

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

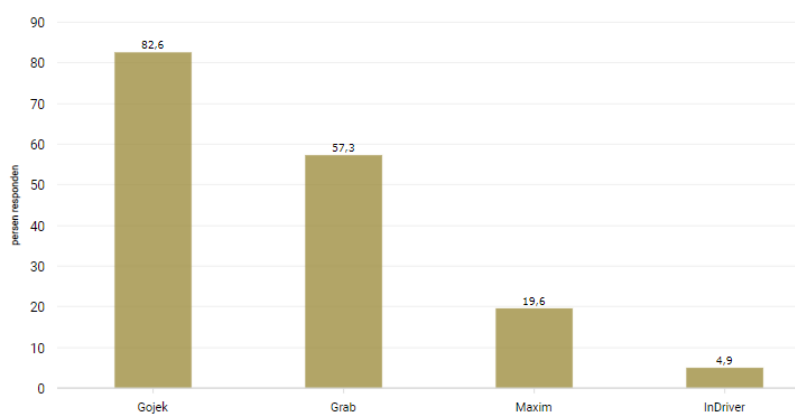
Transportasi tentunya merupakan hal yang sudah melekat di dalam kehidupan masyarakat. Jasa transportasi adalah salah satu aspek penting dan mendukung aktivitas masyarakat setiap harinya seperti bersekolah, bekerja dan berbagai aktivitas lainnya. Terdapat berbagai macam transportasi yang ada di Indonesia salah satunya adalah angkutan umum. Angkutan umum di Indonesia yang tersedia saat ini diantaranya yaitu bus kota, angkot, metromini/kopaja, ojek, dan juga becak. Namun, pada era yang serba modern ini masyarakat cenderung lebih memilih menggunakan kendaraan pribadi mereka, karena angkutan umum dinilai tidak nyaman dan tidak aman.

Menurut Djoko Setijowarno selaku wakil ketua masyarakat Transportasi Indonesia (MTI) Terdapat penurunan kinerja dan juga masalah biaya transportasi umum membuat masyarakat lebih memilih untuk berkendara dengan transportasi online, didukung dengan data yang diperoleh dari kementerian perhubungan yang menunjukkan terjadinya penurunan jumlah masyarakat yang menggunakan angkutan umum. Saat ini masyarakat secara selektif memilih jenis layanan jasa transportasi yang akan mereka gunakan. Kualitas layanan yang diberikan menjadi tolak ukur konsumen memilih layanan jasa yang akan mereka dapatkan. Perusahaan dalam bidang jasa ini dituntut untuk memberikan jaminan, kepuasan pelanggan serta reputasi baik di mata para pelanggan.

Seiring dengan perkembangan zaman dan juga didukung dengan teknologi yang semakin maju membuat manusia melakukan inovasi dalam berbagai aspek. Teknologi pun memberikan dampak positif dan kemudahan yang menjadi cara baru dalam melakukan aktivitas manusia (Ngafifi, 2014,33-47). Salah satu inovasi teknologi yang diciptakan untuk memudahkan masyarakat dalam jasa transportasi yaitu dengan munculnya transportasi online atau transportasi *on demand*. Tidak harus menunggu berdiri di pangkalan ojek atau mendatangi tempat-tempat pemberhentian transportasi, masyarakat dapat memesan layanan taksi/ojek online dari tempat mereka berdiri. Maka dari itu masyarakat beralih menggunakan transportasi online dengan berbagai kemudahan dan fasilitas yang didapatkan.

Salah satu bisnis transportasi modern yang menggunakan kecanggihan teknologi yaitu dengan hadirnya aplikasi Grab. Grab merupakan platform layanan transportasi online yang berkembang pesat di Indonesia, aplikasi ini memberikan pelayanan bagi pengguna untuk menikmati jasa transportasi sesuai dengan kebutuhan masyarakat. Hadirnya aplikasi Grab ini memberikan kemudahan bagi masyarakat untuk melakukan mobilisasi kemana saja secara cepat dan *real time*. Grab menyediakan berbagai layanan yang dapat memenuhi kebutuhan dan mempermudah aktivitas masyarakat sehari-hari, seperti tersedianya layanan transportasi, pesan antar makanan, antar barang dalam kota dan berbagai layanan lainnya.

