

BAB II

DESKRIPSI OBJEK PENELITIAN

Pada bab dua ini peneliti akan menuliskan tentang deskripsi obyek penelitian. Penjelasan dalam deskripsi obyek penelitian ini mencakup beberapa hal seperti : Gojek Indonesia, Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador* dan *followers* akun instagram @gojekindonesia. Peneliti akan menjelaskan mengenai profil perusahaan Gojek, menjelaskan Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador* dan yang terakhir adalah membahas mengenai *followers* akun @gojekindonesia.

A. Gojek

1. Tentang Gojek

Gojek merupakan *platform on-demand* terkemuka di kawasan Asia Tenggara dan pelopor model ekosistem multi-layanan. Pada situs resmi Gojek.com, dijelaskan bahwa pada tahun 2010 terdapat 1 misi yang dimiliki oleh Gojek yaitu untuk tujuan menyelesaikan masalah masyarakat Indonesia melalui adanya 20 ojek, dan 1 *call center*. Aplikasi Gojek yang bergerak dibidang transportasi *online* dibuat pada tahun 2015. Terjadi kenaikan pesanan dari yang awalnya hanya 3000 per hari menjadi 10.000 per hari. Gojek kemudian melakukan ekspansi hingga ke luar kota dan menambah ke bidang yang lainnya seperti jasa antar makanan, jasa penjualan tiket, dll. Selanjutnya ditahun 2016 Gojek sebagai *platform on-demand* berhasil menjadi perusahaan *unicorn* pertama di Indonesia. Peningkatan terjadi dalam jumlah pesanan yang didapatkan Gojek sebesar 300.000 per hari. Pada tahun 2017 di antara 20 perusahaan yang mengubah dunia, Gojek berhasil meraih peringkat ke-17 versi Fortune. Selama 18 bulan, perusahaan Gojek berhasil tumbuh hingga 3.600

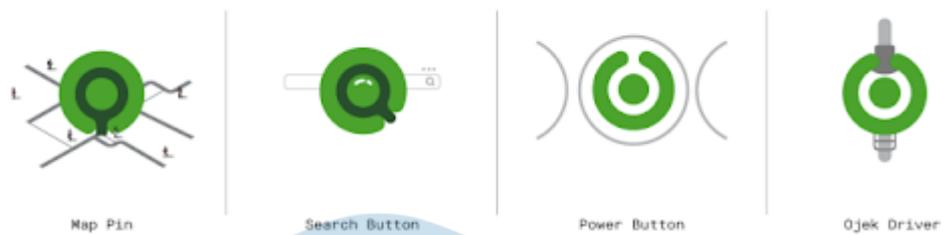
kali lipat. Capaian tersebut masuk ke dalam salah satu pertumbuhan tercepat ada di dunia. Pada tahun 2018, Gojek kembali melakukan ekspansi hingga ke negara lain yaitu Vietnam dan Thailand dengan transaksi dan pesanan per hari yang terus meningkat. Gojek kembali meraih prestasi ditahun 2019 dengan mendapatkan penghargaan Fortune's Favorite. Selain itu, pada tahun yang sama Gojek memiliki lebih dari 20 produk, dan 2 juta Mitra Driver. Pada tahun 2020 terjadi penyatuan aplikasi Gojek di beberapa negara yaitu Indonesia, Singapura, Thailand, dan Vietnam. Layanan Gojek yaitu GoFood berhasil menjadi aplikasi paling berguna dan ramah pengguna di dunia periode selama pandemi. Jumlah pengunduhan aplikasi Gojek mencapai lebih dari 190 juta kali.

2. Logo dan Warna Gojek



Gambar 2. 1 Logo Gojek

Sumber : <https://newsroom.gojek.com/id-id/mediakit/>, (2022)



Gambar 2. 2 Arti Logo Gojek

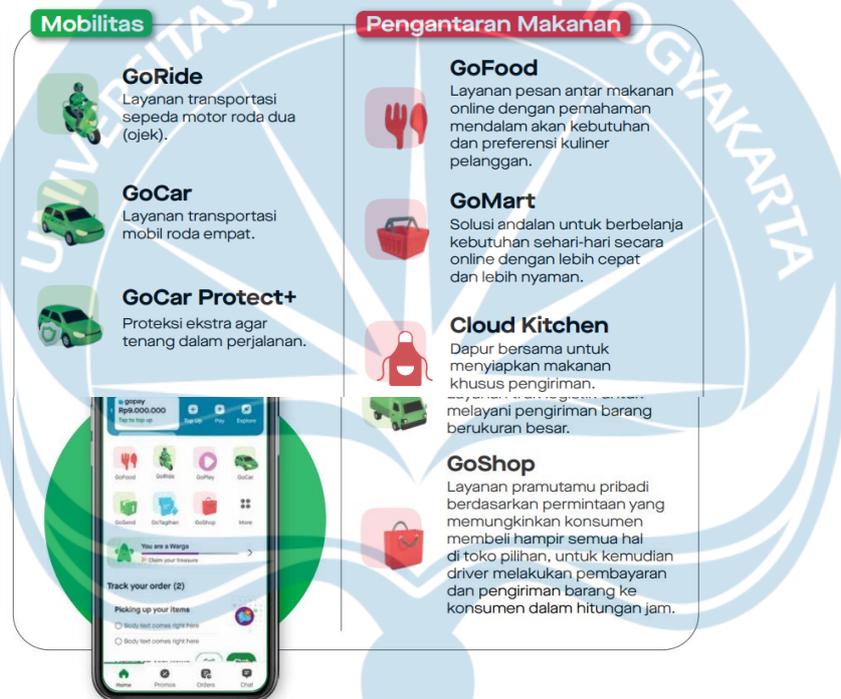
Sumber : <https://newsroom.gojek.com/id-id/mediakit/>, (2022)

