

**PERAN HUMAS PT. JASAMARGA RELATED
BUSINESS (REGION V JAWA TIMUR) DALAM
MENSOSIALISASIKAN GREEN TOLL ROAD UNTUK
MEMAKSIMALKAN FUNGSI REST AREA**

SKRIPSI



Disusun Oleh :

YASMIN LISA ALFI

2113211080

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA**

2025

**PERAN HUMAS PT JASAMARGA RELATED
BUSINESS (REGION V JAWA TIMUR) DALAM
MENSOSIALISASIKAN GREEN TOLL ROAD UNTUK
MEMAKSIMALKAN FUNGSI REST AREA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik

Universitas Bhayangkara Surabaya

Untuk Menyusun Skripsi S-1

Program Studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh :

YASMIN LISA ALFI

2113211080

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA**

2025

LEMBAR PERSETUJUAN

**PERAN HUMAS PT. JASAMARGA RELATED BUSINESS (REGION V JAWA
TIMUR) DALAM MENSOSIALISASIKAN GREEN TOLL ROAD UNTUK
MEMAKSIMALKAN FUNGSI REST AREA**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Surabaya

Disusun oleh :

YASMIN LISA ALFI
2113211080

Diperiksa dan disetujui oleh

Pembimbing I

Dra. Ratna Setyarahajoe, M.Si.
NIDN : 0701076602

Pembimbing II

Dr. Muhammad Fadeli, S.Sos.M.Si.
NIDN : 0730017201

Mengetahui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Julyanto Ekantoro, S.E., S.S., M.Si.
NIDN : 0706077106

LEMBAR PENGESAHAN

**PERAN HUMAS PT. JASAMARGA RELATED BUSINESS (REGION V JAWA
TIMUR) DALAM MENSOSIALISASIKAN GREEN TOLL ROAD UNTUK
MEMAKSIMALKAN FUNGSI REST AREA**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh Gelar Sarjana (S1)
Ilmu Komunikasi Universitas Bhayangkara Surabaya

Disusun oleh :
YASMIN LISA ALFI
2113211080

Tanggal Ujian : 20 Januari 2025
Periode Wisuda :

Dosen Pembimbing

Pembimbing I


Dra. Ratna Setyanahajoe, M.Si.
NIDN : 0701076602

Pembimbing II


Dr. Muhammad Fadeli, S.Sos.M.Si.
NIDN : 0730017201

Disetujui oleh Tim Penguji Skripsi

Penguji I


Dra. Ratna Setyanahajoe, M.Si.
NIDN : 0701076602

Penguji II


Ariyan Alfrata, S.Sos, M.I.Kom.
NIDN : 0714108805

Penguji III


**Julyanto Ekantoro, S.E., S.S.,
M.Si.**
NIDN : 0706077106

**Mengetahui,
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**


Dra. Tri Prasetyowati, M.Si.
NIDN : 0727076701

**Menyetujui,
Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi**


Julyanto Ekantoro, S.E., S.S., M.Si.
NIDN : 0706077106

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN PENELITIAN

Yang bertandatangan di bawah ini :

Nama : YASMIN LISA ALFI

Tempat, Tanggal Lahir : Jombang, 31 Juli 2001

NIM : 2113211080

Fakultas / Program Studi : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik/Illmu Komunikasi

Dengan ini saya menyatakan bahwa Skripsi dengan judul "**PERAN HUMAS PT. JASAMARGA RELATED BUSINESS (REGION V JAWA TIMUR) DALAM MENSOSIALISASIKAN GREEN TOLL ROAD UNTUK MEMAKSIMALKAN FUNGSI REST AREA**" beserta seluruh isinya adalah karya saya sendiri dan bukan merupakan karya tulis orang lain, baik sebagian maupun seluruhnya, kecuali dalam bentuk kutipan yang telah disebutkan sumbernya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya. Apabila kemudian ditemukan adanya pelanggaran terhadap etika keilmuan dalam karya saya ini, atau ada klaim dari pihak lain terhadap keaslian karya saya ini maka saya siap menanggung segala bentuk resiko/sanksi yang berlaku.

Surabaya, 20 Januari 2025
Yang Membuat Pernyataan



YASMIN LISA ALFI

KATA PENGANTAR

Penulis menyampaikan rasa syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, karena berkat serta rahmat-Nya, skripsi yang berjudul **“Peran Humas PT. Jasamarga Related Business (Region V Jawa Timur) dalam Mensosialisasikan Green Toll Road Untuk Memaksimalkan fungsi Rest Area”** ini berhasil diselesaikan. Dengan demikian, skripsi ini dapat menjadi bagian dari penyelesaian tugas akhir. Semoga sholawat dan salam senantiasa dicurahkan kepada tujuan utama kita, yaitu Baginda Nabi Muhammad SAW, bersama keluarganya, rekan-rekannya dan para pengikutnya yang tetap setia, semoga kita semua menjadi bagian dari mereka.

Dalam kesempatan ini, penulis ingin menyampaikan rasa terima kasih yang mendalam kepada :

1. Ibu Dra. Tri Prasetijowati., M.Si. Selaku Dekan Fakultas Ilmu sosial dan Ilmu Politik Universitas Bhayangkara Surabaya.
2. Bapak Julyanto Ekantoro S.E., S.S.,M.Si. Selaku Kepala Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Bhayangkara Surabaya.
3. Ibu Dra. Ratna Setyarahajoe, M.Si. selaku dosen pembimbing 1 yang telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan yang sangat berharga selama proses penelitian dan penulisan skripsi, serta memberikan saran dan masukan yang berkontribusi terhadap penyelesaian skripsi ini.

4. Bapak Dr. Muhammad Fadeli, S.Sos.M.Si. selaku dosen pembimbing II telah memberikan bimbingan, arahan, dan dukungan yang sangat berharga selama proses penelitian dan penulisan skripsi, serta memberikan saran dan masukan yang berkontribusi terhadap penyelesaian skripsi ini.
5. PT. Jasamarga Related Business Region V Jawa Timur beserta teman-teman magang yang telah bersedia membantu dalam penulisan skripsi ini.
6. Teman-teman seperjuangan di Universitas Bhayangkara Surabaya yang telah memberikan dukungan dan kebersamaan baik di kampus maupun di luar kampus.
7. Keluarga yang selalu mendoakan dan memberikan semangat dalam penyelesaian skripsi ini.

Peneliti sepenuhnya memahami bahwa penelitian ini masih memiliki keterbatasan, baik dalam hal ruang lingkup maupun pendekatan yang dipakai. Dengan demikian, saya sangat menerima masukan dan saran dari para pembaca untuk pengembangan penelitian ini di masa mendatang.

**Peran Humas PT. Jasamarga Related Business (Region V Jawa Timur)
Dalam Mensosialisasikan Green Toll Road Untuk
Memaksimalkan Fungsi Rest Area
Yasmin Lisa Alfi**

Prodi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Bhayangkara Surabaya
Email : yasminlisa07@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji peran humas PT. Jasamarga Related Business (Region V Jawa Timur) dalam mensosialisasikan konsep *green toll road* untuk memaksimalkan fungsi rest area di jalan tol Pandaan-Malang. Jalan tol merupakan infrastruktur penting yang mendukung mobilitas dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia, dan keberadaan rest area yang memadai sangat penting bagi pengguna jalan. Rest area tidak hanya berfungsi sebagai tempat beristirahat, tetapi juga sebagai pusat layanan yang menyediakan berbagai fasilitas seperti toilet, tempat makan, dan informasi perjalanan. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk menganalisis bagaimana humas dapat mengedukasi pengguna tentang keberlanjutan lingkungan dan pentingnya menjaga kebersihan di rest area. Humas berperan aktif dalam membangun komunikasi yang efektif dengan pengguna melalui berbagai saluran informasi, termasuk media sosial dan kampanye edukasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengelolaan rest area yang baik dapat meningkatkan kepuasan pengguna jalan tol serta mendukung upaya keberlanjutan lingkungan. Peneliti menemukan bahwa kesadaran pengguna jalan mengenai pentingnya menjaga kelestarian lingkungan di rest area perlu ditingkatkan melalui program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR). Humas juga harus berkolaborasi dengan stakeholder untuk memenuhi kebutuhan pengguna jalan tol secara lebih efektif. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memberikan rekomendasi strategis untuk pengelolaan rest area yang lebih baik, tetapi juga berkontribusi pada pembangunan infrastruktur jalan tol dan pelayanan publik di Indonesia. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi acuan bagi penelitian selanjutnya terkait peran humas dalam mensosialisasikan *green toll road* serta meningkatkan citra positif perusahaan di mata publik.

KATA KUNCI: Peran Humas, Sosialisasi, *Green Toll Road*, *Rest Area*

**The Role of Public Relations of PT. Jasamarga Related Business
(Region V East Java) in Socializing the Green Toll Road
to Maximize the Function of the Rest Area**

Yasmin Lisa Alfi

Communication Science Study Program, Faculty of Social and Political Sciences,

Bhayangkara University Surabaya

Email: yasminlisa07@gmail.com

ABSTRACT

The research aims to examine the role of public relations at PT. Jasamarga Related Business (Region V East Java) in socializing the concept of green toll roads to maximize the function of rest areas on the Pandaan-Malang toll road. The toll road is an important infrastructure that supports mobility and economic growth in Indonesia, and the existence of adequate rest areas is crucial for road users. Rest areas not only function as places to rest but also as service centers providing various facilities such as toilets, dining areas, and travel information. This study employs a qualitative descriptive method to analyze how public relations can educate users about environmental sustainability and the importance of maintaining cleanliness in rest areas. Public relations plays an active role in building effective communication with users through various information channels, including social media and educational campaigns. The results indicate that good management of rest areas can enhance user satisfaction on toll roads and support environmental sustainability efforts. The researchers found that user awareness regarding the importance of preserving the environment in rest areas needs to be increased through corporate social responsibility (CSR) programs. Public relations must also collaborate with stakeholders to effectively meet the needs of toll road users. Thus, this research not only provides strategic recommendations for better management of rest areas but also contributes to the development of toll road infrastructure and public services in Indonesia. This study is expected to serve as a reference for future research related to the role of public relations in socializing green toll roads and improving the company's positive image in the eyes of the public.

KEYWORDS: *Role of Public Relations, Socialization, Green Toll Road, Rest Areas*

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN	v
KATA PENGANTAR.....	vi
ABSTRAK.....	viii
ABSTRACT.....	ix
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR GAMBAR	xiii
DAFTAR TABEL.....	xiv
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang Masalah	1
1.2 Rumusan Masalah.....	8
1.3 Tujuan Penelitian.....	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Definisi Konsep	9
1.6 Metode Penelitian	12
1.6.1 Jenis penelitian.....	12
1.6.2 Lokasi Penelitian.....	13
1.6.3 Subjek Penelitian	13
1.6.4 Fokus penelitian	13
1.6.5 Teknik Pengumpulan Data	13
1.6.6 Teknik Analisis data.....	15
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	18
2.1 Penelitian Terdahulu	18
2.2 Kerangka Konseptual Penelitian	21
2.3 Landasan Teori	22

2.3.1	Peran.....	22
2.3.2	Humas.....	23
2.3.3	Peran Humas.....	26
2.3.4	Rest Area	27
2.3.5	Sosialisasi	30
2.3.6	Green Toll Road.....	34
BAB III GAMBARAN UMUM PT. JASAMARGA RELATED BUSINESS (REGION V JAWA TIMUR).....		
		37
3.1	Sejarah PT Jasamarga Related Business.....	37
3.2	Rest area.....	38
3.3	Logo.....	41
3.4	Visi dan Misi	42
3.5	Struktur PT. Jasamarga Related Business.....	43
3.6	Deskripsi Tugas	44
3.6.1	Tugas Region head V Jawa Timur.....	44
3.6.2	Tugas Rest Area Manager	44
3.6.3	Tugas Facility Coordinator.....	45
3.6.4	Tugas Rest area Coordinator	46
3.6.5	Senior Officer Rest area	46
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN.....		
		48
4.1	Green Toll Road Rest Area.....	48
4.2	Inovasi Humas PT. Jasamarga Related Business (Region V Jawa Timur)....	50
4.2.1	Inovasi Pemilahan Sampah.....	50
4.2.2	Inovasi Pengolahan Limbah Air Wudhu	53
4.2.3	Inovasi Penghijauan Rest Area.....	55
4.3	Peran Humas terkait pengelolaan Media Dalam Mensosialisasi Green Toll Road	56
4.3.1	Media Sosial (Spanduk, VMS, dan Media Sosial Instagram)	59
4.3.2	Sosialisasi tatap muka	70
4.3.3	Mobilisasi Massa	72

4.4 Peran humas dalam mensosialisasikan green toll road untuk memaksimalkan fungsi rest area	73
BAB V PENUTUP.....	77
5.1 Kesimpulan	77
5.2 Saran	78
DAFTAR PUSTAKA.....	80
Lampiran.....	82

DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1 Kerangka Konseptual Penelitian.....	21
Gambar 3. 1 Rest area KM 66B	40
Gambar 3. 2 Penghargaan rest area TIP Tipe B terbaik 3.....	41
Gambar 3. 3 Logo PT. Jasamarga Related Business	41
Gambar 3. 4 Struktur Organisasi PT. Jasamarga Related Business Region V Jawa Timur...	43
Gambar 4. 1 Sertifikasi green toll road	49
Gambar 4. 2 Tempat Pengolahan sampah organik berupa maggot.....	51
Gambar 4. 3 Pupuk Kompos Sampah Organik.....	51
Gambar 4. 4 sampah non organic berupa botol plastik	52
Gambar 4. 5 Hasil Pengolahan Limbah Air Wudhu	54
Gambar 4. 6 Penghijauan dengan penanaman pohon	55
Gambar 4. 7 Spanduk Pemilahan Sampah.....	61
Gambar 4. 8 Spanduk Pengolahan Limbah Air Wudhu	62
Gambar 4. 9 Billboards PT. Jasamarga memasuki wilayah Green Toll Road di ruas Pandaan-Malang.....	65
Gambar 4. 10 Sosialisasi Media Sosial (Instagram)	68
Gambar 4. 11 Reels Instagram Rest Area KM 66B Kampanye Menjaga Kebersihan dan Penggunaan Air dengan Bijak	69
Gambar 4. 12 Sosialisasi ke pihak eksternal mengurangi sampah plastik.....	72
Gambar 4. 13 Penanaman pohon di rest area km 66B	73

DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu	18
---------------------------------------	----

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Pembangunan Indonesia telah menjadi suatu bidang yang strategis. Salah satu program yang paling strategis dan penting adalah jalan tol (Setiamandani et al., 2024). Jalan tol merupakan infrastruktur penting yang mendukung mobilitas dan pertumbuhan ekonomi di Indonesia. PT. Jasa Marga (Persero) Tbk. Sebagai operator jalan tol di Indonesia khususnya ruas Pandaan-Malang, mempunyai tanggung jawab yang besar untuk memberikan pelayanan yang optimal kepada pengguna jalan. Salah satu indikator kinerja yang harus dipenuhi oleh pengguna jalan tol adalah memenuhi persyaratan dan harapan pengguna jalan tol (Alfiansyah, 2023).

Untuk menunjang keselamatan jalan tol, peraturan yang ada saat ini mewajibkan adanya tempat istirahat yang memadai bagi pengguna jalan tol di mana, pengemudi dapat beristirahat sejenak sebelum melanjutkan perjalanan. Maka dari itu, perlu disediakan *rest area* yang dapat memenuhi kebutuhan pengguna jalan tol. *Rest area* adalah lokasi dan fasilitas yang disediakan untuk pengguna jalan, memungkinkan pengemudi, penumpang, dan kendaraan untuk beristirahat sejenak akibat kelelahan (Standar Geometri Jalan Bebas Hambatan untuk Jalan Tol No. 007/BM/2009) (Ainudin, 2020). Saat ini, ruas jalan nasional dan jalan arteri primer masih minim *rest area* yang memadai, sehingga meningkatkan risiko kejenuhan dan kantuk bagi pengendara yang

melintas. Tempat istirahat biasanya diartikan sebagai tempat yang berdekatan dengan jalan yang menyediakan tempat parkir mobil, truk, karavan dan fasilitas bagi pengguna jalan untuk beristirahat selama perjalanan (Mardikaningsih et al., 2023).

