

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang Penelitian

Youtube adalah situs video yang menyediakan berbagai informasi berupa gambar yang bergerak. Situs ini memang di sediakan bagi mereka yang ingin melakukan pencarian informasi video dan menontonnya langsung. Suatu yang menarik terutama ketika masyarakat luas ikut berperan dalam menjelaskan suatu kejadian lewat pemikirannya sendiri tanpa paksaan ataupun pengaruh dari orang lain melalui video dan di unggah disitus youtube. Seperti iklan video Grab Bike yang mempromosikannya jasa layanan transportasi motor melalui iklan video di situs youtube.

Grab Bike yakni sebuah layanan transportasi motor atau lebih dikenal dengan ojek. Setiap orang dapat memesan online ojek yang aman karena dilengkapi fitur keselamatan pelacakan secara langsung perlindungan asuransi. Keamanan adalah yang paling penting bagi Grab Bike, para pengguna akan di yakinkan bahwa Grab Bike menganut standar keamanan yang berfokus pada tiga pilar keamanan (Safety), kepastian (Certainty), dan kecepatan (speed).

Keberadaan ojek online ini di tengah-tengah masyarakat sangat membantu berbagai kalangan masyarakat. Merasa sangat kebanjiran dengan

keberadaan jasa layanan transportasi online ini dimana telah memudahkan banyak orang untuk lebih praktis bertransportasi ditengah padatnya jalanan.

Sangat lah mudah untuk memesan ojek online ini, dimana harus mempunyai ponsel yang mendukung aplikasi seperti ponsel pintar dengan memasuki aplikasi dari Grab Bike tuliskan tempat penjemputan lalu tempat tujuan yang ingin kita tuju maka tidak lama menunggu anda akan tersambung dengan driver ojek online yang sedang beroperasi dengan cara memesan online langsung dijemput ditempat lalu diantarkan sampai ke tempat tujuan yang dituju.

Dalam hal ini, Grab Bike merupakan perusahaan transportasi online untuk memenangkan persaingan maka dibutuhkan media promosi seperti iklan. Ide dan konsep iklan yang menarik akan menjadi kekuatan bagi produk atau perusahaan yang di iklankan sehingga produk atau perusahaanya mudah dikenali oleh masyarakat, maksud dari iklan juga harus bisa dicerna dengan mudah oleh masyarakat, sehingga pesan dari iklan ini tersampaikan kepada masyarakat.

Pesan yang sebenarnya ingin disampaikan Grab Bike melalui iklan di youtube adalah mengajak masyarakat untuk memilih dan memakai transportasi yang aman, lalu Grab Bike mengutarakan kelebihanya dari pelayananya di iklan youtube. Grab Bike mengingatkan pengguna jalan tentang pentingnya berkendara dengan rasa aman dengan menggunakan perlengkapan yang aman untuk berkendara.

Dengan pesan iklan Grab Bike di youtube versi “pilih aman” menampilkan seorang remaja bernama Dinda yang sedang berjalan tiba-tiba sekujur tubuh Dinda dibalut luka bekas kecelakaan untuk menjelaskan konteksnya ada voice-over lelaki yang menjadi ayah Dinda. Voice-over itu memberitahukan kalo Dinda beresiko mengalami kecelakaan jika memilih transportasi yang tidak aman hal itu diperkuat dua lelaki yang dikesankan sebagai pengendara ojek tradisional di pangkalan ojek keduanya memanggil Dinda namun Dinda memilih membuka aplikasi Grab lewat smartphonenya untuk memesan ojek yang diklaim aman. “pengemudi Grab Bike 100 persen lulus pelatihan keselamatan berkendara” begitu copy iklan yang dicantumkan dan kalimat penutupnya “karena anda tak tergantikan.

Dari pesan yang disampaikan dimana Dinda memilih transportasi ojek online ketimbang transportasi ojek pangkalan, dikarenakan transportasi ojek pangkalan belum memenuhi syarat keselamatan berkendara berbeda dengan transportasi ojek online yang Dinda pesan karena sudah memenuhi persyaratan berkendara. Dan voice-over sebagai ayah Dinda takut beresiko kalau menggunakan jasa transportasi ojek yang tidak aman. Di iklan ini dikatakan bahwa pengemudi Grab Bike sudah teruji memenuhi pelatihan keselamatan berkendara maka Dinda memilih transportasi ojek online untuk melakukan perjalanan bermotor.

