

BAB I

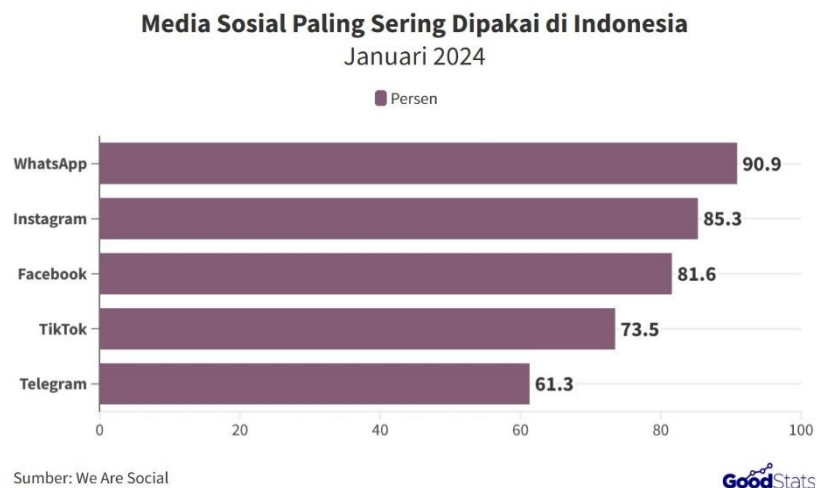
PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Semakin berkembangnya teknologi informasi saat ini dapat mempengaruhi sebagian besar aspek kehidupan. Salah satunya perkembangan teknologi yang berpengaruh bagi manusia adalah internet, dimana internet bisa menghubungkan penggunaanya tanpa batasan jarak dan waktu. Internet menjadikan salah satu hal yang penting bagi seluruh pekerjaan atau aktivitas setiap orang. Adanya internet juga memberikan dampak yang sangat banyak bagi setiap orang baik dalam kehidupan personal maupun dalam menjalankan perusahaan. Internet dalam hal ini khususnya media sosial sangat bermanfaat dalam berbagai bidang, salah satunya dalam menjalankan perusahaan yang erat kaitannya dengan bidang pelayanan konsumen, sehingga memungkinkan perusahaan dan konsumen bertukar informasi melalui media sosial.

Diantara berbagai platform media sosial lainnya, Instagram merupakan sebuah media sosial yang sangat populer di kalangan masyarakat. Sejak dua bulan setelah diperkenalkan ke publik, Instagram memiliki satu juta pengguna. Pada September 2011 atau belum genap setahun melampaui sepuluh juta pengguna. Setelah dibeli oleh Facebook seharga satu milyar dolar pada April 2012, Instagram memiliki lebih dari satu miliar pengguna aktif bulanan. Hingga tahun 2019 pengguna Instagram tidak menunjukkan tanda tanda melambat, dan bahkan telah menjadi salah satu jejaring sosial yang paling banyak digunakan di planet ini (R. Dwi & Yuliani, 2020). Instagram sebagai salah satu media sosial yang saat ini menjadi sebuah gaya hidup baru ditengah tengah masyarakat khususnya dikalangan anak muda yang memakai sosial media dikehidupan sehari-harinya. Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya (Syahrina et al., n.d.). Instagram merupakan media sosial yang cukup efektif untuk menyebarkan informasi antar pengguna.

Mengutip laporan dari laporan *We Are Social*, jumlah pengguna Instagram global mencapai 1,6 miliar pada Juli 2023. Sedangkan menurut Napoleon Cat, ada 90,51 juta pengguna Instagram di Indonesia pada April 2024. Jumlah tersebut naik 0,11% dibandingkan dengan bulan sebelumnya yang sebanyak 90,41 juta pengguna.



Grafik 1. 1 Data pengguna Instagram

Sumber : GoodStats,2024

Melihat data media sosial yang paling sering dipakai setelah setelah Whatsapp yakni Instagram memiliki dampak besar bagi komunikasi Indonesia. Terutama Instagram sebagai media sosial yang penggunaanya sebesar 85,3% menurut data dari GoodStats. Instagram digunakan semakin banyaknya pengguna Instagram dan melimpahnya fitur pada Instagram dapat dimanfaatkan oleh pelaku bisnis khususnya perusahaan yang erat kaitanya dengan pelayanan konsumen untuk menampilkan citra perusahaan dan menjalin kedekatan dengan konsumen.

