

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi sekarang ini, teknologi semakin cepat berkembang dan membuat kehidupan manusia semakin mudah. Kehidupan manusia yang sebelumnya berbasis konvensional kini mulai beralih ke basis teknologi. Teknologi membuat kehidupan manusia jadi lebih mudah dan teknologi dapat dijadikan solusi dalam berbagai hal masalah. Teknologi informasi dan komunikasi misalnya, teknologi ini berkembang dengan sangat cepat. Era ini merupakan era dimana siapapun yang dapat menguasai sebuah informasi maka orang tersebut peluang hidup yang lebih ketimbang yang tidak menguasai. Hal itu dikarenakan informasi saat ini telah menjadi peranan penting dalam aspek kehidupan.

Berkembangnya sebuah jaringan yang bernama internet merupakan bukti teknologi komunikasi dan komunikasi di era ini telah mengalami perkembangan, contohnya saja internet, internet sekarang sangat mempengaruhi bagaimana cara manusia di Dunia ini melakukan interaksi. Khususnya warga masyarakat Indonesia. Banyak hal-hal yang mengalami perubahan karena dipengaruhi oleh internet seperti dalam perdagangan yang sebelumnya orang bisa mendapatkannya hanya melalui toko, berkat internet kini beralih ke online shop dimana masyarakat dapat mengaksesnya di rumah dan dengan beragam pilihan barang maupun toko. Ada juga media offline seperti koran yang kini telah berubah ke media online, bahkan pembayaran tagihan seperti telepon, listrik, pulsa dll kini beralih ke pembayaran online. Setiap kebutuhan masyarakat kini sudah beralih dari yang sebelumnya konvensional berubah menjadi serba online.

Pengguna internet dari tahun ke tahun juga mengalami peningkatan yang signifikan, menurut survey Asosiasi Penyedia Jasa Internet Indonesia (APJII), di tahun 2018 sekitar 171,17 juta dari 264,16 juta orang penduduk Indonesia atau sekitar 64,8 % penduduk Indonesia sudah menggunakan jaringan internet. Hal ini mengalami peningkatan dari tahun 2017 yang memiliki prosentase pengguna internet sebesar 54,68 %. Peningkatan pengguna internet di Indonesia sangatlah wajar melihat dari kemajuan teknologi yang dari tahun ke tahun mengalami peningkatan.



Gambar 1.1 pertumbuhan pengguna internet di Indonesia tahun 2017-2018
sumber: apjii.or.id

Dari data apjii, warga masyarakat Indonesia yang menggunakan internet selama satu tahun mengalami kenaikan sebesar 27.916.716 jiwa, dengan prosentase sebesar 10,12%. Hal ini menunjukkan di Indonesia lebih dari separuh masyarakatnya mengalami perkembangan teknologi informasi dan komunikasi. Dengan begitu maka tidak mengherankan di era ini semua layanan online lebih menarik perhatian dari pada layanan konvensional.

Handphone juga tak luput ikut mengalami perkembangan akibat munculnya internet, handphone kini berkembang menjadi handphone pintar atau disebut dengan *smartphone*. *Smartphone* membantu seseorang jadi lebih mudah untuk mendapatkan informasi kapanpun dan dimanapun. Kemudahan *smartphone* ini membuat teknologi yang praktis dan diminati khalayak umum. Berbagai macam aplikasi tercipta untuk membantu aktivitas manusia menjadi lebih mudah, cepat, hemat, dan praktis. Aplikasi-aplikasi tersebut tersaji dalam *smartphone* android maupun IOS.

Teknologi yang mengalami perkembangan sangat cepat juga mengarah dalam ranah bisnis transportasi. Sekarang ini transportasi ikut mengalami perkembangan seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi dan pengguna internet yang terus meningkat. Kehadiran teknologi dalam ranah transportasi diharapkan mampu untuk

mengatasi masalah-masalah transportasi yang saat ini berusaha untuk diselesaikan. Salah satunya adalah kemacetan.

