

BAB II

GAMBARAN UMUM MASYARAKAT PENGGUNA TRANSPORTASI *ONLINE*, PENGGUNAAN MEDIA LUAR RUANG, DAN APLIKASI GOJEK

Dalam Bab ini, menjelaskan tentang objek penelitian yaitu gambaran masyarakat yang mengedepankan penggunaan transportasi umum, gambaran tren penggunaan media luar ruang, serta gambaran aplikasi Gojek.

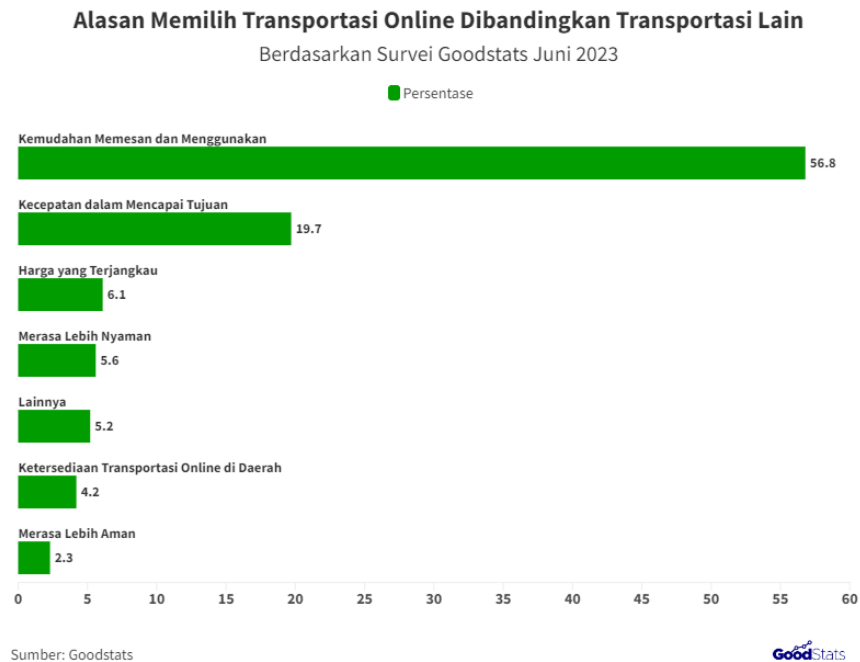
2.1. Masyarakat Pengguna Transportasi *Online*

Seiring dengan pertumbuhan penduduk Indonesia, teknologi juga terus berkembang. Masyarakat Indonesia pun semakin terbiasa menggunakan teknologi. Salah satunya adalah transportasi *online* yang semakin populer dan menjadi kebutuhan masyarakat. Layanan transportasi *online* mulai dikenal oleh masyarakat Indonesia sejak tahun 2015, yang diprakarsai oleh Gojek.

Hadirnya layanan transportasi *online* di Indonesia awalnya membuat heboh masyarakat, bahkan menjadi isu nasional. Sebab, para tukang ojek tradisional merasa pekerjaannya terancam. Namun seiring berjalannya waktu, layanan transportasi *online* semakin banyak bermunculan. Pada tahun 2023, jumlah pengguna layanan transportasi *online* di Indonesia telah mencapai lebih dari 21 juta.

Survei yang dilakukan oleh goodstats.id pada bulan Juni 2023 menunjukkan bahwa kemudahan menjadi alasan utama orang Indonesia memilih transportasi *online* dibanding yang lain. Hasil survei tersebut menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi untuk memesan transportasi *online* sangat memudahkan pengguna.

Layanan transportasi *online* tidak hanya mudah digunakan, namun juga dinilai mampu mengantarkan pelanggan sampai ke tujuan dalam waktu yang lebih singkat. Kecepatan juga menjadi alasan lain mengapa masyarakat di Indonesia lebih memilih layanan transportasi *online* dibandingkan moda transportasi lainnya.



