

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Canggihnya media dan teknologi komunikasi saat ini sangat menguntungkan manusia terutama dibidang komunikasi. Zaman yang serba canggih ini disebut sebagai era *new media* atau media baru. Selanjutnya pengertian media baru memberikan cakupan yang lebih luas lagi seperti yang diungkapkan oleh seorang ilmuwan bernama Croteau (Dalam Novi Kurnia, 2015:298) menyatakan bahwa media baru yang muncul akibat inovasi teknologi dalam bidang media meliputi televisi kabel, *satellite e*, teknologi *optic fiber* dan komputer.

Kecanggihan teknologi komunikasi yang menjadi cikal bakalnya sebuah era media baru menjadikan semua kegiatan komunikasi menjadi interaktif dan efektif seperti yang diungkapkan oleh McQuail (Dalam Novi Kurnia, 2015:292) yang mana dia membuat pengelompokan media baru menjadi empat kategori. Kategori pertama, media komunikasi interpersonal yang terdiri dari telpon, *handphone*, dan *e-mail*. Kedua, media bermain interaktif seperti *computer*, *videogame*, permainan dalam internet. Ketiga, media pencarian informasi yang berupa portal/*search engine*. Empat, media partisipasi kolektif seperti pengguna internet untuk berbagi dan pertukaran informasi, pendapat, pengalaman dan menjalin melalui komputer dimana penggunaanya tidak semata mata untuk alat namun juga dapat menimbulkan afeksi dan emosional. Selain itu kecanggihan teknologi komunikasi dan media baru tersebut tentu saja akan mempermudah komunikasi dengan teman, sahabat, keluarga hingga kerabat yang jauh sekalipun, dan juga dengan adanya media baru tersebut mampu mempermudah kita dalam mendapatkan informasi informasi apapun itu, entah informasi dalam maupun luar negeri.

Lembaga *We Are Social* (Dalam Ahmad Setiadi, 2016: 1) mempublikasikan hasil risetnya bahwa pengguna internet dan media social di Indonesia cukup tinggi. Ada sekitar 15 persen penetrasi internet atau 38 juta lebih pengguna internet atau 38 juta lebih pengguna internet. Dari jumlah total penduduk, ada sekitar 62 juta orang yang mendaftar serta memiliki akun di media sosial Facebook. Dari riset tersebut juga menunjukkan bahwa rata-rata pengguna internet di Indonesia menghabiskan waktu hampir 3 jam untuk terkoneksi dan berselancar di media social melalui perangkat telepon genggam.

Banyaknya jumlah pengguna media sosial di Indonesia tentu saja memunculkan kesempatan untuk mengoptimalkan kehadiran media sosial sebagai media komunikasi, terutama untuk memudahkan dan memperlancar urusan kita. Contohnya transportasi berbasis aplikasi online, seperti go-jek, grab, uber dan aplikasi lainya yang tentunya mempermudah kita untuk membantu pekerjaan kita sehari hari. Khususnya masalah transportasi.

Pada zaman dahulu banyak ojek konvensional dimana mana, tetapi tidak menutup kemungkinan transportasi berbasis aplikasi online sekarang juga banyak diminati karena kemudahan dan kepraktisanya. Hadirnya transportasi berbasis online ini sejatinya menjadikan masyarakat untuk memilih jasa dari salah satu transportasi yang lebih tepat dan cocok dengan kebutuhannya untuk melakukan mobilitas, yaitu transportasi konvensional atau transportasi berbasis online tersebut.

Semakin tingginya mobilitas masyarakat, maka semakin banyak pula membutuhkan sarana untuk transportasi yang dapat memberikan pelayanan dan pergerakan yang semakin cepat dari satu tempat ketempat yang lain. Dimana sekarang sudah ada sebuah terobosan dan inovasi bagi masyarakat yaitu transportasi berbasis aplikasi online yang didukung oleh teknologi komunikasi melalui *smartphone*. Contohnya adalah *Go-jek*, *grab*, dan *uber* serta masih banyak lagi contohnya.

Transportasi berbasis aplikasi online ini adalah sejenis ojek tetapi bisa dipesan melalui sebuah aplikasi. Umumnya terdapat layanan seperti *Go-Ride*, *Go-Car*, *Go-Bluerbird*, hingga layanan *Go-Food*. Transportasi berbasis online ini bisa dibayar bukan hanya menggunakan uang *cast* tetapi bisa juga menggunakan *Go-Pay*. Dengan aplikasi ini tentu saja akan semakin memudahkan penggunanya sendiri dan semakin praktis dalam penggunaanya.

Cara penggunaanya pun mudah dibanding dengan ojek konvensional, dengan transportasi berbasis online ini, jika pengguna belum mempunyai aplikasinya pengguna tinggal masuk ke *playstore* tulis di bagian *search engine* dengan nama aplikasi transportasi yang diinginkan dan selanjutnya pengguna bisa mendownloadnya. Setelah itu buka dan selesaikan pendaftaranya hingga aplikasi transportasi bisa digunakan. Selanjutnya lakukan transaksi pemesanan, dan anda tinggal menunggu *driver* nya menjemput anda dititik dimana tempat tersebut sudah anda jelaskan melalui aplikasi pemesanan tersebut.

