BAB I

PENDAHULUAN

I.1 Latar Belakang

Negara Indonesia telah menjadi salah satu negara dengan kondisi populasi terpadat di dunia, hal ini dibahas dan diberitakan oleh okezone.com

> "Indonesia dinobatkan sebagai negara dengan penduduk terbanyak nomor empat di dunia. Data tersebut mengacu kepada The Spectator Index. Mengutip data *The Spectator Index* terkait 20 negara dengan penduduk terbanyak di dunia, Indonesia tercatat memiliki populasi penduduk sebanyak 265 juta jiwa. Sementara negara dengan penduduk terpadat di dunia adalah China dengan jumlah penduduk sebanyak 1,4 miliar jiwa. Disusul India dengan populasi sebanyak 1,33 miliar jiwa dan Amerika Serikat sebanyak 328 juta jiwa." (sumber: economy.okezone.com diakses tanggal 06 Maret 2019 pukul 17: 20).

Padatnya penduduk di Indonesia memberikan dampak yang beraneka ragam baik itu dari sisi yang positif ataupun dari sisi yang negatif di negara indonesia, urbanisasi ke kota besar seperti jakarta biasa menjadi pilihan bagi banyak orang seperti yang diberitakan oleh kontan.co.id

> "Provinsi (Pemprov) DKI Jakarta memprediksi, jumlah pendatang baru tahun ini ke Ibu Kota RI naik 2% dari tahun lalu. Pada 2017, jumlah pendatang baru ke Jakarta sebanyak 71.415 orang. Itu berarti di 2018, pendatang anyar bakal mencapai 72.167 orang. Berdasarkan data Dinas Kependudukan dan Catatan Sipil (Dukcapil) DKI, sepanjang 2012 hingga 2014, angka urbanisasi ke Jakarta terus naik meski dalam jumlah yang sedikit. Tapi, sejak 2015, angka urbanisasi berfluktuasi. Pada 2015, jumlah pendatang baru ke Jakarta sebanyak 70.504 orang, naik 2,87%. Lalu di 2016, angka turun 2,87% menjadi 68.763 orang. Tahun berikutnya, 2017, naik lagi jadi 70.752 orang dengan penambahan 1.415." (sumber: regional.kontan.co.id diakses tanggal 08 Maret 2019 pukul 14: 20)

> "Edison menambahkan, dari jumlah kaum urban baru yang akan masuk Jakarta tahun ini, tidak semuanya bertujuan mencari pekerjaan. Ada juga yang ingin melanjutkan pendidikan, mempersatukan keluarga mereka, atau pindah lokasi kerja. Jumlah pencari kerja, Edison mengungkapkan, tidak mencapai separuh dari jumlah pendatang baru. "Paling yang mencari kerja sekitar 32% dari pendatang baru. Sisanya adalah para pendatang tahun sebelumnya yang telah bekerja di Jakarta lalu memboyong anak dan isterinya untuk tinggal di sini," imbuhnya. Hingga awal 2017, Badan Pusat Statistik (BPS) mencatat, jumlah penduduk provinsi dengan luas wilayah 664 kilometer persegi ini mencapai 10,17 juta orang. Jumlah penduduk laki-laki sebanyak 5,06 juta

UPN "VETERAN" JAKARTA

orang dan perempuan ada 5,11 juta orang."(sumber: regional.kontan.co.id diakses tanggal 08 Maret 2019 pukul 14: 20).

Urbanisasi ke ibu kota Jakarta diinisiasi karena berbagai hal yang tidak bisa masyarakat rasakan di daerah mereka berasal, banyaknya jumlah masyarakat yang melakukan urbanisasi ke Jakarta membuat banyaknya lahan yang ada menjadi semakin sedikit dari tahun ke tahun.

Gambar 1. Data Panjang dan Luas serta Status Jalan Menurut Jenisnya yang berada di DKI Jakarta

