

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Di era *digital* sekarang ini perkembangan teknologi berdampak memudahkan kegiatan manusia. Salah satu dari perkembangan teknologi adalah munculnya bisnis yang menyediakan layanan jasa transportasi secara *online*. Tingkat mobilitas masyarakat yang tinggi, membuat masyarakat membutuhkan segala sesuatu yang praktis, nyaman, dan memiliki harga yang ekonomis. Melihat adanya peluang bisnis yang baru, pebisnis membuat jasa transportasi secara *online*.

Pola perilaku menggunakan jasa transportasi *online* yang meningkat, menurut riset yang dilakukan oleh *We Are Social 2020-Digital 2020* sebanyak 21,7 juta masyarakat di Indonesia menggunakan layanan transportasi *online* (Astutik, 2020). Banyaknya pengguna transportasi *online*, membuat setiap perusahaan ingin menjadikan jasa mereka menjadi pilihan utama masyarakat ketika ingin menggunakan transportasi *online*,

Salah satu jasa transportasi *online* adalah Grab. Grab memiliki banyak layanan jasa seperti transportasi mobil (Grab Car), transportasi motor (Grab Bike), pemesanan makanan (Grab Food), dan masih banyak layanan yang diberikan oleh Grab. Grab terus meningkatkan layanan yang diberikan kepada konsumen, agar mereka dapat merasa puas saat menggunakan Grab. Menurut

hasil riset dari *Spire Research and Cosulting* menyimpulkan Grab adalah salah satu transportasi *online* yang sering digunakan masyarakat Indonesia, karena sebanyak 34% pengguna Grab menggunakan 3-4 kali perminggu (Arso, 2019).

Pada masa pandemi seperti ini banyak masyarakat yang masih harus berkerja, dan menggunakan transportasi umum tetapi takut jika tidak sesuai dengan protokol. Oleh karena itu, setiap jasa transportasi *online* meningkatkan kualitas pelayanan selama pandemi sesuai dengan protokol yang ada. Selama pandemi Grab menjalankan program GrabProtect sesuai dengan protokol pemerintah mulai dari menggunakan masker baik penumpang atau pengemudi, membersihkan mobil secara bertahap, terdapat partisi plastik antara pengemudi dan penumpang, sampai terdapat *hand sanitizer* disetiap kendaraan, Hal tersebut dilakukan untuk membantu masyarakat agar tetap bisa beraktivitas dengan nyaman.

Dalam memberikan informasi dengan mudah dan cepat pada masa yang serba digital adalah dengan media sosial. Pemilihan konten dalam media sosial juga berpengaruh untuk meningkatkan minat pengikut media sosial tersebut. Grab menggunakan sosial media khususnya Instagrtam untuk membagikan informasi mengenai Grab. Informasi yang dibagikan oleh Grab adalah promo, *event*, dan seputar program GrabProtect yang sedang dijalankan selama pandemi. Dalam akun Instagram Grab (@grabid) terdapat unggahan setiap harinya agar pengikut Instagram terus memiliki informasi mengenai aktivitas Grab. Menurut Kotler dan Keller (2012, p.546) media sosial adalah media

untuk melakukan penyebaran informasi kepada orang lain atau perusahaan berupa teks, gambar, suara maupun video. Pada masa sekarang ini sosial media sangatlah penting untuk menyebarkan informasi dengan mudah dan cepat, banyak masyarakat pun yang mencari informasi melalui media sosial.

Dalam akun Instagram Grab terdapat unggahan berupa gambar, video, yang memberikan informasi mengenai konten GrabProtect. Konten GrabProtect tersebut menjelaskan bahwa selama pandemi Grab tetap akan melayani sesuai dengan protokol, dan menjaga kenyamanan bersama. Instagram Grab dikelola cukup aktif oleh Grab, minimal terdapat satu unggahan yang dilakukan oleh Grab. Grab memberikan konten yang menarik sehingga membuat masyarakat tertarik untuk mengikuti Instagram Grab. Salah satunya adalah selama pandemi konten Instagram yang dibuat oleh Grab adalah pentingnya menjaga kebersihan dan kesehatan, dan menambahkan pelayanan GrabProtect kepada pengguna agar merasa aman menggunakan Grab saat pandemi.

Grab melakukan program GrabProtect yang membuat Grab menjadi pilihan masyarakat untuk menggunakan jasa transportasi *online*. Selama pandemi Grab menggunakan sosial media dengan program GrabProtect ingin tetap mementingkan kenyamanan, dan kesehatan baik penumpang atau pengemudi. Hal tersebut menjadi dasar penulis tertarik untuk melakukan penelitian mengenai Sosial Media Grab dalam mempengaruhi minat menggunakan Grab sebagai jasa transportasi *online*.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang dapat disimpulkan rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

Konten Instagram adalah faktor terpenting dalam menyampaikan informasi mengenai sebuah merek di era digital ini. Dengan menggunakan Instagram sebuah merek dapat memberikan konten secara virtual dan persuasif kepada masyarakat dengan mudah dan efektif. Dalam penelitian ini, peneliti ingin mengetahui apakah konten Instagram GrabProtect mampu mempengaruhi minat menggunakan Grab pada masa pandemi.

1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah dapat disimpulkan pertanyaan penelitian dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Apakah terdapat pengaruh konten GrabProtect terhadap minat menggunakan Grab pada masa pandemi?
2. Seberapa besar pengaruh konten GrabProtect terhadap minat menggunakan Grab pada masa pandemi?

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui ada atau tidaknya pengaruh konten GrabProtect terhadap minat menggunakan Grab pada masa pandemi.
2. Untuk mengetahui besar pengaruh konten GrabProtect terhadap minat menggunakan Grab pada masa pandemi.

1.5 Kegunaan Penelitian

Diharapkan penelitian ini dapat memberikan kegunaan baik secara akademis dan praktis

1.5.1 Kegunaan Akademis:

Secara teoritis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi acuan untuk membuat konsep konten media sosial yang persuasif untuk meningkatkan daya tarik konsumen dalam komunikasi pemasaran.

1.5.2 Kegunaan Praktis:

Secara praktis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi Grab dalam melihat dampak dari penggunaan media sosial, dan pemilihan konten terhadap informasi GrabProtect sehingga masyarakat tetap menggunakan Grab pada masa pandemi.

1.6 Keterbatasan Penelitian

Dalam penelitian ini membahas mengenai konten Instagram GrabProtect dan apakah konten tersebut mempengaruhi minat menggunakan Grab pada masa pandemi. Sehingga survei hanya dilakukan kepada *followers* Instagram Grab (@grabid).