Banyak Netizen menganggap iklan tersebut tidak etis karena menjelek-jelekan ojek pangkalan. Netizen menilai iklan tersebut tidak

pantas ditonton anak-anak dibawah umur pasalnya luka bekas kecelakaan Dinda dianggap terlalu mengerikan untuk menjadi tontonan visual anak-anak. Tapi banyak yang mengambil segi positif dari iklan versi “pilih aman” ini dikarenakan kelengkapan sefty dalam berkendara dinilai cukup aman untuk berkendara walaupun luka bekas kecelakaan sangat mengerikan saat dilihat.

Penggunaan perlengkapan saat berkendara sangatlah mutlak dari memulai mengecek kendaraan layakah untuk dikendarai menggunakan perlengkapan berkendara saat ingin berkendara membawa surat-surat kendaraan itu semua sangat wajib untuk kita yang ingin mengendarai kendaraan yang di pakai agar keselamatan bisa terselamatkan oleh perlengkapan yang digunakan pengemudi dan juga penumpang.

Iklan ini dibuat untuk meningkatkan kesadaran tentang bagaimana standar keselamatan berkendara bisa ditingkatkan di Indonesia. Grab Bike berharap dalam iklan versi “pilih aman” bisa menjadi contoh pemikiran guna mendorong seseorang untuk lebih peduli terhadap tingkat keamanan dan pelayanan ojek yang mereka kendarai sehari-hari, bukan untuk menakut-nakuti tetapi menggambarkan konsekuensi yang mungkin terjadi jika kita mengkompromikan standar keselamatan berkendara.

Maka untuk menekankan dan menetapkan keselamatan untuk layanan kendaraan roda dua dan mendorong industri layanan roda dua ojek online maupun ojek pangkalan untuk menerapkan standar keselamatan

yang paling mendasar seperti mewajibkan pengemudi layanan roda dua untuk memiliki SIM yang berlaku dan mengikuti pelatihan berkendara aman sebelum mereka dapat membawa penumpang.

Memahami makna pesan pada iklan sama rumitnya dengan membongkar makna sosial di balik tindakan manusia, atau menginterpretasikan maksud dari pesan pada iklan sama dengan menafsirkan tindakan sosial. Menurut Heru Nugroho, bahwa dibalik tindakan manusia ada makna yang harus ditangkap dan dipahami, sebab manusia melakukan interaksi sosial melalui saling memahami makna dari masing-masing tindakan (Indarto, 1999 :1).

Dalam sebuah pesan pada iklan kita dapat menanggapi fenomena permasalahan yang muncul dalam kehidupan masyarakat, yang secara keseluruhan dikemas melalui iklan. Dengan demikian memahami pesan pada iklan juga perlu memiliki pemikiran yang luas agar mampu menangkap pesan yang ingin disampaikan oleh pengiklan.

Melalui pendekatan teori semiotika diharapkan iklan Grab Bike versi “pilih aman” mampu diklasifikasikan berdasarkan tanda-tanda visual dan kata-kata yang terkandung didalamnya. Oleh karena itu, pembahasan ini menggunakan kajian kritis yang bertujuan untuk mengungkap makna pesan iklan yang ada.

Dalam kajian komunikasi, semiotika merupakan ilmu penting, sebab tanda-tanda (sign) merupakan basis utama dari seluruh komunikasi,

karena dengan tanda-tanda manusia dapat melakukan komunikasi apapun dengan sesamanya (Sobur, 2012). Semiotika, atau dalam istilah Barthes, semiologi pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan (humanity) memaknai hal-hal (things). Memaknai berarti bahwa objek-objek hanya membawa informasi tetapi dalam hal objek-objek itu hendak berkomunikasi, tetapi juga mengkonstitusi, sistem terstruktur dari tanda” (Sobur ,2013).

Dari uraian diatas penulis sangat tertarik dan termotivasi untuk melakukan penelitian dan menganalisa masalah dengan permasalahan ini lewat skripsi dengan mengangkat judul **“Makna Pesan Pada Iklan Grab Bike (Analisa Semiotika Roland Barthes Tentang Iklan Grab Bike Versi “Pilih Aman” Di Youtube).**

## **1.2 Pertanyaan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang masalah tersebut di atas, maka rumusan masalah ini adalah : “Bagaimana makna pesan pada iklan Grab Bike versi “pilih aman” di youtube?”

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah, ingin mengetahui makna pesan pada Iklan Grab Bike versi “pilih aman” di youtube.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

Secara teoritis penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan ilmu komunikasi, terutama bidang periklanan terhadap objek yang menjadi tujuan, dan juga diharapkan menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya khususnya yang berkaitan dengan makna pesan pada iklan Grab Bike versi “pilih aman” dengan menggunakan metode semiotik.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

Secara praktis diharapkan dapat mengetahui penerapan tanda dalam studi semiotik, sehingga dapat memberi masukan informasi iklan ini mengenai makna dari pesan iklan versi “pilih aman” di youtube.