Kota Adm	Jenis Status Jalan			Jumlah
	Jalan Nasional		Provinsi	
	Tol	Negara		
1	2	3	4	5
A. Panjang Jalan (m)				
Jakarta Selatan	16 315,00	27 581,50	2 393 883,45	2 437 779,95
Jakarta Timur	37 298,00	44 155,00	1 315 211,00	1 394 788,00
Jakarta Pusat	6 394,00	3 772,50	654 084,55	664 251,05
Jakarta Barat	29 132,00	39 657,00	1 168 739,00	1 237 101,00
Jakarta Utara	34 592,00	37 351,00	1 149 527,00	1 221 922,26
Jumlah	**123 731,00**	**152 516,50**	**6 681 445,00**	**6 955 842,26**
B. Luas Jalan (m 2)				
Jakarta Selatan	338 438,00	463 776,50	11 135 517,80	11 937 732,30
Jakarta Timur	1 062 660,00	970 818,00	11 358 984,05	13 392 462,05
Jakarta Pusat	252 396,00	69 012,50	5 287 941,09	5 609 349,59
Jakarta Barat	649 790,00	635 356,00	7 049 845,22	8 334 991,22
Jakarta Utara	697 716,00	756 623,00	7 773 889,00	9 228 228,00
Jumlah	**3 001 000,00**	**2 895 586,00**	**42 606 177,16**	**48 502 763,16**

(Sumber: data.jakarta.go.id diakses tanggal 08 Maret 2019 pukul 14: 43)

Semakin sedikitnya suatu lahan yang dapat digunakan oleh pemerintah daerah atau pusat dapat mengganggu perkembangan fasilitas yang akan dibangun oleh pemerintah. Kejadian padatnya suatu masyarakat di daerah tertentu membuat minimnya tanah yang dapat diolah ataupun digunakan untuk kepentingan lain, contohnya seperti jalan raya.

UPN "VETERAN" JAKARTA

Gambar 2. Luas Suatu Daerah Administrasi yang dibagikan Menurut Kabupaten/Kota Administrasi, 2009-2013

Kabupaten/Kota Adm.	Luas (km2)				
	2009	2010	*2011*	2012	*2013*
Kep. Seribu	8.7	8.7	8.7	8.7	8,70
Jakarta Selatan	141.27	141.27	141.27	141.27	141,27
Jakarta Timur	188.03	188.03	188.03	188.03	188,03
Jakarta Pusat	48.13	48.13	48.13	48.13	48,13
Jakarta Barat	129.54	129.54	129.54	129.54	129,54
Jakarta Utara	146.66	146.66	146.66	146.66	146,66
DKI Jakarta	662.33	662.33	662.33	662.33	662,33

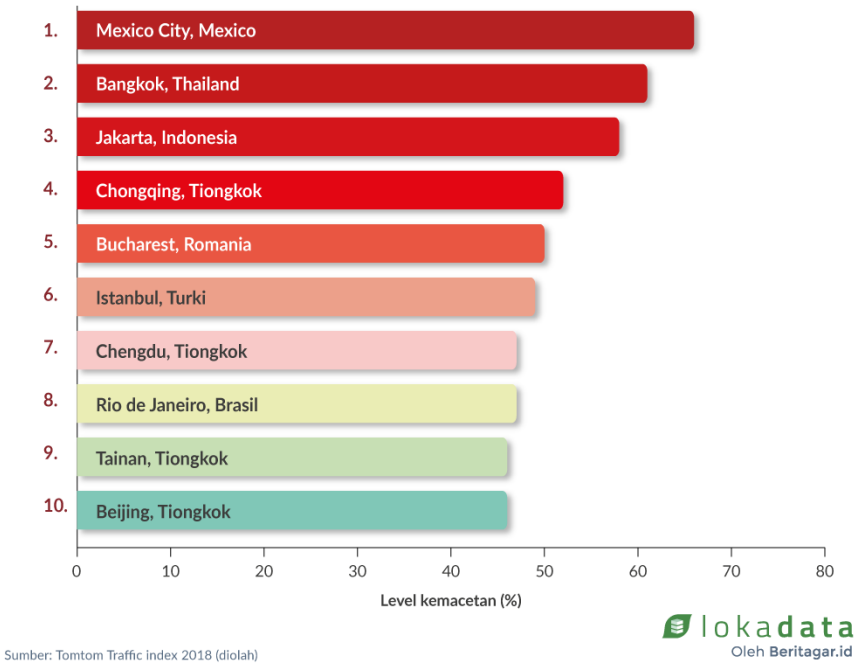
(Sumber: data.jakarta.go.id diakses tanggal 08 Maret 2019 pukul 14: 51)

Macet menjadi sebuah jawaban dari minimnya jalan raya yang disediakan oleh pemerintah seperti yang diberitakan oleh sindonews

> "Meningkatnya jumlah kendaraan dalam beberapa tahun terakhir ini bisa membuat lalu lintas ibu kota semakin padat akibatnya membuat jalan *stuck*. Kombes Pol Halim Pagarra yang merupakan Direktur Lalu Lintas Polda Metro Jaya mengatakan, dari hasil analisa Ditlantas Polda Metro Jaya menemukan peningkatan pembelian kendaraan dalam beberapa tahun ini tidak diimbangi dengan perkembangan jalan di ibu kota. Hal itu, kata dia, akan mengakibatkan kemacetan atau kepadatan di jalan Jakarta. "Kalau tidak ada kebijakan dan pengaturan yang baik maka jalan di Jakarta bisa *stuck*," katanya" (Sumber: metro.sindonews.com diakses tanggal 08 Maret 2019 pukul 15: 37)

Walaupun pemerintah tidak dapat disalahkan secara mutlak atas kondisi seperti ini namun terhentinya laju transportasi menjadi masalah yang tidak ada selesainya di Jakarta.