Grab memasuki pasar jasa transportasi Indonesia pada tahun 2012 yang saat itu terdapat beberapa kompetitor lain yang menjadi pesaing yaitu Go-jek. Namun tidak hanya itu, seiring berjalannya waktu muncul berbagai kompetitor lain diantaranya yaitu Indrive dan Maxim. Hal tersebut membuat masyarakat memiliki pertimbangan untuk memilih layanan transportasi mana yang memberikan pelayanan terbaik. Adapun dibawah ini disajikan data layanan transportasi online yang paling banyak digunakan masyarakat Indonesia.



**Gambar 1.1 Layanan Transportasi Online Sering Digunakan Di Indonesia**

Sumber: [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id)

Gambar 1.1 menunjukkan persentase pengguna layanan transportasi online di Indonesia periode Bulan Agustus-September 2022 menurut survei Institute for Development of Economics and Finance (INDEF). Hasil survei memperlihatkan bahwa masyarakat atau konsumen di Indonesia 82,6% menggunakan layanan transportasi online Go-Jek. Disusul dengan Grab yang berada diposisi kedua dengan persentase sebesar 57,3%. Adapun layanan transportasi online Maxim

memperoleh persentase pengguna sebesar 19,6% dan persentase paling rendah yaitu InDrive sebesar 4,9%.

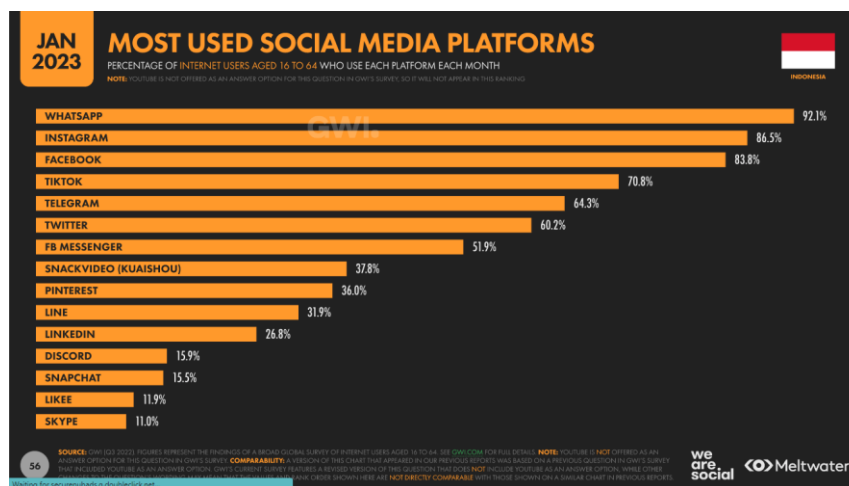
Pada era globalisasi saat ini Indonesia sudah memasuki era 4.0 yang dimana seluruh kegiatan masyarakat sudah menggunakan teknologi informasi dan komunikasi. Teknologi telah berpartisipasi dalam berbagai aspek kehidupan manusia. Teknologi telah mengubah cara manusia melakukan berbagai hal dan komunikasi adalah salah satu yang paling signifikan. Pengaruh yang paling terlihat terhadap cara orang melakukan komunikasi yaitu dengan adanya kemajuan teknologi informasi yang berkontribusi besar terhadap perubahan berkomunikasi dan mendorong terciptanya inovasi baru.