Pada situs resminya yakni [gojek.com](https://www.gojek.com) (<https://www.gojek.com/blog/gojek/info-gojek/> pada 13 Des 2022), logo gojek yaitu Solv merupakan simbol yang cukup unik diantara berbagai aplikasi di internet, dan gampang dikenali oleh audiens. Selain itu visi dan misi Gojek di masa depan dapat terakomodasi melalui logo Solv. Selanjutnya untuk font Gojek yaitu Maison Neue Extended Bold dipilih oleh Gojek karna mudah untuk dikenali dan mampu mengakomodasi semua kebutuhan Gojek.

Gojek memilih beberapa warna untuk digunakan. Beragam warna yang digunakan oleh perusahaan Gojek dikategorikan menjadi enam kelompok sesuai layanan Gojek. Ada enam warna yaitu hijau, merah, biru, pink, oranye, dan ungu. Warna hijau pada Gojek untuk mewakili layanan transportasi dan logistik seperti GoRide, GoCar, GoSend, dan GoBox. Kemudian warna merah pada Gojek untuk mewakili layanan makanan & FMGC seperti GoFood, GoMall, GoShop, dan GoMart. Warna biru untuk mewakili layanan pembayaran yang dimiliki Gojek seperti GoPay, GoSure, PayLater, GoPulsa, GoTagihan, GoInvestasi dan GoGive. Warna pink untuk mewakili layanan yang dimiliki oleh gojek dalam

ranah hiburan dan berita seperti GoPlay, GoGames dan GoTix. Kemudian terdapat warna oranye yang dipergunakan oleh Gojek untuk mewakili layanan keperluan sehari-hari seperti GoService, dan GoFitness. Selain itu terdapat warna ungu yang dipergunakan untuk mewakili layanan bisnis yang dimiliki oleh Gojek seperti GoClub.

3. Layanan Gojek



Gambar 2. 3 Layanan Gojek

Sumber: <https://newsroom.gojek.com/id-id/mediakit/>, (2022)

Berikut merupakan penjelasan akan masing-masing dari layanan Gojek yang telah disebutkan sebelumnya. Kategori transport & logistik terdiri dari beberapa layanan. Pertama ada layanan transportasi dengan sepeda motor alias ojek yaitu goride. Kemudian layanan pesan mobil untuk berpergian yaitu gocar. Selanjutnya

layanan untuk kirim barang adalah gosend. Terakhir dalam kategori ini adalah gobox yaitu layanan untuk memindahkan barang.

Kategori selanjutnya adalah pembayaran yang terdiri dari tujuh layanan yaitu gopay, gotagihan, gopaylater, gogive, gosure, goinvestasi, dan gocorp. GoPay merupakan dompet digital serba bisa mulai dari transaksi cepat untuk semua layanan Gojek dan ratusan Rekan Usaha seperti restoran, supermarket, *ecommerce*, tagihan dan pulsa hingga mengirim maupun menerima uang. Selanjutnya layanan GoTagihan dapat digunakan untuk membayar tagihan seperti air, BPJS, gas, internet, listrik, tv. Berikutnya GoPayLater yaitu alternatif metode pembayaran pascabayar (*postpaid*) untuk pelanggan terpilih. Layanan selanjutnya adalah GoGive yaitu untuk melakukan donasi dan zakat kepada LSM dan GO yang terpercaya dan terpilih. Selanjutnya adalah GoSure yaitu layanan untuk proteksi kesehatan, kendaraan dan berbagai barang dengan asuransi.

