

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi komunikasi membawa perubahan pada aktivitas sosial dan ekonomi masyarakat. Kegiatan bisnis di masyarakat dilakukan dengan menggunakan teknologi komunikasi. Ketersediaan layanan aplikasi jasa transportasi telah menyebabkan perubahan penggunaan angkutan umum di masyarakat (Yusuf Sarbin, 2019:64).

*Driver grabbike* merupakan jenis usaha dari hasil perkembangan teknologi komunikasi yang mendorong pertumbuhan ekonomi dan kehidupan sosial lebih dinamis dalam pertukaran budaya secara global. Transportasi *online* dapat memberikan solusi serta menjawab kekhawatiran masyarakat tentang layanan transportasi umum. Kemacetan dan ketakutan masyarakat terhadap keselamatan angkutan umum dapat diminimalisir dengan menggunakan transportasi *online*.

Layanan transportasi *online* dapat memberikan kemudahan, kenyamanan bagi setiap penggunanya. Kemudahan dan kenyamanan transportasi *online* sangat membantu masyarakat yang membutuhkan sarana transportasi yang aman dan dapat menjadi solusi saat bepergian ke lokasi tujuan tertentu. Perpaduan layanan transportasi melalui teknologi internet dapat memudahkan pengguna dalam melakukan pemesanan. Pengguna secara langsung mengetahui biaya transportasi, lokasi tujuan, dan identifikasi pengemudi (Yusuf Sarbin, 2019:64).

Transportasi merupakan penunjang penting bagi aktivitas masyarakat untuk memenuhi kebutuhan sehari-hari. Seiring dengan perkembangan teknologi saat ini, para pengusaha transportasi melakukan inovasi dengan memanfaatkan teknologi internet untuk menjalankan bisnisnya. PT Grab merupakan salah satu perusahaan yang bergerak di bidang bisnis jasa transportasi *online* di Asia termasuk di Negara Indonesia dan masuk ke Indonesia bulan juni 2012 dengan layanan awal pemesanan taksi *online*. Kemudian, pada bulan Mei 2015, Grab menyediakan layanan baru berupa ojek motor bernama *grabbike* (Fazrul&Fahmi, 2020:12). Cara menggunakan

aplikasi Grab cukup sederhana dengan membuka aplikasi grab secara *online* kemudian *driver* akan mengambil orderan tersebut dengan mengkonfirmasi lokasi penjemputan konsumen.

Strategi komunikasi sangat diperlukan *driver grabbike* dalam penyampaian pesan kepada *customer*. *driver* seringkali memiliki berbagai cara dan strategi berkomunikasi untuk melayani *customer*. Strategi merupakan keseluruhan dari semua keputusan kondisional tentang tindakan yang akan dijalankan agar dapat mencapai sebuah tujuan (Arien & Etty, 2018:111). Komunikasi ialah proses penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan dengan menggunakan proses tertentu dan tujuan kedua pihak dapat tercapai. Dalam komunikasi, terdapat maksud atau tujuan yang jelas antara pengirim pesan (komunikator) dengan penerima pesan (komunikan). Maksud serta tujuan yang jelas antara kedua belah pihak dapat mengurangi gangguan dan ketidakjelasan sehingga komunikasi bisa berjalan secara efektif (Amiruddin, 2019: 30).

Penelitian ini menggunakan konsep strategi komunikasi, strategi komunikasi menurut (Effendy, 2009: 31) merupakan perencanaan (*planning*) dan manajemen (*management*) agar mencapai sebuah tujuan. Untuk mencapai tujuan tersebut, strategi tidak akan berjalan dengan baik jika sebagai peta jalan yang hanya menunjukkan arah, melainkan harus bisa juga berfungsi untuk menunjukkan bagaimana taktik tersebut beroperasi.

Komunikasi antara *driver* dengan *customer* merupakan komunikasi antarpribadi atau komunikasi interpersonal. Mulyana mengungkapkan Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang dilakukan antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap orang menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun non verbal. Sebagai komunikasi terlengkap dan sempurna, komunikasi interpersonal memegang peranan penting setiap saat, selama manusia masih memiliki emosi. Faktanya, komunikasi tatap muka ini membuat manusia merasa lebih akrab satu sama lain (Alamri, Mingkid, & Tulung, 2017: 5).

