



Analisis Peran Grup "Info Cegatan Jogja" dalam Upaya Penyelesaian Permasalahan Tarif Parkir "Nuthuk" di DIY

Analysis the Role of "Info Cegatan Jogja" Group in Resolving the "Nuthuk" Parking Fee Problem in Yogyakarta

Muhammad Miftahul Ahsan¹, Ane Permatasari²

¹Program Studi Ilmu Pemerintahan Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Bantul, Indonesia

²SDGs Center Universitas Muhammadiyah Yogyakarta, Bantul, Indonesia

Penulis Korespondensi: mmiftahul007@gmail.com

Abstrak

Grup atau komunitas Info Cegatan Jogja (ICJ) memiliki peran penting dalam kehidupan masyarakat DIY sebagai wadah untuk berdiskusi, berinteraksi, dan menyampaikan aspirasi melalui unggahan media sosial. Dari berbagai jenis unggahan di ICJ, salah satu unggahan yang masih sering ditemukan adalah unggahan berkaitan dengan permasalahan tarif parkir "Nuthuk" di DIY. Masih sering ditemukannya permasalahan ini menjadi salah satu hal yang menarik untuk diteliti dan dikaji. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran dari grup ICJ itu sendiri dalam upaya permasalahan tarif parkir "Nuthuk". Dalam melakukan penelitian, digunakan metode kualitatif deskriptif dan pendekatan studi kasus. Hasil dari penelitian ini menemukan fakta bahwa grup "Info Cegatan Jogja" belum memiliki peran yang efektif dalam upaya penyelesaian permasalahan tarif parkir "Nuthuk" di DIY. Berdasarkan hasil wawancara bersama dengan pengelola ICJ, ICJ pernah memiliki peran yang kuat dalam memengaruhi kebijakan sebelum terjadinya pandemi COVID-19. Pasca terjadinya pandemi, fungsi dari ICJ itu sendiri mulai bergeser hanya sebagai wadah untuk bertukar pikiran dan berinteraksi semata, bukan untuk menghasilkan sebuah masukan kebijakan atau *policy brief*. Hal ini berimbas pada peran ICJ yang saat ini cenderung berfokus pada pusat informasi masyarakat saja.

Kata Kunci

parkir; peran; ICJ; media sosial; Facebook.

Abstract

Info Cegatan Jogja (ICJ) group or community has an important role in the lives of the people of Yogyakarta as a place to discuss, interact, and convey aspirations through social media posts. Of the various types of posts in ICJ, one of the posts that is still often found is posts related to the issue of "Nuthuk" parking rates in DIY. The frequent occurrence of this problem is one of the interesting things to be researched and studied. Therefore, this research aims to analyze the role of the ICJ group itself in efforts to solve the "Nuthuk" parking tariff problem. In conducting the research, a descriptive qualitative method and case study approach were used. The results of this study found the fact that the "Info Cegatan Jogja" group has not had an effective role in efforts to resolve the problem of "Nuthuk" parking rates in DIY. Based on the results of interviews with ICJ managers, ICJ once had a strong role in influencing policy before the COVID-19 pandemic. After the pandemic, the function of ICJ itself began to shift only as a forum for exchanging ideas and interacting, not to produce a policy input or policy brief. This has an impact on the role of ICJ which currently tends to focus on community information centers only.

Keywords

parking; role; ICJ; social media; Facebook.



DOI: [10.35967/njip.v22i2.562](https://doi.org/10.35967/njip.v22i2.562)

Dikirim: 23 September 2023

Revisi: 25 Desember 2023

Diterima: 30 Desember 2023

© Penulis 2023

Karya ini dilisensikan di bawah lisensi CC BY-NC-SA 4.0. Untuk melihat salinan lisensi ini, kunjungi <http://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>

1. Pendahuluan

Parkir seolah menjadi permasalahan tahunan yang tak kunjung terselesaikan di DIY. Bahkan, adanya berbagai permasalahan parkir yang terjadi di DIY pernah berhasil mengangkat nama Yogyakarta berada di jajaran *trending topic* di platform Twitter pada tahun 2022 lalu (Nabila, 2022). Tarif parkir merupakan permasalahan yang paling umum terjadi dan menimbulkan banyak keluhan bagi masyarakat di antara berbagai permasalahan parkir lainnya. Tarif “Nuthuk” atau tarif tidak wajar jauh di atas tarif maksimal merupakan permasalahan yang kerap kali muncul (Farmita, 2022). Beberapa kasus yang berkaitan dengan permasalahan tarif parkir di DIY adalah kasus parkir yang terjadi di Jalan Margo Utomo, kasus parkir yang terjadi di Jalan KH Ahmad Dahlan, kasus parkir yang terjadi di Mie Gacoan Gejayan, dll. Salah satu kasus parkir paling menarik adalah kasus parkir yang terjadi di Jalan Margo Utomo, di mana disebutkan bahwa tarif parkir bus mencapai 350 ribu rupiah. Kasus parkir ini menjadi menarik karena kasus ini dikecam oleh berbagai pihak seperti Pemkot Yogyakarta, forum komunikasi petugas parkir, hingga Sandiaga Uno (Nabila, 2022).

Peraturan tentang pengelolaan parkir di DIY secara umum telah diatur melalui Peraturan Gubernur No.78 Tahun 2020 tentang Pengelolaan Parkir. Dari kelima kabupaten/kota yang ada di DIY, Pemerintah Kota Yogyakarta merupakan kabupaten/kota yang paling banyak mengatur tentang perparkiran, terutama tarif parkirnya. Salah satunya adalah yang terdapat di dalam Perda Nomor 1 Tahun 2020 tentang Retribusi Pelayanan Parkir Tepi Jalan Umum (Kompas, 2022). Pemerintah Kota Yogyakarta juga mengatur kebijakan parkir melalui Peraturan Walikota Nomor 132 Tahun 2021 tentang Perubahan Tarif Retribusi Tempat Khusus Parkir Pada Peraturan Daerah Kota Yogyakarta Nomor 2 Tahun 2020 tentang Retribusi Tempat Khusus Parkir. Kabupaten/kota yang lain seperti Kabupaten Sleman, Bantul, Kulon Progo, dan Gunung Kidul juga telah mengatur tentang perparkiran. Namun, peraturan yang ada ternyata masih belum mampu menertibkan oknum-oknum yang memberikan tarif parkir “Nuthuk” di Yogyakarta. Hal tersebut dibuktikan dengan masih banyaknya permasalahan tarif parkir “Nuthuk” yang terjadi setelah peraturan tentang tarif parkir yang disahkan dengan masih banyak ditemukannya kasus tarif parkir “Nuthuk”. Tidak jarang, wisatawan dan masyarakat berkeluh kesah melalui media sosial seperti Facebook atau Twitter.

