

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Masalah

Indonesia merupakan negara dengan populasi kendaraan terbanyak. Padatnya Kota Jakarta dan kota-kota besar lainnya, merupakan salah satu alasan masyarakat lebih menggunakan kendaraan roda dua untuk berpergian. Masyarakat menggunakan kendaraan roda dua agar dapat dengan cepat untuk sampai ke tempat tujuan. Pengendara yang selalu ingin sampai dengan cepat ketempat tujuan, memunculkan potensi adanya kelalaian dalam berkendara, sehingga kecelakaan lalu lintas sering terjadi.

Menurut Kepala Kepolisian Indonesia Jenderal Tito Karnavian, tingkat kecelakaan lalu lintas di Indonesia masih tinggi, ranking dua sampai tiga di bawah di ASEAN. Masalah lalu lintas yang paling tinggi adalah kecelakaan di jalan. Korban kecelakaan di Indonesia lebih banyak dari jumlah korban terorisme, bencana tsunami, dan bencana banjir. Menurut Kepala Korps Lalu-lintas Kepolisian Indonesia Inspektur Jenderal Royke Lumowa, jumlah korban kecelakaan lalu lintas di Indonesia sekitar 28-30 ribu jiwa per tahun, ([www.nasional.tempo.co](http://www.nasional.tempo.co), diakses pada tanggal 4 Oktober 2018).

Indonesia menyediakan transportasi konvensional bagi masyarakat untuk melakukan perjalanan. Namun, penggunaan transportasi konvensional tidak dapat menjamin keamanan dan kenyamanan masyarakat, seperti terhindarnya tindak kriminal dan kecelakaan lalu lintas. Sejalan dengan pesatnya teknologi informasi dan komunikasi, transportasi pun tidak kalah berkembang pesatnya. Adanya penggabungan antara teknologi informasi dan komunikasi dengan transportasi mendorong lahirnya transportasi *online*.

Hadirnya transportasi *online* ini telah menjawab kekhawatiran masyarakat tentang jaminan keamanan didalam transportasi umum. Transportasi *online* ini menjawab kekhawatiran masyarakat dengan kelebihan aplikasi berbasis data, dimana masyarakat bisa mengetahui identitas *drivernya*. Adanya kelebihan ini, masyarakat bisa mengetahui siapa yang akan menjadi *driver* ojek pesanannya,

lengkap dengan data diri *driver* bersangkutan. Masyarakat yang dihadirkan dengan adanya transportasi *online* dapat memilih transportasi yang dibutuhkannya dalam melakukan perjalanan.

Adanya transportasi online yang merupakan perkembangan transportasi konvensional sangat menarik minat masyarakat sehingga menyebabkan peralihan transportasi konvensional ke transportasi online.

Berbagai kelebihan ketika menggunakan transportasi *online*, adalah hemat waktu dan tenaga, tarif yang jelas, praktis dan mudah, dan lebih aman. Adapun transportasi *online* yang tersedia di Indonesia, yaitu Gojek, Grab, Anterin, dan Bojek. Namun hanya dua transportasi berbasis *online* yang kian melekat dibenak masyarakat Indonesia yaitu Gojek dan Grab.

Pada penelitian ini peneliti mengangkat Gojek sebagai penelitian. Kehadiran Go-Jek sangat membantu masyarakat dalam bidang transportasi, terutama masyarakat yang ingin mendapatkan kemudahan dalam melakukan perjalanan. Transportasi ojek yang berbasis *online* sebenarnya membantu dalam mengefektifkan dan jauh lebih efisien.