Pemerintah mulai membuka kembali aktivitas sosial ekonomi dengan mewajibkan protokol kesehatan atau dapat disebut juga *new normal* (Alfonsius, 2020:91). Pada saat pandemi *COVID-19*, *grabbike* mengalami kesulitan dalam

mendapat penghasilan setiap harinya. *corona virus disease-19 (COVID-19)* merupakan virus yang dapat menyerang sistem pernapasan serta bisa menyebabkan gangguan ringan pada sistem pernapasan, infeksi pada paru-paru yang berat sehingga dapat menyebabkan kematian (Amin Kiswanto dkk, 2020:38). Para pengemudi sempat tidak bisa membawa penumpang karena adanya aturan PSBB (Pembatasan Sosial Berskala Besar) yang ditetapkan oleh pemerintah pusat. Setelah masa PSBB selesai, pemerintah menerapkan sistem *new normal*. Pada saat era *new normal* kini para pengemudi telah dapat mengangkut penumpang. Meski begitu, tetap menerapkan aturan yang ditentukan.

*New normal* menurut Pemerintah Indonesia adalah tatanan baru untuk beradaptasi dengan *COVID-19* (Alfonsius, 2020:93) Wiku Adisasmita, Ketua Tim Pakar Gugus Tugas Percepatan Penanganan *COVID-19*, menjelaskan bahwa *new normal* yaitu perubahan tingkah laku dengan tetap melakukan aktivitas normal namun dengan penerapan tambahan protokol kesehatan untuk mencegah penularan *COVID-19* (Alfonsius, 2020: 93).

Dalam menyikapi era *new normal* Perusahaan Grab menerapkan kebijakan baru pada layanan *grabbike* (Alfonsius, 2020:97). Russell Cohen, *regional head of operations* grab, mengatakan Grab di sejumlah kota di Indonesia melengkapi kendaraan dengan partisi plastik dan peralatan kebersihan dengan tujuan untuk mencegah penularan *COVID-19*, (Solopos, 2020). Grab memberikan perlindungan tambahan bagi mitra pengemudi dan penumpang ojek *online*, layanan tersebut dinamakan *grabbike protect*. Sebagai armada khusus pertama di Indonesia, Grab berusaha memberikan pelayanan terbaik untuk keamanan dan kenyamanan *customer*, layanan *grabbike protect* dilengkapi dengan partisi plastik sehingga dapat meminimalkan kontak antara penumpang dan mitra pengemudi .

Asosiasi ojek online (ojol) Gabungan Aksi Roda Dua (GARDA) Indonesia mengungkap ada 4 juta *driver* ojek *online* yang ada di Indonesia. Pihak Gojek mengungkap bahwa jumlah mitra *Driver* mereka di Indonesia, yakni ada sebanyak 1,7 juta *driver*. Namun, pihak Grab tidak bersedia untuk memberitahukan jumlah *Driver*-nya di Indonesia. Data tersebut disampaikan oleh Ketua Presidium Nasional Garda Indonesia, Igun Wicaksono ketika dihubungi kumparan, Kamis (9/4/2020).

Grab merupakan salah satu aplikasi layanan transportasi terpopuler di Asia Tenggara, salah satunya di Indonesia. Dari data yang didapat maka bisa dihitung bahwa *driver grabbike* indonesia mencapai 2,3 juta. Dari 2,3 juta *driver grabbike* di Indonesia hanya 8.000 yang mendapatkan layanan *grabbike protect* setiap bulannya dan dilakukan secara bertahap. Managing Director Grab Indonesia Neneng Goenadi mengungkapkan, partisi plastik tersebut akan dibagikan ke seluruh pengemudi ojek *online* Grab secara bertahap. "Grab *Protect* memberikan pelayanan terbaik dengan selalu menyediakan alat kebersihan seperti *handsanitizer*, masker, sarung tangan, dan juga partisi plastik. Penumpang diwajibkan untuk membawa helm pribadi, Langkah-langkah ini akan kami lakukan secara bertahap kepada 8,000 mitra pengemudi kami pada akhir bulan ini," kata Neneng dalam keterangan tertulis yang diterima (Kompas.com, Rabu 10/6/2020).

Berdasarkan hasil observasi dan wawancara dengan (*Informan* Edy Suprianto , Kamis, 03/06/2021/15:15 WIB) sebagai *driver grabbike protect* bahwa ada beberapa ketidakefektifan pesan yang disampaikan kepada *customer*. Komunikasinya biasanya langsung saat ketemu penumpangnya ngarahin lewat mana rutenya. Kalau saat *new normal* ini, biasanya chattingan dulu di aplikasi grab, kita nanya dulu nih ini enakny lewat komsen ya, contohnya gitu, supaya ga terlalu banyak komunikasinya.