Kemacetan merupakan masalah yang belum bisa terselesaikan oleh pemerintahan Indonesia saat ini. Berbagai macam solusi yang sudah diterapkan dinilai belum juga berhasil mengurangi kemacetan di Indonesia khususnya di kota-kota besar. Transportasi umum menjadi primadona pemerintahan Indonesia saat ini dan akan berupaya untuk terus dikembangkan, namun transportasi umum konvensional banyak dikeluhkan masyarakat, selain dari efisiensi waktu, keamanan, kenyamanan, dan kebersihan juga menjadi pertimbangan masyarakat untuk menggunakan transportasi umum. Hal ini membuat masyarakat enggan untuk menggunakan transportasi umum dan lebih memilih untuk kembali menggunakan kendaraan pribadi yang menyebabkan penumpukan kendaraan di jalan. Kehidupan manusia di era sekarang yang menuntut semua serba instan, cepat dan mudah membuat developer aplikasi turut serta terjun dalam dunia transportasi.

Developer-developer di era sekarang ini, berlomba lomba untuk menciptakan aplikasi yang fungsinya untuk memenuhi kebutuhan manusia dan memudahkan manusia saat beraktivitas, salah satunya yakni transportasi online. Transportasi online menjawab keresahan masyarakat soal transportasi umum yang tidak aman, kumuh, dan tentunya tidak nyaman. Transportasi online sangat mudah digunakan, karena transportasi online ini hadir sebagai aplikasi yang dapat digunakan melalui smartphone. Selain itu, transportasi online dinilai memiliki lebih banyak keuntungan daripada layanan transportasi konvensional. Misalkan saja dengan transportasi online seseorang tidak perlu lagi menunggu layaknya menggunakan transportasi konvensional, seseorang akan dijemput sesuai titik yang sudah ditentukan saat memesan. Ini merupakan wujud dari keresahan masyarakat yang mempermasalahkan efisiensi waktu dan kenyamanan.

Sekarang ini, di bidang transportasi online terdapat dua developer besar yang saat ini berjaya di Indonesia, dua developer tersebut adalah Gojek dan Grab. Gojek dan Grab merupakan teknologi yang melayani jasa ojek atau taksi secara online. Gojek merupakan aplikasi karya anak bangsa yang didirikan tahun 2010 di Jakarta oleh Nadiem Makarim. Sedangkan Grab merupakan aplikasi yang bermarkas di Singapura yang didirikan oleh Anthony Tan dan Tan Hooi Ling pada tahun 2012 di Malaysia dan masuk ke Indonesia

pada tahun 2014. Keduanya menyediakan layanan kebutuhan sehari-hari bagi para pelanggan termasuk perjalanan (motor maupun mobil), pesan-antar makanan, pengiriman barang dan pembayaran menggunakan dompet digital. Dua perusahaan ini merupakan pelopor berkembangnya aplikasi yang berbasis transportasi, dari dua perusahaan inilah bermunculan aplikasi lainnya dalam bidang transportasi dengan inovasi-inovasi yang menawarkan berbagai fitur menarik, tentunya memiliki perbedaan dari Grab dan Gojek. Contohnya seperti OJESY yang menawarkan fitur ojek syar'i khusus untuk perempuan. Ojesy merupakan transportasi online yang seluruh drivernya adalah wanita.

Dipelopori Gojek dan Grab, perkembangan *start up* ojek berbasis online semakin pesat. Seperti halnya di Nganjuk, Nganjuk memiliki ojek online lokal yang bernama Heeh Jek. Heeh Jek merupakan perusahaan di Nganjuk Jawa Timur yang menggunakan teknologi berbasis aplikasi untuk memberikan kemudahan akses bagi penyedia jasa dan pengguna jasa dalam memesan ojek, taxi, pengiriman barang, pemesanan makanan, belanja serta rental. Heeh Jek bermitra dengan para pengemudi ojek dan taxi lokal guna menyediakan layanan ojek online terpercaya dengan tarif terjangkau. Heeh Jek sendiri didirikan tahun awal tahun 2018 yang terbilang masih baru jika dibandingkan dengan Grab yang sudah bertahun-tahun hadir di Indonesia dan telah dikenal secara Nasional yang kini sudah masuk ke daerah-daerah kecil seperti kabupaten Nganjuk.