Gambar 3. Data 10 besar kota termacet di dunia



(Sumber: beritagar.io diakses tanggal 08 Maret 2019 pukul 15: 21)

Beberapa tahun kebelakangan ini kota-kota besar salah satunya Jakarta selalu memiliki masalah yang tidak ada habisnya dan dengan sangat tidak mudah untuk diselesaikan, padahal kalau dicermati macet adalah suatu kendala yang sangat vital dalam hal mobilitas. Mengutip dari Vice.com tentang kemacetan

> "Terjebak kemacetan parah adalah persoalan kronis para penglaju di Jakarta. Berdesak-desakkan dalam gerbong kereta rel listrik atau bus antar kota tanpa kejelasan waktu tempuh. Dari rumah menuju kantor atau sebaliknya saban hari, membuat rata-rata warga Jakarta menghabiskan 400 jam setahun terjebak macet. Survei menunjukkan kemacetan Ibu Kota Indonesia ini yang terburuk di dunia."(Sumber: Vice.com diakses tanggal 08 Maret 2019 pukul 15: 39)

Ketika suatu daerah terus tersandung masalah ini maka masyarakat yang berhubungan erat dengan kelancaran atau kemudahan mobilitas akan kesulitan untuk mewujudkan tujuannya. Hal-hal seperti ini akan meningkatkan kebutuhan masyarakat akan suatu moda transportasi yang dapat mempermudah cara masyarakat melakukan mobilitas untuk kebutuhan sehari-hari mereka.

Adanya masalah yang semakin tinggi akan tuntutan mobilitas dan jalur keadaan yang semakin terasa menyempit setiap tahunnya di masyarakat, masyarakat membutuhkan suatu moda transportasi yang bisa memberikan suatu pergerakan atau perpindahan dari satu tempat ke tempat yang lain (mobilitas) dengan cepat serta mudah. Adanya sebuah pembaruan dengan munculnya terobosan transportasi dengan berdasarkan sebuah aplikasi *online* seperti Go-Jek dan Grab yang menggabungkan suatu jasa transportasi dengan sebuah teknologi komunikasi terbaru membuat kemunculannya di dunia transportasi Indonesia mengikat dan membuat masyarakat terbantu untuk melakukan mobilitas di daerah tempat mereka menetap. Go-Jek dan Grab berhasil menjadi moda transportasi yang dibutuhkan masyarakat pada umumnya di daerah dengan kepadatan penudukan yang tinggi seperti yang terjadi ibu kota, kemudahan menggunakan aplikasi, banyaknya pengendara ojek *online* sehingga masyarakat tidak menunggu terlalu lama, dan harga yang terjangkau diberbagai kalangan membuat kedua raksasa penyedia jasa moda transportasi ini menguasai pasaran.

Bertambahnya pengendara ojek *online* adalah salah satu dampak positif dari padatnya penduduk di suatu daerah sayangnya semakin meningkatnya pengendara ojek *online* tidak berpengaruh sama sekali dengan ruas jalan yang ada di Jakarta tersebut sehingga masalah kemacetan tetap menjadi masalah utama dalam hal kecepatan untuk mobilitas. Tingginya permintaan jasa Go-Jek dan Grab dinilai malah membantu penyempitan ruas jalan yang ada, hal ini diberitakan oleh okezone.com

> "Kehadiran moda transportasi berbasis aplikasi sejenis ojek *online* (ojol), harus diakui mampu menjawab kebutuhan masyarakat khususnya mereka yang memiliki rutinitas padat di luar rumah. Kemudahan transaksi dan biaya yang sangat terjangkau, menjadikan ojol semakin diminati masyarakat luas. Tak heran jika keberadaan ojol saat ini kian menjamur seiring meningkatnya pesanan penumpang setiap harinya. Namun di sisi lain, kondisi ini juga dinilai merugikan masyarakat, lantaran sebagian besar *driver* ojol kerap mangkal di sembarang tempat hingga menimbulkan kemacetan"(Sumber: news.okezone.com diakses tanggal 08 Maret 2019 pukul 15: 46).