Gambar 2.1. Data Alasan Menggunakan Transportasi *Online*

(Sumber: GoodStats 2023)

2.2. Penggunaan Media Luar Ruang

Selain berdampak pada transaksi, kemajuan teknologi juga mempengaruhi cara orang untuk bersosialisasi. Hal ini disebabkan oleh semakin banyaknya platform atau media yang tersedia untuk bersosialisasi melalui jaringan internet. Pemerintah Indonesia mendukung perkembangan media sosial melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo). Kominfo tidak hanya mengatur media sosial, tetapi juga membantu kemajuannya. Salah satunya dengan membangun infrastruktur internet di berbagai daerah agar masyarakat Indonesia dapat dengan mudah menggunakan media sosial

Namun di tengah perkembangan teknologi media sosial, penggunaan media luar ruang masih diminati oleh pengiklan. Survei yang dilakukan oleh The Nielsen Company Indonesia pada tahun 2017 terhadap 11 kota besar di Indonesia menunjukkan bahwa televisi adalah media yang paling banyak digunakan (96%). Disusul oleh media luar ruang (53%), internet (44%), radio (37%), koran (7%), serta tabloid dan majalah (3%) (Amrurrobi, 2021).

Penggunaan media luar ruang yang masih diminati didukung juga oleh survei yang dilakukan oleh perusahaan Jaris&K yang menunjukkan bahwa media luar ruang masih memiliki audiens sebesar 35.000 hingga 50.000 per hari karena orang-orang masih menghabiskan 70% dari waktunya di luar ruangan. Hal tersebut didukung pula dengan data pertumbuhan penduduk di Indonesia yang diprediksi akan menyentuh angka 300 juta jiwa pada tahun 2035.



Gambar 2.3. Iklan Media Luar Ruang Gojek

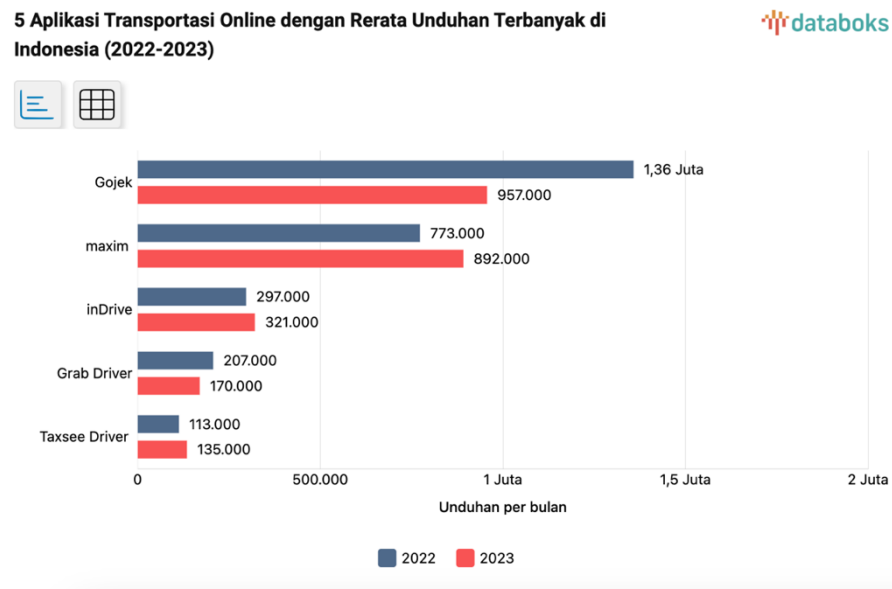
(Sumber: Dok. Pribadi)

2.3. Aplikasi Gojek

Gojek telah menjadi pionir dari transportasi *online* di Indonesia. Gojek merupakan perusahaan yang awalnya dinaungi oleh PT Aplikasi Karya Anak Bangsa. Gojek pertama kali didirikan oleh seorang pemuda Indonesia bernama Nadiem Makarim pada tahun 2010 di Jakarta. Tak hanya memperluas jangkauan perusahaannya ke berbagai kota seperti Bandung, Medan, dan Surabaya, Gojek juga telah menjalin kerja sama dengan beberapa negara di Asia Tenggara, seperti Thailand dan Vietnam. Namun saat ini karena bergabungnya Gojek dengan Tokopedia, maka perusahaan yang menaungi Gojek menjadi PT GoTo Gojek Tokopedia.

