

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Era modernisasi selalu dikaitkan dengan perkembangan teknologi yang sangat membantu kehidupan manusia. Tidak hanya dalam bentuk membantu untuk pekerjaan rumah, berpindah, menikmati hiburan namun sektor komunikasi juga terus dikembangkan. Teknologi tersebut mempermudah kita semua untuk mendapatkan informasi. Dahulu sebelum ditemukan teknologi yang canggih tersebut kita harus pergi ke balai desa untuk mendengarkan informasi dari kepala desa. Sekarang hanya dengan genggaman kita sudah bisa menerima sms dari pemerintah mengenai informasi secara *realtime* tanpa harus berpindah lokasi.

Perkembangan teknologi komunikasi berlangsung dengan sangat pesat ini disebut para peneliti sebagai sebuah revolusi. Walaupun pada saat ini masih dalam tahap perkembangan, namun sudah menjadi sebuah perubahan yang sangat besar dalam telekomunikasi contohnya hadir *mobile smartphone ios* dan *android* yang dapat digunakan untuk berbagi informasi media suara, gambar dan tulisan dalam hitungan detik. Perkembangan *smartphone* yang sangat tinggi dan banyak diminati oleh masyarakat untuk digunakan karena dapat berbagi informasi dengan cepat dan sangat membantu penggunanya.. Saat ini di Indonesia termasuk ke dalam 5 besar dalam pengguna *smartphone* yaitu sebanyak 47 juta atau sebanyak 14% pengguna ponsel di seluruh dunia

dengan rincian *smartphone* Android yang telah terjual di dunia sebanyak lebih dari 1 miliar perangkat dan *smartphone* iOS sebanyak 700 juta perangkat.<sup>1</sup>

Kebutuhan *smartphone* yang meningkat tersebut diikuti pengembangan jaringan telekomunikasi yang saat ini terkenal dengan namanya internet. Peningkatan internet menjadi sebuah kebutuhan tersendiri bagi masyarakat dan dapat disandingkan dengan kebutuhan papan. Hasil penelitian oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia pada tahun 2012 mencapai 63 juta orang atau 24.23% menjadi 107 juta pada 2014 dan 139 juta atau 50% total populasi pada 2015. (Pangerapan, 2013).

Pelaku bisnis tentu menjadi termotivasi untuk terus mencoba membaca perkembangan teknologi agar tidak tertinggal jaman dan menciptakan hal-hal baru untuk memenuhi kebutuhan manusia. Hal ini dapat terlihat dengan semakin tingginya penggunaan *smartphone* di Indonesia, semakin berkembangnya bisnis berbasis teknologi. Bidang industri tersebut adalah bisnis aplikasi pada mobile atau disebut juga dengan aplikasi mobile. Para pengguna *smartphone* semakin dimanjakan dengan berbagai jenis aplikasi yang tentunya mempermudah hidup manusia. Aplikasi mobile tersebut digunakan sesuai jenisnya seperti fitur *chatting*, hiburan, pendidikan, produktifitas, hobi, informasi, hingga pemanfaatan GPS pada peta.

Ojek merupakan salah satu bentuk inovasi yang tercipta akibat adanya permasalahan yang terjadi dikarenakan adanya kemacetan dan tidak semua

---

<sup>1</sup> <http://inet.detik.com/read/2014/02/03/171002/2485920/317/indonesia-masuk-5-besar-negara-pengguna-smartphone>, diakses pada 12 September 2015 pukul 17.09 WIB

lokasi mampu di jangkau oleh kendaraan umum yang pada umumnya memiliki roda 4 seperti gang-gang atau kompleks perumahan. Ojek dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia yaitu sepeda atau sepeda motor yang ditambangkan dengan cara memboncengkan penumpang atau penyewanya. Ojek merupakan transportasi umum yang dapat dijumpai hampir diberbagai penjuru Indonesia. Selain, faktor permintaan konsumen untuk mempermudah dalam transportasi, ojek menjadi pilihan para pencari kerja yang sulit mendapat pekerjaan dan mereka dapat membeli sepeda motor dengan kredit/ cicilan dengan biaya yang sangat ringan.

Kehadiran ojek menjadi salah satu pilihan bagi masyarakat khususnya masyarakat di ibukota karena lebih praktis dan cepat untuk dapat mencapai ke tempat tujuan karena adanya kemacetan yang sangat parah terkhusus pada jam sibuk. Dalam buku yang berjudul “*Revolusi Transportasi*” yang ditulis oleh Bambang Susanto (2014:16) menyatakan bahwa Jakarta dikhawatirkan akan mencapai apa yang disebut dengan *gridlock*, yakni istilah yang menggambarkan parahnya kemacetan lalu lintas yang seolah –olah terkunci, tanpa ada yang memastikan posisi awal dan akhir dari kemacetan. Orang-orang dapat menemukan tukang ojek di setiap simpang perumahan, dan kita harus melakukan tawar menawar harga sewa ojek untuk sebuah perjalanan. Harga sewa setiap pengguna jasa layanan pun berbeda-beda karena tidak adanya penetapan harga secara khusus oleh pemerintah dan ini terkadang menyebabkan harga sewa bisa menjadi sangat mahal jika tidak melakukan tawar menawar. Hal ini terjadi, dalam UU No. 22 Tentang Lalu Lintas dan

Angkutan Jalan dinyatakan bahwa ojek bukanlah salah satu transportasi umum resmi yang diakui di Indonesia.

