

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Penelitian

Persaingan mendapatkan citra yang baik di masyarakat sering kali terjadi diberbagai perusahaan-perusahaan besar. Banyak hal yang mereka tempuh dalam mendapatkan citra yang baik di masyarakat salah satunya dengan meningkatkan performa kualitas pelayanan. Meningkatkan kualitas pelayanan menjadi cara jitu perusahaan dalam mendapatkan citra baik di masyarakat. Peningkatan kualitas pelayanan tidak semata-mata diciptakan oleh perusahaan melainkan memiliki makna didalamnya salah satunya guna meningkatkan minat masyarakat terhadap layanan atau produk yang perusahaan tawarkan.

Setiap perusahaan akan berlomba-lomba untuk mampu meraih hal tersebut maka perlu bagi perusahaan untuk mendengar keluh kesah masyarakat serta mempelajari keadaan sekitar agar mampu mendapatkan citra yang baik. Melalui itu, perusahaan akan mendapatkan tanggapan baik dari masyarakat karena mampu mendengar apa yang mereka mau serta menghadirkan apa yang tepat dengan situasi, yang akhirnya berujung pada terciptanya citra yang baik bagi perusahaan. Oleh karena itu, perlunya untuk menciptakan dan memperoleh citra yang baik karena menurut Jerry S. Wilson dan Ira Blumenthal (2008), *brand image* adalah berupa gambaran total tentang bagaimana pemikiran khalayak terhadap *brand* anda, dan bagaimana *brand* anda dipersepsikan oleh orang-orang di sekitar anda.

Citra menjadi penting karena didalamnya memiliki nilai atas sesuatu yang diciptakan apapun bentuknya. Menurut Philip Kotler (1997: 28), citra adalah seperangkat keyakinan, ide dan kesan yang dimiliki seseorang terhadap obyek. Sutisna dalam Suwandi (2011) mengemukakan, citra adalah total persepsi terhadap suatu obyek yang dibentuk dengan memproses informasi dari berbagai sumber setiap waktu. Citra adalah asset terpenting dalam suatu perusahaan. Citra yang baik merupakan perangkat kuat untuk menarik konsumen memilih produk atau jasa perusahaan, melainkan juga memperbaiki kepuasan konsumen terhadap perusahaan atau organisasi. (Sutojo: 2004: 60).

Jelas bahwa citra sangat berkaitan dengan kesan, keyakinan, opini serta asumsi yang datang dari masyarakat atau publik yang terbentuk melalui proses penerimaan informasi dan data dari yang mereka yakini. Citra juga dapat berupa nilai

positif ataupun negatif, semua itu tergantung bagaimana seorang humas dalam perusahaan mengaturnya melalui berbagai kegiatan, layanan ataupun melalui karyawannya, hal itu bisa saja terjadi dalam membangun citra yang baik. Citra yang baik juga dapat dipertahankan ataupun luntur begitu saja, membangun citra yang baik bisa dilakukan dengan mempertahankan kepercayaan yang diberikan kepada masyarakat terhadap perusahaan.

Di masa pandemi seperti sekarang ini banyak perusahaan yang terus mengembangkan dan meningkatkan kualitas pelayanannya untuk membuat masyarakat tetap minat terhadap produk serta layanan yang ditawarkan oleh sebuah perusahaan. Pengaruh citra juga mengambil alih besar pada saat ini, citra yang baik pada perusahaan mampu mempertahankan masyarakat untuk tetap setia menggunakan dikondisi apapun. Salah satu perusahaan teknologi yang juga merasakan dampak akibat adanya pandemi ini ialah Gojek. Pengguna Gojek sempat menurun di kala pandemi sehingga membuat Gojek berhenti beroperasi sejenak. Namun hal itu tidak membuat Gojek terpuruk, mereka kembali bangkit bersamaan dengan hadirnya J3K Gojek.

Untuk meningkatkan kualitas pelayanan di masa pandemi ini Gojek mengeluarkan sebuah kebijakan baru terkait protokol kesehatan yang diberi nama J3K Gojek. Ini meliputi Jaga Kesehatan seperti pengecekan suhu tubuh mitra Gojek, Jaga Kebersihan yaitu melakukan penyemprotan disinfektan pada kendaraan mitra Gojek dan yang terakhir Jaga Keamanan. Mengingat bahwa di masa seperti ini kebersihan, kesehatan serta higienitas sangat diperlukan dan dibutuhkan maka muncul lah inisiatif baru dalam menyesuaikan dengan keadaan sekarang serta guna mempertahankan kepercayaan yang sudah diberikan oleh pengguna setia Gojek terhadapnya.

