

# BAB I

## PENDAHULUAN

### I.1 Latar Belakang Masalah

Teori S-O-R sebagai singkatan dari Stimulus-Organism-Response, ini semula berasal dari psikologi. Kalau kemudian menjadi juga teori Komunikasi, tidak mengherankan, karena objek material dari psikologi dan ilmu komunikasi adalah sama, yaitu manusia yang jiwanya meliputi komponen-komponen berupa sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi (Effendy, 2000: 254)

Dalam teori S-O-R atau *Stimulus Organism Response* ini telah menjadi landasan adanya proses komunikasi dalam penelitian ini. Menurut teori ini, efek yang ditimbulkan adalah reaksi khusus terhadap *stimulus* khusus, sehingga seseorang dapat mengharapkan dan memperkirakan kesesuaian antara pesan dan reaksi komunikasi (Effendy, 2000: 254). Sehingga dalam penelitian ini peneliti pun akan meneliti mengenai “Sikap Pengguna GO-JEK Mengenai Layanan Fitur GO-RIDE Dalam Aplikasi GO-JEK. “. Sikap adalah evaluasi umum yang dibuat manusia terhadap dirinya sendiri, orang lain, obyek atau *issue* Petty, coopio, 1986 dalam Azwar S, 2000:6 (Wawan, 2010:27).

Di era perkembangan saat ini, transportasi merupakan sarana yang sangat dibutuhkan pada zaman sekarang, karena dengan adanya transportasi dapat memilih jalur darat untuk memenuhi kebutuhannya. Ketergantungan masyarakat terhadap transportasi sangat tinggi, dengan alasan untuk mempersingkat waktu perjalanan. Sehingga transportasi saat ini memang digunakan sebagai penunjang dalam melakukan kegiatan

aktifitas sehari-hari, terutama di area perkotaan. Transportasi menjadi sangat penting dalam mendukung berbagai aktifitas yang dilakukan oleh setiap individu terhadap aktifitasnya, jika dibutuhkan dalam waktu yang mendesak. Adanya peran penting pada transportasi inilah di gunakan oleh berbagai perusahaan baru dalam menciptakan adanya *inovasi* baru apalagi dibutuhkan dalam kondisi yang mendesak.

Salah satunya pada perusahaan GO-JEK merupakan salah satu penyedia layanan jasa transportasi online khususnya sepeda motor. GO-JEK adalah perusahaan berjiwa sosial yang memimpin revolusi industri transportasi Ojek. GO-JEK bermitra dengan para pengendara Ojek berpengalaman di Jakarta meliputi area JABODETABEK, Bandung, Bali & Surabaya. GO-JEK menjadi solusi utama dalam aktifitas pengiriman barang, pesan antar makanan, berbelanja dan berpergian di tengah kemacetan.

Semenjak kemunculannya GO-JEK di area publik telah menjadi inovasi baru di kalangan masyarakat. Sehingga awal kemunculnya GO-JEK sebagai transportasi berbasis online ini pun dipicu oleh berbagai macam pro dan kontra di kalangan masyarakat. Di karenakan secara singkat awal kemunculan GO-JEK sebagai transportasi berbasis *online* ini pun telah meraih banyak keuntungan, terutama diarea kota besar. Perusahaan GO-JEK pun berhasil meraih keuntungan dengan memperoleh banyak konsumen baru sebagai pengguna yang menggunakan aplikasinya dalam waktu yang singkat.

Berdasarkan data dari Ylpkjatim.com ini menjelaskan alasan mengapa masyarakat saat ini banyak memilih transportasi *online*. Terlihat

rating yang paling tinggi terdapat pada kategori murah dengan angka presentase 84,1%. lalu pada urutan rating kedua terletak pada kategori cepat dengan presentase 81,9. Sedangkan urutan ketiga terletak pada pada nyaman dengan presentase 78,8%. Dan terakhir terletak pada aman dengan presentase sekitar 61,4%.

Kesuksesan besar perusahaan GO-JEK dalam waktu singkat ini telah menimbulkan konflik antara transportasi *online* dan konvensional. Hal ini menyebabkan adanya persaingan baru pada transportasi konvensional yang secara mendadak telah merebut banyak penggunaannya selama ini, sehingga tak sempat untuk membuat adanya strategi baru dalam mempertahankan adanya pengguna yang telah didapatkan. Inilah yang membuat adanya ketidakterimaan *drive* transportasi konvensional terhadap transportasi online salah satunya dikota Surabaya.