Meningkatnya kendaraan bermotor baik roda 4 (empat) ataupun 2 (dua) untuk memenuhi permintaan masyarakat malah membuat masalah baru yaitu polusi udara

UPN "VETERAN" JAKARTA

dari kendaraan pribadi maupun yang disediakan oleh Go-Jek dan Grab. Polusi udara yang awalnya sudah buruk malah semakin menjadi-jadi, kepala organisasi greenpeace Indonesia mengatakan pada kompas.com

> "Terdapat 2 (dua) sumber penyumbang polusi udara di Jakarta. Sumber yang pertama adalah menumpuknya kendaraan bermotor di Jakarta dimana hal tersebut semakin meningkat setiap tahunnya sehingga menyebabkan meningkatkan emisi kendaraan bermotor. "Kita bisa melihat ya, kendaraan pribadi roda empat ataupun roda dua melebihi kapasitas Jakarta untuk menampungnya. Hampir tidak ada kontrol terhadap penambahan (kendaraan bermotor). Jadi, orang-orang makin mudah difasilitasi menggunakan kendaraan pribadi," kata Leonard Simanjuntak saat dihubungi Kompas.com" (Sumber: megapolitan.kompas.com diakses tanggal 08 Maret 2019 pukul 15: 55).

Gambar 4. Data kota paling berpolusi di dunia

(Sumber: Tangkapan layar pada akun Instagram @greenpeaceid pada tanggal 08 Maret 2019 pukul 15: 36)

Kemacetan dan polusi udara di daerah ibu kota hanya menjadi dua masalah yang akan selalu menetap dengan kepadatan penduduk, Direktur Jenderal Industri

UPN "VETERAN" JAKARTA

Logam, Mesin, Alat Transportasi, Elektronika Kementerian Perindustrian seperti yang diberitakan oleh cnn indonesia menganjurkan

> “Harjanto mengakui pengembangan kendaraan ramah lingkungan hybrid dan listrik di Indonesia memiliki banyak rintangan. Pemerintah butuh dukungan dari banyak pihak guna mempercepatan kendaraan murni listrik. Menurut Harjanto, dari banyak rintangan yang dihadapi di antaranya adalah ketergantungan bahan baku impor untuk baterai, dan infrastruktur Stasiun Pengisian Bahan Bakar Umum (SPLU). Selain itu, sistem pengisian yang masih memakan waktu dan harga kendaraan BEV (*Battery Electric Vehicle*) yang relatif mahal. Melihat kondisi itu Harjanto mengatakan Indonesia masih butuh kendaraan konvensional atau motor pembakaran dalam (*Internal Combustion Engine*/ICE) namun sifatnya energi alternatif. Itu untuk mengurangi penggunaan bahan bakar minyak fosil.” (Sumber: cnnindonesia.com diakses tanggal 08 Maret 2019 pukul 17: 25).

Hingga pada akhirnya muncul moda transportasi beraplikasi *online* bernama Migo (selanjutnya ditulis Migo Ebike). Moda transportasi Migo Ebike sebelum sampai ibu kota sudah memulai perkembangannya di surabaya, seperti yang ditulis oleh tempo pada *web* nya

> “ "Kami sebelumnya sudah hadir di Surabaya selama satu tahun dan sudah ada 100 station Migo. Dan sekarang hadir di Jakarta dengan 90 station, sebagian besar di Jakarta Selatan dan Jakarta Pusat dan sudah ada 500 unit sepeda listrik," ujar CEO Migo e-Bika Tony Tao di Anex Building, Atrium Area, Kuningan, Jakarta Selatan, Rabu, 5 Desember 2018.” (sumber: otomotif.tempo.co diakses tanggal 06 Maret 2019 pukul 19: 01).

Migo Ebike menjadi sebuah moda transportasi beraplikasi terbaru di masyarakat karena menggunakan inovasi baru yaitu *sharing e-bike* atau yang dapat diartikan menjadi sepeda listrik yang digunakan bersama-sama (antar masyarakat), seperti yang dituliskan oleh tempo pada *web* beritanya

> “Migo e-Bike merupakan aplikasi layanan transpoertasi e-Bike sharing pertama di Indonesia yang menjadi solusi kemacetan, seperti di Jakarta. Migo e-Bike sudah tersedia untuk sistem operasi baik Android ataupun iOS, dan bisa digunakan kapan saja.” (sumber: otomotif.tempo.co diakses tanggal 06 Maret 2019 pukul 19: 01).