Rest Area KM 66B ruas Pandaan-Malang menjadi salah satu pilihan para pengguna jalan tol. Terletak di titik yang mudah dijangkau, menjadi pilihan tepat bagi pengendara untuk beristirahat sejenak. Kehadiran rest area menawarkan banyak manfaat selain untuk tempat peristirahatan selama perjalanan jauh, fasilitas yang tersedia di rest area diharapkan juga dapat dimanfaatkan seperti untuk mencari informasi jalan, cuaca, beribadah, dan mengecek kondisi kendaraan (Fredy Saputro et al., 2022). Selain itu, rest area menjadi pusat layanan dari area parkir yang luas, toilet yang bersih, hingga beragam pilihan kuliner, semua tersedia di sini. Pengunjung juga dapat menemukan mushola, ATM, dan minimarket untuk memenuhi berbagai kebutuhan.

Aspek penting yang perlu diperhatikan adalah pengelolaan *rest area* (RA) yang berfungsi sebagai tempat istirahat para pengguna jalan tol. Rest area penting untuk memberikan kesempatan istirahat. Letaknya di luar pembatas jalan dan dilengkapi infrastruktur untuk menunjang pengemudi dan kendaraan (Luh et al., 2022). Dalam kondisi seperti ini, peran humas pada proyek-proyek terkait PT. Jasamarga Related Business menjadi sangat penting guna memaksimalkan fungsi *rest area* dan menjawab kebutuhan pengguna jalan tol.

PT. Jasamarga Related Business (JMRB) adalah anak perusahaan PT Jasa Marga (Persero) Tbk. yang menjalankan bidang usaha lain atau non tol. Dalam

pengembangannya, usaha terkait PT. Jasamarga yang merupakan reorganisasi dari PT. Jasamarga Properti memperluas usahanya untuk mendukung pengembangan kawasan sekitar jalan tol yang merupakan bisnis inti perusahaan induk. Di sisi lain, PT. Jasamarga Related Business mempunyai cakupan usaha yang cukup luas, antara lain pengembangan properti, pengembangan dan pengoperasian tempat istirahat di seluruh Indonesia, serta manajemen periklanan dan proyek pekerjaan umum, Building and Management serta pengelolaan fasilitas (Handayani, 2020).

PT. Jasamarga Related Business (Region V Jawa Timur) memahami bahwa bagi pengguna jalan tol, *rest area* dibutuhkan lebih dari sekedar tempat beristirahat, melainkan juga menjadi pusat layanan bagi para pengendara, titik strategis untuk mengembangkan UMKM lokal, dan ruang terbuka hijau yang menyegarkan. *Rest area* masih perlu dimaksimalkan karena dalam peraturan Menteri Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat (PUPR) Nomor 10 Tahun 2018 tentang tempat istirahat dan pelayanan pada jalan tol Pasal 23: Menyatakan bahwa perusahaan tempat istirahat dan pelayanan (TIP) dilaksanakan oleh Badan Usaha Jalan Tol (BUJT). Hal ini menunjukkan bahwa pengelolaan *rest area* harus dilakukan secara profesional untuk memenuhi kebutuhan pengguna jalan tol.

Pengguna jalan tol merupakan sekelompok orang yang menggunakan jasa jalan tol dengan membayar sejumlah uang sesuai tarif tol saat ini (Universitas et al., n.d.2021). Kebutuhan pengguna jalan tol yaitu memerlukan fasilitas yang nyaman dan lengkap di tempat peristirahatannya, antara lain toilet yang bersih, fasilitas makan dan

minum, SPBU, dan tempat parkir yang aman. Kementerian PUPR menekankan pentingnya kepatuhan terhadap standar pelayanan minimum (SPM) untuk memberikan, Jalan tol harus menyediakan akses yang baik dan pelayanan yang efisien, seperti sistem lalu lintas variabel (VMS) informasi lalu lintas terkini dan pengawasan video untuk memantau pergerakan kendaraan. Inovasi dan pengelolaan jalan tol, Badan Usaha Jalan Tol (BUJT) didorong untuk terus berinovasi dalam pengelolaan jalan tol guna memenuhi ekspektasi pengguna jalan tol yang semakin meningkat. Hal ini termasuk penerapan teknologi baru untuk meningkatkan efisiensi operasional dan layanan kepada pengguna.

Rest area sebagai bangunan yang memiliki banyak fasilitas umum, fasilitas sosial, dan fasilitas pendukung tidak luput dari berbagai permasalahan (Fredy Saputro et al., 2022). Permasalahan yang terjadi di *rest area* yaitu pengguna seringkali tidak diberikan informasi yang cukup mengenai fasilitas yang tersedia, seperti lokasi toilet, fasilitas makan, dan tempat parkir. Hal ini dapat menyebabkan kebingungan dan frustrasi bagi pengunjung, karena banyaknya pengunjung, sering terjadi masalah kebersihan. Kebersihan yang kurang optimal dapat mengganggu pengguna *rest area*, fasilitas seperti toilet dan tempat makan tidak cukup untuk memenuhi kebutuhan pengunjung yang terus meningkat. Hal ini dapat mengurangi pengalaman positif bagi pengguna jalan. Pembangunan dan operasional *rest area* memerlukan sumber daya alam seperti air dan energi. Penggunaan yang tidak berkelanjutan dapat menimbulkan dampak negatif terhadap lingkungan sekitar. Untuk memberikan pelayanan terbaik kepada

pengguna jalan yang menggunakan fasilitas rest area, diperlukan pengelolaan yang maksimal sehingga pengunjung merasa nyaman dan aman.

Pembangunan jalan tol sering kali menimbulkan dampak negatif yang signifikan terhadap lingkungan, termasuk penggundulan hutan dan polusi. Pembangunan dan pengoperasian jalan tol dapat menyebabkan perubahan lahan secara luas, penurunan kualitas habitat, dan peningkatan polusi udara akibat meningkatnya kendaraan yang lalu lalang. Hal ini dapat menyebabkan buruknya kualitas udara di sekitar jalan tol dan berdampak negatif pada kesehatan masyarakat. Dalam konteks ini, sangat penting untuk menerapkan praktik ramah lingkungan guna merancang dan mengoperasikan jalan tol secara lebih berkelanjutan. Konsep *Green Toll Road* diciptakan sebagai solusi untuk mengurangi emisi dan menjaga kebersihan lingkungan, termasuk tempat istirahat. Oleh karena itu, penelitian ini mengkaji peran humas PT. Jasa Marga dalam sosialisasi *green toll road* untuk memaksimalkan fungsi rest area sekaligus meminimalkan dampak lingkungan akibat pembangunan jalan tol.

Peneliti menemukan fenomena yang terjadi pada *rest area* KM 66B ruas Pandaan-Malang yaitu menyadarkan kepedulian pengguna jalan agar tetap menjaga *green toll road* di *rest area*. Dari fenomena ini muncul permasalahan yang akan diteliti yaitu bagaimana cara humas mengedukasi pengguna jalan tol tentang *self awareness* terkait *green toll road* dalam memaksimalkan rest area. Peran humas dalam penelitian ini yaitu melakukan program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR) yang mendukung masyarakat sekitar yakni keberlanjutan lingkungan. Hal ini tidak hanya membantu

menjaga kebersihan lingkungan, tetapi dengan adanya pengelolaan fasilitas dan keberlanjutan lingkungan dapat bermanfaat bagi pengguna jalan tol yang dapat meningkatkan citra terhadap publik untuk menarik lebih banyak pengunjung atau pengguna jalan tol. Citra, atau dalam bahasa Inggris disebut "image," dapat diartikan sebagai gambaran yang ada dalam pikiran seseorang. Namun, citra ini bisa berubah menjadi buruk atau negatif jika tidak didukung oleh kemampuan atau kenyataan yang sebenarnya (Fadeli, 2014). Dan juga humas berperan meningkatkan kesadaran akan pentingnya keberlanjutan lingkungan. Dengan strategi komunikasi menggunakan media sosial, kampanye sosial dan kegiatan edukasi di *rest area* untuk memastikan bahwa informasi ini sampai kepada pengguna jalan tol, sehingga kebutuhan pengguna jalan dapat terpenuhi.

Peran humas dalam pengelolaan *rest area* yaitu berperan aktif dalam membangun komunikasi yang efektif dengan pengguna jalan tol baik melalui informasi dan promosi. Humas memanfaatkan platform digital seperti media sosial instagram, spanduk, *variable message sign* (vms), dan sosialisasi tatap muka untuk menyebarkan informasi tentang inisiatif keberlanjutan lingkungan. Artinya masyarakat menerima informasi terkini dengan cepat dan efisien, maupun penanganan keluhan Humas juga berkolaborasi dengan *stakeholder* dan pihak yang berwenang untuk memenuhi kebutuhan pengguna jalan tol. Peran humas PT. Jasamarga Related Business saat ini guna menyampaikan informasi yang dapat membantu masyarakat di Jawa Timur dan anak muda untuk bersaing di dunia digital (Amanda et al., 2022).

Rest area yang baik seharusnya tidak hanya menyediakan fasilitas fisik seperti toilet, tempat parkir, dan tempat makan, namun juga memberikan pengalaman yang memuaskan bagi pengguna jalan (Prabowo, 2020). Oleh karena itu, Humas PT. Jasamarga Related Business (Region V Jawa Timur) harus berperan aktif dalam memaksimalkan *rest area* guna mendukung kebutuhan pengguna jalan tol. Proses penyebaran informasi secara terbuka oleh badan publik tertentu tidak lepas dari kegiatan komunikasi. Fasilitator komunikasi, di sisi lain, bertindak sebagai komunikator (penyedia informasi) atau perantara yang membantu manajer mempelajari harapan dan tuntutan publik. Di sisi lain, mereka juga dituntut mampu menjelaskan keinginan, kebijakan, dan harapan organisasi kepada masyarakat (Arifiyah, 2022).

Alasan peneliti meneliti ini karena ingin mengkaji peran humas PT. Jasamarga Related Business (Region V Jawa Timur) dalam mensosialisasikan *green toll road* dalam memaksimalkan fungsi *rest area* untuk mendukung kebutuhan pengguna jalan tol. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi strategis untuk pengelolaan *rest area* yang lebih baik dan meningkatkan kepuasan pengguna jalan tol di Indonesia yang dapat memberikan kontribusi positif terhadap pembangunan infrastruktur jalan tol dan pelayanan publik di Indonesia. Dan juga alasan mengapa memilih *rest area* KM 66B untuk dijadikan tempat penelitian yaitu *rest area* tersebut menerapkan konsep *green toll road*, yang menunjukkan upaya mengintegrasikan kelestarian lingkungan ke dalam infrastruktur jalan tol. Penelitian ini mengkaji bagaimana pengelola tempat istirahat

mengkomunikasikan praktik ramah lingkungan ini kepada masyarakat dan bagaimana informasi tersebut berdampak pada persepsi masyarakat terhadap keberlanjutan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti dapat merumuskan masalah Bagaimana Peran Humas PT. Jasamarga Related Business (Region V Jawa Timur) dalam mensosialisasikan *green toll road* untuk memaksimalkan fungsi *rest area*?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan penelitian peneliti yaitu untuk mengkaji Peran Humas PT. Jasamarga Related Business (Region V Jawa Timur) dalam mensosialisasikan *green toll road* untuk memaksimalkan fungsi *rest area*.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat yang didapatkan dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

- a. Penelitian ini dapat memberikan manfaat pengetahuan dan sumbangan informasi terkait Peran Humas PT. Jasamarga Related Business (Region V Jawa Timur) dalam mensosialisasikan *green toll road* untuk memaksimalkan fungsi *rest area*.
- b. Dapat memberikan wawasan ilmiah kepada peneliti dan memberikan ide-ide untuk pengembangan dan perluasan pengetahuan tentang peran humas

dalam mensosialisasikan *green toll road* untuk memaksimalkan fungsi *rest area*.

2. Manfaat Praktis

- a. Mampu memberikan gambaran yang jelas bagi PT. Jasamarga Related Business (Region V Jawa Timur) untuk membangun citra positif di mata publik sebagai perusahaan yang mendukung kebutuhan terhadap pengguna *rest area*.
- c. Dapat menjadi acuan penelitian selanjutnya yang berhubungan dengan Peran Humas PT. Jasamarga Related Business (Region V Jawa Timur) dalam mensosialisasikan *green toll road* untuk memaksimalkan fungsi *rest area*.

1.5 Definisi Konsep

1.5.1 Peran

Kamus Besar Bahasa Indonesia mengatakan peran berarti pelaku yang tampil dalam suatu lakon, yaitu pemeran atau pemeran utama. Arti lain dari peran adalah peran seorang aktor dalam sebuah drama. Dia berusaha untuk berhasil memenuhi semua peran yang diberikan kepadanya, dan peran ini adalah salah satu tugas utama yang perlu dilakukan.

Menurut Soekamto (Agus., 2011), peran adalah aspek dinamis dari kedudukan (status) seseorang. Jika seseorang memenuhi hak dan

kewajibannya sesuai dengan jabatannya, itu berarti ia telah memenuhi peranannya.

Berdasarkan kutipan yang telah disebutkan, penulis menyimpulkan bahwa peran yaitu serangkaian tindakan atau perlakuan nyata yang dilakukan individu untuk mencapai posisi atau kedudukan tertentu dengan tujuan yang spesifik. Evaluasi perilaku peran dapat dilakukan dengan menerapkan tiga metode : spesifikasi peran, deskripsi peran, dan ekspektasi peran. Persyaratan peran yaitu penjelasan formal dan jelas tentang perilaku yang perlu ditampilkan oleh seseorang untuk melaksanakan suatu peran.

1.5.2 Humas (Hubungan Masyarakat)

Menurut Keith Butterick (2012) *Dalam karyanya Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik (terjemah: Nurul Hasfi)* yang diterbitkan oleh Rajagrafindo Persada. Humas yaitu fungsi manajerial yang istimewa. Fungsi ini berperan dalam menciptakan dan memelihara komunikasi, meningkatkan pemahaman serta kolaborasi antara perusahaan dan publik, terlibat dalam pengelolaan isu dan permasalahan, dan membantu manajemen memastikan penyampaian layanan yang berkelanjutan. Sistem peringatan dini yang mencerminkan pandangan masyarakat, menetapkan dan menekankan tanggung jawab pemerintah dalam memenuhi kebutuhan masyarakat, membantu pemerintah untuk menjaga secara efisien. mengeksploitasi

perubahan, dan mencegah tren negatif dan eksploitasi. Alat utama kami adalah etika penelitian dan etika komunikasi yang dapat diandalkan (Farid, 2024).

1.5.3 Sosialisasi

Sosialisasi bisa diartikan sebagai segala aktivitas yang bertujuan untuk memberitahukan, membujuk, atau memengaruhi masyarakat agar terus memakai produk serta layanan yang ditawarkan. Selanjutnya, Dalam hubungannya dengan aktivitas sosialisasi yang diartikan adalah suatu proses yang menginformasikan dan memengaruhi masyarakat agar senantiasa menggunakan layanan yang tersedia (Fidhul Akhyari, 2024).

1.5.4 Green Toll Road

Green Toll Road yaitu jalan tol yang dibangun dengan ide ramah lingkungan dengan mempertimbangkan berbagai aspek, khususnya kelayakandan aspek pelayanan tol, hemat energi dan air, memperhatikan aspek lingkungan, menerapkan ramah lingkungan. tindakan. pembangunan, serta kerja sama kawasan antara unit usaha jalan tol dengan instansi pemerintah daerah di wilayah tersebut, serta memperhatikan pertumbuhan perekonomian di wilayah sekitar jalan tol dengan jumlah instalasi sebanyak instalasi. Menjalinkan kerja sama antara unit usaha jalan tol dengan masyarakat kawasan jalan tol dalam bentuk Kerjasama (Made et al., 2022).

