

Analisis pengaruh penyebaran informasi melalui media sosial terhadap pengambilan keputusan pengguna jalan dalam menghadapi kemacetan studi kasus traffic management centre Polda Metro Jaya = Impact analysis of information sharing in social media on road users decision making during traffic congestion case study of jakarta metropolitan police headquarter s traffic management centre / Andhika P Putra Mappareasa

Andhika P. Putra Mappareasa, author

Deskripsi Lengkap: <https://lib.ui.ac.id/detail?id=20364900&lokasi=lokal>

Abstrak

ABSTRAK

Masalah kemacetan di Jakarta merupakan kumulasi dari berbagai masalah lalu lintas. Polda Metro Jaya selaku penegak hukum dan pelaksana manajemen lalu lintas membuat TMC sebagai wadah untuk penyebaran informasi lalu lintas. Namun pada kenyataannya, TMC belum terbukti dapat membantu pengguna jalan dalam menghadapi lalu lintas. Penelitian ini menganalisis apakah penyebaran informasi oleh TMC Polda Metro Jaya di media sosial berdampak terhadap pengambilan keputusan pengguna jalan, terutama ketika berhadapan dengan kemacetan. Metode pengambilan data dari penelitian ini menggunakan survey dengan waktu pengambilan sampel cross section yang disebar pada follower akun Twitter dan Facebook TMC Polda Metro Jaya. Hasil survey yang diperoleh dianalisis menggunakan piranti lunak olah data statistik dengan uji regresi linear berganda. Dari 624 responden, diperoleh hasil bahwa faktor fungsional, bauran pemasaran, dan kualitas informasi dari TMC Polda Metro Jaya berpengaruh terhadap keputusan pengguna jalan.

ABSTRACT

The principal objective of this paper is to analyze the impact of information sharing done by Jakarta Metropolitan Police Headquarter's Traffic Management Centre (TMC) with the road users' decision making process. The impact of TMC is hoped to ease road users handling traffic congestion. Traffic congestion has always been main problem for any metropolitan cities, including Jakarta. This paper research how information sharing involving interaction, trust, online marketing mix, information quality and service quality impacts the road users' decision making process. Research method used in this research is cross sectional, where questionnaires were shared among the Facebook and Twitter followers of TMC. A total of 624 respondents replied the questionnaires and the data then processed using statistical software package with linear regression analysis. The result of this research proves that functionality, online marketing mix, and information quality of TMC impact

significantly on road users' decision making.