Bisnis Penyewaan kendaraan sepeda melalui aplikasi digital pada beberapa tahun kebelakangan memang sedang marak beredar, seperti yang terjadi di Cina pada beberapa tahun lalu yang di muat serta diberiatakan oleh tirto

UPN "VETERAN" JAKARTA

> "Bike-sharing merupakan fenomena di Tiongkok. Berdasarkan serta menurut publikasi Tech Wire Asia, pasar bike-sharing meningkat tajam dari 0 menuju $1,6 miliar hanya dengan waktu 8 delapan tahun pada 2017, dimana terdapat 200 juta pemakai. Publikasi Statista memperkuat ledakan dunia bike-sharing. Di tahun 2016, ada 2,3 juta sepeda yang tersedia untuk disewa publik di seluruh dunia memanfaatkan platform bike-sharing. Jumlah tersebut meningkat hampir tiga kali lipat dibandingkan 2013. Saat itu hanya ada 700 ribu sepeda yang bisa disewa. Yang menarik, dari 2,3 juta sepeda yang tersedia di tahun 2016 tersebut, 1,9 juta di antaranya berada di Cina." (sumber: tirto.id diakses tanggal 19 April 2019 pukul 19: 56).

Hal ini yang membuat Migo Ebike berani menetapkan kakinya di Indonesia sebagai perusahaan yang pertama kali menawarkan sistem *sharing e-bike* di masyarakat.

> "Sistem penyewaan sepeda berbasis digital memang sedang booming di Cina, termasuk di Hangzhou, beberapa pemain layanan ini cukup banyak, yang menawarkan layanan dengan tarif 0,5 sampai 1 yuan untuk per 30 menit. Pengguna cukup memakai layanan digital payment seperti Alipay hingga WeChat Pay. Setelah sampai tujuan, sepeda bisa ditinggal begitu saja tanpa ada kewajiban mengembalikannya ke lokasi awal." (sumber: tirto.id diakses tanggal 19 April 2019 pukul 19: 56).

Sistem penyewaan sepeda non-listrik Ofo bicycle yang ada Cina memang menawarkan sistem yang identik dengan apa yang Migo Ebike terapkan di Indonesia, walaupun perbedaan paling mencolok adalah dari kendaraan yang dipinjamkan. Migo Ebike menawarkan *sharing e-bike* yaitu sepeda yang dapat menggunakan listrik untuk mobilitasnya sedangkan Ofo bicycle hanya *sharing bike* yaitu sepeda pada umumnya yang membutuhkan tenaga manusia untuk mobilitasnya.

Dampak yang diberikan dengan adanya penyewaan sepeda ini menghasilkan sesuatu yang positif untuk menurunkan angka kemacetan serta polusi udara yang ada di Cina, walaupun dalam penerapannya belum terlalu signifikan dampaknya seperti yang dituliskan oleh tirto melalui sumber yang mereka dapat dari forbes

> "berdasarkan tulisan artikel yang diterbitkan oleh Forbes, secara tersirat ada 2 (dua) alasan mengapa suatu moda layanan transportasi berjenis ride-sharing bisa berekspansi secara besar serta pertumbuhan yang tajam di Cina. Pada alasan yang pertama, yaitu berkaitan dengan betapa macetnya lalu lintas di kota-kota besar di negeri tirai bambu tersebut, khususnya terhadap para

UPN "VETERAN" JAKARTA

masyarakat yang ingin bepergian dalam jarak yang singkat. “Saya menyewa sepeda untuk pergi ke supermarket karena jarak yang terlalu jauh jika jalan kaki dan terlalu lama jika menunggu bus,” kata Jacky He, warga Cina pada Forbes. “Saya dapat menemukan sepeda di manapun saya inginkan dan saya tidak perlu memikirkan parkir,” tegasnya. Ofo menyatakan dengan hal yang didasari oleh laporannya mereka menyatakan bahwa sepeda-sepeda yang mereka sewakan dapat menurunkan kuantitas kemacetan Kota Beijing hingga 4,1 persen di kuartal II-2017. Alasan lain yang menyebabkana tingkat kemacetan yang terjadi adalah efektifitas. “Sepeda yang kami sewakan di kota bisa digunakan lebih dari 10 kali. Dengan hanya 400 unit saja, sulit membayangkan dampaknya,” kata Grace Lin, salah satu petinggi Ofo.”(sumber: tirto.id diakses tanggal 19 April 2019 pukul 19: 56)

Gambar 5. Kendaraan Migo Ebike

(Sumber: Tangkapan layar pada akun Instagram @Migoid pada tanggal 19 Maret 2019 pukul 19: 16)

Migo Ebike bisa menjadi alternatif ramah lingkungan bagi para masyarakat yang membutuhkan moda transportasi yang bebas dari polusi udara agar tidak menambah mencemari lingkungan disekitarnya, permasalahan seperti kemacetan dan perusakan lingkungan akibat polusi kendaraan di daerah padat penduduk

UPN "VETERAN" JAKARTA

khususnya ibu kota Indonesia yaitu Jakarta dijawab dengan hadirnya Migo Ebike di masyarakat.