Salah satu media yang menjadi tempat berkeluh kesah penduduk DIY terkait dengan permasalahan tarif parkir adalah grup Info Cegatan Jogja atau ICJ. Secara historis, grup ini didirikan oleh Yanto Sumantri pada bulan September 2013 bersama dengan 10 orang temannya (Rasyid, 2020). Awalnya, keberadaan grup ICJ digunakan untuk berdiskusi mengenai jual beli. Seiring berjalannya waktu, topik diskusi yang ada kian beragam, mulai dari urusan bisnis hingga urusan pribadi dan pelayanan publik (Amin, 2022). Saat ini, ICJ telah bertransformasi menjadi media informasi masyarakat terbesar di Daerah Istimewa Yogyakarta. Informasi yang ada di dalamnya sangatlah beragam seperti informasi kehilangan, kecelakaan, cegatan, atau sekadar berdiskusi tentang suatu hal. Tak jarang, humas dari pemerintah daerah ataupun lembaga daerah seperti Polda sering kali terlibat aktif berdiskusi dalam grup ICJ sekaligus menjaring aspirasi masyarakat. Grup ini sangat disukai warga Yogyakarta dikarenakan grup ini berisi orang-orang yang peduli dengan kehidupan sosial (Rasyid, 2020). Keberadaan grup ICJ yang begitu bermakna bagi masyarakat DIY terkadang menjadikan grup ini sebagai sarana “curhat” atau “sambat” tentang berbagai kejadian yang ada, termasuk permasalahan tarif parkir. Hal tersebut dibuktikan dari hasil observasi peneliti yang menemukan banyak sekali unggahan masyarakat tentang permasalahan tarif parkir. Banyaknya unggahan itulah yang menjadikan penelitian ini perlu dilakukan. Maka dari itu, penelitian ini

bertujuan untuk menganalisis peran grup ICJ dalam upaya penyelesaian permasalahan parkir di DIY berdasarkan unggahan yang ada.

Media sosial memiliki posisi yang penting dalam berbagai sektor kehidupan. Berkaitan dengan aktivitas ekonomi, terdapat penelitian oleh [Tjhin dkk. \(2021\)](#) dan [Haeruddin dkk. \(2023\)](#) yang meneliti peran media sosial dalam sarana pengembangan UKM dan UMKM. [Tjhin dkk. \(2021\)](#) berfokus pada hasil sebuah kegiatan pengabdian berkaitan dengan strategi *branding* melalui media sosial yang menemukan fakta bahwa masyarakat masih belum dapat mengoptimalkan media sosial sebagai alat untuk mem-*branding* usaha kecil menengah mereka. Sementara itu, penelitian [Haeruddin dkk. \(2023\)](#) justru menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan volume penjualan UMKM.

Media sosial juga memiliki posisi penting dalam aktivitas politik. [Muhammad dan Aminudin \(2019\)](#) menemukan bahwa media sosial Instagram berperan berdasarkan lima kebutuhan media yakni, kognitif, afektif, integritas personal, integritas sosial, dan kebutuhan akan hiburan. Senada dengan penelitian sebelumnya, [Supit dkk. \(2022\)](#) juga membuktikan bahwa media sosial secara umum juga memiliki peran dalam meningkatkan elektabilitas calon anggota legislatif dalam Pemilihan Umum 2019. Media sosial dapat dijadikan sebagai media informasi bagi masyarakat dan menjadi wadah bagi para kandidat untuk menyebarluaskan informasi seperti visi dan misinya. Sementara itu, dalam memperluas informasi, [Felicia dan Loisa \(2018\)](#) meneliti peran *buzzer* dalam aktivitas kampanye di media sosial Twitter. Hasil temuan penelitian tersebut menunjukkan bahwa *buzzer* profesional berperan untuk memperluas suatu informasi melalui aktivitas *retweet* terkait dengan narasi dan tagar harian hingga dapat disadari oleh masyarakat ketika masuk jajaran *trending topic*.

Media sosial memiliki peran tersendiri dalam memberikan edukasi kepada masyarakat. Penelitian [Linzonia dan Supriyono \(2021\)](#) menemukan fakta bahwa media sosial memiliki peran vital selama berlangsungnya pandemi COVID-19 yakni sebagai sarana berkomunikasi, mendapatkan informasi, dan membentuk konstruksi masyarakat dalam menyikapi berbagai berita tentang perkembangan COVID-19. Vitalnya peran media sosial juga diteliti [Fadli dan Sazali \(2023\)](#) yang menemukan fakta bahwa keberadaan akun @greenpeaceid sebagai media kampanye menjaga lingkungan dinilai memiliki peran vital karena mampu memberikan advokasi informasi mengenai lingkungan dengan banyaknya respons positif dari unggahan akun tersebut. Sementara itu, [Sodikin dan Solikhah \(2022\)](#) memberikan perspektif edukasi yang berbeda dalam penelitiannya. Peran media sosial dalam berdakwah dipilih sebagai fokus penelitian yang dilakukan dengan mengambil akun Instagram @obyrezapost sebagai media yang diteliti. Dari penelitian tersebut, ditemukan fakta bahwa melalui fitur-fitur yang disediakan Instagram, Oby Reza dapat menghasilkan konten yang lebih menarik. Selain itu, Instagram juga berperan sebagai media komunikasi yang sangat luas dan *accessible*. Hal ini dapat memudahkan para dai dalam melakukan dakwahnya.

Dalam konteks komunikasi publik, media sosial juga memiliki peran signifikan dan menjadi topik pada banyak penelitian. Hal ini dibuktikan dengan ditemukannya beberapa penelitian yang membahas tentang peran media sosial pada komunikasi publik. Peran komunikasi publik media sosial dalam implementasi kebijakan keterbukaan informasi publik di Kota Bandung menjadi sebuah hal yang menarik dari penelitian yang dilakukan oleh [Yovinus \(2018\)](#). Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa dalam melakukan sosialisasi kebijakan, pemerintah dapat menjadikan media sosial sebagai sarana uji publik yang efektif tanpa melakukan interaksi fisik antara pemerintah dan masyarakat. Tak heran, dalam penelitian yang dilakukan oleh [Maulvi dkk. \(2023\)](#) menyatakan bahwa media sosial memiliki peran

tersendiri bagi humas pemerintah. Penelitian tersebut mengungkap sebuah fakta bahwa media sosial telah digunakan berbagai instansi pemerintah guna menunjang pelayanan publik dan manajemen krisis. Hal tersebut didukung dengan kecepatan distribusi informasi, transparansi, dan mudahnya komunikasi dua arah. Secara lebih spesifik, [Aminah \(2019\)](#) meneliti tentang peran media sosial dalam hal ini adalah platform Facebook dalam proses pembentukan opini publik menjelang pemilihan umum legislatif 2019 di Kabupaten Aceh Jaya. Dalam penelitiannya tersebut, ditemukan fakta bahwa media sosial Facebook merupakan salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat di Kabupaten Aceh Jaya. Maka dari itu, peran platform Facebook ini sangatlah vital dalam membangun opini publik menjelang Pemilihan Umum Legislatif 2019 di Kabupaten Aceh Jaya.