Salah satu kemajuan teknologi informasi yang berkontribusi besar terhadap perubahan cara berkomunikasi yaitu dengan adanya internet. Internet merupakan jaringan yang dipasangkan dengan alat komunikasi sehingga dapat digunakan untuk berinteraksi dimanapun dan kapanpun. Dengan adanya internet setiap orang di berbagai penjuru dunia dapat melakukan komunikasi. Tidak hanya komunikasi antar personal, komunikasi melalui internet dimanfaatkan oleh berbagai perusahaan untuk melakukan interaksi dan mengenalkan produk mereka melalui internet dengan memanfaatkan media sosial. Menurut Ardiansah dan Maharani (2021,3) media sosial merupakan sebuah wadah atau sarana yang digunakan untuk mempermudah komunikasi antara sesama pengguna dan memiliki sifat komunikasi dua arah, media sosial pun sering dimanfaatkan untuk membangun profil seseorang atau citra diri, dan juga dapat dimanfaatkan oleh perusahaan sebagai media pemasaran.

Komunikasi pemasaran merupakan strategi untuk menyampaikan pesan kepada konsumen yang dituju sesuai sasaran. Promosi yang dilakukan oleh perusahaan atau produsen kini banyak dilakukan melalui media sosial dengan hadirnya aplikasi seperti facebook, twitter, youtube, instagram dan sebagainya. Media sosial ini memungkinkan para pelaku usaha melakukan interaksi dengan sesamanya, pelanggan dan calon pelanggan. Media sosial memberikan citra merek yang dipasarkan dan membantu menyebarluaskan pesan secara komunikatif.

Perusahaan berlomba-lomba memanfaatkan media sosial untuk menarik perhatian pelanggan agar produk dapat dikenal dan meningkatkan minat pelanggan untuk terus membeli produk atau menggunakan jasa yang ditawarkan.

Komunikasi melalui media sosial telah meningkat pesat selama beberapa tahun terakhir. Salah satu media sosial yang digunakan secara luas saat ini adalah Instagram. Instagram telah menjadi alat komunikasi yang efektif untuk mempromosikan berbagai produk dan jasa hanya dengan mengunggah foto atau video. Seiring dengan berjalannya waktu, instagram semakin berkembang yang pada mulanya sebagai media berkomunikasi saja kini telah menjadi salah satu media yang menyediakan sarana berbagai informasi, baik informasi yang berupa pengetahuan umum hingga berita-berita yang sedang banyak diperbincangkan.



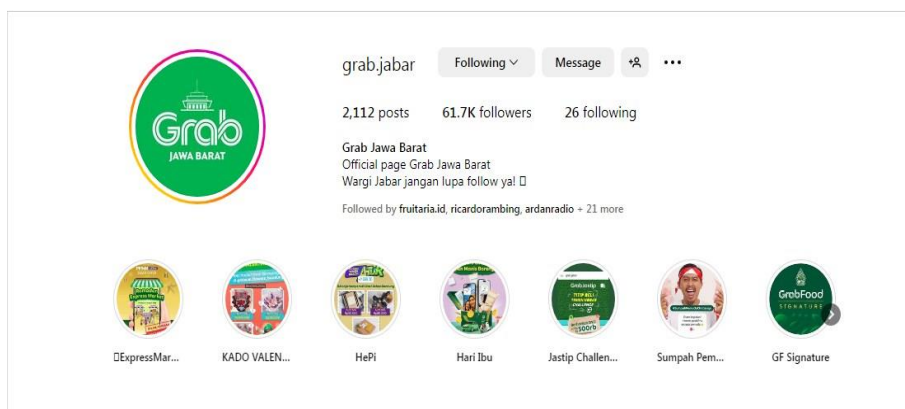
**Gambar 1.2 Platform Media Sosial Yang Paling Banyak Digunakan**

Sumber: datareportal.com

Pada gambar 1.2 dapat dilihat bahwa instagram memperoleh persentase sebesar 86.5% berada di posisi kedua setelah whatsapp. Dapat diartikan bahwa instagram sukses menjadi platform media sosial yang banyak diminati dikalangan masyarakat Indonesia. Instagram menjadi media sosial yang memiliki banyak peluang untuk berbisnis bagi para penggunanya dan dimanfaatkan sebagai media komunikasi pemasaran. Melalui unggahan foto maupun video, instagram mengundang para pengikut untuk melihat produk berupa barang atau jasa yang dijual.

