencana pemerintah dengan membuat analogi yang dilakukan tokoh astronomi dunia, Nicolaus Copernicus penemu teori heliosentrisme (berpusat di matahari sebagai tata surya) dengan karya terobosannya yang sangat fenomenal berjudul *On the Revolutions of the Heavenly Spheres* (mengenai perputaran bola-bola langit). Copernicus menjungkir-balikkan teori geosentris tradisional—yang menempatkan bumi di pusat alam semesta). Bahkan, teori ini dianggap sebagai salah satu penemuan astronomi terpenting sepanjang masa, dan merupakan titik mula fundamental bagi astronomi modern dan sains modern.

Flemish De Standaard menggunakan istilah "Program Copernicus" untuk menggambarkan marketing government yang dilakukan Perdana Menteri Guy Verhofstadt dan Menteri Luc Van den Bossche, karena mereka berdua dianggap yang menemukan bumi ("administrasi") membalikkan matahari ("warga") dan bukan sebaliknya sebaliknya. Menurut hasil kajian Gelders dan Van De Walle (2005), Program Copernicus diilhami oleh prinsip-prinsip New Public Management, yang menekankan pada ekonomi, efisiensi, efektivitas, seperti banyak reformasi sektor publik Barat lainnya (Osborne dan Gaebler 1993). Untuk meningkatkan efisiensi pemerintah dan kepercayaan warga terhadap Pemerintah, Program Copernicus bekerja untuk mendesain ulang administrasi terstruktur secara hierarkis ke dalam organisasi matriks, untuk memperkenalkan penilaian sumber daya manusia dan staf modern, dan untuk meningkatkan proses Pemerintah Federal banyak melibatkan komunikasi internal dan eksternal.

Kecerdasan pasar adalah fitur utama dalam marketing government ini, namun bukan tahap pertama dari proses pemasaran. Program Copernicus adalah rencana reformasi menyeluruh dan sebagian besar dikembangkan oleh para ahli. "Produk" harus dijual kepada warga dan pegawai negeri. Oleh karena itu, Reformasi Copernicus tidak sekedar mengikuti produk atau orientasi pasar. Adapun tahapan-tahapan Reformasi Copernicus adalah sebagai berikut:

Tahap 1: Desain Produk. Pemerintah Federal mengatur Program Copernicus. Program Copernicus adalah reformasi mendasar dari seluruh Administrasi Federal Belgia, mencakup sekitar 60.000 pegawai negeri dan semua

aspek administrasi publik. Akibatnya, "produk" yang dirancang heterogen dan rumit dan harus menargetkan banyak tingkatan. Proses itu sendiri harus dikomunikasikan secara profesional untuk mendapatkan dukungan dari kelompok sasaran internal dan eksternal dan untuk membantu dalam pelaksanaan program.

Tahap 2: Kecerdasan Pasar. Implementasi yang sukses tergantung pada kemampuan untuk mengidentifikasi pemain kunci (misalnya, serikat pekerja dan segmen masyarakat umum). Pemerintah Federal menggunakan intelijen pasar untuk kelompok sasaran internal dan eksternal. Kecerdasan pasar untuk kelompok sasaran internal. Pemerintah Federal menugaskan biro penelitian independen untuk memeriksa pendapat pegawai negeri sipil mengenai Program Copernicus dan komunikasi yang digunakan untuk menyebarkan informasi. Proyek ini disebut "Proyek Artemis" dan dilakukan pada musim gugur 2000. Proyek Artemis mendistribusikan kuesioner kepada 9.949 pegawai negeri sipil; 3.947 atau 39,7% merespons. Tingkat respons pegawai negeri tinggi dan rendah berbeda secara signifikan. Proyek Artemis mengungkapkan kesimpulan berikut: (1) Karena komentar negatif oleh warga dan politisi, banyak pegawai negeri membuat bunker di sekitar mereka dan sering menafsirkan reformasi yang diumumkan sebagai kritik daripada perubahan yang konstruktif. Meskipun demikian, pegawai negeri memiliki citra diri yang positif. Mereka yakin itu adalah sistem yang gagal, tetapi bukan diri mereka sebagai individu; (2) Komunikasi internal (khususnya yang berkaitan dengan program Copernicus) terhambat oleh kurangnya komunikasi dan karakteristik birokrasi organisasi; (3) Ada beberapa sumber informasi resmi dan obyektif tentang Copernicus. Pada Desember 2000, dengan pengecualian satu surat dari Menteri yang kompeten pada September 1999, pegawai negeri sipil menerima informasi yang paling relevan dari serikat pekerja atau pers; (4) Saluran komunikasi yang ada, seperti majalah staf dan intranet, dapat ditingkatkan. Mereka mungkin digunakan untuk memberi tahu pegawai negeri sipil tentang program Copernicus.