Berikut adalah daftar nama nama transportasi berbasis aplikasi online yang bisa digunakan di Indonesia, terutama sudah sering digunakan khususnya didaerah jawa timur :

1. *Go-Jek*

Gambar 1



(Sumber Gambar : <http://goo.gl/images/xYTHmC>)

2. *Grab*

Gambar 2



(Sumber Gambar : <http://goo.gl/images/n3cJJs>)

3. *Uber*

Gambar 3



(Sumber Gambar : <http://goo.gl/images/A5Kd4C>)

Hasil wawancara pada tanggal 17 Desember 2018 dengan salah satu Mahasiswa Universitas Negeri di Bangkalan Madura pengguna ojek online menyatakan bahwa dengan memakai transportasi berbasis aplikasi online ini sangat memudahkan kita kemana pun tujuan kita dan dimanapun kita berada terutama dikota kota besar. Dengan menggunakan aplikasi ini sangat menguntungkan karena harganya yang bisa dikatakan miring berbeda dengan transportasi seperti ojek konvensional, dengan menggunakan aplikasi ini kita bisa dijemput ditempat atau titik-titik yang kita mau.

Salah satu kota di Madura yaitu Bangkalan. Merupakan salah satu kota yang mana disini sudah terdapat transportasi berbasis aplikasi online, hal ini dapat dibuktikan dengan pernyataan beberapa kalangan anak muda (wawancara tanggal 18 Desember 2018) bahwa sering melihat ojol (ojek online) didaerah Bangkalan kota, disekitar stadion Bangkalan, dan Alun Alun Bangkalan. Kabupaten yang terdiri dari 18 kecamatan dan 8 kelurahan ini sekarang terdapat pelabuhan, dimana pelabuhannya bernama pelabuhan kamal. Pelabuhan kamal sebagai gerbang pintu masuk dari Jawa. Selain itu saat ini telah beroperasi Jembatan Suramadu (Surabaya-Madura) yang menghubungkan kedua pulau, yaitu pulau Jawa dan Pulau Madura. Jadi dengan memesan transportasi berbasis online ini bisa menggunakan jembatan suramadu juga apabila penduduk diluar Madura ingin ke Madura atau sebaliknya.

Berdasarkan data yang diperoleh dapat disimpulkan yaitu wawancara dengan salah satu *driver* grab (wawancara tanggal 17 Desember 2018) bahwa transportasi berbasis aplikasi online ini telah ada dan beredar di wilayah Bangkalan, terutama wilayah kecamatan kota Bangkalan. Selain itu hasil wawancara dengan beberapa remaja (wawancara 18 Desember 2018) yang mengetahui dan faham tentang ojol (ojek online) menyatakan bahwa di Madura khususnya wilayah Bangkalan hanya ada grab saja untuk ojek onlinenya. Ojek online di wilayah Bangkalan sudah sering terlihat (grab) terutama dibagian bagian kota di Bangkalan, untuk ojek online seperti gojek dan uber beberapa menjawab dalam wawancara tersebut belum pernah melihat adanya ojek online tersebut di wilayah Bangkalan kota ini.

Apabila ditelaah dan dilihat kembali Bangkalan merupakan gerbang masuk untuk ke Madura melalui jalur Suramadu. Salah satu pengakuan (wawancara pada tanggal 17 Desember 2018) *driver* ojek online (grab) yang asli berkependudukan Bangkalan dia sengaja memilih grab dikarenakan memang tidak ada transportasi berbasis aplikasi online yang lain yang berada di wilayah Bangkalan Madura kecuali wilayah kabupaten Pamekasan saja. Sehingga

hal ini dijadikan acuan oleh peneliti untuk menciptakan beragam opini terhadap ojek online di wilayah Madura khususnya wilayah Bangkalan.

Maka dari itu, akhirnya peneliti menfokuskan di Kabupaten Bangkalan khususnya Bangkalan kota karena mengingat banyaknya ojek online telah beroperasi disekitarnya dan mengenai bagaimana masyarakat Bangkalan menyikapi tentang ojek online yang berada di wilayah kota Bangkalan. Serta untuk mengetahui pula bagaimanakah beragam opini masyarakat kota Bangkalan terhadap ojek online di Wilayah kota Bangkalan ini.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Opini Masyarakat Kota Bangkalan Terhadap Ojek Online?”.

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas maka tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui opini masyarakat kota Bangkalan terhadap ojek online di wilayah kota tersebut, khususnya wilayah kecamatan kota Bangkalan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Akademis

1. Diharapkan dengan adanya penelitian ini dapat melatih dan mengasah kemampuan penulis untuk menulis karya karya selanjutnya seperti karya tulis ilmiah dan penelitian.
2. Dengan adanya penelitian ini diharapkan pembaca dapat memahami teori yang berkaitan dengan ilmu komunikasi secara umum maupun secara khusus yang berkaitan tentang dinamika komunikasi.
3. Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat dijadikan referensi bagi penelitian selanjutnya, terutama penelitian yang berkaitan dengan dinamika komunikasi agar memudahkan penelitian selanjutnya dalam pengkerjaanya.
4. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan referensi, informasi baru, masukan, hingga pertimbangan dalam penggunaan aplikasi *whasApp* kepada seluruh pengguna pada umumnya.
5. Selain itu semoga dengan adanya penelitian ini dapat bermanfaat dan memperkaya khasanah penelitian di Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Budaya khususnya, Jurusan Ilmu Komunikasi sendiri.

1.4.2 Manfaat Praktik

Manfaat bagi masyarakat Bangkalan :

Dengan adanya penelitian ini diharapkan masyarakat mengetahui perkembangan teknologi masa kini yang tengah digandrungi oleh masyarakat pada umumnya. Yaitu perkembangan transportasi yaitu ojek berbasis aplikasi online. Selain itu dengan adanya penelitian untuk mengetahui opini masyarakat Bangkalan sendiri terhadap ojek online. Dengan adanya penelitian ini diharapkan ojek online diwilayah Bangkalan madura semakin berkembang. Selain itu diharapkan dapat memberi masukan bagi pihak pihak yang membutuhkan pengetahuan berkenaan dengan opini masyarakat bangkalan terhadap ojek online dan tentang pengguna serta penyedia jasa ojek online sendiri.