Menurut (*Informan* Mulyadi, Kamis, 03/06/2021/17:05 WIB) sebagai *driver grabbike protect* mengatakan bahwa adanya *grabbike protect* untuk cara komunikasi dengan *customer* pada saat sebelum *new normal* dan saat *new normal* kalau saya saat *new normal* ini suka nanya dulu lewat aplikasi mau nunggu apa engga supaya pesanannya tidak dibatalkan oleh *customer* karena lokasi saya yang jauh. Kalau sebelum *new normal* komunikasinya biasa cuma sekadar salam dan ucapan mohon ditunggu.

Lebih lanjut (*Informan* Wahyu, Jumat, 28/05/2021/14:05 WIB) mengatakan bahwa cara komunikasi dengan *customer* sebelum *new normal* lebih mudah dalam komunikasinya, kalo saat pandemi ini saya lebih banyak menggunakan gerakan tubuh.

Dengan adanya grab *protect* pada masa *new normal* saat ini, ketidakefektifan dalam menerima dan menyampaikan pesan pada saat perjalanan juga dirasakan oleh *customer* grab, khususnya layanan *grabbike protect* .

Menurut (*Informan* fadilah, Selasa, 25/05/2021/14:27 WIB) komunikasinya jadi lebih susah karena adanya partisi plastik dan menurut saya pelayanan *grabbike protect* saat *new normal* sangat baik karena sudah diterapkan partisi plastik, sedangkan sebelum *new normal* ini tidak ada partisi plastik dan *handsanitizer* pun jarang digunakan pada saat sebelum *new normal*.

Menurut (*Informan* Rizqi, Selasa, 25/05/2021/16.45 WIB) sebagai *customer* grab mengatakan komunikasinya jadi lebih susah karena adanya partisi plastik.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka Grab mengeluarkan strategi pada masa *new normal* dengan menyediakan layanan *grabbike protect*. Komunikasi antara *driver* *grabbike protect* diperlukan untuk menyampaikan pesan penanggulangan *COVID-19* kepada *customer*. Komunikasi yang dilakukan *driver* ojek online Grab bisa mempengaruhi kenyamanan *customer* Grab. Untuk mengetahui dan mengkaji lebih dalam bagaimana Strategi komunikasi yang terjadi antara *driver* (*grabbike*) dan *customer*, maka judul penelitian ini Strategi Komunikasi *driver* *grabbike* Dalam Penyampaian Pesan Penanggulangan *COVID-19* Kepada *customer* Pada masa *new normal* Di Bekasi.

## **1.2 Fokus Penelitian**

Adapun fokus penelitian yang dimaksud peneliti yaitu strategi komunikasi *driver* *grabbike* dalam penyampaian pesan penanggulangan *COVID-19* kepada *customer* pada masa *new normal* di Bekasi.

## **1.3 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan fokus penelitian tersebut di atas, peneliti merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut :

Bagaimana strategi komunikasi *driver grabbike protect* dalam menyampaikan pesan penanggulangan *COVID-19* kepada *customer* pada masa *new normal* di Bekasi ?

#### **1.4 Tujuan Penelitian**

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui strategi komunikasi *driver grabbike* dalam menyampaikan pesan penanggulangan *COVID-19* kepada *customer* di Bekasi.

#### **1.5 Kegunaan Penelitian**

##### **1.5.1 Kegunaan teoritis**

Kegunaan teoritis dalam penelitian ini adalah sebagai sumbangsih pemikiran untuk studi ilmu komunikasi dengan fokus strategi komunikasi *driver grabbike* dalam penyampaian pesan penanggulangan *COVID-19* kepada *Customer* pada masa *new normal* di Bekasi. Selain itu dapat digunakan sebagai tambahan referensi atau bahan bacaan di bidang komunikasi.

##### **1.5.2 Kegunaan praktis**

Kegunaan praktis dalam penelitian ini adalah memberikan pemahaman mengenai bagaimana strategi komunikasi yang dilakukan *driver grabbike* dalam penyampaian pesan penanggulangan *COVID-19* kepada *customer* pada masa *new normal*.