

BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Saat ini kita sedang menghadapi era informasi, dimana ini berdampak pada perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Hal ini tentu diawali dengan kemajuan teknologi yang kian hari makin canggih. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi ini mempunyai peranan penting terhadap teknologi modern untuk memperlancar proses komunikasi.

Seiring dengan perkembangan tersebut, teknologi informasi dan komunikasi memberikan pengaruh yang besar terhadap masyarakat global sebagai penggunanya. Perkembangan tersebut mendorong perubahan komunikasi konvensional menjadi komunikasi modern dengan gaya hidup digital. Dan ini juga berpengaruh terhadap perilaku masyarakat itu sendiri dalam berinteraksi dan berkomunikasi.

Kehadiran teknologi yang makin canggih ini tidak dapat terelakkan oleh masyarakat. Teknologi melahirkan beragam model bisnis termasuk bisnis yang saat ini menjadi fenomena di masyarakat yaitu layanan transportasi online. Masyarakat dapat menggunakan layanan transportasi *online* ini dengan menggunakan smartphone yang mereka miliki setelah mengunduh aplikasi layanan tersebut.

Jasa transportasi *online* saat ini dirasa sebagai sarana yang sangat penting di dalam kehidupan masyarakat, transportasi digunakan setiap masyarakat untuk memperlancar aktifitas sehari-harinya, setiap orang tentu membutuhkan transportasi dalam berbagai kegiatannya seperti bekerja, bersekolah, bepergian maupun aktifitas lainnya.

Kehadiran jasa transportasi *online* memberikan pemuasan akan kebutuhan kepada masyarakat dalam bertransportasi. Masyarakat dapat menggunakan layanan ini dengan mudah dan murah serta aman dan nyaman. Hadirnya transportasi *online* menjawab kebutuhan masyarakat agar segala sesuatunya dapat dilakukan dengan praktis. Dalam mengatasi masalah kemacetan jasa transportasi *online* dapat menjadi solusi yang efektif bagi masyarakat dalam beraktifitas terutama memakai kendaraan bermotor.

Ojek merupakan transportasi umum informal berupa sepeda motor, disebut informal karena pengoperasiannya belum memiliki izin dari pemerintah, namun tetap diminati sebagian

besar masyarakat karena kelebihanannya yaitu lebih cepat dan dapat melewati sela-sela kemacetan di kota serta mampu menjangkau daerah-daerah dengan gang-gang sempit yang sulit dilalui oleh kendaraan besar seperti mobil. Itulah mengapa jasa transportasi *online* yang menggunakan sepeda motor sangat diminati oleh masyarakat.

Calon penumpang juga tidak perlu lagi menghampiri pangkalan ojek atau berdiri ditepi jalan untuk memberhentikan taksi atau bahkan terlibat proses tawar menawar harga untuk menempuh sebuah perjalanan yang akan dituju. Berbagai kota besar di Indonesia khususnya Jakarta, kehadiran transportasi *online* memperoleh sambutan yang luar biasa di tengah masyarakat. Banyaknya transportasi berbasis *online* ini digemari oleh penggunanya baik dari segi kebutuhan, pelayanan, kualitas maupun fasilitas yang dihadirkan.

Dasar inilah yang menjadi alasan utama mengapa keberadaan jasa transportasi online menjadi *booming* dan menjadi daya tarik tersendiri di masyarakat. Apalagi jika kita melihat kondisi yang ada seperti sekarang ini bahwa jumlah masyarakat yang begitu banyak tidak diimbangi dengan perbaikan kapasitas jalan raya.

Semakin banyak jenis jasa transportasi dan berbagai macam merek yang ditawarkan, membuat konsumen sebagai pengambil keputusan menjadi lebih selektif dalam proses pengambilan keputusannya, Perusahaan pun harus melakukan usaha-usaha dalam menarik konsumen agar membeli dan menggunakan jasanya. Terobosan baru dimunculkan oleh para pengusaha muda yang mengembangkan inovasi baru dalam penyediaan jasa transportasi *online* yaitu *Grab*.