Didirikan pada tahun 2011, Go-Jek bermitra dengan para pengendara ojek berpengalaman dan menjadi solusi utama dalam pengiriman barang (Go-Send), pesan antar makanan (Go-Food), layanan berbelanja (GoMart), layanan transportasi motor (Go-Ride), layanan transportasi mobil (Go-Car), layanan yang menyediakan berbagai penawaran terbaik (Go-Deals), layanan untuk membeli pulsa (Go-Pulsa), program loyalti dari Gojek khusus untuk pengguna Gopay (Go-Points), layanan transportasi menggunakan Bluebird (Go-Bluebird), layanan untuk membayar tagihan (Go-Bills), layanan untuk membeli barang atau makanan yang tidak terdaftar (Go-Shop), layanan yang menyewakan mobil box atau truk (Go-Box), jasa pijat (Go-Massage), jasa rumah tangga (*cleaning service*) untuk membersihkan ruangan (Go-Clean), jasa perawatan kecantikan (Go-Glam), pemesanan tiket bioskop ataupun tiket acara (Go-Tix), jasa memperbaiki kendaraan (Go-Auto), merupakan kolaborasi Gojek dengan Halodoc untuk membeli dan menebus obat (Go-Med), (Go-nearby), pemesanan dan pengantaran berbagai kebutuhan harian (Go-Daily).

Mengenai perkembangan dari fitur-fitur Gojek yang saat ini melayani berbagai kebutuhan sehari-hari masyarakat Indonesia dari transportasi, kuliner, belanja retail, kebutuhan rumah tangga, kesehatan hingga pembayaran online. Gojek merubah logo pada aplikasi. Sebuah logo adalah representasi dari visi dan misi perusahaan.

Logo Gojek seperti pada gambar.1 yang awalnya terdapat ilustrasi pengendara motor dengan sinyal diantara tulisan Go dan Jek secara tidak langsung mengartikan bahwa Gojek merupakan aplikasi yang hanya menyediakan transportasi saja.

Kini logo Gojek berubah menjadi seperti pada gambar.2 yaitu dengan tulisan polos Gojek saja, logo tersebut tidak lagi terdapat pengendara motor dengan sinyalnya hal ini diartikan Gojek tidak hanya menyediakan layanan transportasi saja namun terdapat berbagai fitur yang disediakan pada aplikasi Gojek. Perubahan logo Gojek hanya terjadi pada aplikasi saja, pada website dan media sosial Gojek masih menggunakan logonya yang lama.

Gambar 1. Logo Gojek pertama pada aplikasi Gojek



Sumber: <https://www.go-jek.com/>

Gambar 2. Logo Gojek pada aplikasi Gojek



Sumber: <https://kumparan.com/>

Kelebihan Gojek dibandingkan dengan transportasi *online* lainnya adalah, Gojek merupakan perusahaan asli dari Indonesia, mempunyai fitur pelayanan yang lebih beragam untuk memenuhi kebutuhan konsumen, Gojek memiliki banyak mitra yang mampu melayani banyaknya orderan, *driver* Gojek dibekali dengan *safety riding*, Gojek mempunyai respon yang baik dalam menangani keluhan pelanggan.

Layanan yang dimiliki Gojek dipakai secara aktif oleh 15 juta orang setiap minggunya. Para *weekly active user* ini dilayani sekitar 1.000.000 mitra pengemudi Gojek. Setiap bulannya, lebih dari 100 juta transaksi terjadi di platform Gojek. Data ini dibebaskan sendiri oleh Andre Soelistyo, Go-Jek Group President ([www.kompas.com](http://www.kompas.com), diakses pada tanggal 4 Oktober 2018).

Gojek merupakan salah satu penyedia layanan jasa transportasi *online* yang mayoritas adalah sepeda motor. Gojek adalah perusahaan berjiwa sosial yang memimpin revolusi industri transportasi ojek, Gojek menawarkan banyak layanan selain transportasi, namun dalam penelitian yang diangkat menjadi objek adalah Go-ride. Berkembangnya bisnis transportasi *online*, membuat perusahaan Gojek harus selalu mengevaluasi layanan yang diberikan, seperti *driver* berkendara dengan benar dan hati-hati, *driver* memakai atribut Gojek agar mudah dikenali, sopan dan santun, berpenampilan bersih dan rapih. Hal tersebut sangat berpengaruh terhadap kenyamanan konsumen dan berdampak pada pemesanan secara berulang oleh konsumen. Selain itu, karena dalam hal ini adalah transportasi, perusahaan harus mampu membangun dan menjaga kepercayaan konsumen, seperti citra perusahaan yaitu sebagai transportasi yang aman, praktis, dan mudah.