Dari tinjauan berbagai literatur tersebut, dapat disimpulkan bahwa penelitian tentang peran media sosial telah banyak dilakukan dalam berbagai fokus kajian. Namun, secara lebih spesifik, belum terdapat penelitian berkaitan dengan peran media sosial yang ditinjau dari perspektif komunitas atau grup dalam media sosial itu sendiri. Meskipun telah ditemukan penelitian tentang grup “Info Cegatan Jogja” oleh [Surwandono dan Bahari \(2020\)](#) tentang fungsi advokatif ICJ dalam menyelesaikan permasalahan *klitih*, tetap perlu adanya pembaharuan penelitian dengan perspektif waktu pasca terjadinya pandemi COVID-19. Maka dari itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran grup “Info Cegatan Jogja” dalam upaya penyelesaian permasalahan tarif parkir “Nuthuk” di DIY. Hal inilah yang menjadi kebaruan atau *novelty* dari penelitian ini. Namun, terdapat keterbatasan dari penelitian ini di mana data dari penelitian ini belum dilengkapi dengan data yang berasal dari para pemangku kebijakan atau pemerintah setempat.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus. Menurut [Denzin & Lincoln \(2011: 3-4\)](#), penelitian kualitatif adalah sebuah upaya untuk melakukan rasionalisasi dan interpretasi terhadap realitas kehidupan berdasarkan pemahaman peneliti. Sedangkan menurut [Creswell \(2013: 97\)](#), [Gerring \(2004: 352\)](#), [Schramm \(dalam Yin, 1994: 12\)](#), dan [Flyvbjerg \(2011: 301-302\)](#), pendekatan studi kasus diartikan sebagai sebuah penelitian intensif yang mengkaji satu atau lebih (perbandingan) kasus tertentu, atau satu atau lebih (perbandingan) keputusan tertentu dalam kehidupan nyata untuk tujuan tertentu melalui pengumpulan data yang mendalam, menyeluruh dengan melibatkan berbagai sumber informasi seperti observasi, wawancara, dokumen, audio visual, arsip, dan laporan-laporan ([Al Hamdi dkk., 2020](#)).

Sumber data yang akan digunakan dalam penelitian ini adalah data primer dan data sekunder. Untuk mendapatkan data primer, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data wawancara mendalam (*in depth interview*), observasi, dan dokumentasi. Dalam melakukan wawancara mendalam, dipilih satu informan kunci dari penelitian ini dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. *Purposive sampling* diartikan sebagai sebuah teknik pengambilan sampel sumber data dengan pertimbangan tertentu di mana pertimbangan tertentu yang dimaksud ialah seseorang yang dianggap paling tahu dari hal yang menjadi tujuan dari penelitian ([Sugiyono, 2021](#)). Dari teknik tersebut, dipilih Mas Yanto Sumantri atau akrab disapa Mas Antok sebagai salah satu pendiri sekaligus pengelola dari grup atau komunitas Info Cegatan Jogja. Dengan adanya data primer yang berasal dari informan kunci, harapannya peneliti dapat memperoleh informasi yang mendalam terkait dengan penelitian yang dilakukan ([Hasanuddin dkk., 2021](#)). Sementara itu, teknik observasi dilakukan dengan melakukan pengamatan secara langsung dari berbagai unggahan yang ada di grup ICJ. Hasil observasi kemudian dikumpulkan

menjadi sebuah arsip dan dokumentasi guna memperkaya data penelitian. Selain itu, data primer yang telah didapatkan kemudian dilengkapi dengan data sekunder yang berasal dari artikel ilmiah, laman berita, dan data lain yang mendukung penelitian.

Setelah mendapatkan data primer dan sekunder, peneliti kemudian mengolah data tersebut melalui tiga tahapan yakni pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Guna mengobjektifkan hasil penelitian, dilakukan *Focus Group Discussion* (FGD) bersama dengan Dosen Pembimbing dalam penarikan kesimpulannya.

3. Hasil dan Pembahasan

3.1. Sekilas tentang Grup Info Cegatan Jogja

Grup komunitas “Info Cegatan Jogja” atau ICJ merupakan sebuah saluran komunikasi berbasis platform Facebook untuk mendiskusikan sesuatu dan saling berinteraksi antara masyarakat satu dengan yang lain. Terbentuknya grup ICJ didasari oleh rasa solidaritas yang tinggi (Surwandono & Bahari, 2020). Secara historis, grup ini didirikan oleh sekumpulan pedagang aktif yang mendirikan sebuah forum jual beli (FJB) pada platform Facebook. Salah satu dari beberapa pendiri ICJ tersebut yang masih aktif hingga saat ini adalah Mas Yanto Sumantri atau Mas Antok. Sejak berdirinya ICJ pada tahun 2014, ICJ berhasil menjadi ruang diskusi nyaman bagi seluruh penduduk Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY) hingga saat ini. Selain itu, sebelum adanya peristiwa pandemi COVID-19, grup ini juga telah memberikan berbagai dampak luar biasa terhadap berbagai permasalahan di DIY seperti *klitih*, permasalahan kebijakan publik, dan lain sebagainya. Namun, berdasarkan hasil wawancara peneliti bersama dengan Mas Antok selaku pengelola grup ICJ menemukan fakta bahwa dampak luar biasa tersebut mulai tereduksi sejak adanya peristiwa Pandemi COVID-19. Sejak adanya pandemi COVID-19, ICJ sekadar difungsikan sebagai sebuah forum diskusi dan pusat informasi serta sumber wawasan bagi masyarakat. Pengelolaan Grup ICJ oleh para pengelola juga tidak lagi semasif sebelum terjadinya pandemi COVID-19. Walaupun demikian, Grup ICJ masih menjadi pusat informasi yang lengkap dan ruang diskusi yang nyaman bagi masyarakat.

Informasi yang ada pada Grup ICJ memiliki kredibilitas yang relatif tinggi. Hal ini dibuktikan dari hasil penelitian Hartama dan Suranto (2022) yang menunjukkan bahwa unggahan yang ada di Grup ICJ telah memenuhi karakteristik informasi yang berkualitas mulai dari aspek efektivitas, efisiensi, kerahasiaan, dan integritas, meskipun satu aspek yakni kepatuhan belum memenuhi. Aturan grup yang ditegakkan juga merupakan upaya untuk menaikkan kredibilitas informasi yang ada di Grup ICJ. Selain untuk menaikkan kredibilitas informasi, aturan tersebut diberlakukan juga untuk meminimalisir adanya penyalahgunaan informasi seperti penipuan. Aturan tersebut telah tertera dalam aturan grup pada bagian tentang grup. Adapun peraturan unggahan di grup ICJ sebagaimana yang berhasil peneliti kumpulkan adalah sebagai berikut:

a. Unggahan Kehilangan Wajib Paham

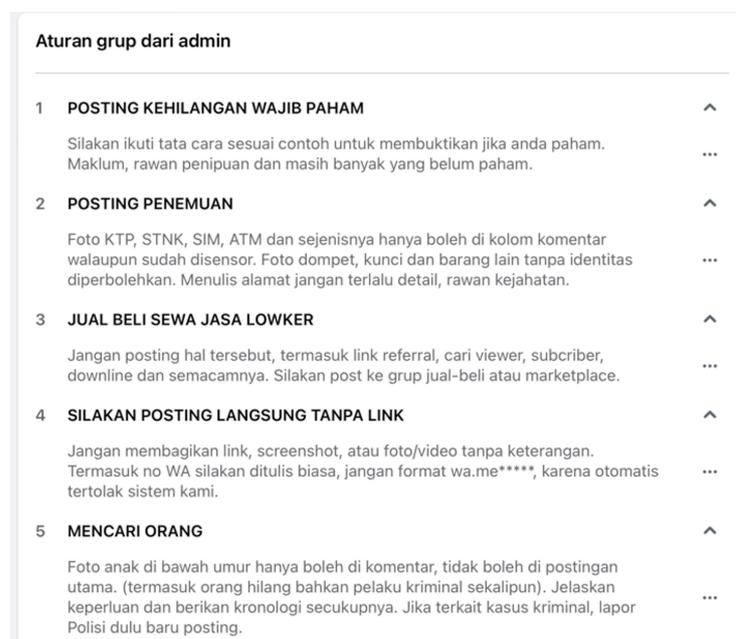
Wajib paham yang dimaksud ialah bahwa pembuat unggahan wajib mengunggah sesuai dengan contoh. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir adanya penipuan.

b. Unggahan Penemuan

Unggahan berbentuk foto identitas (KTP, STNK, SIM, ATM, dan sejenisnya) hanya diperkenankan diunggah pada kolom komentar meskipun sudah disensor. Selain itu, dilarang juga menulis alamat terlalu spesifik untuk menghindari kejahatan.

- c. Dilarang Mengunggah Jual Beli Jasa Lowker
Apabila berkenan dapat diunggah di grup jual beli/*marketplace* (salah satu fitur Facebook).
- d. Silakan Unggah Langsung Tanpa Tautan
Unggahan yang menggunakan tautan tanpa keterangan akan secara otomatis tertolak sistem.
- e. Mencari Orang
Foto hanya boleh dibagikan melalui kolom komentar (baik itu pelaku kriminal maupun orang hilang). Tuliskan kronologi secukupnya dan apabila termasuk tindak kriminal, pengunggahan diperbolehkan selepas pelaporan ke polisi.
- f. Jangan *Upload Chat*
Hal ini dilarang karena termasuk ranah privasi. Apabila tetap menghendaki unggah bukti *chat*, dapat dilakukan di kolom komentar.
- g. Lain-lain
Aturan lain-lain merujuk pada kebijakan standar komunitas Facebook.

Gambar 1 merupakan potongan gambar tangkapan layar dari aturan unggahan yang ada di grup ICJ.



Gambar 1. Tangkapan Layar Peraturan yang Tercantum pada Grup ICJ

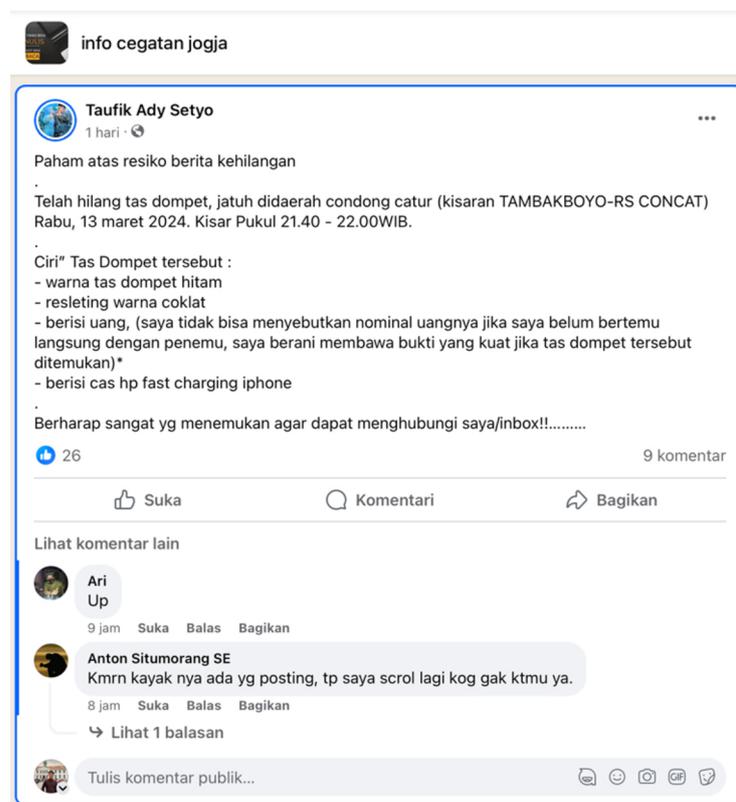
Peraturan tersebut dibuat bukan tanpa alasan. Selain untuk menertibkan unggahan yang ada, peraturan tersebut juga merupakan langkah yang diambil oleh pengelola grup dalam hal ini Mas Antok dan kawan-kawannya untuk dapat mengakomodir beragam kebutuhan masyarakat tanpa melanggar aturan dari Facebook itu sendiri secara aman. Dalam menjalankan tugas tersebut, terdapat kurang lebih 5-6 pengelola/administrator lain termasuk Mas Antok itu sendiri. Selain penggunaan aturan tertulis, pengelola grup ICJ juga menggunakan penyaringan dalam melalui mekanisme sistem yang disediakan oleh Facebook itu sendiri. Dengan demikian, terdapat seleksi unggahan berjenjang yang baik untuk menghindari informasi palsu atau *hoax*.

Dalam memberikan pelayanannya, pengelola dari grup ICJ memegang prinsip untuk senantiasa memberikan rasa aman bagi seluruh warga ICJ. Sebuah unggahan tidak dipublikasikan bukan berarti karena pengelola memiliki suatu tendensi terhadap pembuat unggahan, tetapi hal tersebut dilakukan untuk menegakkan aturan yang ada. Selain itu, penegakkan aturan tersebut juga dilakukan untuk

meminimalisir berbagai percobaan tindakan kejahatan (penipuan, penyalahgunaan data, dll.) dari setiap unggahan yang ada. Meskipun demikian, karena pengelola Grup ICJ bersifat sukarela, maka tata kelola dari grup ini masih belum terstruktur dengan baik. Akan tetapi, realitasnya, tata kelola yang belum terstruktur dari grup ini justru telah berhasil mengakomodir banyak kebutuhan masyarakat.

