

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Hampir semua aspek kehidupan manusia sehari-hari saat ini tidak lepas dari proses komunikasi, baik itu komunikasi secara langsung atau komunikasi menggunakan media, baik itu media massa atau media online. Mengingat kebutuhan dan aktivitas semakin kompleks, tentunya membutuhkan banyak pihak untuk menyelesaikan urusan, dan tidak mungkin diselesaikan secara sendirian. Komunikasi adalah sebagai suatu proses di mana informasi dipindahkan dari satu pihak ke pihak yang lain. Pihak ini bisa berupa perorangan, komunitas, masyarakat, kelompok, atau yang lainnya. Proses tersebut dilakukan sehingga antar pihak satu dengan yang lain dapat terhubung dengan menggunakan informasi. Proses ini tidak hanya dilakukan secara verbal seperti dengan pembicaraan, namun juga bisa dilakukan dengan media atau cara lainnya salah satunya adalah media *online*.

Media *Online* adalah media komunikasi yang pemanfaatannya menggunakan perangkat internet. Pengertian media online secara umum, yaitu segala jenis format media yang hanya bisa diakses melalui internet berisikan teks, foto, video, dan suara. John M. Echols dan Hasan Shadily memberikan definisi mengenai online. *On* berarti sedang berlangsung, dan *line* berarti garis, barisan, jarak dan tema Singkatnya, *online* berarti proses pengaksesan informasi yang sedang berlangsung melalui media internet. Sedangkan menurut Ashadi Siregar (dalam Kurniawan, 2005:20) pengertian media *online* adalah penyebutan umum

kepada media berbasis telekomunikasi dan multimedia (komputer dan internet). Media *online* ini termasuk *website, radio-online, pers online, dan e-commerce*. Dengan semakin pesatnya perkembangan media *online* saat ini, media yang menggunakan jaringan internet sebagai perantaranya ini mengalami perkembangan yang dapat digunakan untuk berbagai keperluan. Jika sebelumnya media *online* digunakan untuk keperluan jurnalistik, chatting dan untuk hiburan lainnya, saat ini media online juga digunakan untuk *e-commerce* yaitu transaksi jual/beli jasa/produk secara online menggunakan jaringan internet.

Keberadaan transportasi dapat membantu roda pergerakan perekonomian suatu daerah, baik tingkat nasional maupun lokal. Kegunaan transportasi berperan vital dalam membantu penyaluran barang dan jasa jika dilihat dari era modernisasi saat ini, dimana segala sesuatu hal harus cepat dan juga tepat sasaran. Apalagi pada saat ini masyarakat modern sudah mengenal alat komunikasi yang sangat maju dan canggih seperti telepon pintar atau smartphone yang pada saat ini sangat mendukung segala aspek kehidupan. Apalagi setelah dikenal internet yaitu jaringan komputer yang saling terhubung menggunakan sistem *global Transmission Control Protocol / Internet Protocol Suite (TCP/IP)* (Syamsul, 2012 : 12).

Pada saat ini, masyarakat Indonesia sangatlah kecewa pada masalah transportasi yang sangat padat dan tidak karuan. Tingginya tingkat kemacetan dan polusi udara menjadi alasan utama masyarakat enggan keluar rumah atau kantor. Padahal di sisi lain, mereka harus memenuhi kebutuhan, misalnya untuk berpergian, mengirim barang, atau membeli barang tertentu. Disinilah transportasi

online mulai dilirik oleh masyarakat karena “kepraktisan” yang ditawarkan oleh jasa penyedia transportasi *online*. Masyarakat hanya perlu memesan jasa transportasi apa yang akan digunakan menggunakan *handphone*, selanjutnya akan dijemput oleh driver penyedia transportasi *online* tersebut.

Jasa transportasi berbasis *online* ini disebut juga dengan aplikasi *ridesharing* yang kemunculannya di Indonesia mulai marak pada tahun 2015. Di mulai dari ojek *online* yang saat ini sudah hampir ada di seluruh wilayah Indonesia, diantaranya Go-Jek, *Grab*, dan juga *Uber* (Moda Transportasi atau sejarah transportasi di Dunia Dan Indonesia https://id.wikibooks.org/wiki/Moda_Transportasi/Sejarah_transportasi). Tingginya minat konsumen terhadap transportasi *online* membuat perusahaan berbasis jasa transportasi *online* tersebut berlomba-lomba menciptakan inovasi untuk menarik minat konsumen. Fenomena jasa transportasi berbasis *aplikasionline* sebenarnya merupakan jawaban atas kebutuhan masyarakat akan transportasi yang mudah di dapatkan, nyaman, cepat, dan murah. Banyak faktor yang membuat aplikasi berbasis *online* ini dibutuhkan oleh banyak masyarakat seperti di Kota Kupang. Di Kupang dari sisi kebutuhan masyarakat, transportasi *online* sudah menjadi sebuah moda alternatif yang diinginkan masyarakat setelah sebelumnya masyarakat harus menggunakan moda transportasi konvensional yang menuai beberapa masalah seperti minimnya keamanan dan kenyamanan ketika menggunakan angkutan umum umum yang seringkali sudah tidak layak beroperasi maupun ojek pangkalan yang dirasa tidak mementingkan keselamatan penumpang.