Kehadiran teknologi bertujuan untuk mempermudah manusia untuk dapat melakukan berbagai macam aktifitas, dan juga memperpendek jalur komunikasi yang biasa kita lakukan secara tradisional. Teknologi seperti handphone mampu memperpendek jarak komunikasi antara komunikator dan komunikan dengan memediasikan alat tersebut. Dalam menjalin komunikasi dengan media seseorang mampu melampaui batasan ruang dan waktu.

Teknologi mampu melakukan apa yang tidak pernah kita bayangkan sebelumnya, seperti melakukan pembelian, permintaan transportasi, pembayaran, *chatting*, permintaan pelayanan, dan lain lain. Hal ini dilakukan dengan menciptakan sebuah aplikasi yang dapat di *download* melalui *smartphone* yang sudah memungkinkan untuk mendapatkan pelayanan-pelayanan yang ditawarkan oleh penyedia layanan.

Berkomunikasi menjadi sebuah hal yang sudah sangat dibutuhkan oleh masyarakat, namun cara berkomunikasi pada era 2000-an memungkinkan masyarakat untuk dapat mempermudah berbagai macam hal tanpa harus bertemu secara langsung. Transformasi media komunikasi, merupakan akibat dari permintaan yang semakin rumit dari kebutuhan yang dibayangkan secara cepat, tekanan-tekanan kompetitif dan inovasi-inovasi sosial serta teknologi. Perkembangan komunikasi mengikuti perubahan zaman mengenai teknologi dimana mengubah sebuah sistem dari bersifat manual menjadi otomatis dan dari sifat yang rumit menjadi sangat ringkas.



**Gambar 1.1 Logo PT. GO-JEK Indonesia**

Sumber: *Company Profile* PT. GO-JEK Indonesia

Berdasarkan permasalahan kemacetan, pengangguran dan tidak jelasnya sektor bisnis ojek menjadi ide seorang anak bangsa untuk mendirikan sebuah pengembangan bisnis ojek ini. Nadiem Makariem, dengan jiwa bisnisnya dengan mengikuti perkembangan teknologi komunikasi yang terjadi saat ini menciptakan PT. GO-JEK Indonesia yang merupakan perusahaan penyedia jasa teknologi bagi layanan transportasi armada ojek motor. Aplikasi mobile GO-JEK dengan jiwa sosialnya bermitra dengan ribuan ojek terpercaya untuk melayani transportasi, kurir instan, dan GO-MART tercepat di beberapa kota besar di Indonesia, seperti JABODETABEK, Bandung, Bali dan Surabaya.