1.5.5 Rest Area

Rest area terdiri dari dua suku kata yaitu “*rest*” dan “*area*” yang artinya tempat istirahat atau tempat peristirahatan. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, tempat artinya singgah sejenak untuk bersantai. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata persinggahan adalah tindakan singgah di suatu lokasi untuk waktu singkat dalam perjalanan. "Mampir" identik dengan "mampir".

1.6 Metode Penelitian

1.6.1 Jenis penelitian

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif dilakukan dalam bentuk kata, kalimat, deskripsi, dan konsep. Untuk mendeskripsikan (menganalisis) serta menggabungkan (mensintesis) setiap hasil). Menurut Sugiyono (2019:26) penelitian deskriptif kualitatif merupakan metode penelitian yang berlandaskan paradigma postpositivist hasil penelitian kualitatif lebih menekankan pemahaman makna dan mengkonstruksi fenomena dari pada generalisasi. Pilihan metodologi ini cenderung berfokus pada aspek yang memberikan pemahaman lebih dalam terhadap masalah yang diteliti, menekankan pada proses dan makna (Sakaril & Ashari, 2024).

1.6.2 Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilakukan di PT. Jasamarga Related Business (Region V Jawa Timur) yang ber lokasi di I dan Ramp Jl. Raya Taman Plaza, Waru – Juanda TollRoad, Ketegan, Taman Sidoarjo dan *Rest Area* KM 66B ruas Pandaan-Malang.

1.6.3 Subjek Penelitian

Subjek dari Penelitian ini yaitu Humas PT. Jasamarga Related Business (Region V Jawa Timur).

1.6.4 Fokus penelitian

Untuk memudahkan peneliti menganalisis hasil penelitian, maka penelitian ini berfokus pada peran humas dalam mensosialisasikan *green toll road* untuk memaksimalkan fungsi *rest area* KM 66B ruas Pandaan – Malang.

1.6.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data ini sangat penting untuk memperoleh data yang akurat dan jelas, sehingga pengumpulan data ini memerlukan Teknik pengumpulan data yang tepat menurut Sugiyono (2019) seperti:

1. Observasi

Teknik alami yang efektif untuk mengumpulkan data perilaku dan interaksi. Peneliti dapat memperhatikan cara Humas PT. Jasamarga Related

Business Region V Jawa Timur menyampaikan informasi tentang *green toll road* kepada pengguna jalan dan masyarakat sekitarnya. Peneliti akan berfungsi sebagai pengamat yang juga berpartisipasi dalam komunikasi dengan karyawan, pengguna *rest area*, serta pihak-pihak lain yang relevan.

2. Wawancara

Wawancara responden untuk memperoleh informasi tentang masalah yang diteliti. Wawancara merupakan metode pengumpulan data yang efektif, terutama pada tahap penelitian eksploratif. Tujuan wawancara adalah untuk mengetahui beberapa pertanyaan awal yang memungkinkan peneliti melakukan penyelidikan lebih mendalam. Dalam studi ini, peneliti dapat melaksanakan wawancara dengan individu terkait, seperti manajer humas PT. Jasamarga Related Business Region V Jawa Timur serta coordinator *rest area*, guna memperoleh informasi yang lebih mendalam mengenai pandangan mereka tentang *green toll road* dan kontribusi humas dalam penjelasannya. Proses wawancara ini juga bisa mendukung peneliti untuk menyelidiki lebih dalam terkait isu yang ada dan teori yang relevan.

3. Dokumentasi

Dokumentasi adalah catatan peristiwa masa lalu. Dokumentasi melibatkan pengumpulan sejumlah dokumen penting berupa, materi promosi, kebijakan perusahaan terkait *green toll road* termasuk laporan tentang kegiatan sosialisasi, materi promosi *terkait green tol road*, serta

catatan resmi dari PT. Jasamarga langsung maupun dari sosial media. Berbagai dokumen ini akan menyajikan informasi tambahan dan bukti nyata mengenai upaya sosialisasi yang telah dilaksanakan.

4. Triangulasi

Triangulasi adalah teknik pengumpulan data yang menggabungkan teknik pengumpulan data dan sumber data berbeda yang ada. Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data yang berbeda sehingga memperoleh data dari sumber yang sama. Peneliti secara bersamaan menggunakan observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi pada sumber data yang sama. Dalam studi ini, peneliti dapat menggunakan kombinasi observasi, wawancara, dan analisis dokumen untuk mendapatkan gambaran yang lebih komprehensif mengenai peran humas dalam mensosialisasikan *green toll road*.

1.6.6 Teknik Analisis data

Miles dan Huberman dalam Rahma, (2019: 36) mengidentifikasi tiga tahap yang perlu dilakukan untuk menganalisis data penelitian kualitatif: reduksi data, penyajian data, dan validasi.

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Reduksi data merupakan tahapan dalam menganalisis data kualitatif. Reduksi data adalah proses menyederhanakan, mengklasifikasikan, dan membuang data yang tidak diperlukan sehingga

memberikan informasi yang bermakna dan memudahkan dalam menarik kesimpulan. Menyaring data yaitu memilih informasi yang relevan dari hasil observasi, wawancara, dan dokumentasi yang berkaitan dengan sosialisasi *green toll road*. Mengklarifikasikan data yaitu mengelompokkan data berdasarkan tema tertentu, seperti efektivitas strategi komunikasi Humas, respons masyarakat, dan dampak terhadap penggunaan *rest area*. Menghilangkan data Membuang informasi yang tidak mendukung tujuan penelitian untuk memastikan fokus analisis tetap tajam. Tahap reduksi mempunyai fungsi untuk menentukan apakah data relevan dengan tujuan akhir.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Penyajian data adalah mengumpulkan kumpulan informasi sehingga dapat ditarik suatu kesimpulan. Format penyajian data kualitatif adalah teks deskriptif yaitu menyusun catatan lapangan yang menggambarkan interaksi antara humas dan masyarakat serta kegiatan sosialisasi yang dilakukan, Penyajian data ini mengorganisasikan data ke dalam pola-pola relasional sehingga lebih mudah untuk dipahami.

c. Penarikan Kesimpulan atau Verifikasi (*Conclusion Drawing atau Verifying*)

Kesimpulan merupakan hasil analisis yang dapat digunakan untuk mengambil penelitian. Kesimpulan penelitian kualitatif yaitu penemuan baru yang belum pernah dilakukan sebelumnya. Mengidentifikasi wawasan baru mengenai bagaimana humas PT, Jasamarga berperan dalam mensosialisasikan *green toll road* dan dampaknya terhadap fungsi *rest area*. Wawasan tersebut berupa gambaran atau penjelasan terhadap tujuan yang tadinya berwarna abu-abu menjadi jelas setelah penelitian dilakukan. Memastikan keabsahan kesimpulan melalui triangulasi data dengan membandingkan hasil observasi, wawancara, dan dokumen untuk memastikan konsistensi informasi. Berdasarkan kesimpulan yang diambil, peneliti dapat memberikan rekomendasi untuk meningkatkan strategi sosialisasi di masa depan.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Sebelum melakukan penelitian lebih lanjut, terlebih dahulu harus mengkaji masalah penelitiannya. Dalam meneliti suatu masalah, perlu mendiskusikan teori-teori dan temuan-temuan penelitian yang berkaitan dengan objek kajian. Tujuannya adalah untuk memperoleh wawasan yang lebih komprehensif dan pemahaman yang lebih mendalam terhadap objek yang diperiksa.

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu

No.	Nama Peneliti	Judul	Hasil penelitian
1.	Ni Luh Shinta Putu Eka Setyarini, Baowady Daniel, Diandra Naufal Bassith (2022). https://lintar.untar.ac.id/repository/pengabdian/buktiabdi_10394018_2B200822124617.pdf	Meningkatkan Kepuasan Pengguna Dengan Mengevaluasi Fasilitas Tempat Peristirahatan Tipe A Di Jalan Tol Cipali	1.Berdasarkan data pengguna, seluruh responden menyatakan puas dan sangat puas. 2.Berdasarkan observasi langsung, tampak terdapat lebih dari satu fasilitas.Masih terdapat kekurangan pada cross check dengan SPM sehingga diperlukan rekomendasi dan penyempurnaan desain. 3.Dari sisi pengelolaan, terdapat kendala dalam peraturan parkir oleh petugas, dan pergantian petugas yang kurang berjalan mulus sehingga perlu adanya perbaikan standar operasional prosedur petugas parkir.
2.	Rahayu Mardikaningsih, Ana Arifiana,	Upaya Meninjau Pilihan Rest Area yang Optimal:	Saat memilih tempat istirahat, lokasi memegang peranan penting.

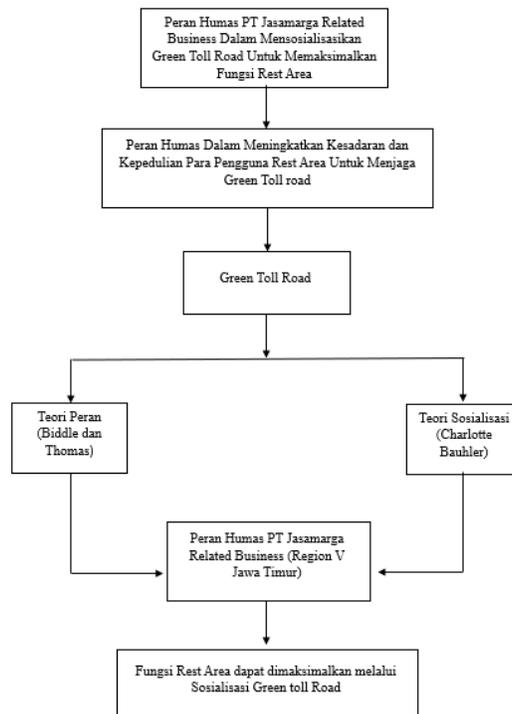
	<p>Siti Nur Haliza, Didit Darmawan, Utami Puji Lestari Vol 4, No 2, July 2023 https://ejournal.seminar-id.com/index.php/tin%20DOI%2010.47065/tin.v4i2.4194</p>	<p>Dampak Lokasi, Ragam Fasilitas, dan Lingkungan Alam</p>	<p>Faktor-faktor seperti kemudahan akses ke jalan utama dan adanya tempat wisata penting di dekat rest area akan mempengaruhi preferensi Anda saat memilih rest area. Keberagaman tempat istirahat juga berperan, dan lokasi memegang peranan penting dalam memilih tempat istirahat. Faktor-faktor seperti kemudahan akses ke jalan utama dan adanya tempat wisata penting di dekat rest area akan mempengaruhi preferensi Anda saat memilih rest area. Keberagaman tempat istirahat juga mempunyai dampak signifikan terhadap pengambilan keputusan wisatawan. Fasilitas seperti restoran, tempat istirahat, dan pertokoan tempat istirahat sangat berkontribusi terhadap pengalaman rekreasi yang menyenangkan. Lingkungan alam di sekitar tempat istirahat juga terbukti mempunyai dampak signifikan terhadap perilaku memilih. Keindahan alam dan tersedianya ruang terbuka hijau semakin menambah nilai positif rest area tersebut.</p> <p>Responden cenderung memilih rest area dengan pemandangan alam dan suasana yang menarik.</p>
3.	<p>Gufroni Sakaril, Martin Ashari</p>	<p>Aktivitas Humas PT. Jasa Marga Dalam Sosialisasi</p>	<p>Humas Jasa Marga menciptakan program dan kegiatan sosialisasi e-toll</p>

	Jurnal Marketing Communication and Advertising Vol.12 issue 2, Oktober 2023 https://journal.mercubuana.ac.id/index.php/marco/mmers/article/view/15144	Kartu Pembayaran Elektronik Pada Gerbang Tol Otomatis (GTO) Meruya, Jakarta Barat	melalui peran humas sebagai fasilitator komunikasi untuk membangun pemahaman dan pemahaman antara dunia usaha dan masyarakat.
4.	Muh Farid (2024) https://digilibadmin.unismuh.ac.id/upload/3	Peran Humas Dalam Penyebarluasan Informasi Pelayanan Publik Di Kecamatan Manggala Kota Makassar	Humas berfungsi sebagai penyampai pesan, pencipta ikatan, dan pembentuk reputasi antara lembaga dan publik di wilayah Manggala, Makassar.
5.	Emei Dwianarhati Setiamandani, Firman Firdausi, Dewa Ayu Putu Shandra Dewi, M. N. Romi A. Setiawan Volume 2 Nomor 1 (2024) https://journal.lnvari.org/index.php/issr/article/view/50	Analisis Perencanaan dalam Pemanfaatan Rest Area pada Jalan Tol Kawasan Probolinggo	Pembangunan tempat istirahat di jalur tol Probolinggo telah sesuai dengan standar pembangunan berkelanjutan yang ditetapkan dalam Tujuan Pembangunan Berkelanjutan. Keberadaan pelaku dalam pembangunan area istirahat tol memainkan peranan vital dalam penerapan pembangunan berkelanjutan pada tingkat lokal dan nasional. Dampak dari hal ini bukan hanya terlihat dari segi ekonomi, tetapi juga berkaitan dengan identitas produk daerah yang tersedia. Secara sosial, pembangunan jalan tol membawa perubahan dalam pola mobilita masyarakat setempat serta interaksi sosial antar wilayah.

2.2 Kerangka Konseptual Penelitian

Kerangka konseptual penting dalam penelitian agar perencanaan penelitian lebih fokus. Hal ini biasanya dilakukan dalam bentuk diagram dan konsep yang memuat hubungan antar konsep. Penelitian ini membahas tentang peran humas pada PT Jasamarga Related Business (Region V Jawa Timur) dalam mensosialisasikan *green toll road* untuk meningkatkan fungsi *rest area*.

Berdasarkan uraian di atas, peneliti membuat kerangka konseptual yang akan dijadikan acuan penelitian, seperti gambar di bawah ini.



Gambar 2.1 Kerangka Konseptual Penelitian

2.3 Landasan Teori

2.3.1 Peran

Kamus Besar Bahasa Indonesia mengatakan peran berarti pelaku yang tampil dalam suatu lakon, yaitu pemeran atau pemeran utama. Arti lain dari peran adalah peran seorang aktor dalam sebuah drama. Dia berusaha untuk berhasil memenuhi semua peran yang diberikan kepadanya, dan peran ini adalah salah satu tugas utama yang perlu dilakukan.

Menurut Soekamto (Agus, 2011) peran adalah aspek dinamis dari kedudukan (status) seseorang. Jika seseorang memenuhi hak dan kewajibannya sesuai dengan jabatannya, itu berarti ia telah memenuhi peranannya.

Berdasarkan kutipan di atas, penulis menyimpulkan bahwa peran yaitu serangkaian tindakan atau perlakuan nyata yang dilakukan seseorang untuk menduduki suatu jabatan atau kedudukan untuk tujuan tertentu. Analisis perilaku peran dapat dilakukan dengan menggunakan tiga pendekatan: spesifikasi peran, deskripsi peran, dan ekspektasi peran. Persyaratan peran yaitu pernyataan formal dan terbuka tentang perilaku yang harus ditunjukkan seseorang untuk memenuhi suatu peran (Farid, 2024).

Biddle dan Thomas mengelompokkan istilah dalam teori peran menjadi empat kategori, yaitu:

- 1) Individu yang terlibat dalam interaksi sosial.
- 2) Tindakan yang muncul dalam interaksi itu.
- 3) Posisi individu dalam tindakan.
- 4) Hubungan individu dengan tindakan.

