

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Instagram sebagai salah satu media sosial yang saat ini menjadi sebuah gaya hidup baru ditengah – tengah masyarakat khususnya dikalangan anak muda yang memakai sosial media dikehidupan sehari-harinya. Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya. Instagram berdiri pada tahun 2010 yang didirikan oleh Mike Krieger dan Kevin Systrom yang merupakan pemrogram komputer dan pengusaha internet. Kata instagram sendiri berasal dari kata insta, yang berarti instan, dan Gram yang diambil dari kata telegram (Wikipedia,2017)

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh dunia. Media sosial adalah sebuah wadah yang mampu menciptakan berbagai bentuk komunikasi dan pemberian berbagai macam informasi bagi semua kalangan masyarakat.

Media sosial yang dimaksud dalam penelitian ini adalah situs jejaring sosial microblog yaitu aplikasi yang mengizinkan user untuk dapat terhubung dengan cara membuat informasi pribadi sehingga dapat terhubung dengan orang lain. Informasi pribadi itu bisa seperti foto–foto.

Di era globalisasi, banyak perusahaan yang berfokus pada bidang jasa, salah satunya pada jasa transportasi. Transportasi menjadi sangat penting bagi kebutuhan masyarakat di era globalisasi ini. Bertambahnya konsumsi akan jasa transportasi dalam era globalisasi yang mendorong seseorang sangat bergantung pada transportasi. Begitu juga jasa transportasi yang mana menjadikan peluang tersebut menjadi lahan bagi mereka. Transportasi adalah salah satu konsumsi jasa yang dibutuhkan terutama pada kota-kota besar. Saat ini, taksi adalah salah satu transportasi yang dapat diperhitungkan keberadaannya. Di Indonesia, taksi sudah berkembang secara pesat sejak beberapa tahun yang lalu. Muncul banyak operator taksi yang menyediakan jasa layanan taksi, banyak yang menyediakan layanan taksi order yang menguntungkan para konsumen yang jauh akan adanya taksi ditempat penjemputan.

Taksi merupakan sumber kehidupan bagi masyarakat kota besar yang tidak mempunyai kendaraan pribadi ataupun yang mempunyai kendaraan pribadi yang mungkin malas menyetirnya dalam kondisi macet yang membuat lelah dengan bertambahnya aktivitas kerjaan dalam kantor yang mungkin sudah melelahkan. Saat ini banyak taksi

yang menyediakan mobil-mobil mewah dan eksklusif sebagai salah satu strategi menarik konsumen, tentunya dengan tarif yang berbeda dari mobil biasa. Taksi adalah sebuah transportasi non-pribadi yang umumnya adalah sedan serta dapat merujuk kepada angkutan umum lain selain mobil yang mengangkut penumpang dalam kapasitas kecil, misalnya "taksi air", yang sebenarnya mungkin hanya berupa sampan.

Taksi Online berasal dari kata taksi dan online, taksi adalah alat transportasi berupa kendaraan roda empat seperti mobil dengan berbagai type dan jenis. Sedangkan online menurut kamus bahasa yang pernah saya baca artinya "dalam jaringan" maksudnya adalah terhubung dengan internet. Jadi pengertian Taksi Online adalah : Taksi yang dapat dipesan melalui jaringan internet

Persewaan mobil dan pelayanan individual lainnya termasuk dalam kategori angkutan umum dengan kontrak. Taksi merupakan kendaraan milik operator atau pribadi yang disediakan untuk masyarakat umum dengan sifat pelayanan yang pribadi sehingga pengguna dapat menggunakannya kapan saja dan kemana saja. Selain itu moda angkutan ini tidak memerlukan tempat parkir khusus, dan memiliki bagasi yang cukup nyaman.

Pada tahun 2016, banyaknya ketertarikan membuka bisnis dalam jasa transportasi. Membuka bisnis transportasi dengan strategi yang baru yaitu dengan taksi yang dapat di order dengan basis online (Prabawati, 2016).

Adanya taksi yang dapat di order melalui media online, tentunya menjadi sangat memudahkan setiap pelanggan, juga menjadi daya tarik tersendiri bagi dunia transportasi yaitu berupa taksi. Munculnya perkembangan baru, tentu menjadikan pro dan kontra antara taksi yang beroperasi secara online maupun taksi dengan menggunakan argo. Dikarenakan taksi yang telah beredar dengan menggunakan basis online adalah taksi yang ber plat nomor hitam dan tidak mendapat pajak atas plat nomor kuning. Hal tersebut, menjadikan taksi online menjadi lebih murah dan juga menjadikannya lebih diminati oleh pelanggan dibandingkan dengan taksi yang masih ber plat kuning dan menggunakan argo. Hal ini yang sering menjadikan pro dan kontra antar para pengemudi taksi online dengan taksi konvensional.