Grab atau yang sebelumnya dikenal sebagai *GrabTaxi* adalah sebuah perusahaan yang berasal Singapura berdiri pada tahun 2012 yang melayani aplikasi penyedia transportasi dan tersedia di enam negara di Asia Tenggara, yakni Malaysia, Singapura, Thailand, Vietnam, Indonesia, dan Filipina. *Grab* memiliki visi untuk merevolusi industri pertaksian di Asia Tenggara, sehingga dapat memberikan keamanan dan kenyamanan bagi pengguna kendaraan seantero Asia Tenggara.

Grab merupakan platform pemesanan kendaraan terkemuka di Asia Tenggara dan sejumlah tantangan transportasi yang krusial dan mewujudkan kebebasan transportasi bagi 620 juta orang di Asia Tenggara. *Grab* bermula dari aplikasi pemesanan taksi pada 2012, yang kemudian mengembangkan platform produknya termasuk layanan pemesanan mobil sewaan dan ojek. (Sumber : <https://www.grab.com> diakses tanggal 15 Maret 2017)

Layanan *Grab* ditujukan untuk memberikan alternatif berkendara bagi para pengemudi dan penumpang yang menekankan pada kecepatan, keselamatan dan kepastian. Sebagai bagian dari budaya inovatifnya, *Grab* selalu memberikan kenyamanan dengan keamanannya dan promo-promonya.

Layanan jasa transportasi online *Grab* adalah *GrabTaxi*, *GrabBike*, *GrabShare*, *GrabExpress*, *GrabFood* dan *GrabHitch*. Hampir semua jasa transportasi online mempunyai layanan yang serupa hingga membuat para calon konsumen bingung untuk memilih yang mana membuat mereka nyaman di perjalanan dan nyaman dikantong, karena banyak jasa transportasi online mempunyai layanan seperti *Grab*. Contohnya adalah *Go-jek*.

Go-jek adalah jasa transportasi online yang dibuat oleh Nadiem Makarim pada tahun 2011 dan asli orang Indonesia. *Go-jek* yang telah aktif beroperasi terlebih dahulu dibandingkan *Grab* tentu memiliki strategi pemasaran yang berbeda-beda, seperti memberikan promosi potongan harga, promosi membayar dengan kartu kredit dan debit, juga dengan kelebihan lainnya dibandingkan *Grab* adalah adanya berbagai macam variasi layanan yang terdapat di aplikasi *Go-jek* seperti *Go-Health*, *Go-Pulsa* dan lain-lain.

Tapi *Grab* tidak kalah dari *Go-jek*, Jasa transportasi online yang hadir di Indonesia pada tanggal 1 Juni 2014 oleh Anthony Tanini mencetuskan sebuah ide dengan adanya *GrabHitch* (nebeng) untuk mempromosikan daya tarik jasa transportasi online *Grab* dibandingkan jasa transportasi online lainnya. Iklan *GrabHitch* (nebeng) hadir di billboard yang memberikan informasi adanya layanan baru dari *Grab* yaitu *GrabHitch* (nebeng) dan menuai sikap positif di Indonesia.

GrabHitch (nebeng) merupakan layanan tepat bagi penumpang yang menginginkan perjalanan jarak jauh *door-to-door* dengan biaya terjangkau di antara bus, angkot, kereta, atau taksi pada umumnya. *GrabHitch* (nebeng) adalah produk layanan tebengan motor dari *Grab* Indonesia dengan harga terjangkau sambil mengurangi polusi. *GrabHitch* mencari pengemudi dan dicocokkan dengan calon penumpang dengan arah/rute yang sama.