Pelayanan transportasi merupakan sebuah kebutuhan yang harus dipenuhi di setiap daerah karena banyak kegiatan di segala sektor memerlukan transportasi umum. Artinya transportasi adalah suatu jasa yang digunakan untuk memindahkan orang atau barang dari suatu tempat ke tempat lain. Transportasi dapat diberi definisi sebagai usaha dan kegiatan mengangkut atau membawa barang dan/atau penumpang dari suatu tempat ke tempat lainnya (Rustian Kamaluddin, 2003).

Transportasi umum yang dapat mempertahankan kualitas pelayanannya yang meliputi keamanan, kelayakan, efisiensi waktu dan terjangkau bagi semua kalangan. Jasa transportasi juga harus bisa memenuhi kepuasan konsumen sebagai pelanggan jasanya, (Lovelock, 2011) mendefinisikan kepuasan konsumen sebagai suatu sikap ditentukan dari pengalaman. Kepuasan adalah sebuah evaluasi karakteristik barang atau layanan. Untuk tercapainya kepuasan konsumen maka salah satu faktor yang harus diperhatikan adalah pelayanan yang diberikan kepada konsumen. Dalam penentuan kualitas pelayanan jasa yang baik tentunya pihak penyedia jasa harus memperhatikan persepsi dan harapan dari konsumen. Transportasi umum menjadi semakin penting dalam kehidupan saat ini, karena banyak kegiatan di segala sektor memerlukan transportasi umum.

Perusahaan jasa khususnya perusahaan transportasi perlu memikirkan cara untuk meningkatkan kualitas pelayanan kepada pelanggannya. Pelanggan tidak hanya mengharapkan kualitas produk tetapi juga kualitas layanan, lalu bagaimana perusahaan dapat memastikan bahwa pelanggan puas dengan layanan yang diberikan. Perusahaan juga perlu mempertimbangkan apakah mereka telah lalai dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan. Menangani perselisihan yang timbul antara pelaku usaha dan pelanggan juga menjadi prioritas dan harus ditetapkan sebagai prosedur operasi standar (SOP) bagi semua pelaku usaha. Tentunya hal tersebut sudah menjadi program humas, humas berfungsi melakukan komunikasi eksternal antara perusahaan dan konsumen.

Humas dapat digunakan untuk membangun hubungan karyawan, pelanggan, investor, pemilih, atau konsumen. Peran humas berfokus pada bagaimana cara membangun hubungan yang baik dengan publik. Humas bertugas sebagai tampilan utama perusahaan atau organisasi dalam upayanya menciptakan strategi-strategi terbaik untuk keberlangsungan sebuah perusahaan. Strategi humas menurut Soemirat dan Ardianto (dalam Ningrum & Syarah, 2018) memiliki arti yang berhubungan dengan kehidupan, daya juang, keberhasilan, dan kemenangan. Dengan artian keberhasilan komunikasi dari perusahaan kepada konsumen merupakan tujuan utama, menggunakan media sosial tentu tidak asing dengan

konten, konten menjadikan alat utama yang digunakan dalam berkomunikasi di sosial media dan sebagai sarana perusahaan dalam menampilkan citra atau image kepada konsumen. Konten yang dibuat dapat berupa foto maupun video yang bertujuan mengkomunikasikan informasi dari perusahaan kepada konsumen.

Hingga saat ini banyak perusahaan yang menjadikan media sosial khususnya Instagram sebagai media informasi kepada konsumen. Instagram bukan hanya sebagai media untuk bersosialisasi melainkan bagi perusahaan juga dapat sebagai media penyebaran informasi kepada konsumen, seperti membagikan program terbaru, promosi, himbauan, dan membangun citra perusahaan. Media sangat berpengaruh terhadap citra suatu perusahaan baik dalam pemberitaan positive maupun negative karena mudah diakses oleh semua orang, penggunaan Instagram saat ini sudah digunakan semua kalangan. Instagram memiliki peran penting dalam pembentukan atau mempertahankan citra suatu perusahaan. Salah satu perusahaan transportasi darat yang menggunakan media Instagram sebagai sarana komunikasi dan membangun citra perusahaan kepada konsumen adalah PT. Rosalia Indah Transport melalui akun @rosaliaindah.official sebagai sarana untuk mempertahankan citra perusahaan sebagian masyarakat telah mengetahui PT. Rosalia Indah Transport sebagai perusahaan transportasi darat yang telah banyak digunakan masyarakat, Oleh karena itu untuk terus mempertahankan reputasi yang baik menjadi tujuan yang utama melalui media Instagram.