2.3.2 Humas

Humas (Hubungan masyarakat) adalah fungsi manajemen khusus yang mendukung dan memelihara saluran umum komunikasi, pemahaman, penerimaan, dan kerja sama antara organisasi dan masyarakat umum, melibatkan manajemen dalam memecahkan masalah dan pertanyaan, dan membantu masyarakat memahami dan mempengaruhi opini publik untuk merespons dan memperkuat kepemimpinan. Melayani kepentingan publik, membantu manajemen memantau perubahan informasi dan menggunakannya secara efektif sebagai sistem peringatan dini untuk memprediksi tren, dan menerapkan penelitian etis dan teknik komunikasi yang baik ke dalam aktivitas utama.

Menurut Keith Butterick (2012), *Dalam buku Pengantar Public Relations: Teori dan Praktik (Alih bahasa: Nurul Hasfi) Rajagrafindo*

Persada. Humas (Hubungan masyarakat) yaitu fungsi manajemen unik yang membantu membangun dan memelihara saluran komunikasi, meningkatkan pemahaman dan kerja sama antara organisasi dan publik, terlibat dalam pengelolaan isu dan permasalahan, dan membantu manajemen memastikan penyampaian layanan yang berkelanjutan. Memberikan informasi dan merespon. Sistem peringatan dini yang mencerminkan opini publik, mendefinisikan dan menyoroti kewajiban pemerintah untuk melayani kepentingan publik, membantu pemerintah mempertahankan dan secara efektif mengeksplorasi perubahan, dan mencegah tren negatif dan eksploitasi alat utama kami adalah etika penelitian dan etika komunikasi yang dapat diandalkan.

2.3.2.1 Fungsi Humas

Tujuan kegiatan humas yaitu membangun hubungan yang harmonis antara organisasi dengan masyarakat (target audiens) melalui komunikasi dan publikasi dua arah, atau sebaliknya, memberikan opini dan umpan balik yang positif dan baik kepada masyarakat dan organisasi tersebut tentang memberikan pengakuan. Kriyantono & Rachmat (2008) mengungkapkan peran atau tanggung jawab merupakan harapan publik mengenai apa yang harus dilakukan oleh humas sesuai dengan jabatannya. Kegiatan kehumasan dinilai berhasil jika mampu melaksanakan tugas dan kewajibannya dengan baik,

termasuk mendukung tujuan perusahaan dan melindungi kepentingan masyarakat.

Apabila kita menjelaskan fungsi humas maka kita dapat melihat bahwa humas mempunyai fungsi sebagai pihak yang bertanggung jawab dalam mengatur persepsi dan pendapat masyarakat terhadap organisasi dan sebaliknya. Kegiatan ini bertujuan agar humas terhindar dari kesalahpahaman antara kedua belah pihak, dan menurut Cutlip dan Center (Rosady Ruslan, 2012: 19), fungsi humas adalah: Dapat dirumuskan.

1. Mendukung kegiatan pokok pengurus untuk mencapai tujuan bersama (Fungsi ditugaskan kepada pimpinan lembaga atau organisasi).
2. Mendorong hubungan yang harmonis antara Lembaga atau organisasi pemerintah dan kelompok sasarannya, masyarakat.
3. Mengidentifikasi hal-hal yang berkaitan dengan opini, persepsi, reaksi masyarakat terhadap lembaga atau organisasi perwakilan, dan sebaliknya.
4. Menanggapi tuntutan masyarakat dan memberikan rekomendasi kepada manajemen mengenai tujuan dan kepentingan bersama.
5. Menjalin komunikasi dua arah dan mengatur arus informasi, publikasi, dan pesan dari instansi atau organisasi pemerintah kepada masyarakat

umum dan sebaliknya untuk mencapai citra positif bagi kedua belah pihak.

Menurut Rosady Ruslan, fungsi humas yang disebutkan Cutlip and Center juga termasuk dalam peran humas, sehingga ada gambaran fungsi humas yang menjelaskan, ada tiga peran utama dalam humas, yaitu sebagai komunikator yang membangun relasi, mendukung manajemen, dan keempat sebagai pembentuk citra perusahaan.

2.3.3 Peran Humas

Rosady Ruslan (2007) menggambarkan peran ini sebagai bagian dinamis dari status. Apabila seseorang memenuhi hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka ia telah menunaikan kewajibannya. Humas, alat manajemen modern, secara struktural merupakan bagian internal dari lembaga atau organisasi. Artinya humas bukan merupakan fungsi yang terpisah dari fungsi organisasi perusahaan. Hal ini memberikan peluang bagi para profesional humas untuk terlibat dalam komunikasi dua arah antara organisasi atau lembaga yang mereka wakili dan publik. Peran ini turut menentukan berhasil tidaknya visi, misi, dan tujuan bersama suatu organisasi atau lembaga. Peranan humas dalam

pengelolaan suatu organisasi dapat dilihat dari adanya beberapa fungsi utama humas yaitu :

1. Mengetahui kebijakan dan prosedur suatu organisasi atau usaha menurut kepentingan umumnya.
2. Merencanakan dan melaksanakan hubungan masyarakat.

Ruang lingkup kerja humas pada berbagai fungsi dalam suatu organisasi atau lembaga adalah sebagai berikut:

1. Membangun hubungan internal (Khalayak internal adalah masyarakat yang tergabung dalam departemen, instansi, perusahaan, dan organisasi itu sendiri). Manajer Humas harus mampu mengenali atau mengidentifikasi permasalahan-Organisasi masalah yang menimbulkan citra negatif dalam masyarakat sebelum melaksanakan kebijakan
2. Penggagas hubungan eksternal (publik eksternal) adalah masyarakat umum. Berusaha mengembangkan sikap dan citra positif terhadap organisasi yang mewakilinya.

2.3.4 Rest Area

Dari segi jargon, istilah Rest Area terdiri dari dua bagian: “Istirahat” dan “Area” yang merujuk pada lokasi untuk beristirahat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, tempat artinya singgah

sejenak untuk bersantai. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, kata “singgah” mempunyai arti berhenti pada suatu tempat sementara selama perjalanan, dan “singgah” mempunyai sinonim dengan “singgah” (Prabowo, 2020).

2.3.4.1 Tujuan Rest area

Tujuan dari penyedia rest area ini adalah untuk meminimalisir angka kecelakaan di Rute yang disebabkan oleh kelelahan pengemudi karena jalannya yang sangat panjang. Undang-Undang Lalu Lintas dan Angkutan Jalan Nomor 22 Tahun 2009 menyatakan bahwa setiap empat jam mengemudikan kendaraan, wajib istirahat minimal 30 menit dan tidur siang sebentar untuk menghilangkan rasa lelah. Minum kopi, makan, ke kamar mandi. Karena jam kerja pengemudi mobil biasa maksimal 8 jam per hari, maka rest area juga digunakan sebagai ruang ganti pengemudi. Tujuan didirikannya rest area adalah untuk mengurangi angka kecelakaan dan mendorong pembangunan ekonomi lokal di area (Ainudin, 2020).

2.3.4.2 Fungsi Rest Area

Selain fungsinya sebagai tempat istirahat, tempat istirahat mempunyai berbagai fungsi lain seperti berikut ini :

1. Tempat wisata.

Peristirahatan ini diharapkan semakin menambah jumlah tempat wisata di Purwosari-Pasuruan. Dengan sarana yang cukup dan suasana yang menarik, lokasi ini bisa menjadi pilihan bagi pengunjung yang ingin bersantai sekaligus menikmati lingkungan sekitarnya.

2. Kawasan angkutan multimoda.

Dapat digunakan sebagai lokasi singgah untuk menunjang kebutuhan bus, sehingga bisa menurunkan penumpang di tempat istirahat serta memberikan kesempatan bagi penumpang untuk melanjutkan perjalanan dengan dengan kendaraan lain yang mengantarkannya ke destinasi terdekat.

3. Pengembangan integrasi kawasan industri.

Pengembangan lokasi peristirahatan ini dapat mendorong pemulihan ekonomi di Kecamatan Purwosari (Prabowo, 2020). Penelitian ini menunjukkan bahwa fungsi humas PT. Jasamarga dalam memperkenalkan ide jalan tol ramah lingkungan bisa berkontribusi untuk memaksimalkan kegunaan *rest area* KM 66B pada ruas Pandaan-Malang. Penggabungan ini tidak hanya menunjang aspek ekonomi, tetapi juga mengedepankan keberlanjutan lingkungan.

2.3.5 Sosialisasi

Sosialisasi menurut kamus besar Bahasa Indonesia berarti upaya menyebarkan sesuatu agar dikenal, dipahami, dan dirasakan oleh masyarakat atau pemasyarakatan. Sosialisasi dapat diartikan sebagai setiap aktivitas yang bertujuan untuk menginformasikan, membujuk, atau mempengaruhi masyarakat agar terus menggunakan produk dan jasa yang dihasilkan itu. Kemudian, dalam hubungannya dengan kegiatan sosialisasi yang dimaksud adalah suatu proses menginformasikan dan mempengaruhi masyarakat untuk selalu memanfaatkan jasa-jasa yang ditawarkan. Kegiatan sosialisasi tidak hanya memberikan informasi tentang yang akan disampaikan, tetapi juga mencari dukungan dari berbagai kelompok masyarakat (Fidhul Akhyari, 2024).

2.3.5.1 Jenis Sosialisasi

Jika dikaitkan dengan prosesnya, terdapat berbagai tipe sosialisasi. Menurut Peter L Berger dan Luckman, terdapat dua jenis sosialisasi, yaitu:

- a. Sosialisasi primer, yaitu sosialisasi pertama yang dialami individu ketika masih kecil, saat mereka belajar untuk menjadi

bagian dari komunitas (keluarga). Proses ini terjadi selama masa anak-anak.

- b. Sosialisasi sekunder, yaitu suatu tahap sosialisasi yang mengikuti sosialisasi primer yang mengenalkan individu kepada kelompok tertentu dalam masyarakat.

2.3.5.2 Indikator Sosialisasi

Sosialisasi memiliki tiga indikator, yaitu media sosial, komunikasi, dan mobilisasi massa, yang dijelaskan sebagai berikut:

a) Media sosial

Media sosial berperan penting dalam proses sosialisasi melalui penyebaran informasi. Berbagai platform media sosial dapat digunakan tergantung pada audien dan tujuan komunikasi. Ini bisa dilakukan dengan memperkenalkan informasi di media baik cetak maupun digital melalui teks, gambar, suara, atau format audiovisual seperti Instagram, Twitter, YouTube, dan TikTok.

b) Komunikasi

Komunikasi adalah elemen yang sangat diperlukan dalam pelaksanaan sosialisasi. Sosialisasi yang efektif memperhatikan penggunaan bahasa yang jelas, mudah diingat, dan relevan dengan audiens. Di samping itu,

komunikasi yang disampaikan hendaknya baik, sopan, ramah, dan persuasif agar dapat mendorong audiens untuk menangkap informasi yang disajikan. Ini bisa berupa pertemuan tatap muka dalam bentuk diskusi, seminar, workshop, rapat, ceramah, kegiatan sosial, pelatihan, dan sebagainya.

c) Mobilisasi massa

Mobilisasi massa adalah upaya atau strategi yang diperlukan untuk mencapai suatu tujuan komunikasi. Terjadinya mobilisasi massa ditandai dengan reaksi dan perhatian masyarakat terhadap informasi. Selain itu, mobilisasi massa juga ditandai dengan adanya kampanye informasi yang disosialisasikan secara serentak (yang dapat dilakukan dengan mengundang partisipasi seluruh lapisan masyarakat).

Teori Menurut Charlotte Baulher, “Sosialisasi adalah proses dimana individu belajar dan menyesuaikan cara hidup dan berpikir dalam kelompok sehingga mereka dapat mencapai dan berfungsi dalam kelompok.”

- 1) Memperkenalkan apa yang ingin dikatakan
- 2) Mendapatkan perhatian
- 3) Keuntungan pemahaman
- 4) Mengubah sikap

5) Mengambil tindakan

2.3.5.3 Tujuan Sosialisasi

Pada intinya, sosialisasi bertujuan untuk menciptakan kemitraan dengan berbagai elemen dalam masyarakat dan institusi yang ada. Selanjutnya, dengan adanya kolaborasi yang kuat, diharapkan masyarakat merasa memiliki peran sehingga mereka tidak hanya merasa mendapatkan keuntungan semata. Selain itu, diharapkan masyarakat diberikan dukungan untuk berpartisipasi dengan lebih aktif.

Namun secara umum, suatu proses sosialisasi memiliki tujuan sebagai berikut:

- a) Memperkenalkan hal-hal yang akan disampaikan. Sosialisasi diharapkan mampu menyampaikan informasi kepada masyarakat yang menjadi sasaran. Oleh karena itu, penting untuk memilih metode yang sesuai dengan komunitas yang dituju.
- b) Untuk menarik minat. Kegiatan sosialisasi perlu dihadirkan dalam bentuk yang menarik agar masyarakat mau memperhatikan dan mengingat pesan yang disampaikan. Selain itu, metode yang kerap digunakan adalah memberikan dukungan kepada suatu acara. Tentu menggunakan figur dari komunitas lokal untuk menonjolkan keunggulan program-program yang diperkenalkan tersebut.
- c) Pemahaman yang baik tentang Sosialisasi yang direncanakan dengan matang akan mempermudah masyarakat dalam menangkap

pesan yang disampaikan kepada mereka. Selanjutnya, Penyampaian pesan yang jelas serta penggunaan media yang sesuai dan pengemasan cerita yang menarik dapat menyampaikan informasi kepada pengguna dengan cepat dan tepat.

- d) Perubahan sikap Setelah sosialisasi dimengerti, organisasi mengharapkan respons dari calon peserta mengenai sosialisasi tersebut.
- e) Tindakan tujuan terakhir dari sosialisasi adalah untuk memastikan eksistensi organisasi dengan meningkatkan hasil yang diperoleh melalui peningkatan jumlah pengguna yang memanfaatkan produk dan layanan yang ditawarkan oleh organisasi tersebut. Oleh karena itu, tujuan akhir dari sosialisasi adalah untuk mendorong tindakan dari calon pengguna yang ditargetkan agar menggunakan produk dan layanan yang disosialisasikan (FAISAL, 2022).

2.3.6 Green Toll Road

Keputusan Direktorat Bina Marga Nomor 8-11 perian 2009 peri tuntunan massa, tuntunan perencanaan, tuntunan rekayasa dan tuntunan kir pengurusan daerah raga kosmos sarana dan jembatan. Permen PUPR 05/PRT/M/2015 peri tuntunan massa manifestasi bangun berentetan dekat pemerintahan infrastruktur kosmos aksi massa dan pemukiman. Turunan lazim *green road* dekat penerapan di sarana cukai dikenal juga

pakai *green toll road*, (Green Infrastructure and Facilities Indonesia, 2022). *Green Toll Road* atau jalan tol ramah lingkungan yaitu jalan tol yang dibangun dengan ide ramah lingkungan dengan mempertimbangkan berbagai aspek, khususnya kelayakandan aspek pelayanan tol, hemat energi dan air, memperhatikan aspek lingkungan, menerapkan ramah lingkungan. tindakan. pembangunan, serta kerja sama kawasan antara unit usaha jalan tol dengan instansi pemerintah daerah di wilayah tersebut, serta memperhatikan pertumbuhan perekonomian di wilayah sekitar jalan tol dengan jumlah instalasi sebanyak instalasi. Menjalin kerja sama antara unit usaha jalan tol dengan masyarakat kawasan jalan tol dalam bentuk Kerjasama (Made et al., 2022).

2.3.6.1 Tujuan Green Toll Road

1. Mengurangi Emisi Karbon

menurunkan emisi karbon dari kendaraan yang melewati jalan tol. Ini dilakukan dengan merencanakan jalur yang lebih efisien dan memanfaatkan teknologi berbasis lingkungan, sehingga bisa mengurangi penggunaan bahan bakar dan emisi gas buang.