Kecerdasan pasar untuk kelompok sasaran eksternal. Sebelum proyek Artemis, survei pos dilakukan besar-besaran ("referendum") pada seluruh populasi Belgia (semua warga negara Belgia berusia 16 tahun atau lebih) untuk mengetahui tanggapan masyarakat terhadap reformasi Copernicus. Upaya ini dilakukan melalui

kuesioner terstruktur, populasi disurvei tentang apakah mereka setuju atau tidak dengan penghapusan kabinet menteri, promosi pegawai negeri berdasarkan kompetensi pribadi, dll. Selebaran terlampir untuk menggambarkan inisiatif modernisasi. Berdasarkan hasil survei, para menteri yang bertanggung jawab berpendapat bahwa modernisasi administrasi publik yang diusulkan didukung oleh mayoritas populasi. Namun, ada banyak kritik terhadap survei tersebut. Pertama, tingkat responsnya adalah 9,2%: hanya 750.000 surat suara dari 8,2 juta yang dikembalikan. Penentang reformasi menafsirkan tingkat respons yang rendah ini sebagai perlawanan terhadap program modernisasi Pemerintah Federal. Kedua, ada beberapa masalah metodologis seperti wajib dan bias cara pertanyaan diajukan. Akibatnya, hasil survei tidak mengejutkan: hanya 4% responden yang menentang modernisasi layanan sipil. Ketiga, biaya survei (91,98 juta) dan dugaan pelanggaran privasi responden juga dikritik. Terakhir, partai-partai oposisi menganggap survei sebagai jajak pendapat popularitas menteri yang kompeten dan Pemerintah secara keseluruhan dan dibayar oleh warga negara. Namun, inisiatif semacam itu juga dapat dilihat sebagai alat intelijen pasar yang menarik untuk menumbuhkan dukungan yang diperlukan untuk reformasi yang direncanakan.

Tahap 3: Komunikasi. Pemerintah Federal menjalani beberapa inisiatif komunikasi internal dan eksternal. Untuk komunikasi internal, pada awalnya, kurangnya informasi langsung, resmi dan tidak bias mengubah pers dan serikat pekerja menjadi komunikator utama. Berdasarkan proyek Artemis, kebijakan komunikasi dilaksanakan untuk memberi tahu pegawai negeri sipil tentang Copernicus dan kemudian memengaruhi perasaan mereka terhadap program Copernicus (Van Hemelrijck dan Auwers 2001). Selama proses tersebut, beberapa saluran komunikasi digunakan: selebaran (misalnya "menetapkan kursus baru sangat diperlukan"), road show, buletin, majalah bulanan, situs web, televisi nasional siaran, briefing pers, jejaring, dan pertanyaan pribadi. Sedangkan pada komunikasi eksternal, melakukan sejumlah wawancara pada para menteri yang kompeten dengan menekankan karakteristik mendasar dari reformasi Copernicus dan berfokus pada pencapaian. Melalui berbagai media berita, pemerintah berusaha meyakinkan warga bahwa proyek bersejarah sedang diwujudkan dan mereka telah melewati titik tidak bisa kembali. Komunikasi publik langsung, seperti selebaran

dengan menyertai kuesioner, memberi tahu warga tentang perlunya dan garis besar umum reformasi. Komunikasi eksternal menghadapi perlawanan sengit. Secara umum, muncul pertanyaan sejauh mana itu adalah tujuan pertama dan utama Pemerintah untuk meningkatkan citranya daripada untuk membantu dalam pelaksanaan program reformasi (Gelders & Walle, 2005). Mengacu pada Kamus Politik Baru Safire, "partisan" didefinisikan sebagai menempatkan keunggulan partai di atas kepentingan publik. Banyak pedoman komunikasi pemerintah, seperti konvensi dasar Inggris dari tahun 1985, menetapkan bahwa hal ini adalah sepenuhnya layak untuk mempresentasikan dan menggambarkan kebijakan seorang Menteri, dan untuk mengedepankan pembenaran Menteri dalam membela mereka, dan ini mungkin memiliki efek memajukan tujuan partai politik dalam pemerintahan.