Bebas polusi dan ramah lingkungan seperti menjadi kata kunci yang paling handal Migo Ebike gunakan untuk mengiklankan produk jasanya di media sosial khusunya Instagram, konten iklan yang disajikan oleh Migo Ebike sering menggunakan tagar *ecofriendly* atau *#EcoFriendly* dibawah konten iklan berjenis gambar yang mereka publikasikan. Mengedepankan ramah lingkungan pada setiap iklannya di media sosial membuat Migo Ebike menjadi salah satu produk jasa yang mengingatkan masyarakat tentang pentingannya menjaga lingkungan baik dari cara hidup yang sehat dan bersih maupun cara masyarakat melakukan mobilitas di kehidupannya agar terciptanya lingkungan yang lebih baik untuk generasi selanjutnya.

Media sosial dipilih menjadi salah satu fokus pencarian data penelitan dikarenakan dengan tingginya penggunaan media sosial itu sendiri di Indonesia, menurut katadata di salah satu halaman yang dirilisnya menyatakan

> "Berdasarkan hasil riset Wearesosial Hootsuite yang dirilis Januari 2019 pengguna media sosial di Indonesia mencapai 150 juta atau sebesar 56% dari total populasi. Jumlah tersebut naik 20% dari survei sebelumnya. Sementara pengguna media sosial mobile (gadget) mencapai 130 juta atau sekitar 48% dari populasi."(sumber: databoks.katadata.co.id diakses tanggal 19 April 2019 pukul 21: 11)

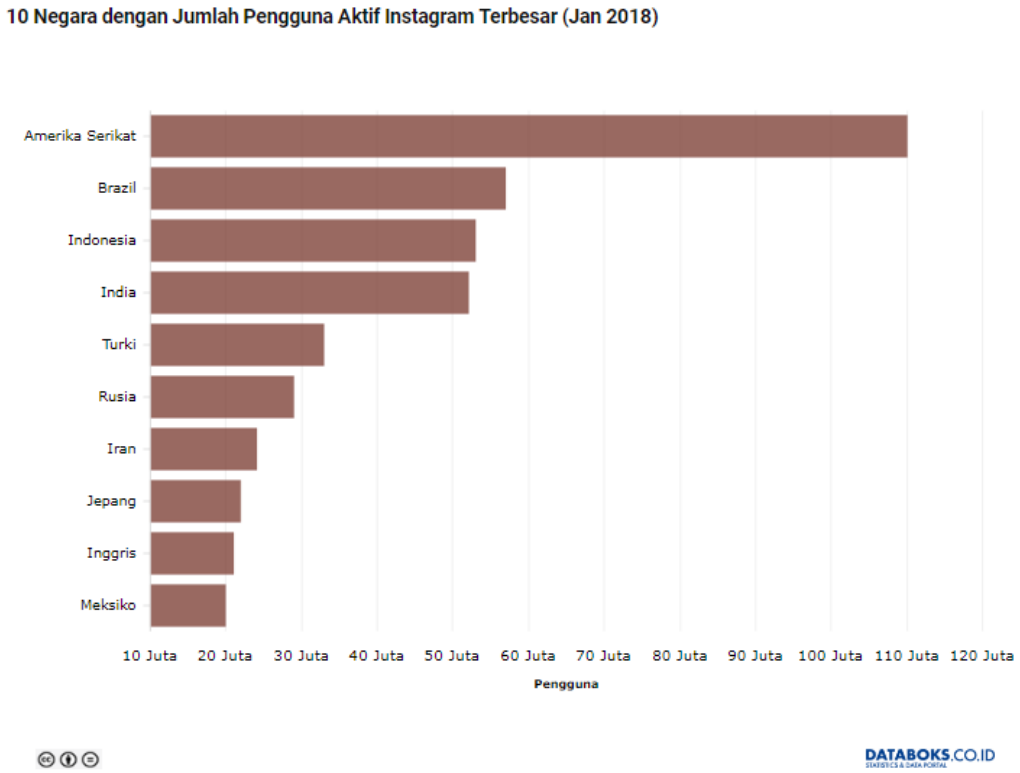
Sedangkan media sosial Instagram dipilih karena media sosial ini sedang ramai digunakan oleh masyarakat dalam menerima ataupun mengunggah informasi adalah media sosial Instagram. Ditulis kembali oleh katadata pada salah satu halaman di *web* nya yang mengutip dari salah satu sumber mengatakan