2. Menciptakan Ruang Hijau

Rest area dirancang untuk mempertahankan atau meningkatkan ruang hijau, yang berperan dalam menyerap CO₂ dan

memperbaiki kualitas udara. Penanaman pohon dan vegetasi di sekitar area istirahat juga berkontribusi pada upaya konservasi alam dan menjaga keseimbangan ekosistem.

3. Fasilitas Ramah Lingkungan

Rest area menyediakan fasilitas untuk mendaur ulang sampah, stasiun pengisian untuk kendaraan listrik, serta area hijau yang nyaman untuk pengunjung. Tujuannya adalah untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang pentingnya menjaga kebersihan lingkungan dan penggunaan energi bersih

4. Peningkatan kualitas layanan

Meningkatkan mutu pelayanan untuk pengguna jalan tol dengan menyediakan fasilitas yang nyaman dan berwawasan lingkungan, agar dapat memberikan pengalaman yang baik bagi pengunjung.

BAB III

GAMBARAN UMUM PT. JASAMARGA RELATED BUSINESS (REGION V JAWA TIMUR)

3.1 Sejarah PT Jasamarga Related Business

PT Jasamarga Properti didirikan pada tanggal 15 Januari 2013 sebagai anak perusahaan PT Jasa Marga (Persero) Tbk. yang sedang mengembangkan bisnisnya di bidang properti. Pada tahun 2016 Jasa Marga telah menunjuk PT. Jasamarga Properti untuk mengelola *rest area* Tol Purbaleunyi dan Tol Palikanci. Ini merupakan langkah awal pengelolaan fasilitas perusahaan untuk mendukung pengguna jalan. Untuk mendukung pengembangan bisnis Jasa Marga Group, PT Jasa Marga Properties direorganisasi menjadi PT. Jasa Marga Terkait Bisnis (JMRB) pada tanggal 28 Mei 2019 dan memulai pengembangan bisnis di sekitar koridor jalan tol Jasa Marga Group. Bidang usaha usaha terkait PT. Jasamarga meliputi pengembangan kawasan di sekitar jalan tol, pengembangan dan pengelolaan rest area, pemanfaatan ruang untuk iklan dan utilitas. Pada tahun 2020 PT. JMRB merupakan “*Core Business*” PT. Jasamarga persero tbk. PT. JMRB memulai inovasi pengembangan bisnis koridor jalan tol (TCD), pengelolaan rest area dengan merek “Travoy”, serta pemanfaatan koridor jalan tol untuk periklanan dan layanan masyarakat secara konvensional dan digital. JMRB telah mengembangkan aplikasi “Travoy” yang bertujuan untuk memberikan informasi

jalan dan tempat istirahat kepada pengguna jalan tol. Aplikasi ini dirancang untuk memudahkan perjalanan, terutama saat musim liburan. Berdasarkan PERMEN PUPR Nomor 28 Tahun 2021 Tentang TIP Jalan Tol, PT JMRB berinovasi mengembangkan TIP menjadi pusat bisnis lokal atau regional, kawasan logistik, destinasi wisata atau industri. Pada tahun 2022, JMRB meluncurkan Travoy Center pertama di Taman Mini Indonesia Indah (TMII), Jakarta Timur. Travoy Hub dirancang sebagai hub layanan terpadu yang terintegrasi dengan transportasi umum, menyediakan ruang terbuka hijau dan mendukung UMKM.

PT. Jasa Marga Terkait Bisnis (JMRB) merupakan anak perusahaan PT. Jasa Marga (Persero) Tbk. yang menjalankan bidang usaha lain atau non tol. Dalam pengembangan, usaha terkait PT. Jasamarga yang merupakan reorganisasi dari PT. Jasamarga Properti memperluas usahanya untuk mendukung pengembangan kawasan sekitar jalan tol yang merupakan bisnis inti perusahaan induk. Di sisi lain, Bisnis Asosiasi PT. Jasamarga memiliki cakupan bisnis yang cukup luas, antara lain pengembangan properti, pengembangan dan pengelolaan rest area di seluruh Indonesia, pengelolaan unit periklanan dan pekerjaan umum, pengembangan bisnis digital, dan pengelolaan fasilitas.

3.2 Rest area

Rest Area KM 66B Pandaan Malang atau dikenal juga dengan Rest Area Travoy 66B merupakan salah satu fasilitas penting di Jalan Tol Pandaan Malang. Rinciannya sebagai berikut:

Alamat:Jalan Tol Pandaan Malang KM 66 B (Menuju Pandaan)

Luas Tanah:2,5 hektar

Status: Fungsional

Fitur Perusahaan:Perusahaan Patungan

Fasilitas yang Tersedia : Meski belum terdapat SPBU, namun rest area KM 66B dilengkapi dengan berbagai fasilitas untuk menunjang kenyamanan pengunjung.

1. Pos Keamanan:Terdapat pos keamanan untuk menjamin keselamatan pengunjung.
2. Toilet:toilet berukuran memadai, dipisahkan berdasarkan jenis kelamin, dan dilengkapi untuk penyandang disabilitas.
3. Masjid: Masjid berukuran besar dan nyaman untuk beribadah.
4. Toko dan Warung Makan:Toko di kawasan ini menawarkan berbagai macam makanan dan minuman.
5. Pelayanan Isi Ulang Uang Elektronik: Fasilitas Isi Ulang Uang Elektronik bagi Pengguna Jalan
6. SPKLU (stasiun pengisian kendaraan listrik umum)
7. Ruang laktasi
8. Area pengisian nitrogen dan pertashop

9. Tempat pemilahan sampah



Gambar 3. 1 Rest area KM 66B

Sumber: <https://www.ptjpm.com/fasilitas-tol/>

Penghargaan tersebut diserahkan oleh Direktorat Jenderal Bina Marga, Kementerian Pekerjaan Umum, dalam rangka memperingati Hari Jalan Tahun 2024.

Detail Penghargaan:

Kategori: Tip Terbaik Tipe B 3

Lokasi: Tol Pandaan - Rest Area Malang KM 66B (Arah Surabaya)

Penghargaan untuk: Kualitas dan fasilitas rest area.

Rest area KM 66B tergolong salah satu rest area terbaik di kategorinya, menyediakan fasilitas yang lengkap dan nyaman bagi para pengguna jalan tol. Penghargaan ini tentu menjadi kebanggaan tersendiri bagi operator jalan tol, PT. Jasamarga Pandaan-Malang.



Gambar 3. 2 Penghargaan Rest Area TIP Tipe B Terbaik 3

Sumber:

<https://www.instagram.com/p/DD31pS2Ssqe/?igsh=MXUydDlwbmJjanyMQ==>

3.3 Logo



Gambar 3. 3 Logo PT. Jasamarga Related Business

Konfigurasi jalan membentuk huruf “J”: Elemen ini merupakan representasi paling jelas dari bisnis inti Jasa Marga yaitu jalan tol. Konfigurasi jalan yang membentuk huruf “J” melambangkan perjalanan sejarah perusahaan dan mewakili kedinamisan Jasa Marga dalam mengembangkan infrastruktur jalan tol di Indonesia. Hal ini menunjukkan fokus perseroan dalam mengembangkan kawasan sekitar jalan tol yang merupakan bisnis inti JMRB. Warna biru yang digunakan dalam logo dikaitkan dengan stabilitas dan keandalan, sedangkan warna cerah mencerminkan semangat dan inovasi. Logo JMRB tidak hanya berfungsi sebagai pengenalan visual tetapi juga melambangkan visi perusahaan dalam menghubungkan berbagai layanan yang disediakan di sepanjang jalan tol. Hal ini mencakup pengembangan dan pengelolaan rest area, pengelolaan kawasan di sekitar jalan tol (Toll Corridor Development/TCD), pemanfaatan koridor jalan tol untuk iklan dan utilitas serta layanan digital. Desain logo yang modern mencerminkan komitmen JMRB untuk beroperasi dengan standar tinggi dan memberikan layanan yang efisien kepada masyarakat. Hal ini juga menunjukkan adaptasi perusahaan terhadap perkembangan dan kebutuhan pasar saat ini.

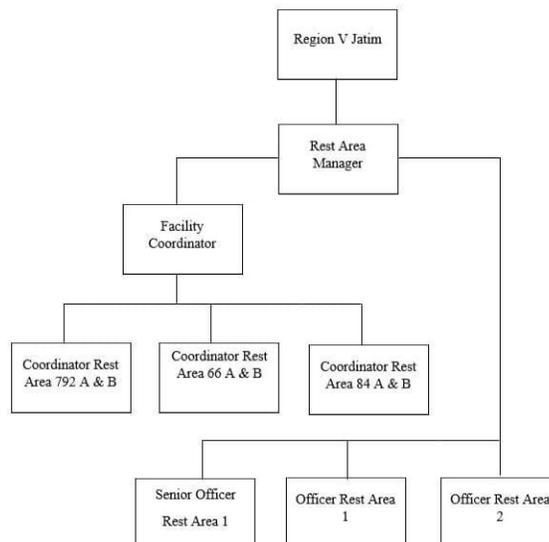
3.4 Visi dan Misi

- **Visi dari PT. Jasamarga Related Business** yaitu menjadi perusahaan terdepan dan terpercaya di bidang inovasi dan pengembangan kawasan dan bisnis prospektif sepanjang jalan tol Indonesia.

- **Misi dari PT. Jasamarga Related Business** yaitu

1. Mendorong pertumbuhan ekonomi dan sosial melalui inovasi pengembangan Kawasan,
2. Mengoptimalkan potensi bisnis untuk meningkatkan nilai bagi pemegang saham,
3. Menjalankan kerja sama yang saling menguntungkan dengan mitra strategis,
4. Menyediakan pelayanan terbaik dan produk bermutu yang ramah lingkungan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan,
5. Menyediakan budaya dan lingkungan kerja yang terbaik bagi masa depan karyawan.

3.5 Struktur PT. Jasamarga Related Business



Gambar 3. 4 Struktur Organisasi PT. Jasamarga Related Business Region V Jawa Timur

PT. Jasamarga Related Business Region V Jawa Timur memiliki struktur organisasi dimana Region head V Jatim sebagai pimpinan. Di tingkat manajemen terdapat manajer yang bertanggung jawab atas divisi Rest Area. Tingkat Pelaksana terdiri dari berbagai posisi seperti Facility Coordinator, Senior officer dan Officer rest area.

3.6 Deskripsi Tugas

3.6.1 Tugas Region head V Jawa Timur

Tugas dari kepala kepala daerah V Jatim adalah

1. Memastikan bahwa operasional harian dari layanan jalan tol dijalankan dengan efisien dan efektif.
2. Mencari peluang baru untuk pengembangan kawasan, yang meliputi properti, *rest area*, serta layanan tambahan lainnya
3. Memantau dan bekerja sama dengan proyek-proyek pembangunan dan pengembangan yang berhubungan dengan infrastruktur jalan tol
4. Memimpin kelompok yang terdiri dari berbagai divisi untuk mencapai tujuan perusahaan dan memastikan kepuasan pelanggan
5. Membuat rencana pemasaran untuk meningkatkan pemanfaatan layanan jalan tol dan fasilitas yang berhubungan.

3.6.2 Tugas Rest Area Manager

Tugas dari manager *rest area* yaitu:

1. Manajemen operasional *rest area*
2. Pengelolaan komunikasi dan informasi layanan yang tersedia di *rest area* serta penyampaian berita terkini.
3. Berkolaborasi dengan penyedia layanan lain untuk meningkatkan tawaran di area istirahat, seperti restoran, toko, dan layanan tambahan lainnya.
4. Memastikan semua layanan yang ada di *rest area* memenuhi standar kualitas yang ditentukan, termasuk tempat ibadah.
5. Mengembangkan rencana pemasaran untuk menarik lebih banyak pengunjung ke area istirahat, termasuk promosi melalui media sosial dan aplikasi travoy (Aplikasi yang dibuat oleh PT Jasamarga Related Business untuk mempermudah pengguna jalan tol, terutama dalam mengakses informasi dan layanan di *rest area*).

3.6.3 Tugas Facility Coordinator

Tugas dari kordinator fasilitas yaitu:

1. Menjamin bahwa seluruh fasilitas di kawasan istirahat, seperti toilet, area bersantai, dan lokasi bermain, berada dalam keadaan bersih dan terawat.
2. Melaksanakan pemeriksaan berkala untuk menilai kesiap-siagaan fasilitas sebelum periode puncak arus mudik.

3. Berkolaborasi dengan berbagai pihak, termasuk instansi pemerintah dan penyedia layanan, untuk memastikan bahwa semua aspek operasional berjalan dengan baik.
4. Berpartisipasi dalam perencanaan dan pengembangan infrastruktur kawasan istirahat agar memenuhi standar yang ditentukan oleh pemerintah, termasuk penambahan fasilitas baru jika diperlukan.

3.6.4 Tugas Rest area Coordinator

Tugas dari koordinator *rest area* yaitu:

1. Mengelola seluruh fasilitas *rest area*, yang meliputi perencanaan, pelaksanaan program keberlanjutan, serta pengembangan fasilitas.
2. Mengelola proyek-proyek besar di *rest area*, yang mencakup kerja sama dengan pihak ketiga serta pengembangan fasilitas-fasilitas baru.
3. Menganalisis performa data dari *rest area* guna mengidentifikasi aspek-aspek yang memerlukan perbaikan serta peluang untuk pengembangan.
4. Mengajukan gagasan-gagasan baru dan inovatif untuk meningkatkan mutu layanan serta pengalaman pengunjung.

3.6.5 Senior Officer Rest area

Tugas dari senior *rest area* yaitu:

1. Menjawab aduan dan isu yang disampaikan oleh pengunjung dan menyediakan solusi yang memuaskan.
2. Merencanakan dan mengorganisir berbagai aktivitas di area istirahat, termasuk acara tertentu atau promosi yang dapat menarik perhatian pengunjung.
3. Membuat laporan rutin tentang kinerja operasional dan tingkat kepuasan pelanggan untuk tujuan penilaian manajemen.
4. Mengawasi anggaran operasional dan memastikan penggunaan sumber daya dilakukan dengan cara yang efisien.

3.5.6 Officer Rest area

Tugas dari officer *rest area* yaitu:

1. Pemberian informasi fasilitas dan pelayanan *rest area*
2. Patroli rutin akan dilakukan untuk menjamin keamanan *rest area*.
3. Jaga kebersihan tempat umum seperti toilet dan ruang makan.
4. Mengumpulkan data jumlah pengunjung dan penggunaan fasilitas untuk dianalisis lebih lanjut oleh administrator.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Green Toll Road Rest Area

Green toll road adalah langkah yang diambil oleh pemerintah serta pengelola jalan tol di Indonesia untuk mengurangi efek lingkungan akibat pembangunan infrastruktur transportasi. Rest Area KM 66B di Jalur Tol Pandaan-Malang berhasil mendapatkan pengakuan sebagai *Green Toll Road* karena memenuhi berbagai standar yang berorientasi pada keberlanjutan dan perlindungan lingkungan. Penghargaan ini diakui oleh Kementerian Pekerjaan Umum dan Perumahan Rakyat dan disertifikasi oleh *Green Infrastructure and Facilities Indonesia*, yang merupakan bagian dari *Green Product Council Indonesia (GPCI)*.

Dalam konteks pengembangan infrastruktur, *green toll road* mengintegrasikan prinsip-prinsip keberlanjutan dengan tujuan untuk meminimalkan dampak negatif terhadap lingkungan. Hal ini mencakup pengelolaan emisi karbon, konservasi ruang hijau, serta peningkatan kualitas udara. Dengan menerapkan praktik ramah lingkungan, seperti penanaman pohon di sepanjang jalan tol dan penggunaan teknologi efisien energi, proyek-proyek ini bertujuan untuk menciptakan keseimbangan antara kebutuhan transportasi dan pelestarian alam.