Pada awal peluncurannya, aplikasi Gojek berhasil mencapai 150.000 pengunduh dalam kurun waktu satu bulan dengan *rating* 4,4 dari 5 bintang. Kemudian

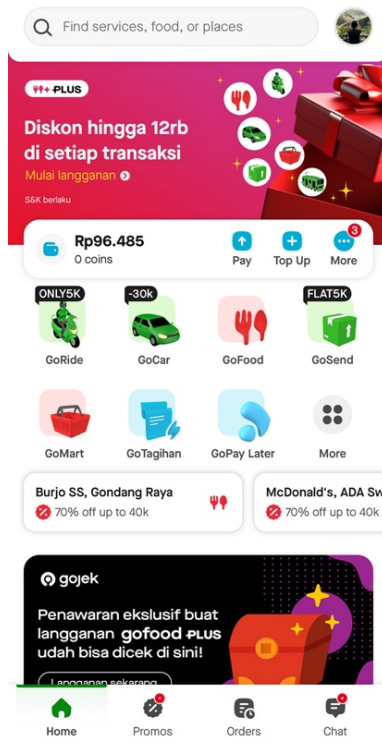
perkembangan pesat Gojek terlihat dengan rata-rata aplikasi Gojek sudah diunduh hingga 1,36 juta pengunduh baru tiap bulan pada tahun 2022 dan 957.000 pengunduh baru tiap bulan pada tahun 2023. Hal itu menjadikan Gojek menjadi aplikasi transportasi *online* dengan rerata unduhan terbanyak di Indonesia pada tahun 2022-2023 berdasarkan survei yang dilakukan oleh databoks.



Gambar 2.2. Lima Aplikasi Dengan Rerata Unduhan Terbanyak di Indonesia (2022-2023)
(Sumber: databoks.id)

Gojek tidak hanya menyediakan layanan transportasi, tetapi juga menyajikan berbagai opsi layanan yang bermanfaat bagi penggunanya. Layanan-layanan ini mencakup GoRide, GoCar, GoFood, GoSend, GoMart, GoTagihan, serta GoPay, serta beragam layanan lainnya. Dengan menyediakan solusi-solusi yang penting bagi kebutuhan sehari-hari masyarakat, Gojek semakin diminati oleh berbagai kalangan. Melalui kemudahan dalam melakukan transaksi untuk layanan-layanan yang diinginkan, Gojek berhasil memperkenalkan GoPay, sebuah platform dompet virtual yang memudahkan pengguna dalam melakukan transaksi.

Selain menggunakan GoPay untuk pembayaran, aplikasi ini juga memungkinkan pelanggan membayar menggunakan uang tunai. Isi ulang saldo GoPay dapat dilakukan melalui transfer melalui ATM, *internet banking* atau *mobile banking*, isi ulang melalui mitra, dan di minimarket.



Gambar 2.2. Layanan di aplikasi Gojek

(Sumber: Dok. Pribadi)

Saat ini, Gojek telah mengembangkan layanannya di 50 kota di Indonesia, Gojek mendasari operasinya pada tiga nilai inti. Pertama, adalah prioritaskan terhadap kecepatan, yang memiliki arti bahwa memberikan layanan yang cepat serta semangat untuk tetap belajar dan berkembang berdasarkan pengalaman. Kedua adalah inovasi, dengan tekad untuk selalu memperkenalkan teknologi terkini yang dapat meningkatkan kualitas hidup masyarakat. Dan yang ketiga, adalah dampak sosial, dengan tujuan memberikan kontribusi yang berarti bagi masyarakat Indonesia.



Gambar 2.2. Logo Gojek

(Sumber: gojek.com)

Seiring dengan ketatnya persaingan penyedia layanan jasa transportasi *online* di Indonesia setelah kemunculan Grab, Maxim, dan inDriver. Gojek mencoba untuk melakukan promosi guna tetap eksis sebagai penyedia layanan jasa transportasi *online* terbesar di Indonesia. Berbagai macam media digunakan oleh Gojek untuk melakukan promosi, diantaranya adalah media sosial dan media luar ruang. Dalam media luar

ruangnya, Gojek mempromosikan kode promo yang bisa digunakan oleh pengguna untuk mendapatkan diskon dari layanan yang dimiliki oleh Gojek seperti Goride, Gocar, dan Gofood



Gambar 2.2. Iklan Media Luar Ruang Gojek
(Sumber: Dok. Pribadi)