PT BlueBird Group Tbk adalah salah satu perusahaan penyedia jasa transportasi yang telah lama merajai dunia transportasi taksi di berbagai kota di Indonesia. Di tahun 2014, sebelum muncul banyaknya transportasi berbasis online, PT BlueBird Group Tbk sudah mempunyai aplikasi Taxi Mobile Reservation yang tersedia di platform Windows, iOS, dan Android yang dapat diakses dengan mudah

Transportasi basis online yang telah berhasil merajai pasar pada tahun 2016 hingga kini, maka PT BlueBird Group Tbk memutar strategi dengan mencoba keberuntungan dengan berkolaborasi dengan taksi online (Melani, 2017). Menjalankan strategi aliansi yang baru, PT BlueBird Group Tbk mencoba untuk menaikkan pasar dengan lebih baik lagi.

BlueBird adalah sebuah perusahaan yang awalnya bergerak dalam bidang penyedia layanan transportasi umum berupa taxi reguler berdiri pada tahun 1972, lalu berkembang menjadi limousine "Golden Bird", serta usaha sewa mobil. Perusahaan kemudian mengembangkan usaha bus carter "Big Bird" pada tahun 1979. Pada tahun 1993 Blue bird pun menghadirkan layanan taksi eksekutif "Silver Bird". Hingga saat ini Blue Bird Group berkembang menjadi beberapa perusahaan yang bergerak dalam beberapa bidang lainnya. Hal ini menuntut perusahaan BlueBird untuk dapat tampil lebih baik dalam memberikan layanan kepada masyarakat, dan dengan semakin meningkatnya kebutuhan dalam menggunakan moda transportasi pada saat sekarang ini. BlueBird sebagai perusahaan besar diharapkan dapat memiliki kualitas yang baik dari segala aspek, beberapa diantaranya dapat dilihat dari kualitas para karyawan dan pekerjanya.

Dengan adanya media sosial instagram PT. BlueBird Group Tbk lebih mudah untuk memberikan informasi tentang kelebihan PT.BlueBird Group Tbk yang sekarang persaingan angkutan online yang lebih efektif dan lebih murah argonya dibanding Taksi BlueBird

1.2 Identifikasi Masalah

Identifikasi masalah yang terdapat dalam latar belakang penelitian diatas, adalah mengenai **“BAGAIMANA PENGARUH MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PT BLUEBIRD GROUP Tbk TERHADAP CITRA PERUSAHAAN”** , yaitu sebagai berikut :

1. Bagaimana Pengaruh Media Sosial Instagram PT. BlueBird Group Tbk Terhadap citra?
2. Seberapa besar Pengaruh Media Sosial Instagram PT.BlueBird Group Tbk Terhadap Citra?
3. Bagaimana Informasi yang di sampaikan PT.BlueBird Group Tbk melalui media sosial Instagram?
4. Bagaimana Perkembangan Media Sosial Instagram PT. BlueBird Group Tbk?
5. Adakah yang menjadi faktor untuk menaikkan citra PT.Blue Bird Group Tbk?

1.3 Batasan Masalah

Penelitian ini hanya dibatasi pada Pengaruh Media Sisial Instagram PT BlueBird Group Tbk Terhadap Citra Perusahaan (survey pada followers Instagram PT BlueBird Group Tbk).

1.4 Rumusan Masalah

Berdasarkan Identifikasi serta pembatasan masalah yang telah diuraikan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini **“Adakah Pengaruh Media Sosial Instagram PT BlueBird Group Tbk Terhadap Citra Perusahaan?”**

1.5 Tujuan Penelitian

Berdasarkan Rumusan Masalah diatas, adapun tujuan dalam penelitian ini adalah untuk mengukur:

1. Media Sosial Instagram PT BlueBird Group Tbk.
2. Citra perusahaan PT BlueBird Group Tbk.
3. Pengaruh Media Sosial Instagram PT BlueBird Group Tbk Terhadap Citra Perusahaan.

1.6 Manfaat Penelitian

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan dapat memberi manfaat secara akademis ataupun praktis.

1. Manfaat Akademis

Manfaat penelitian ini diharapkan dapat mengembangkan kemajuan ilmu pengetahuan dibidang ilmu komunikasi khususnya kajian Public Relations, lebih di utamakan lagi adalah Citra.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini di harapkan untuk menambah manfaat bagi perusahaan dan memberikan masukan terhadap PT BlueBird Group Tbk, guna meningkatkan *Citra*.