3.2. Sebaran Unggahan dalam Grup ICJ

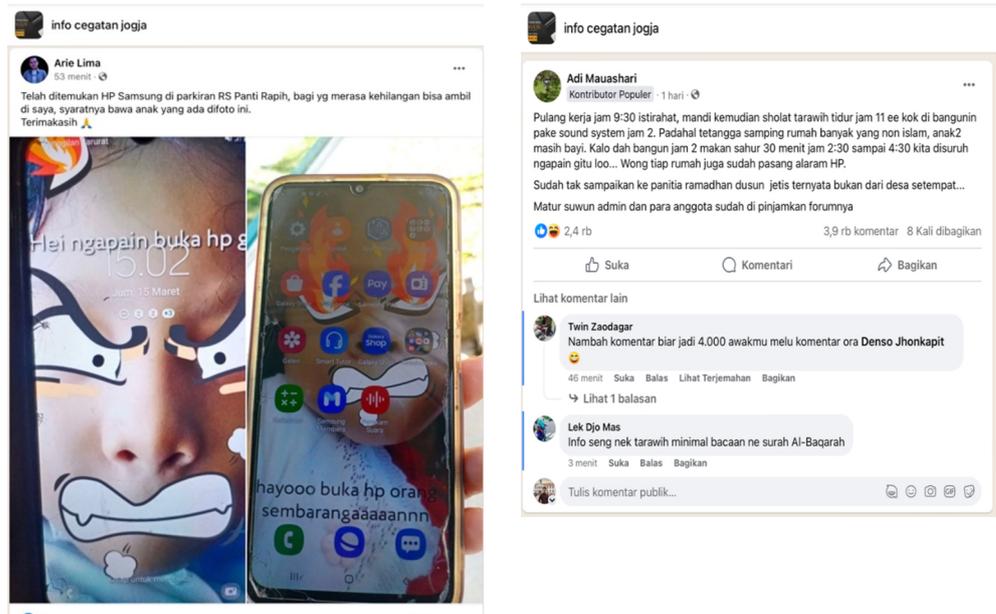
Sebagaimana yang telah disebutkan dalam latar belakang dan hasil observasi secara langsung peneliti di dalam Grup ICJ, terdapat beragam jenis unggahan seperti berita kehilangan, permintaan bantuan, keluhan masyarakat, pandangan tentang suatu kebijakan, dan berbagai jenis unggahan lain. Namun, dengan adanya aturan yang telah dibahas pada subbab sebelumnya, tidak seluruh unggahan dari setiap jenisnya dapat dipublikasikan. Dengan demikian, segala bentuk unggahan yang terpublikasikan di ICJ memiliki tingkat kebenaran yang tinggi. Dari segala jenis unggahan yang ada, jenis unggahan berita kehilangan merupakan yang tertinggi. Berita kehilangan yang dimaksud bukan hanya barang, tetapi juga orang hilang dan berita penemuan sebuah barang. Sebagai salah satu contoh, [Gambar 2](#) merupakan jenis unggahan berita kehilangan.



Gambar 2. Unggahan Berita Kehilangan di ICJ

Selain berita kehilangan, terdapat juga berita penemuan dan keluhan masyarakat sebagaimana digambarkan pada [Gambar 3](#).

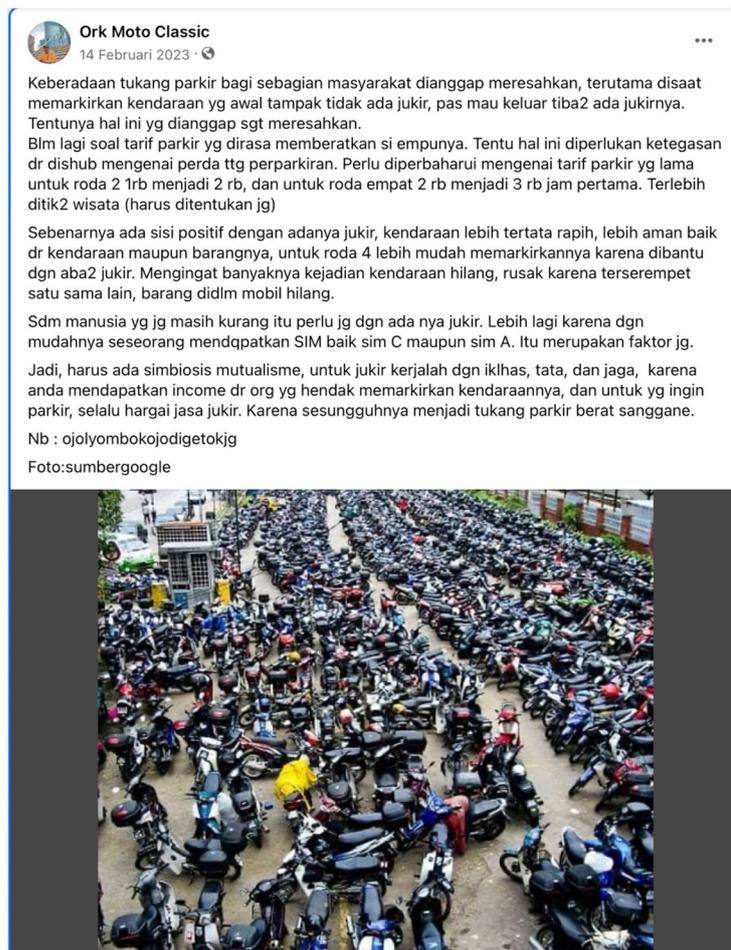
Data tersebut menunjukkan beragamnya jenis unggahan yang ada di Grup ICJ. Hal ini senada dengan hasil penelitian oleh [Hartama dan Suranto \(2022\)](#) yang menunjukkan beragamnya jenis unggahan di ICJ antara lain iklan, berita kehilangan, keluhan, informasi kecelakaan, informasi tindakan kriminal, dan informasi bencana alam. Dari beragam jenis unggahan tersebut, permasalahan parkir, baik berupa keluhan ataupun berupa informasi menjadi salah satu yang terbanyak dalam konteks pembahasan pariwisata. Unggahan permasalahan parkir juga sering kali mendapatkan banyak respons yang luar biasa.



Gambar 3. Unggahan Berupa Penemuan Barang dan Keluhan

3.3. Unggahan Masyarakat tentang Permasalahan Parkir di Grup ICJ

Unggahan tentang parkir terbagi ke dalam tiga jenis yakni unggahan yang bersifat positif (pujian), unggahan yang bersifat negatif (keluhan), dan unggahan yang bersifat informatif/edukatif. Unggahan positif dapat berupa pandangan pengelolaan yang telah baik dilakukan di suatu wilayah. **Gambar 4** merupakan salah satu unggahan parkir yang bersifat positif.



Gambar 4. Unggahan tentang Parkir yang Bersifat Positif

Unggahan di atas menunjukkan pandangan yang bersifat positif dari seluk beluk permasalahan parkir di DIY. Hal tersebut dapat terlihat dari pesan yang disampaikan yang menunjukkan adanya sisi positif dari pengelolaan parkir meskipun dengan beberapa catatan di dalamnya. Namun, unggahan yang bersifat positif tersebut sangat sulit ditemukan. Meskipun dari hasil wawancara peneliti, ditemukan fakta bahwa pengelola grup menerima segala bentuk unggahan baik itu bersifat positif atau negatif untuk menciptakan kondusivitas grup yang baik. Unggahan yang lebih mudah ditemukan justru unggahan yang bersifat negatif dengan lebih ramainya reaksi dari anggota Grup ICJ sebagaimana [Gambar 5](#).