> "WeAreSocial.net dan Hootsuite menyatakan, Instagram merupakan platform media sosial dengan jumlah pengguna terbanyak ke tujuh di dunia. Selain sebagai jejaring sosial untuk berbagi foto, Instagram digunakan untuk memasarkan produk bisnis. Total pengguna Instagram di dunia mencapai angka 800 juta pengguna pada bulan Januari. Pengguna aktif Instagram terbesar berasal dari Amerika Serikat sebanyak 110 juta. Disusul Brasil dengan 57 juta pengguna aktif dan Indonesia berada diurutan ketiga dengan 55 juta. Awalnya Instagram di kembangkan oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger yang di rilis pada 6 Oktober 2010. Namun, pada April 2012, Instagram diambil

UPN "VETERAN" JAKARTA

alih oleh Facebook dari Burbn Inc senilai US$1 miliar”(sumber: databoks.katadata.co.id diakses tanggal 19 April 2019 pukul 22: 32).

Gambar 6. 10 Negara dengan Pengguna Aktif Instagram Terbesar di Dunia



(Sumber: Tangkapan layar pada situs databoks.katadata.co.id diakses tanggal 19 April 2019 pukul 22: 32)

Identitas merek Migo Ebike sebagai sepeda listrik yang ramah lingkungan menjadi bagian dari iklan-iklan yang rutin dipublikasikan oleh Migo Ebike di media sosial Instagram, iklan-iklan dengan isi peduli dan mencintai lingkungan sering bermunculan di *home page* akun instagram Migo Ebike sebagai penanda bahwa Migo Ebike adalah moda transportasi ramah lingkungan yang kalau digunakan oleh masyarakat akan membuat daerah yang mereka tinggali menjadi bebas dari polusi kendaraan bermotor. Berdasarkan hasil uraian yang ada diatas, peneliti tergerak untuk melaksanakan dan menyusun sebuah penelitian dengan suatu judul bernama Pengaruh Terpaan Iklan Migo Ebike di Media Sosial Instagram Terhadap Pembentukan Citra Merek.

UPN "VETERAN" JAKARTA

I.2 Perumusan Masalah

Dalam penelitian yang berjudul “Pengaruh Terpaan Iklan Migo Ebike di Media Sosial Instagram Terhadap Pembentukan Citra Merek” Fokus penelitian yang akan dibahas adalah bagaimana suatu terpaan iklan yang berada di media sosial Instagram dapat menciptakan sebuah pembentukan pada citra merek yang ada di Migo Ebike. Dengan memberikan informasi – informasi seputar ramah lingkungan yang dikemas secara modern dan kekinian. Berdasarkan uraian yang ada dan telah dituliskan pada latar belakang di atas, peneliti merumuskan masalah penelitian yang akan di bahas sebagai berikut:

1. Apakah ada pengaruh terpaan iklan Migo Ebike di media sosial instagram terhadap perkembangan citra merek?
2. Seberapa besar terpaan iklan Migo Ebike di media sosial instagram terhadap perkembangan citra merek?

I.3 Tujuan Penelitian

Melalui perumusan masalah yang terdapat pada penelitian di atas, dapat disimpulkan bahwa tujuan yang hendak peneliti capai pada penelitian ini adalah:

1. Adanya terpaan iklan Migo Ebike di media sosial instagram terhadap perkembangan citra merek
2. Besaran ukuran terpaan iklan Migo Ebike di media sosial instagram terhadap perkembangan citra merek.

I.4 Manfaat penelitian

Gambaran dari tujuan penelitian di atas, peneliti berharap agar penelitian ini dapat bermanfaat antara lain:

1. Manfaat Akademis

Penelitian ini ditujukan untuk menguji teori S-O-R, yang telah dikemukakan oleh Houland, et. al pada sebuah buku yang ditulis Franmanik yang berjudul komunikasi persuasi pada tahun 2012 dan mengkorelasikannya dengan peran

UPN "VETERAN" JAKARTA

terpaan iklan media sosial Instagram terhadap pembentukan citra merek produk layanan penyewaan sepeda listrik Migo Ebike. Tujuan ini dimaksudkan untuk melihat bagaimana teori S-O-R dapat berpengaruh dan seberapa besar pengaruhnya pada pembentukan suatu citra merek dipersepsi masyarakat yang menggunkan media sosial Instagram.