GrabHitch (nebeng) sendiri baru dirilis pada Rabu, 19 Oktober 2016 dan mendapatkan respon yang baik bagi pengguna *Grab* di Indonesia. Fitur terbaru ini diharapkan bisa memberikan opsi layanan antar jemput yang lebih hemat biaya serta merupakan tindakan awal untuk bisa mengurangi kemacetan yang selalu terjadi di ibukota Jakarta saat ini.

Kemacetan Jakarta sudah menjadi masalah kritis. Ini adalah masalah umum di daerah urban. Kerugian yang ditimbulkan dari masalah ini diperkirakan mencapai Rp150 triliun per tahun. Perhitungan ini didapat dari kerugian ekonomis dan kesehatan akibat polusi udara (sumber :<http://jakarta.bisnis.com> diakses pada tanggal 5 Maret 2017), data ini dilaporkan oleh Masyarakat Transportasi Indonesia (MTI) kepada Dinas Perhubungan DKI Jakarta.

Sementara itu, data Bank Dunia menyebutkan kerugian akibat kemacetan Jakarta mencapai US\$ 3 miliar (sekitar Rp39,9 triliun) (sumber <http://finance.detik.com> diakses pada tanggal 5 Maret 2017). Terdapat sekitar 1,3 juta komuter yang datang ke Jakarta setiap harinya. Dari jumlah ini, 69,46 persen menggunakan kendaraan pribadi 56,83 persen di antaranya menggunakan sepeda motor. Mereka berasal dari Bogor, Bekasi, Depok, dan Tangerang. (Sumber :<http://jakarta.bps.go.id> diakses pada tanggal 5 Maret 2017)

Sebanyak hampir 1,5 juta pekerja yang ternyata pulang perginya dari luar kota Jakarta, dan sebagian dari mereka pergi bekerja menggunakan kendaraan pribadi seperti motor atau mobil ke wilayah Jakarta. Dapat dibayangkan dengan jumlah sebanyak itu, kemacetan di Jakarta pun jadi hal yang tak terhindarkan. (Sumber :<http://gadget.jagatreview.com> diakses pada tanggal 5 Maret 2017)

Disinilah *Grab* mencetuskan layanan baru yaitu *GrabHitch* (nebeng) untuk menindak lanjuti kemacetan dan juga tidak lepas dari pengurangan biaya berlebih karena pengguna kendaraan pribadi pastilah membutuhkan biaya bensin, biaya menggunakan jasa angkutan umum yang belum tentu sampai langsung ditujuan (transit).

Di samping itu, 70 % responden bersedia berbagi tumpangan untuk mendapatkan penghasilan tambahan guna menutupi biaya bahan bakar. Karena itu, *GrabHitch* (nebeng) dirancang untuk menutup variabel biaya pengemudi, seperti bahan bakar dan depresiasi kendaraan. (sumber :<http://tekno.liputan6.com> diakses tanggal 5 maret 2017)

Layanan ini juga ditujukan untuk para komuter di wilayah pinggiran Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi (JaBoDeTaBek) yang memungkinkan seseorang berbagi tumpangan menggunakan sepeda motor dengan orang lain. Ada sistem terjadwal yang mencocokkan pengemudi dan penumpang untuk melakukan perjalanan ke tempat atau lokasi searah.

Keuntungan *GrabHitch* selain layanan Transportasi *online* harian dengan harga terjangkau, mengurangi polusi dan kemacetan juga pengguna *GrabHitch* (nebeng) dapat menjadwalkan waktu perjalanan 30 menit sampai 7 hari sebelumnya. *Server Grab* juga akan

memberikan notifikasi permintaan rute perjalanan pada pengemudi yang memiliki perjalanan searah termasuk mengirimkan notifikasi, jika pengemudi menerima pesannya. Jadi pengguna tidak usah lagi mencari kendaraan pada hari H.

Untuk harga, *GrabHitch* (nebeng) no 1 dikalangan semua jasa transportasi online, karena Dengan *GrabHitch* (nebeng), ongkos perjalanan para pengguna *GrabHitch* (nebeng) hanya Rp 20.000,- ke mana saja dan kapan saja.