Gambar 5. Unggahan tentang Parkir yang Bersifat Negatif

Unggahan di atas menunjukkan unggahan tentang parkir yang bersifat negatif (keluhan). Unggahan tersebut lebih mudah ditemukan karena anggota Grup ICJ cenderung lebih tertarik terhadap unggahan yang bersifat negatif. Hal tersebut dibuktikan dari dua sampel unggahan yang menghasilkan reaksi yang berbeda. Unggahan tentang parkir yang bersifat positif hanya menghasilkan tidak lebih dari 1000 reaksi baik itu komentar ataupun *emoji* sedangkan unggahan yang bersifat negatif menghasilkan reaksi lebih dari 1000. Sementara itu, unggahan yang bersifat informatif/edukatif dapat ditemukan dalam bentuk unggahan informasi sebuah kebijakan atau berita yang berhubungan dengan perpustakaan sebagaimana [Gambar 6](#).

Peliknya permasalahan parkir yang ada, sering kali dikaitkan dengan besarnya pemasukan rata-rata penduduk DIY. Pemasukan rata-rata penduduk DIY diukur menggunakan besaran Upah Minimum Regional atau UMR-nya yang juga rendah. Hal ini pernah ditemukan peneliti dalam sebuah unggahan di ICJ yang mengisyaratkan kepada seluruh pelaku parkir baik resmi maupun tidak resmi untuk menyesuaikan tarif parkir dengan besaran UMR di DIY. Bersamaan dengan unggahan tersebut pula dilampirkan sebuah tangkapan layar seorang juru parkir yang diamankan Satuan Bersama Pungutan Liar (Saber Pungli). Hal tersebut senada dengan hasil wawancara yang dilakukan bersama dengan Mas Antok yang juga menyebutkan bahwa berdasarkan sebagian besar unggahan tentang perpustakaan dan pengalaman Mas Antok sendiri menunjukkan tingginya tarif parkir di DIY ini sangatlah mirip dengan sebuah tindakan pungutan liar atau (pungli). Hal ini

tersebut mempunyai hak untuk tidak memberikan uangnya.

Kepala Dinas Perhubungan Kota Jogjakarta, Agus Arif Nugroho menyampaikan fenomena pelanggaran dan potensi pelanggaran perihal parkir telah dilakukan upaya penindakan.

Pihak yang berwenang untuk melakukan penindakan yang berkaitan dengan hukum adalah aparat penegak hukum.

"Kami juga sudah berkoordinasi dengan pihak kepolisian dan mereka akan mengenakan pasal yang bukan tipiring," ujarnya.

Jika masyarakat sedang parkir di suatu tempat mendapati ada juru parkir yang tidak memberikan karcis, Agus Arif mengimbau untuk tidak usah diberi uang parkir.

Apabila juru parkir tersinggung karena kita tidak membayar dan ia melakukan tindakan kekerasan, hal tersebut akan diproses secara hukum.



**Imbauan Pemkot Jogja:
Jangan Beri Uang Jukir
yang tidak Menyerahkan Karcis**

www.radarjogja.jawapos.com

Gambar 6. Unggahan tentang Parkir yang Bersifat Edukatif

didasarkan pada relevansi antara kebutuhan masyarakat atau pengendara untuk menitipkan kendaraannya dengan keberadaan jasa parkir itu sendiri. Namun, realitas yang banyak terjadi justru keberadaan pelaku parkir ini justru dilatarbelakangi oleh kebutuhan juru parkir, bukan kebutuhan pengguna kendaraan.

3.4. Sasaran dan Penerima Unggahan (Pesan) Permasalahan Parkir dalam Grup ICJ

Salah satu elemen yang mendasar dari sebuah teori komunikasi adalah penerima pesan. Penerima pesan dalam grup ICJ merupakan seluruh anggota ICJ baik yang membaca ataupun tidak membaca. Dengan demikian dapat diartikan bahwa penerima pesan berupa unggahan tersebut ditujukan untuk skala yang luas. Hal ini menyebabkan pesan diterima oleh sekelompok individu dalam hal ini anggota ICJ, bukan *person by person* semata. Dengan luasnya skala atau cakupan penerima pesan dari setiap unggahan ini, maka reaksi yang ditimbulkan juga diperkirakan akan luas dan besar. Terlebih lagi, unggahan tersebut mengandung sebuah pesan yang mengundang reaksi banyak pihak.

Saat ini, jumlah seluruh anggota ICJ per Desember 2023 berjumlah lebih dari 1,2 juta pengguna Facebook. Adapun dari 1,2 juta anggota tersebut terklasifikasi secara otomatis menjadi beberapa kategori seperti kontributor populer, teman yang sama, dan halaman. Sebagai salah satu contoh, kontributor populer merupakan anggota ICJ yang sering kali mengirimkan unggahan, sedangkan teman yang sama merupakan teman dari akun peneliti yang sama-sama bergabung ke dalam grup ICJ.

Parkir menjadi salah satu topik di ICJ yang sering kali menimbulkan ketertarikan untuk dibahas dan didiskusikan, terkhusus ketika masa liburan/wisata dan lebaran. Sebagaimana dijelaskan pada bagian sebelumnya bahwa unggahan tentang perpustakaan tidak hanya posting yang bersifat mengeluhkan saja, tetapi terdapat pula beragam unggahan yang bersifat memuji dari perpustakaan tersebut juga. Namun, realitasnya para penerima pesan justru cenderung menyoroti unggahan yang mengarah pada sebuah keluhan dan/atau permasalahan, bukan unggahan yang mengarah ke kepada sebuah pujian.

Sebagai sebuah komunitas atau grup yang terbuka bagi anggotanya, maka di dalam grup ICJ itu sendiri diketahui terdapat beberapa pejabat publik yang bergabung di dalamnya. Berdasarkan observasi peneliti sebelum adanya pandemi COVID-19, salah satu dari pejabat publik tersebut adalah Kepala Bidang Humas (Kabid Humas) Kepolisian Daerah Istimewa Yogyakarta (Polda DIY) Pak Yulianto yang saat ini telah dipindahtugaskan. Pak Yulianto sering kali merespons dan ikut "nimbrung" beragam unggahan masyarakat dan juga memberikan unggahan edukatif kepada masyarakat baik itu sebuah program dari Polda DIY itu sendiri, maupun program pemerintah yang dirasa perlu untuk disosialisasikan. Adapun berdasarkan hasil wawancara bersama Mas Antok, pejabat publik yang berkenan muncul di media sosial dan merespons masyarakat seperti inilah yang masih banyak dibutuhkan oleh masyarakat luas dalam hal ini Masyarakat Jogja. Maka dari itu, dengan adanya artikel ini semoga akan lebih banyak pejabat publik yang berkenan untuk menyerap pandangan masyarakat melalui sosial media.

3.5. Efek Berbagai Unggahan Permasalahan Perpustakaan di DIY dalam Grup ICJ

Berbagai unggahan terkait dengan permasalahan perpustakaan yang masih terus menerus terjadi bahkan hingga saat ini menjadikan alasan kita untuk mengetahui seberapa besar efek dari sebuah pesan yang disampaikan melalui setiap unggahan di grup ICJ. Hal tersebut menjadi landasan dikarenakan dengan kita mengetahui efek dari setiap unggahan, kita dapat pula mengukur seberapa besar peran grup komunitas ini dalam upaya penyelesaian permasalahan parkir di DIY.