Grab (sebelumnya dikenal sebagai *GrabTaxi*) adalah perusahaan dari Singapura yang telah beroperasi di Indonesia yang bergerak di bidang pemasaran teknologi aplikasi yang bekerjasama dengan perusahaan rental mobil dan kendaraan pribadi. *Grab* melakukan penawaran yang menawarkan aplikasi *mobile* (Abbas Salim, 2000:45). Aplikasi *Grab* dapat di unduh pada *smartphone* pengguna jasa. *Grab* merupakan aplikasi interaktif di beberapa negara di asia tenggara, yang dapat digunakan dengan mudah via *smartphone* yang menjadi mediasi untuk mempertemukan kebutuhan penumpang sebagai pengguna jasa dengan supir dan mobil sebagai penyedia jasa transportasi. Sistem pemesanan dan pembayaran jasa transportasi dengan sistem *online* pada *Grab* membuat perkembangan baru dalam sistem transaksi jasa di Indonesia. Sistem transaksi Indonesia yang semula mengenal sistem tunai kini telah beralih kepada sistem daring yang menggantikan sistem tunai.

Di Indonesia Perusahaan *Grab* awalnya hanya menjadi penyedia aplikasi yang menghubungkan antara konsumen dengan supir taksi konvensional. Dengan kata lain, layanan ini mempermudah para supir taksi konvensional untuk mencari penumpang. Seiring dengan popularitasnya yang semakin meluas, pada 2015 *GrabTaxi* melakukan ekspansi dengan merilis layanan ojek *online* yakni *GrabBike*. Layanan ini pun bisa diterima dengan baik oleh masyarakat, karena jasa transportasi menggunakan motor dirasa merupakan solusi menghadapi kemacetan yang ada di kota-kota besar di Indonesia.

Di Kota Kupang sendiri *GrabBike* hadir pada akhir tahun 2017 sebagai layanan transportasi kendaraan roda dua berplat hitam. *GrabBike* ini merupakan

alternatif transportasi yang menawarkan perkembangan informasi melalui aplikasi yang dapat di *download* penggunaannya. *GrabBike* menawarkan kenyamanan ojek dengan harga terjangkau dan cukup bersaing dibandingkan dengan ojek pangkalan lainnya sehingga *GrabBike* mengalami perkembangan dan pertumbuhan yang sangat cepat di Kota Kupang. Sebagai perusahaan yang baru hadir di Kota Kupang, Grab (*GrabBike*) memiliki visi dan misi yaitu memberikan yang terbaik bagi mitra Grab dan pengguna jasa Grab (<https://www.grab.com/id/bike/>). Untuk itulah seluruh potensi, lapisan dan jajaran Grab harus selalu kreatif berinovasi, memiliki kesatuan sikap dan melangkah maju dengan semangat. Salah satu faktor kunci keberhasilan penyelenggaraan jasa selular dalam era persaingan ini adalah kemampuan suatu jaringan operasi menghadirkan *customer service* kepada masyarakat, suatu filosofi baru dunia untuk merajakan kepentingan para pelanggannya.

Ada beberapa alasan yang penulis anggap mengapa *GrabBike* begitu cepat mengambil hati pengguna angkutan umum sejenisnya seperti ojek pangkalan. *Pertama*, dari *driver* (sebutan untuk yang membawa kendaraan pada *GrabBike*), keselamatan penumpang dari *GrabBike* dijamin keselamatannya. Para *drivers GrabBike* membekali diri mereka dengan helm yang khusus diberikan kepada penumpang jika menggunakan jasa mereka. Selain itu para *drivers* yang bertugas haruslah menggunakan pakaian yang mengikuti standard keselamatan, seperti menggunakan jaket, celana panjang, sepatu, dan sarung tangan saat berkendara. Selain itu, para *drivers GrabBike* sebelum menjadi *drivers*, akan melewati tahap seleksi yang mewajibkan mereka memiliki sepeda motor maksimal lima tahun