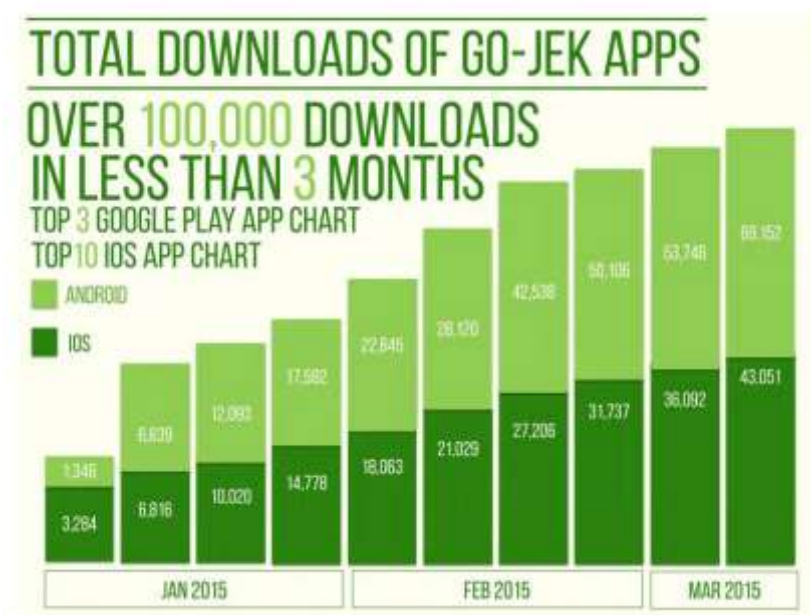


**Gambar 1.2 Tampilan Layanan Pada Aplikasi *Mobile* GO-JEK**

Sumber: Aplikasi *Mobile* GO-JEK

Melihat perkembangan penggunaan internet dan fenomena meledaknya penggunaan *smartphone* di Indonesia, PT GO-JEK Indonesia hadir dengan menciptakan sebuah aplikasi untuk mempermudah alur pemesanan dan penggunaan transportasi ojek oleh masyarakat sehingga penggunaannya lebih terjaga serta terkontrol. Pelayanan pun juga ditingkatkan pada aplikasi mobile GO-JEK seperti transportasi, kurir instan, GO-MART, dan GO-FOOD. Sejak diluncurkan pada awal tahun 2015, GO-JEK sudah menjadi mitra para ojek yang memaksimalkan kinerja pengendara ojek dengan adanya manajemen dan

proses organisir dan menciptakan lapangan kerja baru yang merupakan misi sosial dari perusahaan ini. Saat ini sudah tercatat sebanyak 4000 driver ojek yang tersebar di wilayah JABODETABEK dan akan terus bertambah setiap harinya.



**Gambar 1.3 Total Download Aplikasi Mobile GO-JEK**

Sumber: Company Profile PT GO-JEK Indonesia

Aplikasi mobile GO-JEK menjadi urutan ketiga teratas pada *Top Google Play App Chart* dengan jumlah unduhan sebanyak 69.152 dan urutan kesepuluh pada *TOP iOS App Chart* dengan total unduhan sebanyak 43.061. Hal ini menjadi prestasi sendiri bagi GO-JEK karena mampu mencatat dalam waktu kurang dari tiga bulan dari Januari 2015 hingga Maret 2015 sebanyak lebih dari 100.000 unduhan.

Kehadiran GO-JEK menjadi jawaban dari situasi yang pas untuk menjawab pertanyaan yang terjadi dari permasalahan yang ada. Aplikasi ini

mempermudah proses komunikasi yang terjadi untuk penyediaan jasa transportasi ojek dengan menggunakan teknologi informasi sebagai media komunikasi. Aplikasi ini mampu menengahi proses komunikasi untuk dapat berkomunikasi dengan pengendara GO-JEK melalui sebuah media teknologi *smartphone* yang tentunya ini memudahkan pelanggan. GO-JEK menciptakan sebuah sistem dimana kita meringkas proses komunikasi seperti tawar menawar serta memesan sebuah pelayan tanpa harus tatap muka secara langsung. Inovasi yang dihadirkan menjadi alasan *booming*-nya aplikasi mobile GO-JEK dan saluran komunikasi yang digunakan dalam memasyarakatkan GO-JEK. Kontribusi terbesar berasal dari *word of mouth* para pengguna yang dimanfaatkan menjadi pemasaran viral, peranan media sosial dan keberadaan pemuka pendapat seperti selebritis dan pemerintah yang mendukung inovasi aplikasi mobile GO-JEK. Hal ini menjadi permasalahan yang unik dan menarik bagi peneliti untuk melihat perkembangan teknologi komunikasi terkhususnya dalam bisnis transportasi yang berkembang dengan cepat maka penelitian ini berjudul **“Inovasi Transportasi Ojek berbasis *Computer-mediated Comunnication* pada Aplikasi *Mobile* GO-JEK (Studi Deskriptif Layanan Aplikasi *Mobile* di PT. GO-JEK Indonesia).**

## 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, permasalahan yang penulis rumuskan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana difusi yang dilakukan oleh GO-JEK melalui pelayanan yang dilakukan dengan menggunakan media teknologi komunikasi ?



2. Bagaimana peran dari aplikasi GO-JEK dalam menimbulkan motif pengguna ?

### 1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang yang sudah disebutkan sebelumnya, maka tujuan penelitian ini adalah :

1. Menjelaskan difusi yang dilakukan oleh GO-JEK melalui pelayanan yang dilakukan dengan menggunakan media teknologi komunikasi.
2. Mengetahui peran dari aplikasi GO-JEK dalam menimbulkan motif pengguna.

### 1.4 Manfaat Penelitian

#### 1.4.1 Teoritis

Penelitian dapat bermanfaat pengetahuan mengenai kajian perkembangan teknologi komunikasi pada aplikasi mobile. Sehingga hasil dalam penelitian ini menjadi sumbangan akademis yang komprehensif dan menjadi referensi serupa di masa datang.

#### 1.4.2 Praktis

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan masukan pada perusahaan terkait yaitu PT. GO-JEK Indonesia agar dapat menjadi sebuah bahan pertimbangan untuk selalu meningkatkan mutu dan layanan teknologi komunikasi yang di aktualisasi melalui mobile aplikasi *smartphone*.