Efek dari setiap unggahan itu sendiri menghasilkan sebuah ruang diskusi dan interaksi antar anggota grup. Seluruh anggota berhak dan diperkenankan untuk memberikan respons dengan mengutarakan pandangan serta pendapatnya selama masih sesuai dengan aturan yang ada. Akan tetapi, dengan adanya banyak respons dari setiap posting, ternyata juga menimbulkan banyak kesimpulan, baik berupa kesimpulan positif maupun kesimpulan negatif. Hingga saat ini, dari bermacam-macam diskusi dan interaksi yang tercipta di ICJ belum dapat menghasilkan suatu kesimpulan bulat. Di sisi lain, apabila diukur secara kuantitatif juga belum dapat dilakukan mengingat *database* dari reaksi setiap posting ICJ pada platform Facebook sulit untuk diekstraksi menjadi sebuah *dataset* yang lengkap.

Sebelum terjadinya pandemi, ICJ sering kali mengadakan sebuah aksi bersama terkait dengan suatu isu. Bahkan isu yang dibahas dan didiskusikan di ICJ sering kali berhubungan dengan hal yang sedang diperbaiki oleh Pemerintah baik itu layanan maupun program. Sehingga, secara tidak langsung, keberadaan ICJ itu sendiri sebelum terjadinya pandemi cenderung memiliki kekuatan untuk mempengaruhi kebijakan. Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara bersama Mas Antok sebagai "Presiden ICJ" yang menyebutkan bahwa dahulunya sebelum terjadinya pandemi sering kali mengadakan pertemuan bersama dengan pemangku kebijakan, termasuk dalam permasalahan parkir ini. Namun, dalam permasalahan ini, Mas Antok mengaku bahwa Mas Antok belum pernah menemui pembahasan yang melibatkan para pelaku parkirnya. Akan tetapi, hasil yang berbeda ditemukan dalam penelitian oleh [Pradana dan Puspitasari \(2019\)](#) di mana penelitian tersebut

mengkaji tentang penanggulangan juru parkir ilegal dari perspektif pembuat kebijakan. Penelitian tersebut menghasilkan fakta bahwa pemerintah telah melakukan tindakan preventif dan represif. Penindakan secara preventif meliputi pembagian wilayah parkir, alokasi parkir, sosialisasi kepada masyarakat, pembinaan, pemberian brosur, razia parkir, dan evaluasi kegiatan. Sementara itu, penindakan represif berupa penindakan secara langsung. Selain itu, dalam penelitian ini pula ditemukan fakta bahwa terdapat faktor pendukung seperti adanya juru parkir yang dituakan, sarana dan prasarana yang memadai, laporan masyarakat, dan koordinasi yang baik antar instansi. Penelitian tersebut membuktikan bahwa pemerintah telah melakukan koordinasi antar instansi meskipun tidak disebutkan pernah melakukan koordinasi bersama pelaku parkir.

Berbeda dengan kondisi pasca terjadinya pandemi bahwa berdasarkan hasil wawancara dan analisis, ICJ mengalami pergeseran tujuan dan fokus menjadi sebuah grup yang sekadar memberikan wawasan atau pusat informasi kepada anggota grup. Meskipun demikian, anggota ICJ tetap diberikan keleluasaan untuk memberikan respons sebagaimana kondisi sebelum COVID-19. Selain itu, kondisi pandemi juga pernah menyebabkan grup komunitas ICJ ini diliburkan selama beberapa saat oleh Mas Antok dkk. Adanya pergeseran pola kehidupan masyarakat merupakan salah satu penyebab bergesernya tujuan dan peran dari keberadaan ICJ ini.

Saat ini masih ditemukan banyak sekali unggahan di ICJ dalam topik apa pun. Reaksi dari masyarakat pun masih terlihat interaktif dan antusias dalam setiap unggahan ketika memang topik yang sedang didiskusikan itu menarik. Meskipun ICJ pasca pandemi hanya ditujukan sebagai ruang diskusi dan penyebaran informasi serta wawasan, ICJ tetap menjadi grup yang dibutuhkan oleh masyarakat, terutama anggota ICJ.

Penelitian tentang permasalahan perparkiran di DIY pernah diteliti pada tahun 2019 oleh [Pradana dan Puspitasari \(2019\)](#) di mana penelitian tersebut mengkaji tentang penanggulangan juru parkir ilegal dari perspektif pembuat kebijakan. Penelitian tersebut menghasilkan fakta bahwa pemerintah telah melakukan tindakan preventif dan represif. Penindakan secara preventif meliputi pembagian wilayah parkir, alokasi parkir, sosialisasi kepada masyarakat, pembinaan, pemberian brosur, razia parkir, dan evaluasi kegiatan. Sementara itu, penindakan represif berupa penindakan secara langsung. Selain itu, dalam penelitian ini pula ditemukan fakta bahwa terdapat faktor pendukung seperti adanya juru parkir yang dituakan, sarana dan prasarana yang memadai, laporan masyarakat, dan koordinasi yang baik antar instansi.

4. Kesimpulan

Perparkiran sebagai salah satu unsur dalam tata kelola pemerintahan sangat perlu diperhatikan oleh para pemangku kebijakan di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta (DIY). Terlebih DIY termasuk salah satu tujuan wisata primadona masyarakat di Indonesia. Tata kelola perparkiran sangat perlu untuk diperhatikan dan segera diselesaikan tanpa merugikan banyak pihak, termasuk para pelaku parkir itu sendiri. Tarif dan kawasan yang telah diatur melalui kebijakan sangat perlu untuk diawasi implementasinya. Hal ini dilakukan agar kebijakan yang telah diputuskan dapat berjalan sesuai dengan yang direncanakan.

Keberadaan komunitas atau grup Info Cegatan Jogja atau sering disebut ICJ masih menjadi ruang yang nyaman dan aman bagi para anggota grupnya dalam menyampaikan setiap pandangan dan pendapatnya tentang suatu topik. Beragam pandangan dan pendapat yang dikemukakan secara langsung oleh masyarakat layaknya menjadi sebuah keuntungan bagi para pemangku kebijakan untuk menyerap aspirasi secara mudah dengan keberadaan grup ICJ tersebut.

Unggahan tentang parkir telah terlampaui banyak ditemukan di Grup ICJ ini. Akan tetapi, sulitnya menemukan kesimpulan bulat dari setiap ruang diskusi yang tercipta dan belum ditemukannya pejabat publik yang ikut "nimbrung" menyerap aspirasi dalam grup ini menjadi tolok ukur utama bahwa peran grup ini tidak dapat memberikan dampak yang besar dalam permasalahan parkir di DIY. Meskipun demikian, ICJ masih memiliki peran sebagai pusat informasi dan ruang diskusi bagi masyarakat luas, termasuk dalam permasalahan perparkiran ini sebagai adanya pergeseran fungsi dan tujuan grup ICJ itu sendiri pasca Pandemi COVID-19. Dalam sisi lain, pengelolaan grup sendiri telah terlampaui baik dengan adanya prinsip suka rela dan saling tolong menolong antar pengelola maupun antar anggota grup. Dengan adanya penelitian ini semoga ICJ dapat menjadi ruang aspirasi publik bagi masyarakat atau pun pemerintah dalam menyikapi permasalahan.