Gambar 4. 1 Sertifikasi Green Toll Road

Sumber : https://www.instagram.com/p/Cs4_KtrvUDg/?igsh=d211YnV6NjhobHk2

Sertifikasi ini menunjukkan komitmen perusahaan terhadap keberlanjutan dan pengelolaan lingkungan yang baik, yang menjadi nilai tambah dalam meningkatkan citra perusahaan. Pada pembaharuan sertifikasi hijau jalan tol Indonesia, PT. JMP memperoleh nilai akhir sebesar 90,02 dan PT. JPT memperoleh nilai akhir sebesar 87,45. Penilaian pada tahun 2023 akan mencakup tingkat “Tol Untuk Semua” yang mencakup indikator seperti peningkatan kualitas fasilitas ramah gender, peningkatan kesadaran masyarakat pengguna jalan tol, dan peningkatan akses terhadap investasi ekonomi. Keberhasilan Jasa Marga dalam mempertahankan bahkan meningkatkan level dua sertifikasi jalan tol hijau menjadikan Indonesia sebagai tolak ukur kinerja terbaik ruas tol Jasa Marga Group.

4.2 Inovasi Humas PT. Jasamarga Related Business (Region V Jawa

Timur)

Di rest area KM 66B ruas Pandaan - Malang untuk meningkatkan kesadaran pengunjung tentang pentingnya keberlanjutan lingkungan. Terdapat beberapa inovasi untuk pengembangan green toll road yaitu:

4.2.1 Inovasi Pemilahan Sampah

a. Sampah Organik

Pengolahan sampah organik berupa Maggot Inovasi yang menarik untuk menciptakan jalan tol ramah lingkungan adalah dengan menerapkan teknologi pengolahan limbah organik melalui budidaya maggot. Dalam konteks jalan tol yang hijau, maggot dapat digunakan untuk mengolah limbah organik yang berasal dari kegiatan di *rest area* dan di sepanjang jalan tol. Budidaya maggot adalah sebuah inovasi yang menjanjikan untuk menciptakan jalan tol ramah lingkungan. Dengan cara mengelola limbah organik secara efisien dan menghasilkan produk berharga, teknologi ini tidak hanya mendatangkan keuntungan bagi lingkungan, tetapi juga menciptakan kesempatan ekonomi yang baru. Di samping itu, praktik budidaya maggot dapat mendorong masyarakat untuk lebih menyadari pentingnya pengelolaan limbah yang berkelanjutan.



Gambar 4. 2 Tempat Pengolahan sampah organik berupa maggot

Sumber : Data Perusahaan PT. JMRB Region V Jawa Timur



Gambar 4. 3 Pupuk Kompos Sampah Organik

Sumber : Data Perusahaan PT. JMRB Region V Jawa Timur

b. Sampah Non Organik

Dalam upaya mengurangi dampak lingkungan yang ditimbulkan oleh sampah plastik, PT. Jasa Marga Related Business telah melaksanakan berbagai langkah. Salah satu solusinya ialah mengubah botol plastik bekas menjadi barang-barang yang memiliki bernilai tambah. Kerjasama antara PT. Jasa Marga dan tim bank sampah merupakan strategi yang tepat untuk mengatasi masalah sampah plastik di area jalan tol. Dengan bekerjasama dengan komunitas bank sampah yang berpengalaman dalam pengumpulan dan pengelolaan sampah, PT. Jasa Marga Related Business bisa lebih efisien dalam memilah dan mengolah botol plastik bekas.



Gambar 4. 4 Sampah Non Organic Berupa Botol Plastik

Sumber: Data Perusahaan PT. JMRB Region V Jatim

4.2.2 Inovasi Pengolahan Limbah Air Wudhu

Rest area ini mengaliri air dari sumber mata air yang menyegarkan dengan memanfaatkan sumber air alami digunakan untuk air wudhu kemudian limbahnya dimanfaatkan sebagai penyiraman tanaman ketika hujan tidak musim. Teknologi baru ini meningkatkan pengalaman pengunjung dan menunjukkan komitmen mereka terhadap keberlanjutan penghijauan di rest area. Teknologi baru ini tidak hanya meningkatkan pengalaman pengunjung dengan menyediakan fasilitas yang nyaman dan ramah lingkungan, tetapi juga menunjukkan komitmen mereka terhadap keberlanjutan dan pelestarian lingkungan. Inovasi ini mencerminkan pendekatan terpadu dalam pengelolaan air di rest area. Tidak hanya memanfaatkan sumber air alami yang menyegarkan, tetapi juga mengolah limbahnya untuk digunakan kembali. Hal ini mengurangi ketergantungan pada sumber air bersih dan meminimalkan dampak lingkungan. Dengan adanya sistem pengelolaan air yang efisien, rest area ini menjadi contoh nyata bagaimana infrastruktur dapat dibangun dengan mempertimbangkan aspek ekologi.



Gambar 4. 5 Hasil Pengolahan Limbah Air Wudhu

Sumber: Data Perusahaan PT. JMRV Region V Jawa Timur

4.2.3 Inovasi Penghijauan Rest Area

Konsep jalan tol ramah lingkungan tidak hanya berkaitan dengan pembangunan fisik jalan, tetapi juga meliputi pengelolaan lingkungan di sekitarnya. Salah satu contohnya adalah penggunaan lahan kosong di *rest area* KM 66B untuk dijadikan kebun tanaman produktif. Upaya ini tidak hanya membuat lingkungan di sekitar lebih indah tetapi juga membantu memperkuat ketahanan pangan di daerah setempat yang bermanfaat. Kebun ini berfungsi sebagai ruang terbuka hijau yang menyejukkan dan edukatif bagi masyarakat selain menghasilkan produk segar yang dapat dinikmati oleh pengunjung.



**Gambar 4. 6 Penghijauan dengan Penanaman Pohon
Bersama Service Provider dan Masyarakat**

Sumber:

https://www.instagram.com/p/CtO4a33yE_J/?img_index=2&igsh=MWRpcm5sbGFnaHlycw

≡

4.3 Peran Humas terkait pengelolaan Media Dalam Mensosialisasi Green

Toll Road

Sosialisasi *green toll road* di rest area KM 66B terdiri dari 3 media sosialisasi yaitu menggunakan Media sosial (yang terdiri dari media cetak spanduk, media massa *Variable Message Sign* (VMS), media sosial instagram), sosialisasi tatap muka dan mobilisasi massa.

PT. Jasa Marga Related Business Region V Jawa Timur mengatur komunikasi dan menjalin kerjasama dengan sejumlah media. Media memerlukan informasi untuk publik, dan hal yang sama berlaku bagi PT. Jasa Marga yang harus menginformasikan kepada masyarakat tentang keberlanjutan lingkungan. Peran humas dalam teori Biddle dan Thomas menunjukkan bahwa individu yang sebelumnya tidak mengetahui tentang *Green Toll Road* akhirnya menjadi sadar. Selain itu, orang yang awalnya acuh terhadap isu lingkungan mulai memahami manfaat dari pengolahan limbah. Melalui interaksi dengan pelaku yang memberikan informasi pentingnya pengelolaan limbah, mereka dapat berpartisipasi dalam upaya menjaga lingkungan seperti mengurangi limbah saat berada di *rest area* KM 66B ruas Pandaan-Malang.

Sosialisasi menurut teori Charlotte Buhler melibatkan proses di mana individu diperkenalkan pada informasi yang disampaikan, sehingga mereka dapat memahami dan beradaptasi. Dalam konteks ini, humas PT.

Jasamarga Related Business Region V Jawa Timur berperan penting dalam memberikan pemahaman yang jelas dan mudah oleh pihak internal dan pengunjung rest area. Mereka menggunakan media yang menarik perhatian untuk memastikan pesan yang disampaikan dan dilihat dapat mempengaruhi audiens, sesuai dengan arahan sosialisasi yang mendukung program *green toll road*.

Peran media sangat penting dalam mempromosikan jalan tol yang ramah lingkungan. Media berperan sebagai jembatan antara operator jalan tol, pemerintah, dan masyarakat dengan menyebarkan informasi tentang konsep jalan tol ramah lingkungan. Media berfungsi sebagai sarana edukasi untuk menyampaikan informasi tentang konsep jalan tol hijau yang mengedepankan aspek keberlanjutan dan perlindungan lingkungan. Melalui interaksi yang efektif, masyarakat dapat memahami bagaimana proyek ini mengurangi dampak negatif terhadap lingkungan dan meningkatkan kualitas hidup. Interaksi media juga dapat mencakup informasi tentang manfaat ekonomi dari jalan tol ramah lingkungan, seperti dampaknya terhadap pengembangan usaha kecil di sekitar tempat istirahat. Dengan memberikan informasi yang jelas mengenai potensi ekonomi ini, media dapat membantu masyarakat memahami nilai tambah dari *green toll road* tersebut. Media akan berperan dalam mempromosikan praktik terbaik yang diterapkan dalam proyek *green toll road*. kampanye media untuk meningkatkan kesadaran

tentang pembuangan sampah di tempat istirahat. Hal ini tidak hanya meningkatkan citra proyek tetapi juga mendorong upaya serupa di bidang lain.

Media begitu penting dalam sosialisasi *green toll road* karena media mempunyai peran dalam meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai manfaat dan tujuan rest area ramah lingkungan. Media dapat membantu masyarakat memahami pentingnya *green toll road* ini bagi lingkungan dan kualitas hidup dengan menyebarkan informasi tentang aspek keberlanjutan dan inovasi yang diperkenalkan, seperti penggunaan teknologi ramah lingkungan, dan manfaat ekonomi juga dapat ditekankan melalui sosialisasi. Manfaat jalan tol hijau antara lain meningkatkan aksesibilitas dan dapat mendukung sektor pariwisata serta perekonomian masyarakat sekitar *rest area*. Dengan mempromosikan manfaat-manfaat ini, media dapat memperoleh dukungan dari berbagai pemangku kepentingan. Melalui media, informasi mengenai proses pembangunan, sertifikasi dan pengelolaan jalan tol hijau dapat terkomunikasikan dengan jelas. Termasuk juga rincian sertifikasi yang diperoleh, seperti sertifikasi Jalan Tol Hijau Indonesia dengan level *Gold Plus* untuk Jalan Tol Pandaan-Malang. Transparansi ini penting untuk membangun kepercayaan masyarakat terhadap proyek tersebut.

4.3.1 Media Sosial (Spanduk, VMS, dan Media Sosial Instagram)

4.3.1.1 Media Cetak Spanduk

Spanduk adalah media cetak yang sangat efisien untuk menyebarkan informasi dengan cepat dan luas. Dalam rangka sosialisasi jalan tol berkelanjutan, spanduk berfungsi sebagai sumber informasi yang menarik minat para pengunjung di *rest area* dan di sekitarnya.

Sosialisasi *green toll road* melalui penggunaan media cetak seperti spanduk atau banner adalah metode yang efektif untuk meningkatkan pengetahuan masyarakat mengenai pentingnya pengembangan infrastruktur yang ramah lingkungan. Dengan elemen visual yang menarik dan pesan yang mudah dipahami, media ini mampu menjangkau banyak orang, khususnya para pengguna *rest area*.

“Sofi Ratna Furi selaku manager *rest area* Region V Jawa Timur mengatakan menggunakan media promosi yang ada disitu yaitu menggunakan spanduk atau banner setempat di *rest area*”.

PT. Jasa Marga Related Business Region V Jawa Timur, dalam mensosialisasikan dengan menggunakan media cetak melalui spanduk yang digunakan menyampaikan informasi terkait program *green toll road*. Hal ini disebabkan karena dengan sering melihat spanduk, para pengguna *rest area* dapat

lebih mudah mengingat informasi tentang program jalan tol ramah lingkungan yang menyajikan berbagai berita dan informasi yang dibutuhkan oleh masyarakat. Segmentasi dari penyampaian informasi di spanduk ini mencakup semua kelompok yang membaca, dari kaum muda hingga orang tua. Secara umum, Humas PT. Jasa Marga Related Business telah menjalankan perannya sebagai humas yang memberikan informasi kepada publik untuk melakukan upaya mempengaruhi pandangan dan tindakan masyarakat secara langsung.

Humas berperan sebagai bagian dari manajemen untuk memelihara saluran komunikasi baik di dalam maupun di luar organisasi atau perusahaan. Selain itu, Bernay (dalam Ruslan, 2017:18) menyatakan bahwa terdapat tiga peran utama humas, yaitu memberikan informasi kepada publik, melakukan upaya untuk mempengaruhi pandangan dan tindakan masyarakat secara langsung, serta berusaha untuk menyelaraskan sikap dan tindakan suatu organisasi dengan pandangan dan tindakan masyarakat dan sebaliknya.

Gambar ini menunjukkan sebuah papan informasi yang dipasang di kawasan rest area jalan tol. Papan ini adalah salah satu cara dari pengelola jalan tol, yaitu Jasa Marga, untuk

meningkatkan kesadaran pengguna jalan tentang pentingnya menjaga lingkungan melalui pengelompokan sampah. Tulisan "Yuk Pilah Sampah" beserta penjelasan tentang berbagai jenis sampah di setiap tempat sampah memberikan arahan yang jelas kepada pengguna jalan mengenai cara pembuangan sampah yang benar. Dengan memberikan informasi tempat sampah yang berbeda untuk setiap kategori sampah (B3, non-organik, dan organik), Jasa Marga mengajak pengguna jalan untuk berpartisipasi dalam menciptakan jalan tol yang lebih ramah lingkungan atau *green toll road*. Melalui tampilan yang sederhana dan informasi yang mudah dipahami, papan ini diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pengelolaan sampah yang baik, sehingga dapat membantu dalam melestarikan lingkungan.



Gambar 4. 7 Spanduk Pemilahan Sampah

Sumber: Data Perusahaan PT. JMRB Region V Jawa Timur

Spanduk ini memberi tahu pengguna rest area bahwa rest area ini sudah menerapkan pengelolaan air yang ramah lingkungan. Dengan pesan yang mudah dipahami, spanduk tersebut mengajak pengguna rest area untuk berpartisipasi dalam upaya menjaga alam dengan cara menghemat air. Dengan menggunakan air sisa wudhu untuk menyiram tanaman, area istirahat ini turut membantu mengurangi penggunaan air bersih dan membuang limbah. Ini sejalan dengan ide jalan tol yang ramah lingkungan yang berfokus pada pengurangan dampak buruk bagi lingkungan.



Gambar 4. 8 Spanduk Pengolahan Limbah Air Wudhu

*Sumber: Data Perusahaan PT. Jasamarga Related Business
Region V Jawa Timur*

4.3.1.2 Media Digital Variable Message Sign (VMS)

Variable Message Sign (VMS) adalah salah satu media massa yang menunjukkan informasi secara langsung kepada para pengendara. Alat ini memiliki visibilitas yang sangat baik dan bisa dipasang di tempat-tempat strategis di sepanjang jalan tol, sehingga pesan dapat langsung terlihat oleh ribuan pengendara setiap hari. Dengan hanya satu kali instalasi, informasi dapat diakses oleh ribuan pengguna jalan tol.

Penggunaan alat penyampaian informasi elektronik untuk mengkomunikasikan program *Green toll road* adalah suatu langkah yang sangat efisien. Selain karena jangkauan yang luas dan biaya yang hemat, alat ini juga dapat menyampaikan pesan dengan jelas dan menarik bagi para pengguna jalan. Dengan sosialisasi yang terus-menerus, diharapkan semakin banyak orang yang paham dan mendukung keberlanjutan lingkungan. Serta dapat membangun citra positif perusahaan karena memperkuat reputasi PT. Jasa Marga sebagai sebuah perusahaan yang memperhatikan lingkungan dan tujuan keberlanjutan.

