

ABSTRAK

Kemacetan menjadi masalah sehari-hari yang terjadi di kota – kota besar khususnya DKI Jakarta, kemacetan ini menimbulkan berbagai kerugian baik secara finansial maupun kerusakan lingkungan. Untuk mengatasi permasalahan tersebut, pemerintah provinsi DKI Jakarta memfasilitasi masyarakatnya dengan berbagai transportasi umum, salah satunya adalah MRT Jakarta yang menawarkan berbagai fasilitas modern. Sayangnya, tidak semua masyarakat berperilaku baik di dalam transportasi umum tersebut yang membuat banyak pengguna lain menjadi kurang nyaman. Maka dari itu, pihak MRT Jakarta membuat berbagai konten edukasi untuk menambah wawasan para penggunanya baik dalam hal pengetahuan tentang aturan, kenyamanan, keselamatan, maupun etika dalam menggunakan MRT Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan teknik *Simple Random Sampling* dan memperoleh 102 responden yang diolah menggunakan IBM SPSS versi 22. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa konten edukasi memiliki kontribusi yang tinggi terhadap perilaku pengguna yaitu sebesar 66,5%. Dapat disimpulkan bahwa konten edukasi yang diunggah pada instagram @mrtjkt memiliki pengaruh yang signifikan terhadap perilaku pengguna MRT Jakarta asal Jabodetabek.

Kata Kunci: Kemacetan, Konten Edukasi, MRT Jakarta, Perilaku Pengguna, Transportasi Umum