Grab sendiri mempromosikan aplikasi dan produk-produk layanannya menggunakan media sosial Instagram. Karena media sosial ini cukup mudah digunakan dan diakses oleh para peminatnya. Selain itu, pengiklanan atau penyebaran informasi yang dilakukan menggunakan media sosial Instagram tidak memakan biaya yang cukup besar. Mempromosikan atau mengiklankan produk

layanan Grab melalui media sosial instagram terbilang cukup efektif dan berdampak pada peningkatan pelanggan Grab itu sendiri.






**Gambar 1.3 Akun Instagram Grab.jabar**



Sumber: Instagram Grab,jabar

Dapat dilihat pada gambar 1.3 dari jumlah pengikut pada akun Instagram @grab.jabar berjumlah 61.3 Ribu pengikut pada Bulan Juni 2023. Dengan berkembangnya teknologi, aplikasi Grab berusaha untuk mengikuti perkembangan zaman, saat ini Grab menggunakan Instagram sebagai promosi penjualan dan saran untuk memberikan informasi tentang layanan dari Grab. Selain itu, tidak hanya pada *feeds*, Grab juga memanfaatkan fitur lain yang ada di Instagram Seperti mengunggah kegiatan yang mereka lakukan melalui fitur *Instagram Stories*, agar dapat berinteraksi dengan para *followers* dan juga dengan bermacam *hashtag* agar memudahkan pencarian informasi akan suatu hal tertentu, selain itu grab juga memanfaatkan fitur Instagram *ads* yang akan muncul pada halaman Instagram setiap orang sehingga promosi penjualan yang dilakukan oleh grab dapat lebih banyak di ketahui oleh masyarakat.

Terdapat beberapa jenis promosi yang dilakukan oleh Grab melalui Instagram guna menarik minat masyarakat, diatnaranya Diskon harga, Pengembalian dana dan rabat, Kupon, Kontes dan undian, dan *Continuity Program*. Maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian yang berjudul “Pengaruh Promosi Di Media Sosial Instagram Terhadap Minat Pengguna Aplikasi Grab”.

**Tabel 1.1**  
**Jenis Promosi Penjualan Grab di Media Sosial Instagram**

Keterangan	Jenis Promosi
Diskon Harga	 <p>grab.jabar</p> <p>grab.jabar Danpada malam minggu di rumah aja, mending kita ke OTW ke @myfest_id ! 🎉</p> <p>Bisa ngonser asik bareng bestie sambil melepas penat, bikin akhir pekan kamu jadi lebih seru deh!</p> <p>Ada kabar gembira juga nih buat kamu! Gak perlu pusing mikirin parkir dan nyasar kalo naik Grab. Tinggal oussai pesen dan langsung OTW ke @myfest_id. Tarifnya murah ditambah ada diskon 90% pake kode promo: GRABMYFESTGC untuk GrabCar dan GRABMYFESTGB untuk GrabBike.</p> <p>Yuk, jangan sampai ketinggalan keseruannya! Sampai ketemu nanti! 🙌</p> <p>#grabjabar</p> <p>Edited - Ad See translation</p> <p>32 likes 4 DAYS AGO</p> <p>Add a comment...</p>
Pengembalian Dana Dan Rabat	 <p>SHOPTAKULER</p> <p>Cashback s.d.</p> <p>20 Rb</p> <p>OVO Points</p> <p>Berlaku setiap hari</p> <p>Kuota terbatas setiap hari!</p> <p>1. Scan QR untuk info lengkap syarat dan ketentuan promo.</p> <p>2. OVO Points dapat digunakan untuk transaksi pada aplikasi OVO dari Grab, termasuk di merchant yang bekerja sama, serta pembayaran melalui scan QRIS.</p> <p>3. OVO points memiliki nilai yang sama dengan rupiah (1 OVO point = 1 rupiah).</p> <p>1 500 696</p>
Kupon	 <p>grab.jabar</p> <p>grab.jabar Mau belanja praktis ongkirnya gratis? Yuk belanjanya di GrabMart aja! 🛒</p> <p>Dapetin gratis ongkir Rp10rb tiap belanja, caranya tinggal ketik kode promo GMONGKIR10K 🙌</p> <p>Belanja puas, harga pasti! Tunggu apalagi? Cek GrabMart sekarang! 🙌</p> <p>#Grabjabar #GrabMart</p> <p>15w See translation</p> <p>204 likes MARCH 18</p> <p>Add a comment...</p>