Peran humas PT. Jasamarga Related Business dalam kegiatan ini yaitu melakukan aktivitas sosialisasi secara terus

menerus menggunakan media VMS (Variable Message Sign) atau yang biasa masyarakat kenal dengan billboard digital. Tanggung jawab humas disini yaitu untuk memastikan sosialisasi yang berisi memasuki kawasan ramah lingkungan satu-satunya tol di Indonesia yang rencana bersertifikat *green toll road*. Orang yang sebelumnya tidak mengetahui tentang penghargaan penghijauan yang diraih oleh rest area KM 66 B, yaitu *green toll road*, kini menjadi sadar berkat informasi yang disampaikan melalui papan pengumuman modern yang menggunakan sistem elektronik. Dengan cara ini, informasi tersebut dikemas secara menarik dan mudah diakses, sehingga meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai keberhasilan penghijauan di *rest area* tersebut.

"kami berusaha memperoleh sertifikasi Green Tol Road sebagai tanda dukungan untuk memperindah akses ke tempat wisata di Jawa Timur. Kita semua tahu bahwa Malang Raya memiliki banyak tempat wisata. Oleh karena itu, kami berusaha untuk mendapatkan sertifikasi Green Tol Road," (Berdasarkan Hasil Wawancara Agus Tri Antyo kepada media kabarmalang.com, 6 Februari 2020).

"PT Jasa Marga Pandaan-Malang, yang mengelola jalan tol Pandaan-Malang, tengah giat berupaya untuk menerima sertifikasi Green Tol Road yang diberikan oleh Green Product Council Indonesia (GPCI). Sertifikasi ini benar-benar merupakan yang pertama di Indonesia. Kami berharap masyarakat, khususnya yang tinggal di Malang Raya dan sekitarnya, dapat berkontribusi dengan tidak membuang sampah dan merawat tanaman di sepanjang jalur tol. Sebagai sosialisasi kami sudah melakukan himbauan melalui papan pengumuman

elektronik yang kita miliki. Besar harapan kami, pengguna tol dapat menjaga kebersihan dan penghijauan di ruas tol Pandaan-Malang,” lanjutnya dalam wawancara media kabarmalang.com, 6 Februari 2020).



Gambar 4. 9 Billboards PT. Jasamarga memasuki wilayah Green Toll Road di ruas Pandaan-Malang

Sumber :

[https://kabarmalang.com/4837/pandaan-malang-menuju-tol-ramah-](https://kabarmalang.com/4837/pandaan-malang-menuju-tol-ramah-lingkungan)

[lingkungan](https://kabarmalang.com/4837/pandaan-malang-menuju-tol-ramah-lingkungan)

4.3.1.3 Media Digital: Media sosial (Instagram)

Media sosial (Instagram) telah menjadi salah satu platform yang sangat diminati oleh pengguna internet di seluruh dunia. Sebagai layanan untuk berbagi gambar dan video yang diperkenalkan pada tahun 2010, Instagram berhasil menarik sejumlah besar pengguna dan terus bertambah seiring waktu.

Dengan pengembangan fitur-fitur baru yang menarik dan penekanan yang kuat pada elemen visual, Instagram telah menjadi bagian penting dari rutinitas harian banyak individu (Nurhasanah & Saepudin Kanda, 2024).

PT. Jasa Marga Related Business Region V Jawa Timur menghasilkan konten untuk Instagram yang mencakup gambar ilustrasi, video, dan foto yang menyampaikan informasi, ajakan, dan pernyataan tentang *green toll road*. Platform media sosial instagram ini sangat efisien karena informasi yang disampaikan dapat dengan mudah dipahami oleh masyarakat dan bisa diakses kapan saja tanpa perlu menunggu waktu tertentu. Selain itu, Instagram juga memiliki fitur komentar, sehingga masyarakat dapat memberikan tanggapan apa saja mengenai program *green toll road* yang dilaksanakan oleh PT. Jasa Marga.

Manager Rest Area memiliki tugas untuk menyebarkan informasi melalui berbagai saluran saat melakukan sosialisasi program jalan tol ramah lingkungan, seperti yang dijelaskan oleh Ibu Sofi Ratna Furi yaitu:

“Memang kalo secara resmi itu kita tidak secara region tidak melakukan komunikasi public, jadi memang kalau untuk ke pengguna jalan kita melakukannya itu memang secara lokalisir di rest area secara tersendiri gitu paling memakai media media promosi yang ada disitu aja, jadi kalau secara digital yang sifatnya itu public banget kita nggak sih, karena memang saat

ini arahan dari corporate itu memang dilakukan oleh corcom, divisi corcom khususnya”.

Ibu Sofi Ratna Furi menegaskan bahwa Perusahaan memiliki media yang dikelola oleh JPM sebagai pemilik jalan tol. Media ini berfungsi sebagai cara utama untuk menyampaikan informasi secara resmi kepada masyarakat. Meski komunikasi resmi dilakukan secara terpusat, perusahaan juga menjalankan komunikasi lokal di area rest area. Namun, komunikasi ini cenderung bersifat promosi dan tidak menjangkau publik secara luas. Saat ini, perusahaan belum secara aktif mengoptimalkan media digital untuk komunikasi publik yang luas. Hal ini disebabkan oleh arahan dari pusat yang lebih menekankan komunikasi melalui Corcom (Corporate Communication).

Peran humas PT. Jasamarga Related Business Region V Jawa Timur telah mengambil inisiatif yang positif untuk mengedukasi masyarakat tentang pengurangan pemakaian plastik lewat platform media sosial instagram. Dengan melaksanakan kegiatan peduli lingkungan, salah satunya adalah gerakan semangat mengurangi limbah plastik. Tujuan dari gerakan ini adalah untuk membantu melestarikan keseimbangan ekosistem yang ada. Ini dimulai dengan membawa tas belanja

yang terbuat dari bahan daur ulang, menggunakan alat makan pribadi yang juga berbahan daur ulang, serta mempelajari cara mengolah kembali limbah.



Gambar 4. 10 sosialisasi Media Sosial (Instagram) mengajak kurangi sampah plastik

Sumber :

https://www.instagram.com/p/Cj7FNUiSRvp/?img_index=2&igsh=MTE1MjJybmw0dzlzZg==

Peran Humas PT. Jasamarga Related Business menggunakan media sosial Instagram sebagai media untuk mensosialisasikan *green toll road*, dalam video reels yang di unggah di Instagram @pandaanmalang. Dalam video tersebut menjelaskan terkait tata cara menjaga kebersihan lingkungan dengan cara membuang sampah pada tempat yang disediakan dan menggunakan air dengan bijak. Hal tersebut menunjukkan di mana media sosial berfungsi sebagai sarana yang sangat berguna dalam mempromosikan program-program berkelanjutan. Dengan hal ini perusahaan bisa meningkatkan kesadaran publik dan menginspirasi perubahan tindakan untuk menciptakan lingkungan yang lebih baik.



Gambar 4. 11 Reels Instagram Rest Area KM 66B Kampanye Menjaga Kebersihan dan Penggunaan Air dengan Bijak

Sumber :

<https://www.instagram.com/reel/DD5mYcaSCbA/?igsh=cTB4emZlcDJ5eDFq>

4.3.2 Sosialisasi tatap muka

Sosialisasi tatap muka terkait *green toll road* adalah aktivitas komunikasi yang memberikan himbauan secara langsung kepada kelompok audiens tertentu dengan tujuan agar masyarakat mendapatkan pemahaman yang lebih baik mengenai jalan tol hijau, serta terjalin hubungan yang harmonis antara pihak pengembang dan masyarakat.

“Inta Suwandi selaku koordinator rest area KM 66B mengatakan mengajak kepada seluruh tenan dan retail rest area untuk ikut mengkampanyekan mengurangi sampah plastik kepada pengguna jalan dan ikut memilah sampah”.

Inta Suwandi, Humas PT. Jasamarga Related Business Region V Jawa Timur selaku orang yang bertanggung jawab atas operasional rest area KM 66B, mengajak semua pihak yang terlibat di rest area tersebut, baik itu pemilik toko, restoran, atau gerai lainnya, untuk bekerja sama dalam kampanye mengurangi penggunaan plastik. Dengan cara menggunakan tas kantong belanja sehingga dapat mengurangi sampah plastik. Kampanye ini tidak hanya ditujukan kepada para pekerja di rest area, tetapi juga kepada pengguna jalan yang singgah di rest area tersebut. Inta Suwandi berharap semua pihak dapat berperan aktif dalam memilah sampah yang dihasilkan, sehingga dapat mengurangi jumlah sampah plastik yang berakhir di tempat pembuangan akhir.

Tujuan sosialisasi ini adalah untuk mengurangi sampah plastik di rest area. Kampanye ini ditujukan kepada pengguna jalan, tenan, dan masyarakat sekitar. Diharapkan bahwa sosialisasi ini akan membuat masyarakat lebih menyadari pentingnya mengurangi sampah plastik, mendorong berperilaku ramah lingkungan, dan juga mendorong pemerintah daerah untuk membuat kebijakan pengelolaan sampah yang berkelanjutan.

Kegiatan sosialisasi yang dilakukan oleh humas PT. Jasa Marga Related Business Region V Jawa Timur sesuai dengan pernyataan Setiadi yang menjelaskan bahwa sosialisasi melibatkan dua pihak. Pihak pertama adalah mereka yang memberikan informasi, sedangkan pihak kedua adalah mereka yang menerima informasi. Proses ini dapat dilakukan oleh individu atau kelompok yang memiliki kepentingan, secara sadar maupun tidak. Umumnya, individu yang memiliki otoritas bertugas untuk melakukan sosialisasi dengan tujuan untuk memastikan disiplin dari pihak yang mendapat sosialisasi. Nilai-nilai atau norma sosial yang disampaikan mengandung sebuah kewajiban yang harus dipatuhi (Setiadi, 2011).



Gambar 4. 12 Sosialisasi ke Pihak Eksternal Mengurangi Sampah Plastik

Sumber : Data Perusahaan PT. JMRB Region V Jawa Timur

4.3.3 Mobilisasi Massa

Kegiatan menanam pohon yang dilaksanakan oleh PT. Jasamarga Pandaan Malang menjadi salah satu langkah yang sangat baik untuk memperkenalkan ide Jalur Tol Ramah Lingkungan. Dengan senantiasa melaksanakan kegiatan serupa dan melibatkan masyarakat secara langsung, PT. Jasamarga dapat lebih memperkuat reputasinya sebagai perusahaan yang peduli terhadap lingkungan serta berperan dalam pembangunan yang berkelanjutan.

Peran humas dalam kegiatan ini melibatkan langsung masyarakat sekitar dan pegawai *rest area* sehingga menimbulkan rasa kepemilikan dan tanggung jawab bersama terhadap lingkungan.

Acara yang bertema ``Bergerak Bersama Hijaukan Rest Area" ini menampilkan partisipasi aktif dari masyarakat setempat, dan keberhasilan program ini bergantung pada dukungan masyarakat setempat.

Penanaman pohon di rest area Travoy diharapkan dapat memberikan dampak positif jangka panjang baik bagi lingkungan maupun pengunjung. Pohon yang ditanam berperan sebagai penyerap karbon, memberi keteduhan, dan meningkatkan estetika kawasan.



Gambar 4. 13 Penanaman pohon di Rest Area KM 66B

Service Provider Bersama Masyarakat

Sumber :

https://www.instagram.com/p/CtQ4a33yE_J/?igsh=MWRpcm5sbGF

[naHlycw==](#)

4.4 Peran humas dalam mensosialisasikan green toll road untuk memaksimalkan fungsi rest area

Humas memanfaatkan media komunikasi seperti media sosial Instagram dengan membuat konten kreatif terkait tata cara menjaga kebersihan dan cara mengurangi sampah plastik, memasang spanduk dengan pesan singkat dan visual menarik di titik strategi rest area, menggunakan *Variable Message Sign* (VMS) untuk memberikan informasi *real time* yang mudah diakses oleh pengguna jalan. Hal ini untuk menyampaikan informasi kepada pengguna jalan terkait pentingnya menjaga keberlanjutan lingkungan di *rest area*. Humas berperan dalam mengedukasi pengguna jalan tentang pentingnya menjaga kebersihan dan keberlanjutan di *rest area* melalui kampanye sosial. Dalam video reels yang diunggah menjelaskan terkait tata cara menjaga kebersihan lingkungan dengan cara membuang sampah pada tempat yang disediakan dan menggunakan air dengan bijak. Hal tersebut menunjukkan di mana media sosial berfungsi sebagai sarana yang sangat berguna dalam mempromosikan program-program berkelanjutan. Dengan hal ini perusahaan bisa meningkatkan kesadaran publik dan menginspirasi perubahan tindakan untuk menciptakan lingkungan yang lebih baik, mengedukasi masyarakat tentang pengurangan pemakaian plastik lewat platform media sosial instagram. Dengan melaksanakan kegiatan peduli lingkungan, salah satunya adalah gerakan semangat mengurangi limbah plastik. Tujuan dari gerakan ini adalah untuk membantu melestarikan keseimbangan ekosistem yang ada. Ini dimulai dengan membawa tas

belanja yang terbuat dari bahan daur ulang, menggunakan alat makan pribadi yang juga berbahan daur ulang, serta mempelajari cara mengolah kembali limbah.

Humas berperan dalam melakukan inovasi seperti pemilahan sampah organik dan non-organik, pengolahan limbah air wudhu untuk penyiraman tanaman, serta penghijauan lahan kosong di rest area menjadi langkah strategis untuk menunjukkan manfaat nyata dari konsep *green toll road*. Humas melakukan sosialisasi langsung melalui tatap muka dan kegiatan interaktif yang melibatkan masyarakat sekitar dan pengguna jalan terkait tata cara mengurangi penggunaan plastik. Dengan menggunakan tas kantong belanja sehingga dapat mengurangi sampah plastik. Sosialisasi ini diharapkan membuat masyarakat lebih menyadari pentingnya mengurangi sampah plastik, mendorong berperilaku lebih ramah lingkungan, dan juga mendorong pemerintah daerah untuk membuat kebijakan pengelolaan sampah yang berkelanjutan.

Humas juga berkerjasama dengan komunitas dan penyedia layanan untuk mengoptimalkan fasilitas di rest area, seperti bank sampah dan program penghijauan dengan melakukan penanaman pohon yang dilakukan di lahan kosong di sekitar rest area bersama komunitas lokal. Komunitas lokal dilibatkan dalam proses perawatan dan pemeliharaan tanaman untuk memastikan keberlanjutan program ini. Humas dapat meningkatkan

kesadaran masyarakat dengan cara menyampaikan pesan berupa ajakan “Yuk Pilah Sampah” beserta penjelasan tentang berbagai jenis sampah di setiap tempat sampah memberikan arahan yang jelas kepada pengguna jalan mengenai cara pembuangan sampah yang benar. Dengan memberikan informasi tempat sampah yang berbeda untuk setiap kategori sampah (B3, non-organik, dan organik), mengajak pengguna jalan untuk berpartisipasi dalam menciptakan jalan tol yang lebih ramah lingkungan atau *green toll road*, yang diharapkan dapat meningkatkan kesadaran masyarakat mengenai pentingnya pengelolaan sampah yang baik, sehingga dapat membantu dalam melestarikan lingkungan.

BAB V

PENUTUP

5.1 Kesimpulan

Peran yang dilakukan humas PT. Jasamarga Related Business Region V Jawa Timur dalam mensosialisasikan *green toll road* untuk memaksimalkan fungsi *rest area* adalah:

1. Berkomunikasi di media sosial dengan memposting kegiatan CSR melalui kegiatan penanaman pohon dan kebun produktif sebagai ruang terbuka hijau yang dengan memanfaatkan lahan kosong yang ada di *rest area* KM 66B serta kerjasama dengan bank sampah untuk mendaur ulang sampah plastik menjadi produk yang bernilai.
2. Membangun citra positif melalui media sosial dengan membagikan pencapaian rest area sebagai *green toll road*, termasuk penghargaan yang diterima. Melakukan program tanggung jawab sosial perusahaan (CSR), Kampanye pengurangan limbah plastik dengan mendorong masyarakat membawa tas belanja daur ulang dan menggunakan alat makan pribadi inovasi ramah lingkungan, serta menampilkan foto-foto dan video terkait aktivitas ramah lingkungan di rest area KM 66B, seperti penanaman pohon dan pengolahan limbah.
3. Mengajak pengguna jalan tol untuk menjaga kebersihan lingkungan melalui kampanye edukasi terkait tata cara menjaga kebersihan lingkungan dengan cara membuang sampah pada tempat yang disediakan dan menggunakan air

dengan bijak serta melakukan sosialisasi melalui tatap muka di rest area yang melibatkan pengguna jalan tol dan komunitas lokal.