Adanya konflik yang terjadi telah menimbulkan keresahan bagi masyarakat yang menggunakan transportasi *online* tersebut khususnya pada kota besar. Salah satunya pada kota surabaya sendiri merupakan kota kedua yang memiliki kepadatan penduduk yang tinggi serta kondisi di kota surabaya sendiri memiliki karakter penduduk yang produktif dan memiliki berbagai macam kegiatan yang sangat menyita banyak waktu. Hal ini juga yang memicu adanya pengguna baru GO-JEK diarea Surabaya. Tak hanya itu, GO-JEK juga disambut positif oleh masyarakat surabaya karena menjadi alternatif angkutan umum yang mudah dijangkau. Keberadaannya sangat membantu dalam memudahkan pengguna yang akan beraktifitas tanpa terkena macet. Sehingga hal ini menjadi alasan peneliti untuk memilih kota surabaya sebagai subjek dari penelitian ini.

Adanya kejadian konflik antara transportasi konvensional dan *online* menimbulkan adanya keresahan pada para pengguna sehingga disinilah perusahaan GO-JEK selalu berusaha untuk meningkatkan rasa kenyamanan pada para pengguna tersebut. Konflik pun berlalu, perusahaan GO-JEK pun semakin mencoba dalam meningkatnya berbagai fitur program baru di aplikasinya.

Gambar 1.1  
Fitur Aplikasi GO-JEK



Sumber : [www.gojekindonesia.com](http://www.gojekindonesia.com)

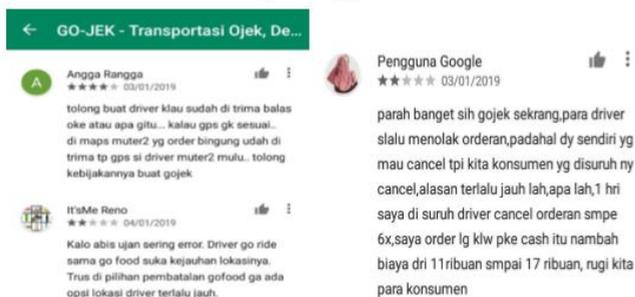
(diakses tanggal 01 Januari 2019 pukul 12.00)

Dilihat dari gambar yang diatas perusahaan GO-JEK ini memang berupaya untuk mengembangkan berbagai potensi yang ada. Potensi itu melihat dari kebutuhan yang banyak diperlukan oleh setiap individu tanpa harus melakukan hal yang ribet untuk memenuhi hal tersebut. Dari potensi inilah timbulah berbagai macam fitur baru yang diciptakan untuk menambah aplikasi yang ada di dalam GO-JEK sehingga terdapat berbagai pilihan yang ada. Terlihat PT GO-JEK Indonesia sudah menyediakan berbagai macam fitur baru dalam versi aplikasi barunya.

Hanya saja, semakin banyak pilihan fitur yang ada dalam aplikasi GO-JEK tingkat pelayanan dalam masing-masing fitur tersebut cenderung kurang. Seringkali pengguna GO-JEK saat ini selalu menyampaikan keluhan akan pelayanan yang ada di GO-JEK melalui media sosial. Kesalahan dari kurangnya pelayanan dari masing fitur di aplikasi tersebut membuat adanya kesalahpahaman antara pihak *drive* dan konsumen. Tak hanya itu saja, kelengkapan dari riwayat perjalanan di aplikasi pun dinilai kurang sehingga menimbulkan adanya kesulitan pada pengguna dalam melakukan pemesanan di aplikasi tersebut.

Gambar 1.2

#### Complain Pengguna GO-JEK



Sumber : Play Store (GO-JEK)

(Diakses tanggal 07 Januari 2019 pukul 23.05)

Secara tidak langsung complain pada fitur GO-RIDE dalam tingkat pelayanan berkurang ini mempengaruhi tingkat kepercayaan pengguna sebagai konsumen terhadap GO-JEK. Mengatasi hal tersebut, perusahaan GO-JEK telah berupaya dalam menyelesaikan persoalan yang terjadi dalam mengatasi banyaknya *complain* yang terus berdatangan di sosial media. Kini perusahaan GO-JEK telah menciptakan adanya upaya

dalam melakukan rebranding pada aplikasinya. Dari kejadian tersebut tentu saja akan berdampak pada ketidakpercayaan dari para pengguna tetap maupun baru setelah melihat postingan yang berisikan complain dari pengguna GO-JEK lainnya.