Gojek sebagai transportasi *online* yang banyak di minati oleh sebagian besar masyarakat Indonesia, dengan berbagai kebutuhan yang di sediakan maka, keamanan berkendara di jalan raya sudah sepatutnya menjadi perhatian utama penyedia jasa transportasi. Karena Gojek merupakan transportasi *online* yang mempunyai lingkup kerja pada perjalanan.

Setiap menjalankan order, keamanan saat berkendara adalah hal yang harus diutamakan *driver* Gojek agar terhindar dari kecelakaan. Untuk mengurangi

angka kecelakaan, PT Gojek Indonesia mengadakan sosialisasi untuk mengedukasi mitra tentang bagaimana berkendara secara aman. *Driver* Gojek wajib mengikuti *Safety Riding*, karena pentingnya *safety riding* bagi para *driver*. Sosialisasi ini diadakan kembali pada 29 Oktober 2018 – 18 Desember 2018 dan akan diadakan secara lebih meluas, yaitu di Kota Jabodetabek, Bali, Bandung, Batam, Malang, Medan, Padang, Pontianak, Semarang, Solo, Surabaya, Makassar, Yogyakarta, Bandar Lampung, Pekanbaru, Manado, dan Palembang. (<https://driver.go-jek.com/>, diakses pada tanggal 3 Desember 2018). Peneliti akan melakukan penelitian di Jakarta Selatan, dengan tempat pelatihan di Pondok Cabe, Pamulang. *Driver* yang mengikuti *Safety riding* berkisar 642 *driver* Go-Ride pada tahun 2018.

*Driver* Gojek yang mengikuti sosialisasi mengenai *safety riding* ini diharapkan akan meningkatkan kesiagaan para *driver* Gojek dalam mengontrol keselamatan diri, keselamatan penumpang dan keselamatan pengendara secara menyeluruh, hal ini bersinergi dengan prinsip Gojek yang selalu mengedepankan *safety riding* bagi pengemudinya ketika berkendara dan membawa penumpang.

Pada sosialisasi tersebut, pertama-tama mitra *driver* mendapatkan teori mengemudi dari pakarnya. Mereka juga disuguhi dengan beberapa peristiwa kecelakaan yang diakibatkan pelanggaran lalu lintas. Pengenalan marka jalan, pemahaman posisi berkendara, tata krama menggunakan klakson dan aksesoris motor juga mereka dapatkan.

Setelah selesai pemaparan, mitra *driver* menuju area simulasi. Mereka menggunakan motor melintasi area yang telah dipersiapkan RDL (*Rifat Drive Labs*). Di tempat pelatihan, RDL memantau dan menilai cara berkendara mereka, dari mulai belok, menikung, menyalip, dan menggunakan rem. Pada pelatihan tersebut, juga diberikan pengarahannya tambahan kepada mereka tentang tenggang rasa di jalan raya antar sesama pengguna jalan.

Melalui Sosialisasi, pelatihan dan sistem yang dibangun Go-Jek ini, mitra *driver* akan lebih menghargai dan menyayangi pekerjaannya. Hal ini lantaran di Gojek, para *driver* diajarkan cara bersopan santun, berkomunikasi,

melayani penumpang, dan setulus hati melakukan pekerjaannya. Semua pengetahuan tersebut ditambah dengan ilmu *safety riding* yang bisa menambah tanggung jawab seorang mitra *driver* sebagai personal, bukan untuk dia semata tetapi juga untuk penumpang.

Sosialisasi *Safety Riding* ini dapat mempengaruhi proses pembentukan dan perubahan sikap. Pembentukan dan perubahan sikap mengenai *safety riding* sangat berpengaruh penting bagi *driver* Gojek dalam berkendara, hal ini karena *driver* Gojek mempunyai tugas dan kewajiban untuk menjemput dan mengantarkan penumpang ke suatu tujuan.

Sosialisasi sangat berperan penting dalam pembentukan dan perubahan sikap *driver* Gojek karena banyak *driver* Gojek yang mengikuti sosialisasi tersebut. Oleh karena itu, dari diadakannya Sosialisasi *Safety Riding* adanya dampak positif yang dapat membentuk dan mempengaruhi sikap *driver* Gojek saat berkendara.