4. Meningkatkan kesadaran lingkungan melalui program inovasi pemilihan sampah organik dan non-organik, pengolahan limbah air wudhu, dan penghijauan di rest area serta terdapat kampanye ajakan membawa tas daur ulang atau alat makan pribadi.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian ini, terdapat beberapa saran bagi PT. Jasamarga Related Business Region V Jawa Timur dalam mensosialisasikan *green toll road* di Rest Area KM 66B jalur Pandaan-Malang:

1. Perusahaan sebaiknya memanfaatkan teknologi digital secara lebih maksimal untuk sosialisasi program *Green Toll Road*. Penggunaan platform media sosial seperti Instagram dan Facebook dapat diperluas dengan konten yang lebih interaktif, seperti video edukasi dan infografis yang menarik. Dengan cara ini, informasi mengenai keberlanjutan dan inisiatif ramah lingkungan dapat disampaikan dengan cara yang lebih menarik dan mudah dipahami oleh masyarakat.
2. PT. Jasamarga Related Business perlu menjalin Kerjasama yang lebih erat dengan media local untuk mempromosikan inisiatif *Green Toll Road*. Mengadakan Konferensi Pers atau acara public untuk merayakan pencapaian tertentu dapat menjadi cara efektif untuk menarik perhatian media dan

public. Selain itu, kolaborasi dengan influencer atau tokoh masyarakat dalam kampanye keberlanjutan juga dapat membantu menjangkau audiens yang lebih luas.

3. PT. Jasamarga Related Business Region V Jawa Timur untuk melakukan evaluasi berkala terhadap program-program yang telah dilaksanakan. Dengan meminta umpan balik dari pengunjung rest area mengenai inisiatif keberlanjutan yang ada, perusahaan dapat mengetahui area mana yang perlu ditingkatkan dan apa saja yang sudah berjalan baik. Hal ini akan membantu dalam merumuskan strategi kehumasan yang lebih baik di masa depan.
4. PT. Jasamarga Related Business Region V Jawa Timur disarankan untuk terus memperkuat kampanye pengurangan sampah plastic dengan menyediakan lebih banyak fasilitas daur ulang di rest area dan mengedukasi pengguna jalan tentang pentingnya memilah sampah. Dengan Langkah-langkah ini tidak hanya citra perusahaan yang akan semakin positif, tetapi juga kontribusi nyata terhadap pelestarian lingkungan akan semakin terlihat.

DAFTAR PUSTAKA

- AINUDIN, R. (2020). *PENGARUH PEMBANGUNAN REST AREA DALAM PENGEMBANGAN EKONOMI MASYARAKAT PESISIR DI KELURAHAN MOSSO KECAMATAN SENDANA KABUPATEN MAJENE.*
- Amanda, C., Merdie, C. Van, Ganefwati, R., & Setyarahajoe, R. (2022). *AKTIVITAS CYBER PR BIRO EKONOMI PROVINSI JATIM DALAM MENGINFORMASIKAN PROGRAM MILLENNIAL JOB CENTER GUNA MENGHADAPI ERA GIG EKONOMI.* 9(1).
- Arifiyah, Z. (2022). *AKTIVITAS HUMAS DINAS KESEHATAN PROVINSI JAWA TIMUR DALAM IMPLEMENTASI UNDANG-UNDANG KETERBUKAAN INFORMASI PUBLIK.*
- Alfiansyah, D. (2023). *Evaluasi Kinerja Layanan Jalan Tol Surabaya-Gempol Berdasarkan Persepsi Pengguna.*
- Fadeli, M. (2014). *PERSONAL BRANDING PADA INDUSTRI CITRA.*
- FAISAL, M. (2022). *KORELASI ANTARA SOSIALISASI PROGRAM GETAH PALAM (GERAKAN TEMBILAHAN PAKAI HELM) DENGAN KEPATUHAN MASYARAKAT DALAM MENGGUNAKAN HELM DI KECAMATAN TEMBILAHAN KABUPATEN INDRAGIRI HILIR.*
- Fredi Saputro, R., Dian Susanti, A., & Wardianto, G. (2022). *ARRANGEMENT OF SPATIAL RELATIONSHIPS IN TOLL ROAD REST AREA Case Study: Rest Area km.* In *ARSIP Jurnal Arsitektur* (Vol. 2, Issue 1).
- Farid, M. (2024). *PERAN HUMAS DALAM PENYEBARLUASAN INFORMASI PELAYANAN PUBLIK DI KECAMATAN MANGGALA KOTA MAKASSAR.*
- Fidhul Akhyari, M. (2024). *Implementasi Konsep Sosialisasi dalam Kehidupan Bermasyarakat.* In *Jurnal Pendidikan dan Ekonomi* (Vol. 1).
- Handayani, M. (2020). *LAPORAN PRAKTIK KERJA LAPANGAN (PKL) PADA DIVISI OPERASIONAL JASAMARGA RELATED BUSINESS (JMRB).*
- Luh, N., Putu, S., Setyarini, E., Daniel, B., & Bassith, D. N. (2022). *MENINGKATKAN KEPUASAN PENGGUNA DENGAN MENGEVALUASI FASILITAS TEMPAT PERISTIRAHATAN TIPE A DI JALAN TOL CIPALI.*

- Made, N., Rani, S., Agung, D. A., & Indrayanti, P. (2022). ANALISIS PEMAHAMAN KRITERIA GREEN TOLL ROAD OLEH STAKEHOLDER PADA PEMELIHARAAN EKSISTING JALAN TOL BALI MANDARA. In *Agustus* (Vol. 6, Issue 3).
- Mardikaningsih, R., Arifiana, A., Haliza, S. N., Darmawan, D., & Lestari, U. P. (2023). Upaya Meninjau Pilihan Rest Area yang Optimal: Dampak Lokasi, Ragam Fasilitas, dan Lingkungan Alam. *TIN: Terapan Informatika Nusantara*, 4(2), 84–91. <https://doi.org/10.47065/tin.v4i2.4194>
- Nurhasanah, N., & Saepudin Kanda, A. S. (2024). *Intelletika : Jurnal Ilmiah Mahasiswa Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perilaku Masyarakat*. <https://doi.org/10.59841/intellektika.v2i2.922>
- PRABOWO, K. (2020). *PERENCANAAN RANCANGAN REST AREA DI KECAMATAN PURWOSWARI GUNUNGKIDUL DENGAN PENDEKATAN ARSITEKTUR SENSORY SPACE*.
- Rahmansyah, I. (2020). *PERAN HUMAS PEMERINTAH KOTA DUMAI DALAM MENSOSIALISASIKAN PROGRAM LAPOR (LAYANAN ASPIRASI ONLINE RAKYAT)*.
- Sakaril, G., & Ashari, M. (2024). Aktivitas Humas PT. Jasa Marga Dalam Sosialisasi Kartu Pembayaran Elektronik Pada Gerbang Tol Otomatis (GTO) Meruya, Jakarta Barat. *Marcommers : Jurnal Marketing Communication and Advertising*, 12(2), 79. <https://doi.org/10.22441/marcommers.v12i2.15144>
- Setyowati, D. (2020). *GABUNGAN KECUALI BAB V sosialisasi*.
- Setiamandani, E. D., Firdausi, F., Dewi, D. A. P. S., & Setiawan, M. N. R. A. (2024). Analisis Perencanaan dalam Pemanfaatan Rest Area pada. *Jalan Tol Kawasan Probolinggo. Indonesian Social Science Review*, 2(1), 39–48.
- Universitas, A. M., Krida, K., Jl, W., Tanjung, D., Raya, N., & Barat, J. (2021). *EVALUASI PENGGUNA JALAN TOL DI INDONESIA TERHADAP LAYANAN YANG DITERIMA (EVALUATION OF TOLL ROAD USERS IN INDONESIA ON THE SERVICES RECEIVED)*

Lampiran

Hasil Wawancara dengan Manager Rest Area Region V Jatim (Bu Sofi)

Inovasi apa yang dilakukan humas dalam pengelolaan dan pengembangan rest area di jalan tol untuk mendukung keberlanjutan lingkungan dalam memaksimalkan rest area

“Km 66 B unik ada sumber2 alam yang tidak ada di rest area yg lain seperti misalnya ada sumber mata air sendiri yang berasal dari alam itu tidak ada di rest area yang lain, kan kalau di rest area yang lain cenderung kita kan itu harus penggunaan air tanah dan lain2 itu kan harus ngebor, khususnya di 66b kita memanfaatkan sumber daya alam khusus kayak misalnya air itu dia memang secara alamiah muncul ke permukaan lalu membentuk mata air lalu kita manfaatkan untuk keperluan toilet, masjid, pengguna jalan. Selain itu kita ada program program terkait dengan lingkungan seperti pengolahan sampah organik kita memakai magot kalo di 66b jadi pilot project juga di jatim penggunaan magot lalu secara desain kita menggunakan layouting yang ramah terhadap pedestrian, karena konsep kita adalah mengambil dari alam Kembali ke alam”.

”

Jenis kampanye atau program edukasi apa untuk mendukung humas menyebarkan informasi mengenai keberlanjutan lingkungan yang dapat mendukung kebutuhan pengguna jalan

“Kalo media itu secara resmi kita komunikasi perusahaan ya korcom itu memang terpusat di Jakarta itu ada divisinya sendiri, ada unitnya di korcom itu mereka yang secara resmi menyampaikan kepada kepada public terpusat sama ada medianya, media resminya dari JPM selaku pemilik ruas tol. Memang kalo secara resmi itu kita tidak secara region tidak melakukan komunikasi public, jadi memang kalau untuk ke pengguna jalan kita melakukannya itu memang secara lokalisir di rest area secara tersendiri gitu. paling memakai media media promosi yang ada disitu aja, jadi kalau secara digital yang sifatnya itu public banget kita nggak sih, karena memang saat ini arahan dari corporate itu memang dilakukan oleh corcom, divisi corcom khususnya.

”

Hasil Wawancara dengan Coordinator Rest Area KM 66 B (Pak Inta)

Bagaimana peran humas PT. JMRB mensosialisasikan green toll road ke pihak internal?

“Mengajak kepada seluruh tenan dan retail Rest Area untuk ikut mengkampanyekan mengurangi sampah plastik kepada pengguna jalan dan ikut memilah sampah”

Apa peran humas PT. JMRB dalam menjalankan program green toll road bersama masyarakat?

“dari jasmarga pusat yg menunjuk untuk berkolaborasi dengan tim Rest area Dalam kegiatan penanaman pohon”

Apa upaya humas PT. JMRB dalam pengelolaan limbah air wudhu?

“Limbah wudhu kita recycle kita manfaatkan penyiraman tanaman, ada sumber mata air yang kita manfaat selain untuk kolam ikan kita manfaatkan untuk kebutuhan toilet juga sih seperti itu”.

Bagaimana cara mengelola limbah rest area km 66 B untuk keberlanjutan lingkungan yang mendukung program green toll road?

“kenapa dari fokus di B dari segi tempat lumayan memadai karena kan TPS lumayan besar jadi di sekelilingnya saya buat pengolahan magot dan sampah”

Wawancara humas PT. Jasamarga Related Business (Region V Jawa Timur)

1. Sejarah PT. Jasamarga Related Business (Region V Jawa Timur)
 - Awal mula terbentuknya PT. Jasamarga Related Business (Region V Jawa Timur)
 - Awal mula terbentuknya rest area km 66B
 - Visi dan Misi PT. Jasamarga Related Business (Region V Jawa Timur)
2. Struktur PT. Jasamarga Related Business (Region V Jawa Timur)
 - Mulai dari Head Office dan lainnya
3. Jobdesk PT. Jasamarga Related Business (Region V Jawa Timur)
 - Tugas dari masing-masing divisi yang ada di PT. Jasamarga Related Business (Region V Jawa Timur)
4. Program kerja apa saja yang diterapkan humas PT. Jasamarga Related Business (Region V Jawa Timur) untuk meningkatkan kesadaran pengguna jalan tentang pentingnya menjaga lingkungan di rest area?
 - Program kerja yang digunakan oleh humas untuk mengubah perilaku pengguna jalan agar lebih peduli terhadap lingkungan saat berada di rest area.
5. Kegiatan apa yang dilakukan humas dalam pengelolaan dan pengembangan rest area di jalan tol untuk mendukung keberlanjutan lingkungan dalam memaksimalkan rest area?
 - Inovasi terbaru yang dilakukan humas untuk memaksimalkan rest area sebagai kebutuhan pengguna jalan tol

6. Apa peran humas PT. JMRB dalam menjalankan program green toll road bersama masyarakat??
 - Bagaimana upaya humas ini dapat meningkatkan citra perusahaan dan rest area di mata publik
7. Bagaimana peran humas PT. JMRB mensosialisasikan green toll road ke pihak internal?
 - Selain melalui media sosial, apa jenis program edukasi yang dapat dilakukan langsung di rest area sebagai perantara sosialisasi green toll road
8. Apa upaya humas PT. JMRB dalam pengelolaan limbah air wudhu?
 - Inovasi limbah air wudhu untuk keberlanjutan lingkungan
9. Bagaimana cara mengelola limbah rest area km 66 B untuk keberlanjutan lingkungan yang mendukung program green toll road
 - Kegiatan pengolahan limbah untuk keberlanjutan lingkungan

Dokumentasi wawancara



Surat Izin Penelitian



YAYASAN BRATA BHAKTI DAERAH JAWA TIMUR
UNIVERSITAS BHAYANGKARA SURABAYA
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
STATUS TERAKREDITASI

Administrasi Publik : 4119/SK/BAN-PT/Akred-PMT/S/VII/2022
Ilmu Komunikasi : 2949/SK/BAN-PT/Ak.Ppj/S/VII/2023
Kampus : Jl. A. Yani 114 Surabaya Telp. 031-8285602, Ex. 120, 121 Fax. 031 - 8285601

Nomor : 158 /XII/2024/FSP/UBHARA
Lampiran : -
Perihal : Permohonan Ijin Penelitian & Survey

Surabaya, 4 Desember 2024

Kepada
Yth. PT. Jasamarga Related
Business (Region V Jawa
Timur)
Plaza Tol Waru I dan Ramp,
Jl. Raya Taman Plaza, Waru -
Juanda Toll Road, Ketegan,
Taman, Sidoarjo
di
Tempat

Dengan Hormat,

1. Dalam rangka usaha untuk menyusun suatu laporan penelitian/menyusun skripsi bagi mahasiswa/i tingkat akhir, maka dengan ini kami mengharapkan bantuan dan kesediaan Bapak/Ibu untuk memberi kesempatan guna melaksanakan penelitian di instansi yang Bapak/Ibu pimpin.
2. Adapun mahasiswa/i tersebut adalah:
Nama : Yasmin Lisa Alfi
NIM : 2113211080
Fakultas : Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul : Peran Humas PT. Jasamarga Related Business (Region V Jawa Timur) Dalam Mensosialisasikan green toll road untuk Memaksimalkan Fungsi Rest Area
Tempat Penelitian : - PT. Jasamarga Related Business (Region V Jawa Timur)
Lama Penelitian : 1 bulan
3. Atas segala bantuan yang diberikan demi keberhasilan penelitian tersebut kami sampaikan terima kasih.



Dra. Tri Prasetyowati, M.Si.

TEMBUSAN : Yth.
- Kepala LPPM UBHARA