terakhir produksi untuk menjaga performa kendaraan saat bertugas. Selain seleksi terhadap kendaraan, para *drivers* pun diseleksi pengetahuan dan *skill* mereka dalam berkendara agar tetap menjaga keamanan dan kenyamanan para penumpang. *Kedua*, mudahnya penggunaan aplikasi *Grab* ini juga merupakan alasan masyarakat menerima perubahan dari transportasi berbasis *offline* menuju transportasi berbasis *online*. Tampilan aplikasi *Grab* yang langsung menampilkan pilihan jasa transportasi apa yang ingin digunakan, memudahkan penggunaan aplikasi oleh pengguna, baik itu pengguna baru sekalipun. Di dalam tampilan menu aplikasi *Grab* terdapat beberapa pilihan menu; *GrabCar* jika pengguna ingin menggunakan jasa *Grab* dengan kendaraan mobil, *GrabBike* jika pengguna ingin menggunakan jasa *Grab* dengan kendaraan motor, *GrabFood* jika pengguna ingin memesan makanan dan menggunakan *Grab* sebagai medianya, *GrabKurir* jika pengguna ingin menggunakan *Grab* untuk mengantarkan pesanan barang pengguna.

Fenomena tersebut yang mengakibatkan para penumpang angkutan umum beralih dari ojek pangkalan menjadi pengguna *GrabBike*. Dari observasi yang penulis alami sendiri, pada 9 Februari 2019, mengenai harga jika menggunakan *GrabBike*. Jika umumnya menggunakan jasa ojek pangkalan per kilo meter harga yang dipatok merupakan hasil subyektif dari si-ojek pangkalan tersebut. Namun jika menggunakan jasa *GrabBike* perkilo meternya sudah tertera dalam aplikasi yang diinstal calon penggunanya. Seperti misalnya jarak dari Kelurahan Oeba ke Kelurahan Alak saat penulis menggunakan jasa *GrabBike*

yaitu Rp. 15.000.-, yang jika dibandingkan dengan harga ojek pangkalan selisih harganya bisa hampir tiga kali lebih mahal.

Selain itu penulis juga melakukan wawancara awal mengenai penggunaan aplikasi Grab kepada salah satu pengguna jasa *GrabBike*, Ulva, yang merupakan mahasiswi Fakultas Hukum, Universitas Nusa Cendana Kupang. Menurut Ulva, yang saat wawancara penulis temui di Kost miliknya di daerah Penfui.

“Memesan *GrabBike* sangat mudah. Konsumen tinggal membuka aplikasi lalu mendaftar. Selanjutnya, driver ojek online akan menelepon pemesan untuk konfirmasi. Untuk harganya sudah ada tertera berapa ongkos yang harus dibayar kepada tukang ojek *online* sehingga tidak ada tawar menawar”.

Menurutnya, penggunaan aplikasi Grab ini sangat mudah karena tampilan pada aplikasinya yang mudah dimengerti.

Dalam situs web milik *Grab* (<https://www.grab.com/id/about/>), transportasi adalah hak, bukan keistimewaan. Selain itu *GrabBike* mengklaim bahwa pelayanan yang diberikan bersifat cepat, baik itu dari jasa pelayanannya ataupun informasi yang diberikan kepada penggunanya. Selain itu dalam aplikasi *Grab*, ada fitur chat yang disediakan untuk saling berhubungan antara *Driver* dan penggunanya. Fitur chat yang dapat digunakan agar pengguna dan *driver* dapat saling berkomunikasi dan memberikan penilaian atas jasa yang pengguna dapatkan.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan diatas maka penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul :

“Persepsi mahasiswa Penfui Kota Kupang sebagai Pengguna Ojek Berbasis *Online* (*GrabBike*) di Daerah Penfui Kota Kupang”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, rumusan masalah dalam penelitian adalah “Bagaimana persepsi mahasiswa yang ada di daerah Penfui Kota Kupang sebagai pengguna Ojek *Online (GrabBike)* dalam penggunaan aplikasi berbasis Online?

Alasan peneliti mengambil mahasiswa yang ada di daerah Penfui Kota Kupang karena Daerah Penfui merupakan daerah yang memiliki tiga Universitas besar seperti Universitas Nusa Cendana, Universitas Katolik Widya Mandira, dan Politeknik.

1.3 Batasan Masalah

Penelitian yang dilakukan ini mempunyai batasan penelitian yang difokuskan kepada persepsi mahasiswa sebagai pengguna ojek *online* dalam penggunaan aplikasi berbasis *online*.

1.4 Maksud Dan Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maksud dan tujuan penelitian ini terdiri atas :

1.4.1 Maksud Penelitian

Maksud Penelitian ini adalah untuk mengetahui persepsi mahasiswa sebagai pengguna ojek *online (GrabBike)* dalam penggunaan aplikasi berbasis *online*.