Tahap 4: Kampanye. Dalam pembangunan menjelang pemilihan parlemen pada 18 Mei 2003, Perdana Menteri Guy Verhofstadt menggunakan slogan "Negara kita kembali." Dalam beberapa pidato dan wawancara, Perdana Menteri dengan bangga mengumumkan bahwa, karena berbagai upaya pemerintah, maka Belgia telah menjadi "negara model" yang diakui secara internasional. Pada saat yang sama, Perdana Menteri Verhofstadt berpendapat bahwa mantan Pemerintah Dehaene gagal untuk mengatasi masalah reformasi sektor publik. Menurut Verhofstadt, ini pada akhirnya ditunjukkan selama Krisis Dioksin pada Mei 1999, di mana Belgia digambarkan secara bodoh baik secara nasional maupun luar negeri, karena kurangnya koordinasi antara departemen pemerintah, berkomunikasi terlalu terlambat dan untuk mengambil tindakan yang tidak jelas atau membingungkan.

Tahapan 5 dan 6: Pemilihan dan Pengiriman. Cakupan Reformasi Copernicus semata-mata berarti bahwa implementasi tidak dapat diselesaikan selama satu masa jabatan. Sulit untuk menentukan sejauh mana tujuan Pemerintah, memberikan produk dan layanan berkualitas dan akhirnya mendapatkan kembali kepercayaan publik, telah terwujud. Menjelang pemilihan 2003, Perdana Menteri dan Menteri untuk Layanan Sipil dan Modernisasi Administrasi Publik mengakui bahwa reformasi tidak terjadi secepat yang mereka harapkan. Ada pertentangan yang berkembang di dalam Pemerintah, terutama antara menteri berbahasa Belanda

dan menteri berbahasa Prancis. Beberapa menteri secara terbuka menyatakan ketidakpuasan terhadap reformasi, sehingga merusak strategi komunikasi umum dan menghambat penjualan "produk Copernicus."

Wacana pembatasan jumlah kendaraan bermotor di Jakarta kembali mencuat. Meskipun bukan isu baru, hal ini tetap penting untuk diperhatikan, terutama setelah diberlakukannya UU No. 22 Tahun 2024 tentang Provinsi Daerah Khusus Jakarta (DKJ), yang ditandatangani oleh Presiden Joko Widodo pada 25 April 2024. Penegasan kewenangan ini bertujuan untuk mengatasi kemacetan di Jakarta serta mengurangi emisi karbon yang semakin mengkhawatirkan.

Pada tahun 2022, menurut data BPS, total jumlah kendaraan bermotor di Jakarta mencapai 21.856.081 unit, yang terdiri dari mobil penumpang, bus, truk, dan motor. Situasinya semakin rumit, karena data Korlantas Polri per 5 Mei 2024 mencatat jumlah kendaraan bermotor terdaftar di kepolisian sebanyak 24.356.667 unit. Angka ini mencakup 15 persen dari seluruh populasi kendaraan bermotor di Indonesia. Sementara itu, jumlah mobil berpelat nomor B yang terdaftar di Jakarta pada periode yang sama mencapai 4.354.153 unit.

Salah satu cara untuk mengatasi kepadatan lalu lintas adalah dengan mengimbau masyarakat untuk menggunakan transportasi umum atau transportasi massal. Fasilitas transportasi umum di DKI Jakarta saat ini terbilang cukup baik dibandingkan dengan kota lain di Indonesia, namun kenyataannya minat untuk membiasakan diri bermobilisasi dengan transportasi umum pada masyarakat masih rendah karena fasilitas yang kurang memadai serta jangkauan yang kurang meluas (Detik.com, 2022).

Menurut data mengenai luas wilayah, Jakarta memiliki area seluas 661,52 kilometer persegi, yang bisa dibandingkan dengan luas negara Singapura yang mencapai 734,3 kilometer persegi. Pada tahun 2023, jumlah mobil di Jakarta tercatat padat sebanyak 908.000 unit, berdasarkan informasi dari Statista. Sementara itu, di Singapura, jumlah mobil hanya sekitar 651.000 unit. Sebagai perbandingan, jumlah mobil penumpang di Jakarta pada awal Mei 2024 mencapai 4.354.153 unit.

Kecenderungan cepat dan kurang teratur dalam perluasan wilayah Jakarta-Bodetabek secara signifikan meningkatkan biaya transportasi, menurunkan tingkat mobilitas, dan berdampak negatif pada kualitas hidup. Perluasan yang tidak terkendali di Jakarta dan Bodetabek ini sebagian besar terdiri dari permukiman berlantai rendah (hampir 64 persen dari total wilayah Jakarta) dan bangunan rendah, yang mengakibatkan berkurangnya persediaan lahan di Jakarta. Akibat fenomena ini, Jakarta kini menghadapi kekurangan ruang untuk pengembangan di masa depan.