Berdasarkan matakamera.net reputasi Heeh Jek di kabupaten Nganjuk memiliki animo yang tinggi dari masyarakat setempat. Menurut manajer Heeh Jek Bapak Komaudin, respons unduhan dan order dari konsumen ternyata sangat tinggi. Satu bulan launching, tercatat sudah hampir 4 ribu orderan yang masuk. Bahkan pada bulan April 2018 Heeh Jek melesat ke 50 besar aplikasi teratas via Google PlayStore (untuk kategori Top New Free/ travel & local). Artinya kehadiran heeh jek mendapat antusias yang tinggi dan dukungan penuh dari masyarakat Nganjuk, sebagai aplikasi yang dilahirkan oleh wong Nganjuk, dan dipersembahkan untuk masyarakat Nganjuk. (Lanang, Panji. 2018. <http://www.matakamera.net/2018/03/animo-masyarakat-nganjuk-membeludak-ini.html>, 04 maret 2019). Sebagai pengembang aplikasi yang baru, tentunya He'eh Jek memerlukan strategi untuk memperkenalkan dan memasarkan produknya. Sebagian besar masyarakat di Nganjuk sebelumnya tentu lebih mengenal Grab sebagai layanan

transportasi online. Hal inilah yang menjadi tantangan besar bagi Heeh Jek untuk mampu bersaing dengan Grab. Persaingan yang ketat menuntut suatu perusahaan untuk mampu mempertahankan reputasinya. Sebagai perusahaan biasanya memiliki strategi yang mengelola perusahaan agar memiliki system yang baik.

Komunikasi sangatlah penting untuk menjalin hubungan antara perusahaan dengan masyarakat agar mendapatkan *feedback* yang positif dari masyarakat. *Public Relations* merupakan jembatan antara perusahaan dengan masyarakat yang bertujuan untuk mempengaruhi masyarakatnya. Fungsi utamanya yaitu mempengaruhi konsumen agar konsumen tersebut mempercayai produk dari suatu perusahaan. Hasilnya, perusahaan tersebut mendapatkan citra yang positif dari masyarakat. Tentuntunya dengan melakukan komunikasi pemasaran dan promosi yang baik, suatu perusahaan akan dikenal oleh masyarakat luas. MPR (*Marketing Public Relations*) sebagai salah satu cara yang digunakan untuk memperkenalkan produknya. *Marketing Public Relations* memiliki fungsi untuk membangun citra pasar, mempertahankan citra suatu perusahaan, dan yang paling penting menjalin hubungan dengan konsumennya. Namun *Marketing Public Relations* tidak sebatas hanya memperkenalkan produk ke khalayak umum, hubungan dengan khalayak juga tidak sebatas penjualan produk melainkan berlanjut sampai pasca penjualan sehingga mendapatkan rasa puas dari konsumen yang akan membuat terciptanya pelanggan setia dari produk yang dihasilkan suatu perusahaan.

Dalam hal ini peneliti memilih PT Armada Sarana Sejahtera atau He'eh Jek dikarenakan He'eh jek merupakan perusahaan transportasi online baru yang mampu bersaing dengan transportasi online lainnya yang telah mempunyai reputasi Indonesia. Berdasarkan latar belakang inilah peneliti tertarik untuk meneliti bagaimana strategi *Public Relations* He'eh Jek untuk membangun citra dan mempromosikan ojek onlinenya sehingga He'eh Jek tidak kalah dalam persaingan bisnis startup transportasi online.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang tersebut, peneliti merumuskan permasalahan adalah bagaimana strategi *Marketing Public Relations* yang dilakukan PT Armada Sarana Sejahtera dalam upaya membentuk *brand awareness* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang diuraikan diatas, maka peneliti memiliki tujuan penelitian untuk menjelaskan bagaimana praktik *Marketing Public Relations* PT Armada Sarana mengenai strategi yang digunakan dalam upaya pembentukan kesadaran merek.

1.4 Manfaat Penelitian

a. Manfaat Akademis

Penulis berharap penelitian ini mampu memberikan manfaat untuk perkembangan ilmu komunikasi khususnya pada kajian praktik *Public Relations* dalam memasarkan suatu produk atau jasa.

b. Manfaat Praktis

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi refrensi mahasiswa ilmu komunikasi dalam pengembangan kegiatan pemasaran suatu produk atau jasa bagi instansi maupun perusahaan.