Gojek pun kembali diminat semenjak kehadiran J3K ini. Selain karena inovasi yang barunya dalam menarik minat masyarakat kembali ini akibat citra Gojek yang dibangun. Citra tersebut pun makin dipandang baik oleh masyarakat berkat kehadiran J3K di tengah pandemi yang membuat penggunaanya aman dan nyaman kala berkendara ataupun memesan makanan. Citra yang baik ini yang dimiliki oleh Gojek mempunyai dampak yang sangat menguntungkan salah satunya kembali naiknya pemasukan bagi perusahaan atas kembalinya minat masyarakat menggunakan Gojek di masa pandemi.

Maka sudah jelas bahwa membangun citra yang baik pada perusahaan sangatlah penting karena mempunyai berbagai macam dampak positif yang mampu

dirasakan. Apa yang dirasakan oleh Gojek merupakan sebuah contoh bahwa citra sangat berpengaruh terhadap minat masyarakat dalam menggunakan Gojek walaupun di masa pandemi seperti ini yang dibantu dengan berbagai peningkatan kualitas pelayanan.

1.2 Rumusan Masalah

Gojek merupakan sebuah perusahaan teknologi asal Indonesia yang dioperasikan melalui aplikasi di gawai penggunanya dan memuat berbagai macam layanan didalamnya. Gojek memiliki 5 bidang layanan, layanan yang dihadirkan Gojek terdiri dari layanan transportasi dan logistik yang didalamnya terdapat GoRide, GoCar, GoBluebird, GoSend dan GoBox lalu layanan makan dan belanja terdiri atas GoFood, GoMed, GoMart lalu layanan pembayaran seperti GoPay, GoTagihan, PayLater, GoSure, GoInvestasi dan GoGive, layanan berita dan hiburan seperti GoPlay dan GoTix dan yang terakhir layanan bisnis yang didalamnya memuat GoBiz. Pengguna Gojek hanya tinggal menyesuaikan kebutuhan dengan layanan yang ada di aplikasi Gojek.

Pada tahun 2019 aplikasi Gojek terhitung telah diunduh oleh lebih dari 155 juta pengguna dengan 400.000 pengemudi dan lebih dari 60.000 penyedia layanan di Asia. Gojek juga hadir di 167 kota dan kabupaten di Indonesia. Melihat tingginya angka pengguna Gojek menunjukkan bahwa Gojek sangat diterima dan diminati oleh masyarakat sebagai alat transportasi. Gojek terus diminati dan digunakan oleh masyarakat karena keamanannya, dapat diandalkan, ramah nyaman dan bersih.

Melihat *feedback* positif masyarakat pengguna Gojek berikan menjadikan Gojek memiliki citra yang baik. Citra tersebut memiliki dampak yang sangat terasa terlebih di keadaan seperti saat ini, masa pandemi. Citra yang positif dan baik yang melekat pada Gojek menjadikan masyarakat pengguna Gojek tetap menggunakannya walaupun di masa pandemi. Terlebih lagi kini Gojek mengeluarkan protocol kesehatan J3K yang makin menambah keamanan dan nyaman berkendara di masa pandemi akibatnya minat masyarakat untuk terus menggunakan Gojek walau di masa pandemi bertambah.

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Bagaimana Citra Gojek Berpengaruh Di Masa Pandemi

2. Bagaimana Minat Masyarakat Link, Cimerak RT001,002,003/RW003 Kota Cilegon Dalam Menggunakan Gojek
3. Bagaimana Pengaruh Citra Gojek Terhadap Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Gojek Di Masa Pandemi

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka terdapat beberapa tujuan penelitian yang utama yaitu tentang “Pengaruh Citra Gojek Terhadap Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Gojek Di Masa Pandemi”, yang terdiri dari :

1. Untuk mengetahui pengaruh citra Gojek di masyarakat.
2. Untuk mengetahui seberapa pengaruh citra Gojek terhadap minat masyarakat dalam menggunakan Gojek di masa pandemi.

1.4 Manfaat Penelitian

Manfaat penelitian ini dibagi menjadi dua kategori, yaitu manfaat secara teoritis dan praktis.

1.4.1 Manfaat Teoritis

- 1 Diharapkan bahwa penelitian ini memberikan kontribusi pada perkembangan ilmu komunikasi khususnya dalam bidang hubungan masyarakat yang berkaitan dengan citra.
- 2 Diharapkan penelitian ini menjadi informasi kepada peneliti-peneliti lainnya dalam kajian terkait pengaruh citra terhadap minat.

2.4.2 Manfaat Praktis

Manfaat yang dapat diambil secara praktis dalam penelitian ini tentang “Pengaruh Citra Gojek Terhadap Minat Masyarakat Dalam Menggunakan Gojek Di Masa Pandemi” ialah :

1. Penelitian ini dapat dijadikan sebagai implementasi wawasan pengetahuan dan keilmuan yang telah didapatkan peneliti selama menjalani masa kuliah.
2. Dapat menjadi masukan bagi pembaca dari hasil penelitian ini dan juga diharapkan dapat membantu pihak lain dalam penyajian informasi mengenai hasil dari pengaruh citra serta untuk menjadi bahan pertimbangan dan bahan acuan bagi peneliti selanjutnya.