Gambar 1. 1 Akun @rosaliindah.official

Sumber : Dokumentasi Peneliti

Setelah viralnya insiden barang pribadi penumpang yang hilang yang menimpa salah satu Influencer pada media sosial X @Widino yang mendapatkan 18 ribu postingan ulang dan 4.357 komentar yang menyatakan pernah mengalami hal serupa. Dalam upaya mempertahankan citra perusahaan PT. Rosalia Indah Transport mengunggah konten yang menarik dan informatif bagi konsumen seperti konten promosi, Himbauan keamanan, Hiburan, Travel hacks, Informasi, dan Edukasi. Rosalia indah juga melakukan interaksi yang intens dengan konsumen dengan cara merepost postingan story konsumen. Agar terus memperkuat citra baik perusahaan dan mempertahankan penumpang tetap PT. Rosalia Indah Transport akan melakukan perbaikan dan permohonan maaf melalui media sosial Instagram Perusahaan dengan cara membuat konten Hiburan, Informasi, Tips, Promosi, dan Himbauan keamanan. Dengan membuat konten pada Instagram perusahaan yang menjadi sarana komunikasi kepada konsumen diharapkan dapat mengembalikan citra baik Rosalia Indah pasca insiden tersebut. Selain memberikan pertanggung jawaban yang telah diberikan Rosalia Indah juga berjanji memberikan pelayanan terbaik kemudian hari bagi penumpang kemudian hari.

Tidak hanya disitu, Rosalia Indah terus memberikan kualitas pelayanan dan keamanan pada penumpang, Atas kejadian tersebut Rosalia Indah juga telah meminta maaf secara terbuka pada sosial media Instagram @rosaliaindah.official dan juga telah memberikan himbauan kepada calon penumpang dengan membuat konten pemasangan stiker himbauan menjaga barang bawaan pribadi. Rosalia Indah melalui akun Instagramnya @rosaliaindah.official juga terus melakukan interaksi dengan pelanggannya agar senantiasa memberikan rasa nyaman dan aman. Oleh karena itu berdasarkan alasan tersebut penulis tertarik membahas “ Media Instagram @rosaliaindah.official Dalam Upaya Mempertahankan Citra Perusahaan”. Dengan demikian diharapkan diperoleh gambaran mengenai bagaimana strategi pemulihan citra perusahaan pasca kejadian tersebut banyaknya barang pribadi penumpang yang hilang.

1.2 Rumusan Masalah

Dari latar belakang yang telah peneliti paparkan diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini yaitu:

“Bagaimana isi konten Instagram @rosaliaindah.official dalam upaya mempertahankan citra perusahaan” ?

1.3 Tujuan Penelitian

Mengacu dari latar belakang dan rumusan masalah diatas, peneliti memiliki fokus tujuan yakni :

Mengetahui dan memahami isi konten Instagram @rosaliaindah.official dalam upaya mempertahankan citra perusahaan ?

1.4 Manfaat Penelitian

Harapan dari selesainya sebuah penelitian yakni dapat memberikan manfaat bagi pengembangan pada bidang keilmuan baik secara praktis maupun teritis. Sehingga manfaat yang dapat diambil terhadap penelitian yang telah peneliti lakukan diantaranya :

1. Manfaat Teoritis

Hasil riset ini mampu memperluas wawasan, pemahaman dan kontribusi dalam bidang ilmu komunikasi dan layak dijadikan sumber rujukan untuk para penulis yang akan menyelesaikan karya tulis ilmiah yang serupa, sehingga penelitian ini dapat dikembangkan mengikuti perkembangan zaman.

2. Manfaat Praktis

a. Bagi Penulis

Kajian yang dilakukan peneliti diharapkan dapat menjadi bahan refleksi dan melengkapi pengalaman penulis mengenai Media Instagram @rosaliindah.official dalam upaya mempertahankan citra perusahaan.

b. Bagi peneliti selanjutnya

Bagi peneliti selanjutnya, penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi peneliti sebagai pedoman dalam melakukan penelitian selanjutnya terlebih dalam bidang Media Instagram @rosaliindah.official dalam upaya mempertahankan citra perusahaan.