1.4.2. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan permasalahan yang telah dirumuskan dalam penelitian ini, maka penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pengetahuan Persepsi mahasiswa sebagai pengguna *GrabBike* dalam penggunaan aplikasi berbasis *online*.

1.5. Manfaat Penelitian

Dalam penelitian ini, manfaat penelitian dibedakan atas dua yakni manfaat teoritis dan manfaat praktis.

1.5.1. Manfaat Teoritis

Dari segi pengembangan ilmu, hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah informasi akademik bagi ilmu komunikasi khususnya *Public Relation* tentang persepsi pengguna *GrabBike* dalam penggunaan aplikasi berbasis *online*.

1.5.2. Manfaat Praktis

Hasil penelitian diharapkan dapat bermanfaat antara lain :

- a. Bagi masyarakat, khususnya bagi para masyarakat pengguna jasa ojek *online GrabBike* di Kota Kupang, agar hasil penelitian ini dapat menjadi bahan informasi tentang Persepsi mahasiswa sebagai pengguna *GrabBike* dalam penggunaan aplikasi berbasis *online*.
- b. Bagi almamater, hasil penelitian ini dapat berguna dalam melengkapi kepustakaan ilmu komunikasi khususnya di lingkungan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.
- c. Bagi penulis sebagai salah satu persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana Ilmu Komunikasi pada Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

1.6. Kerangka Pemikiran, Asumsi dan Hipotesis

1.6.1 Kerangka Pemikiran

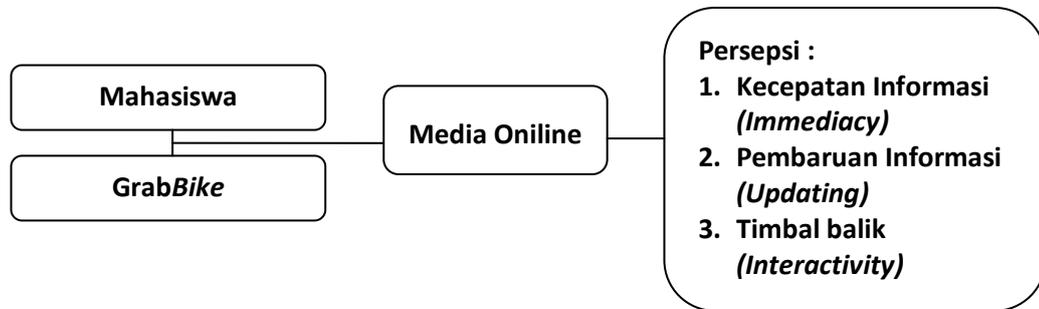
Mahasiswa yang kuliah di seputaran Daerah Penfui Kupang, sebagai pengguna *GrabBike* memiliki persepsi karena menggunakan aplikasi yang bersifat *online*. Mahasiswa sebagai pengguna *GrabBike* memiliki persepsi terhadap penggunaan aplikasi tersebut yang dilandasi oleh pengalaman atau peristiwa saat menggunakan aplikasi *GrabBike* tersebut. Persepsi merupakan “pengalaman tentang objek, peristiwa atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Persepsi tersebut meliputi kecepatan informasi, pembaruan aplikasi dan timbal balik yang merupakan kriteria dari media *online*.

Kerangka pemikiran ini adalah penalaran yang di kembangkan dalam memecahkan masalah penelitian ini. Pada dasarnya kerangka penelitian ini menggambarkan jalan pikiran dan landasan rasional dan pelaksanaan penelitian tentang Persepsi mahasiswa Penfui sebagai pengguna *GrabBike* dalam penggunaan aplikasi berbasis *online*.

Dengan demikian kerangka pemikiran penelitian ini dapat digambarkan sebagai berikut :

Bagan 1.1

Kerangka Pemikiran Peneliti



1.6.2 Asumsi

Asumsi merupakan anggapan dasar atau titik tolak pemikiran yang kebenarannya dapat diterima secara umum, yang berfungsi sebagai dasar pijak bagi masalah yang diteliti. Dengan demikian asumsi yang dapat digunakan pada penelitian ini adalah mahasiswa sebagai pengguna *GrabBike* dalam penggunaan aplikasi berbasis *online* memiliki persepsi.

1.6.3 Hipotesis

Hipotesis merupakan pendapat atau kesimpulan sementara terhadap hasil penelitian yang akan dilakukan. Dengan kata lain suatu pendapat yang digunakan untuk mengetahui kenyataan yang sebenarnya dari suatu hal yang belum terbukti kebenarannya (Darus, 2012:34). Hipotesis yang dapat peneliti rumuskan pada penelitian ini adalah persepsi mahasiswa sebagai pengguna aplikasi ojek berbasis online yaitu kecepatan informasi, pembaruan aplikasi, dan timbal baliknya.