Referensi

- Al Hamdi, R., Sakir, Suswanta, Atmojo, M. E., & Efendi, D. (2020). *Penelitian Kualitatif* (Queena Ns (ed.); 1st ed.). Pustaka Pelajar.
- Amin, I. (2022). *Grup ICJ: Dari Keluh Kesah Birokrasi hingga Info Keberadaan Klitih*. Tirto.id. <https://tirto.id/grup-icj-dari-keluh-kesah-birokrasi-hingga-info-keberadaan-klitih-gq2J>
- Aminah, A. (2019). Peran Media Sosial "Facebook" dalam Proses Pembentukan Opini Publik Menjelang Pemilihan Umum Legislatif 2019 di Kabupaten Aceh Jaya. *Source: Jurnal Ilmu Komunikasi*. <http://jurnal.utu.ac.id/jsource/article/view/918>
- Fadli, A., & Sazali, H. (2023). Peran Media Sosial Instagram @Greenpeaceid Sebagai Media Kampanye dalam Menjaga Lingkungan. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO* <http://jurnalilmukomunikasi.uho.ac.id/index.php/journal/article/view/32>
- Farmita, A. R. (2022). *Hati-hati, Ini Daftar Lokasi dan Tarif Parkir Resmi di Yogyakarta*. Kompas.com. <https://www.kompas.com/wiken/read/2022/04/30/155405681/hati-hati-ini-daftar-lokasi-dan-tarif-parkir-resmi-di-yogyakarta?page=all>
- Felicia, F., & Loisa, R. (2018). Peran Buzzer Politik dalam Aktivitas Kampanye di Media Sosial Twitter. *Koneksi*. <https://journal.untar.ac.id/index.php/koneksi/article/view/3906>
- Haeruddin, N., Wahida, A., & Maming, R. (2023). Peran Media Sosial dan E-Commerce bagi UMKM dalam Meningkatkan Volume Penjualan. *Jesya (Jurnal Ekonomi dan Ekonomi Syariah)*, 6(1), 625–637. <https://doi.org/10.36778/jesya.v6i1.962>
- Hartama, A. S., & Suranto, S. (2022). Unggahan Info Cegatan Jogja (ICJ) Sebagai Sumber Informasi bagi Masyarakat Yogyakarta. *Lektur: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(3), 245–251. <https://doi.org/10.21831/lektur.v5i3.19174>
- Hasanuddin, H., Rizaldi, A., Marta, A., & Ishak, I. (2021). Kesenjangan Angka Partisipasi Pemilih. *Nakhoda: Jurnal Ilmu Pemerintahan*, 20(2), 37–45. <https://doi.org/10.35967/njip.v20i2.219>
- Kompas. (2022). *Daftar Tarif Parkir Resmi di Yogyakarta untuk Motor, Mobil, dan Bus*. Kompas.com. <https://yogyakarta.kompas.com/read/2022/04/30/142259778/daftar-tarif-parkir-resmi-di-yogyakarta-untuk-motor-mobil-dan-bus?page=all>
- Linzonia, Y. U., & Supriyono, S. (2021). Peran Edukasi Media Sosial bagi Masyarakat Selama COVID-19. *Ideas: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Budaya*, 7(3), 195–202. <https://doi.org/10.32884/ideas.v7i3.427>
- Maulvi, H. R., Rizal, E., & Lusiana, E. (2023). Peran Media Sosial bagi Humas Pemerintah. *Komunikasi: Jurnal Komunikasi*, 14(1), 92–101. <https://doi.org/10.31294/jkom.v14i1.14939>
- Muhammad, N., & Aminudin, A. (2019). Peran Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Politik. *Pantarei*. <https://jom.fikom.budiluhur.ac.id/index.php/Pantarei/article/view/437>
- Nabila, F. (2022). *Deretan Kasus Parkir Viral di Yogyakarta, Tarif Nuthuk hingga Pejalan Kaki Ditarik Ongkos*. Suara.com. <https://www.suara.com/news/2022/05/06/170312/deretan-kasus-parkir-viral-di-yogyakarta-tarif-nuthuk-hingga-pejalan-kaki-ditarik-ongkos>
- Pradana, A., & Puspitasari, C. D. (2019). Penanggulangan Juru Parkir Ilegal oleh Pemerintah Kota Yogyakarta. *AGORA*, 8(3), 250–262. <https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/civics/article/view/14892>
- Rasyid, S. (2020). *Mengenal Grup Info Cegatan Jogja, Wadah Berbagi Informasi Terbesar di Yogyakarta*. Merdeka.com. <https://www.merdeka.com/jateng/mengenal-grup-medsos-info-cegatan-jogja-wadah-berbagi-informasi-terbesar-di-yogya.html>
- Sodikin, A., & Solikhah, S. (2022). Peran Media Sosial dalam Berdakwah. *Syiar: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 2(1), 29–40. <https://doi.org/10.54150/syiar.v2i1.55>
- Sugiyono, P. D. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D* (1st ed.). Penerbit Alfabeta.
- Supit, M., Lapian, M. T., & Tulung, T. E. (2022). Peran Media Sosial dalam Meningkatkan Elektabilitas Calon Anggota Legislatif dalam Pemilihan Umum Tahun 2019 (Studi di Desa Mobuya Kecamatan Passi Timur

- Kecamatan Bolaang Mongodow). *Jurnal Eksekutif*, 2(1). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v3/index.php/jurnaleksekutif/article/view/39291>
- Surwandono, S., & Bahari, D. M. (2020). The Advocacy of Facebook Public Group "Info Cegatan Jogja" to Prevent Gangsterism Action "Klitih" in Yogyakarta, Indonesia. *Society*, 8(2), 343–358. <https://doi.org/10.33019/society.v8i2.188>
- Tjhin, S., Matahari, T., Arsyadi, R., Wahyuni, M. J. R. B., & Harditya, A. (2021). Strategi Branding: Peran Media Sosial dalam Memajukan Perekonomian Masyarakat Melalui UKM. *Journal of Community Services: Sustainability and Empowerment*, 1(1), 21–33. <https://ojs.sampoernauniversity.ac.id/index.php/JCSSE/article/view/166>
- Yovinus. (2018). Peran Komunikasi Publik Media Sosial dalam Implementasi Kebijakan Keterbukaan Informasi Publik di Kota Bandung. *Jurnal Academia Praja*, 1(1), 185–211. <https://fisip.unjani.ac.id/e-jurnal/jurnal-magister-ilmu-pemerintahan/academia-praja-vol-01-no-01/peran-komunikasi-publik-media-sosial-dalam-implementasi-kebijakan-keterbukaan-informasi-publik-di-kota-bandung/>