

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan berjalannya zaman, perkembangan teknologi semakin maju di dalam segala bidang. Diantaranya didalam bidang Transportasi umum, saat ini Jakarta memiliki banyak layanan transportasi umum dari transportasi roda dua, roda empat, kereta hingga kereta layang. Hal ini menjadi penentu bagi lalu lintas di Jakarta, semakin banyaknya pengendara pribadi dapat mengakibatkan kemacetan di Jakarta.

Transportasi umum merupakan sarana yang disediakan pemerintah guna mengurangi angka kemacetan. Selain itu, transportasi umum juga memiliki beberapa instansi yang bertanggung jawabkan bidang transportasi umumnya diantaranya ada Transjakarta, *Commuterline* Indonesia (KRL), dan *Mass Rapid Transit* Jakarta (MRT).

MRT merupakan salah satu moda transportasi yang paling baru keberadaannya di Jakarta, yang diharap-harapkan dapat mengurangi kemacetan yang ada di Jakarta. Dengan bergerak di bawah tanah dan diatas lalu lintas jalan raya MRT dapat melaju dengan kecepatan lebih tanpa harus menghadapi masalah karna macat.

MRT juga memiliki beberapa layanan lainnya yang mereka berikan guna menarik masyarakat Jakarta nyaman dan memilih MRT sebagai moda transportasi umum terutama bagi masyarakat yang memiliki kegiatan disekitaran Lebak Bulus – Bundaran HI, karna saat ini moda layanan MRT Jakarta masih hanya tersedia rute tersebut. Namun pemerintah berharap akan bertambahnya rute-rute lainnya.

Layanan yang diberikan diantaranya adalah menjadi penyedia jasa transportasi publik terdepan yang berkomitmen untuk mendorong pertumbuhan ekonomi melalui peningkatan mobilitas, pengurangan kemacetan, dan pengembangan sistem transit perkotaan.

Dengan layanan yang diberikan oleh MRT, mereka berharap bahwa MRT dapat menjadi moda layanan transportasi yang cepat dan efisien guna mendorong pertumbuhan perekonomian. Tentunya dengan adanya MRT dapat merubah kebiasaan masyarakat Jakarta terhadap melakukan aktifitas sehari-hari dari yang biasanya menggunakan kendaraan pribadi motor ataupun mobil bisa beralih ke MRT.

Tentunya dalam merubah budaya aktifitas masyarakat Jakarta harus didukung dengan pesan iklan kampanye dari MRT itu sendiri, agar dapat

menyadarkan khalayak terhadap keberadaan baru MRT di Jakarta. Dengan segala bentuk layanan yang diberikan apakah dapat menjadi faktor masyarakat menggunakan MRT.

1.2 Rumusan Masalah

Saat ini MRT menjadi salah satu moda transportasi yang berada di Jakarta, dengan layanan-layanan yang diberikan MRT kepada masyarakat tentunya harus menggunakan cara-cara periklanan yaitu salah satunya dengan kegiatan kampanye guna menarik perhatian masyarakat.

MRT memiliki kegiatan kampanye yaitu adalah #UbahJakarta yang berharap dengan pesan kampanye ini kehadiran MRT dapat berdampak bagi masyarakat Jakarta serta pertumbuhan ekonomi Negara maupun daerah.

Kampanye adalah salah satu aktivitas periklanan yang memiliki tujuan untuk mendapatkan dukungan, dalam hal ini dukungan yang dimaksud merupakan dukungan dari masyarakat terhadap pesan kampanye yang berusaha dibangun oleh MRT, akan tetapi dalam menjalankan aktifitas kampanye tentunya harus dengan pesan-pesan yang efektif kepada masyarakat.

Idealnya sebuah kampanye yang baik yaitu dengan sebuah pesan yang persuasif dengan memberikan jalan yang lebih baik diantaranya melalui pelayanan, atau inovasi-inovasi. Kampanye yang baik pun juga harus memperhatikan sebuah tahapan AIDA atau yang kita kenal yaitu Awareness, Interest, Desire, dan Action, melalui tahapan tersebut dapat sekaligus merubah perilaku orang terhadap sesuatu yang baru.

MRT memiliki kegiatan kampanye yaitu adalah #UbahJakarta yang berharap dengan pesan kampanye ini kehadiran MRT dapat berdampak bagi masyarakat Jakarta serta pertumbuhan ekonomi Negara maupun daerah.

Saat ini MRT Jakarta Dilansir oleh Kompas.com pada tanggal 24 April 2019 direktur MRT mengatakan bahwasanya penumpang MRT rata-rata 82.000 perhari.

Berdasarkan masalah yang ada, maka rumusan masalah yang berkaitan dengan penelitian yaitu :

1. Bagaimana Kualitas Pelayanan Informasi Mass Rapid Transit (MRT) Jakarta?
2. Bagaimana Minat masyarakat menggunakan Mass Rapid Transit (MRT) Jakarta?
3. Bagaimana pengaruh Kualitas Pelayanan Informasi terhadap minat masyarakat menggunakan Mass Rapid Transit (MRT) Jakarta?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka terdapat beberapa tujuan dari penelitian diantaranya adalah :

1. Untuk mengetahui bagaimana Kualitas Pelayanan Informasi Mass Rapid Transit (MRT) Jakarta
2. Untuk mengetahui bagaimana Minat masyarakat menggunakan Mass Rapid Transit (MRT) Jakarta
3. Untuk mengetahui adakah pengaruh Kualitas Pelayanan Informasi terhadap minat masyarakat menggunakan Mass Rapid Transit (MRT) Jakarta

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Teoritis

Melalui penelitian yang dilakukan penulis, diharapkan akan memberikan manfaat teoritis sebagai berikut :

1. Dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dan pengetahuan pada perkembangan ilmu dibidang komunikasi pemasaran.
2. Penelitian ini juga bertujuan untuk menambah informasi bahwa kampanye serta layanan yang baik akan meningkatkan minat pelanggan.

1.4.2 Manfaat Praktis

Melalui penelitian yang dilakukan penulis, diharapkan akan memberikan manfaat praktis sebagai berikut :

1. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat menjadi salah satu referensi bagi para praktisi komunikasi pemasaran mengenai bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap minat.
2. Dapat menjadi masukan bagi pembaca dari hasil penelitian ini dan juga diharapkan dapat membantu pihak lain dalam penyajian informasi mengenai hasil dari bagaimana faktor-faktor yang mempengaruhi terhadap minat, serta tambahan referensi untuk menjadi bahan pertimbangan dan acuan bagi peneliti selanjutnya.