Keterangan	Jenis Promosi
Kontes dan Undian	
Continuity Program	

(Sumber : <https://www.instagram.com/grab.jabar> diakses pada 5 Juni, 2023)

Terdapat beberapa jenis promosi penjualan yang telah dilakukan oleh Grab melalui Instagram guna menarik minat masyarakat, diantaranya adalah Diskon harga, Pengembalian dana dan rabat, Kupon, Kontes dan undian, dan Continuity Program.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan sebelumnya, media sosial memiliki daya tarik yang cukup kuat, hal ini dikarenakan media sosial dapat diakses oleh siapapun tanpa dibatasi ruang dan waktu. Begitu pula dengan media sosial Instagram, terbukti dengan antusiasme masyarakat dalam menggunakan Instagram.

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan diatas, maka peneliti menarik pokok permasalahan yang akan diteliti dalam penelitian ini adalah:

Bagaimana promosi aplikasi Grab dilakukan di media sosial Instagram?

### **1.3 Identifikasi Masalah**

Berdasarkan Identifikasi masalah yang telah diuraikan diatas maka peneliti menarik pokok permasalahan yang akan di bahas dalam penelitian ini adalah:

Seberapa besar pengaruh promosi aplikasi Grab di media sosial Intagram terhadap minat pengguna?

### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini merujuk pada identifikasi masalah, yaitu untuk: Pengaruh promosi aplikasi Grab di media sosial Instagram terhadap minat pengguna.

### **1.5 Kegunaan Penelitian**

Manfaat yang diharapkan dari hasil penelitian ini adalah:

#### **1.5.1 Manfaat teoritis**

##### 1. Bagi pembaca

Penelitian ini bermanfaat untuk menambah pengetahuan mengenai pentingnya media sosial dalam meningkatkan minat pengguna Grab dengan strategi komunikasi pemasaran yang baik.

##### 2. Bagi peneliti

Sebagai wadah untuk pengaplikasian ilmu dan teori yang didapat saat perkuliahan dan sebagai sarana latihan pengembangan kemampuan pada penelitian.

#### **1.5.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu alternatif pertimbangan bagi perusahaan untuk mengambil keputusan terkait strategi komunikasi pemasaran yang lebih efektif menggunakan media sosial untuk meningkatkan minat pengguna aplikasi Grab.

### **1.6 Sistematika Penulisan**

Penulisan Usulan Penelitian mengenai “Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Terhadap Minat Pengguna Aplikasi Grab” terdiri dari III (Tiga) Bab dimana sistematika penulisannya terdiri dari:



1. BAB I PENDAHULUAN, terdiri dari latar belakang penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian, sistematika penulisan skripsi, lokasi dan waktu penelitian.
2. BAB II TINJAUAN PUSTAKA, terdiri dari rangkuman teori, kajian non teoritis, kajian atau penelitian terdahulu yang relevan, kerangka pemikiran dan hipotesis.
3. BAB III METODE PENELITIAN, terdiri dari jenis penelitian, ruang lingkup penelitian, operasionalisasi variabel, populasi dan sampel, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, uji validitas dan reliabilitas.
4. BABA IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN, terdiri daro objek penelitian, hasil pengumpulan data, karakteristik responden, hasil penelitian dan pembahasan hasil penelitian.
5. BAB V PENUTUP, terdiri dari simpulan dan rekomendasi

### 1.7 Lokasi dan Waktu Penelitian

Kantor Grab biro Jawa Barat Paskal Hypersquare, Jl. Pasir Kaliki Blok F 35 – 37 No 27 – 29, Kb. Jeruk, Cicendo, Kota Bandung, Jawa Barat 40172.



**Gambar 1.4 Lokasi Kantor Pusat Grab Biro Jabar**

Sumber: <https://www.google.com/maps/search/>