Saat ini belum diketahui seberapa besar sikap *driver* Gojek setelah mengikuti *Safety Riding*. Padahal penerapan sikap *safety riding* amat penting guna mengurangi angka kecelakaan lalu lintas yang terjadi di Indonesia selain itu memberi rasa aman terhadap penumpang. *Driver* Gojek yang mengikuti Sosialisasi *Safety Riding* maka dapat meningkatkan loyalitas *driver* tersebut akan meningkat terhadap Gojek. Oleh sebab itu, peneliti tertarik untuk menganalisis pengaruh Sosialisasi *Safety Riding* terhadap sikap *driver* Gojek di Jakarta Selatan Desember tahun 2018 sebagai salah satu meminimalisir angka kecelakaan lalu lintas di Indonesia.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Sosialisasi *Safety Riding* merupakan proses *driver* Gojek untuk mempelajari aturan yang ada di masyarakat untuk membentuk sikap. Tujuan dari diadakannya Sosialisasi *Safety Riding* adalah mempengaruhi sikap *driver* Gojek agar menerapkan *safety riding* ketika sedang mengantar penumpang, karena keselamatan penumpang dan pengendara adalah prioritas utama Gojek. Penyajian materi melalui Sosialisasi *Safety Riding* sangat menentukan besaran pengaruh sikap *driver* Gojek. Berdasarkan uraian diatas, peneliti merumuskan masalah

penelitian ini sebagai berikut: **Seberapa besar Pengaruh Sosialisasi *Safety Riding* terhadap Sikap *Driver Gojek* ?** (Survei terhadap *Driver Gojek* di Jakarta Selatan Desember 2018).

### **1.3 Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan peneliti ini adalah untuk mengetahui besaran Pengaruh Sosialisasi *Safety Riding* terhadap Sikap *Driver Gojek* (Survei terhadap *Driver Gojek* di Jakarta Selatan Desember 2018).

### **1.4 Manfaat Penelitian**

Manfaat dari penulisan Skripsi ini, yakni:

#### **1.4.1 Manfaat akademis**

Secara akademis, diharapkan penelitian ini dapat memberikan masukan bagi para pengembang studi ilmu komunikasi dan *public relations* bahwa sosialisasi sebagai cara menyampaikan pesan komunikasi kepada komunikan yaitu *driver Gojek*, serta dapat dijadikan literatur ilmiah dan referensi.

#### **1.4.2 Manfaat praktis**

Secara praktis, diharapkan penelitian ini dapat bermanfaat bagi PT Gojek Indonesia agar dapat meningkatkan kreativitas dalam menyampaikan pesan kepada komunikan yaitu *driver Gojek* dengan menggunkan daya tarik yang semenarik mungkin agar *driver Gojek* lebih sadar akan pentingnya *safety riding*.

### **1.5 Sistematika Penelitian**

Sistematika penulisan dalam penelitian ini diuraikan, sebagai berikut:

## **BAB I PENDAHULUAN**

Bab ini berisikan gambaran umum penelitian yang terdiri dari latar belakang, perumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

## **BAB II TINJAUAN PUSTAKA**

Bab ini berisikan mengenai penelitian terdahulu, teori dasar, definisi konsep, kerangka berfikir, dan hipotesis penelitian.

## **BAB III METODOLOGI PENELITIAN**

Bab ini berisikan tentang pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, populasi dan sampel penelitian, teknik penarikan sampel, teknik

pengumpulan data, operasional variabel, teknik analisis data serta waktu dan tempat penelitian.

#### **BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN**

Bab ini berisikan tentang menganalisa hasil-hasil penelitian dan pembahasan untuk memberikan jawaban terhadap masalah penelitian serta menganalisa data secara statistik.

#### **BAB V KESIMPULAN**

Bab ini berisikan tentang pemahaman peneliti tentang masalah yang diteliti berkaitan dengan skripsi berupa kesimpulan dan saran.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

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

#### **LAMPIRAN**

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