Membangun Jakarta secara ekstensif dengan pendekatan horizontal yang hanya mengandalkan jaringan jalan raya dan kendaraan pribadi akan menyebabkan kota semakin besar, tidak efisien, boros, dan sulit untuk dikendalikan. Dampak terburuknya adalah kelas menengah yang produktif semakin terpinggirkan ke daerah pinggiran, yang menciptakan ketimpangan sosial di dalam dan di luar kota. Selain itu, ruang terbuka semakin berkurang, dan infrastruktur kota tidak mampu mengikuti kecepatan perluasan, sehingga kualitas pelayanan publik menurun jauh di bawah standar. Ironisnya, penduduk dan komuter terpaksa mengeluarkan biaya hidup yang terus meningkat tanpa diimbangi dengan peningkatan layanan publik yang memadai.

Secara bertahap, Jakarta mengubah paradigma pembangunannya dengan tidak lagi berfokus pada kendaraan pribadi, terutama mobil, tetapi lebih mengutamakan pejalan kaki dan transportasi umum massal. Perubahan ini tidak hanya terfokus pada penyediaan sistem transportasi massal yang memadai, tetapi juga mencakup konsep pembangunan kota yang memudahkan dan memberikan kenyamanan bagi penghuninya, termasuk penataan kawasan, pengelolaan arus penumpang, dan integrasi antarmoda. Isu-isu inilah yang mendorong PT MRT Jakarta untuk mengembangkan konsep kawasan berorientasi transit atau Transit-Oriented Development (TOD) di beberapa stasiun pada fase 1 koridor selatan-utara.

Tesis ini berfokus pada Transit-Oriented Development (TOD) di Dukuh Atas, sebuah area perkotaan yang dirancang untuk mengintegrasikan fungsi transit dengan aktivitas manusia, bangunan, dan ruang publik. Tujuannya adalah untuk mengoptimalkan akses terhadap transportasi publik, sehingga dapat mendukung

kapasitas penumpang. Untuk itu, sistem pedestrianisasi kawasan akan dikembangkan, mencakup baik infrastruktur pejalan kaki baru maupun peningkatan dari yang sudah ada, serta ruang terbuka yang akan diatur untuk mengelola arus penumpang. Ini akan melibatkan kolaborasi lima moda transportasi yang berbeda di kawasan ini, yaitu MRT Jakarta, Bus Rapid Transit (BRT) Transjakarta, kereta bandara (railink), kereta komuter (commuterline), dan kereta Light Rapid Transit (LRT).

Konsep Transit Oriented Development (TOD) semakin ramai dibicarakan pada tahun 2019 karena berkembangnya sistem angkutan umum massal, terutama MRT, di Jakarta. Namun, belum banyak orang yang memahami Transit Oriented Development (TOD) dan hal-hal yang terkait TOD (Jpi.or.id, 2020).

B. Identifikasi Masalah

1. Implementasi Government Marketing dalam pelaksanaan *Transit Oriented Development* di DKI Jakarta belum maksimal
2. Pembatasan jumlah kendaraan bermotor di Provinsi DKI Jakarta belum maksimal
3. Perubahan paradigma pembangunan kota yang berorientasi pada pejalan kaki, bersepeda dan penggunaan angkutan umum belum optimal
4. Insentif dan disinsentif untuk seluruh pihak yang melaksanakan pembangunan sesuai dengan panduan rancangan kota belum tersosialisasi dengan baik
5. Perluasan daerah jabodetabek yang pesat dapat meningkatkan biaya transportasi, mengurangi mobilitas dan menurunkan kualitas hidup

C. Rumusan Masalah

Rumusan Permasalahan ini adalah: bagaimana analisis pemasaran pemerintah (*government marketing*) dalam pelaksanaan Kawasan Berorientasi Transit atau *Transit-Oriented Development-TOD* di Provinsi DKI Jakarta?

D. Tujuan Penelitian

Tujuan pelaksanaan penelitian adalah untuk menganalisis pemasaran pemerintah (*government marketing*) dalam pelaksanaan Kawasan Berorientasi Transit atau *Transit-Oriented Development-TOD* di DKI Jakarta.

E. Manfaat Penelitian

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis dengan memberikan masukan kepada Pemerintah Daerah Propinsi DKI Jakarta terkait pemasaran pemerintah dalam pelaksanaan kawasan berorientasi transit untuk meningkatkan pelayanan masyarakat khususnya di kawasan dukuh atas.
2. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan kontribusi yang berarti dalam perkembangan ilmu manajemen pemangunan daerah khususnya mengenai *government marketing* pada Kawasan Berorientasi Transit atau *Transit-Oriented Development-TOD* di kawasan dukuh atas dan memberikan informasi guna menambah wawasan bagi pembacanya serta dapat dijadikan referensi tambahan untuk penelitian-penelitian berikutnya yang dianggap relevan.

POLITEKNIK
STIA LAN
J A K A R T A