Sehingga jika tidak dilakukan oleh pihak internal dari perusahaan GO-JEK akan berujung pada *image* yang dimiliki. Padahal dari data dewiangraini96.com (diakses tanggal 12 Oktober 2018, pkl 18.00) menunjukkan pada tahun 2016 tingkat minat dari para pengguna transportasi online. Gojek memiliki hasil yang tinggi sekitar 50%, lalu uber 19%, grab 29% dan tidak memilih 2%. Aplikasi GO-JEK perbarui tepat pada tanggal 6 Februari 2018 melalui gojekindonesia.com menyatakan bahwa pembaharuan pada fitur di aplikasi GO-JEK telah dilaksanakan. Adanya tindakan dari perusahaan GO-JEK dengan system rebranding pada aplikasi GO-JEK versi terbaru ini, dapat menjadi solusi dalam menyelesaikan persoalan yang terjadi. Dimana menjadi salah satu hal yang penting dalam tujuan untuk mencegah adanya complain semakin banyak yang justru dapat berakibat dalam *image* yang dimiliki. PT GO-JEK Indonesia kini telah membuat adanya strategi dalam mencegah hal tersebut dengan rebranding aplikasi GO-JEK menjadi versi terbaru.

Sehingga hal inilah yang menjadi perhatian peneliti untuk melihat pada sikap dari masyarakat surabaya, apakah pelayanan yang diberikan GO-JEK melalui layanan fitur GO-RIDE sudah efisien dan dapat menyelesaikan persoalan terhadap complain dari pengguna. Hal tersebut dilihat melalui sikap yang didapatkan oleh pengguna GO-JEK. Kedua, dapat membantu Perusahaan GO-JEK untuk mengetahui indikator yang

paling mempengaruhi publik dalam mengakses fitur GO-RIDE. Dimana dengan meneliti sikap seseorang berdasarkan komponen sikap, maka dapat diketahui bagaimana kecenderungan seseorang terhadap segala sesuatu yang terjadi. Melalui fitur GO-RIDE peneliti akan melihat bagaimana respon dari pengguna GO-JEK ketika mereka mengakses fitur GO-RIDE pada aplikasi versi baru GO-JEK. Sehingga akan terjadi adanya perbedaan antara versi aplikasi lama dan baru GO-JEK.

Dalam Penelitian ini, penulis juga akan melampirkan penelitian terdahulu yang diantaranya milik Deby Megasari Fakultas Ilmu Komunikasi Widya Mandala 2018 dengan judul “sikap Aremania mengenai logo Arema FC “ yang bertujuan untuk mengetahui bagaimana sikap Aremania mengenai logo Arema FC. Pembeda dari penelitian sebelumnya dan penelitian saat ini adalah jika sebelumnya membahas sikap mengenai Aremania pada logo Arema FC, penelitian kali ini lebih mengarah pada sikap masyarakat surabaya mengenai tampilan aplikasi baru gojek dimana yang menjadi perbedaan adalah subjek yang dibahas. Sedangkan persamaan dari penelitian ini adalah sama-sama membahas mengenai objek sikap.

## **I.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan di atas, permasalahan yang dapat dirumuskan adalah “Bagaimana Sikap Pengguna GO-JEK mengenai Layanan Fitur GO-RIDE Dalam Aplikasi Baru GO-JEK”.

### **I.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui mengenai Sikap Pengguna GO-JEK mengenai Layanan Fitur GO-RIDE dalam aplikasi GO-JEK.

### **I.4 Batasan Masalah**

Untuk menghindari ruang lingkup penelitian yang terlalu luas, maka penulis membuat batasan masalah agar terlihat lebih spesifik dan jelas. Batasan masalah ini akan dibuat dengan harapan penelitian ini nantinya dapat menjadi lebih terfokus dan dapat menjawab pada permasalahan penelitian dengan lebih efektif dan efisien. Adapun yang menjadi batasan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. Subjek penelitian adalah Pengguna GO-JEK yang menggunakan fitur GO-RIDE.
2. Objek dalam penelitian ini adalah Sikap Pengguna GO-JEK mengenai Layanan Fitur GO-RIDE dalam aplikasi GO-JEK
3. Penelitian ini dilakukan dengan berlandaskan teori S-O-R atau Stimulus Organism Response dengan melihat efek yang ditimbulkan terhadap suatu objek.

### **I.5 Manfaat Penelitian**

Manfaat dilakukannya penelitian mengenai Sikap Pengguna GO-JEK Mengenai Layanan Fitur GO-RIDE Dalam Aplikasi Baru GO-JEK adalah:

### **I.5.1 Manfaat Akademis**

Penelitian ini berguna untuk mengembangkan teori teori S-O-R atau Stimulus Organism Response yang terkait dengan melihat efek yang ditimbulkan terhadap suatu objek. Selain itu, penelitian ini juga turut menambah keberagaman penelitian di Fakultas Ilmu Komunikasi Widya Mandala, khususnya di bidang studi korporasi, karena penelitian ini merupakan penelitian korporasi yang melibatkan media.

### **I.5.2 Manfaat Praktis**

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi masukan bagi dunia praktis bagi Perusahaan PT GO-JEK Indonesia dalam mengembangkan aplikasinya dengan melihat hasil dari sikap pengguna GO-JEK terhadap aplikasi GO-JEK versi baru tersebut.