Selain harga yang membuat masyarakat ingin mengunduh dan memakai *Grab* karena adanya *GrabHitch* (nebeng), tidak hanya puas dengan memberikan layanan yang pas dikantong pelajar, mahasiswa dan pekerja juga tentang *service* nya, *GrabHitch* (nebeng) juga mengeluarkan promosi fantastis untuk pengguna *GrabHitch* yaitu kemana saja dan kapan saja maximal 44 KM dengan biaya Rp. 5000,- saja.

Untuk mengecek apa sajakah promo yang diberikan oleh *Grab*, bisa langsung mengakses website dan blog *Grab* atau dengan mencari tahu di media social lainnya seperti Instagram misalnya.

Dan tak kalah unik, setiap ada promosi tentang *GrabHitch* (nebeng), *user* (pengguna) tidak harus membuka aplikasi untuk melihat *pop up* promosi dari *Grab* atau membuka website *Grab*, tetapi pihak *GrabHitch* (nebeng) sendiri memberikan sms kepada para *user* (pengguna) bahwa *GrabHitch* (nebeng) sedang mengadakan promosi yang dapat digunakan para *user* (pengguna).

Alasan penulis mengambil penelitian di Universitas Prof. Dr. Moestopo “Beragama” dikarenakan letaknya yang dekat dengan iklan billboard di Senayan juga dengan promosi *GrabHitch* memberikan fasilitas nebeng dengan harga yang murah meriah dan cocok dengan kalangan menengah.

GrabHitch (nebeng) mengeluarkan promosi fantastis ini untuk memperoleh daya tarik masyarakat untuk mengunduh aplikasi *Grab*. Dengan banyaknya ide-ide *Grab* untuk membuat masyarakat menjadi tertarik mengunduh *Grab*, penulis tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Daya Tarik Iklan *GrabHitch* (Nebeng) di Senayan Terhadap Keputusan Mengunduh Aplikasi *Grab*.”

I.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka perumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Seberapa Besar Pengaruh Daya Tarik Iklan *Billboard GrabHitch* (Nebeng) di Senayan Terhadap Keputusan Mengunduh Aplikasi *Grab*? (Survei pada Mahasiswa Universitas Universitas Prof Dr Moestopo (Beragama))

I.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah diatas, maka tujuan dari penelitian ini adalah Untuk Mengukur Pengaruh Daya Tarik Iklan *Billboard GrabHitch* (Nebeng) di Senayan Terhadap Keputusan Mengunduh Aplikasi *Grab*.

I.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini di harapkan dapat mengembangkan ilmu yang sudah di dapat, referensi bagi peneliti-peneliti selanjutnya agar menunjang perkembangan dalam ilmu komunikasi dengan konsentrasi ilmu periklanan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan lebih untuk mahasiswa yang akan meneliti selanjutnya dalam bidang komunikasi dengan konsentrasi dibidang periklanan.

I.5 Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan dalam penelitian ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini berisi latar belakang dan alasan peneliti melakukan penelitian, perumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penelitian.

BAB II KAJIAN TEORITIS

Bab ini dijelaskan mengenai permasalahan yang diambil peneliti dengan mencantumkan konsep-konsep dan teori-teori yang sesuai dengan permasalahan yang akan diteliti.

BAB III METEDOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini terdapat metodologi penelitian, populasi dan sampel, teknik pengmpulan data, tenkik analisis data, operasional variabel serta waktu dan tempat penelitian.

BAB IV ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Bab ini menguraikan deskripsi objek penelitian yaitu gambaran umum tentang Grabitch (Nebeng) dan berisi mengenai hasil penelitian dan pengujian hipotesis

BAB V PENUTUP

Berisi judul dan bahan-bahan penerbit lainnya yang dilengkapi dengan tahun terbit, nama pengarang, dan informasi seputar berbagai sumber yang digunakan.

DAFTAR PUSTAKA**LAMPIRAN**