Untuk pihak program Studi Ilmu Komunikasi UPN "Veteran" Jakarta, penelitian ini besar harapannya dapat memberikan peranan pada pengembangan atau peningkatan dalam hal ilmu dibidang disiplin ilmu komunikasi, khususnya yang berkaitan dengan ilmu Periklanan karena dalam penelitian ini membahas mengenai bagaimana pengaruh salah satu media komunikasi yang digunakan untuk menjangkau publiknya dalam beriklan yaitu media sosial Instagram. Bagi pihak lain, diharapkan hasil dari penelitian yang telah ada dapat memberikan suatu kontribusi positif untuk perkembangan komunikasi, hingga bisa dijadikan acuan pada penelitian lanjutan dan dapat memberikan sumbangan bagi perkembangan Ilmu Komunikasi.

2. Manfaat Praktis

Pada hasil penelitian ini dengan kasus terpaan iklan pada media sosial Instagram terhadap pembentukan citra merek Migo Ebike agar dapat dimanfaatkan oleh perorangan serta perusahaan lain yang akan atau sudah menyediakan produk jasa atau layanan tentang moda transportasi untuk dipelajari dan pahami seberapa baik dan besarnya melakukan tujuan periklanan dalam media sosial Instagram agar dapat terbentuknya citra merek yang baik dari produk jasa yang sedang dikembangkan. Sehingga dapat sama menghasilkan citra merek yang selaras dengan identitas merek yang suatu perorangan atau perusahaan pakai. Tujuan lainnya adalah melihat bagaimana pesatnya perkembangan industri di era 4.0 yang sangat mementingkan teknologi baik media ataupun aspek diluar media itu sendiri, penggunaan internet dalam kehidupan sehari-hari masyarakat perkotaan juga tidak dapat lepas dari faktor-faktor yang mempengaruhi bagaimana sebuah media dapat membentuk atau merubah suatu persepsi yang ada di individu ataupun kelompok yang berbasis dimasyarakat perkotaan..

UPN "VETERAN" JAKARTA

Bagi pihak Migo Ebike, diharapkan hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai acuan atau motivasi dalam konsistensi serta kedinamisan membuat konten yang kekinian dan modern khususnya pada akun Instagram Migo Ebike sendiri dengan tetap mengedepankan ramah lingkungan sebagai konten iklan utama. Bagi masyarakat, diharapkan hasil penelitian ini dapat memberikan informasi serta edukasi mengenai hal – hal seputar terpaan iklan di sosial media Instagram yang dapat digunakan untuk menyebarkan serta mendapatkan informasi seputar Migo Ebike. Serta memberikan pemahaman lebih kepada masyarakat bahwa Instagram dapat dimanfaatkan sebagai alat penyebaran informasi khusunya citra merek.

I.5 Sistematika Penelitian

Sistematika penelitian dalam proposal penelitian ini sebagai berikut:

BAB I PENDAHULUAN

Bab ini penulis menguraikan Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian dan Sistematika Penulisan.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

Bab ini berisikan tentang uraian teori-teori dasar yang berkaitan dengan penelitian yang sedang dilakukan, definisi konseptual dan kerangka berpikir.

BAB III METODE PENELITIAN

Bab ini digunakan untuk menjawab segala permasalahan yang ada di dalam penelitian dengan pendekatan dan jenis penelitian, populasi dan sampel, metode pengumpulan data, uji validitas, uji reliabilitas, metode analisis data, waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab ini berisikan tentang deskripsi objek penelitian, analisis pembahasan variabel X tentang terpaan iklan dan Y tentang citra merek, uji korelasi, uji koefisien determinasi, uji hipótesis, dan pembahasan penelitian.

UPN "VETERAN" JAKARTA

BAB V PENUTUP

Bab terakhir ini memuat mengenai kesimpulan dan saran dari hasil penelitian yang telah dilakukan.

DAFTAR PUSTAKA

Memuat referensi yang penulis gunakan untuk melengkapi pengumpulan data-data dalam proses pengerjaan penelitian.

LAMPIRAN

Lampiran ini berisikan data-data pendukung untuk penelitian seperti perhitungan statistik dan dokumentasi.

UPN "VETERAN" JAKARTA