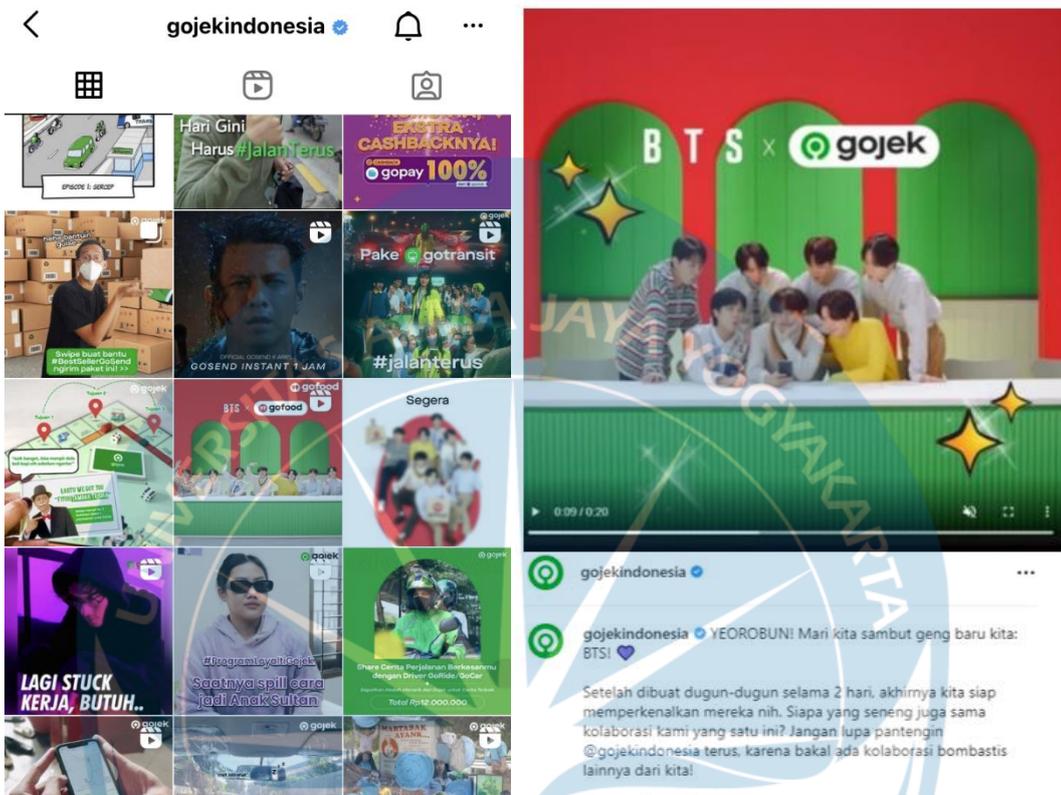
B. Gojek dengan BTS sebagai Brand Ambassador

Gojek menggandeng BTS sebagai *brand ambassador*. Perwujudan antara Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador* dihadirkan dalam berbagai layanan, promosi, serta hadiah spesial. Kerja sama Gojek dengan BTS diawali dengan layanan GoFood yang kemudian disusul dengan layanan GoRide dan GoCar. Selanjutnya kolaborasi ini hadir dalam program loyalitas GoClub, serta layanan pembayaran GoPay.

Kolaborasi Gojek dengan BTS dirilis di Indonesia sejak tanggal 16 Juni 2022. Menurut Audrey selaku Deputy Chief of Corporate Affairs Gojek, BTS sebagai *boy*

band asal Korea Selatan menjadi fenomena global serta sosok kebanggaan Asia yang mampu menyebarkan pesan positif melalui karya lagu mereka. Kolaborasi Gojek dengan BTS menjadi istimewa karena keselarasan yang ada antara semangat BTS dengan komitmen Gojek untuk dapat mendatangkan dampak positif untuk seluruh pengguna mitra kami. Sejak diperkenalkan pada bulan Juni 2022, kolaborasi antara Gojek dengan BTS mendapat sambutan, hangat dan antusiasme yang tinggi. Sehingga melalui adanya Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador* tersebut, *platform on-demand* terdepan tersebut sekaligus meluncurkan inovasi program baru yaitu undian “Pasti Ada Kejutan” dan pameran Gojek dengan BTS *Space Installation* (newsroom.gojek.com, 2022).

Gojek turut mengkomunikasikan kolaborasinya dengan BTS sebagai *brand ambassador* melalui media populer Instagram. Inovasi yang kreatif terwujud dalam konten-konten Instagram yang dirilis oleh Gojek. Konten menarik yang dirilis oleh Gojek diawali dengan foto samar tidak terlihat sebagai teka-teki awal untuk menebak dan memberikan petunjuk kira-kira siapakah sosok yang menjadi *brand ambassador*. Kemudian konten pengumuman Gojek dengan BTS sebagai *brand ambassador* dirilis dengan video singkat berdurasi 20 detik. Konten video pengumuman menjadi menarik karena anggota BTS berbicara dan berkomedi dengan menggunakan bahasa Indonesia. Setiap konten yang dirilis dan diupload pada media Instagram @gojekindonesia mulai dari text, visual dan isi dapat menarik perhatian.



Gambar 2. 4 Postingan BTS pada Instagram @gojekindonesia

Sumber: Akun Instagram @gojekindonesia, (2022)



Gambar 2. 5 Pop-Up Postingan BTS pada Instagram
 Sumber : Akun Instagram @gojekindonesia, (2022)

C. Followers Instagram Gojek Indonesia

Followers Instagram pada akun Gojek Indonesia berjumlah 1.1 jt per Oktober 2022. Subjek dari penelitian ini adalah para *followers* dengan beberapa kriteria. Kriteria pertama yaitu telah mengikuti (*follow*) akun gojekindonesia pada tahun 2022 tepatnya sebelum atau sampai dengan bulan Oktober 2022. Kriteria selanjutnya adalah telah melihat ataupun mengetahui konten mengenai kolaborasi BTS dengan Gojek yang diunggah pada akun gojekindonesia. Dalam penelitian ini, peneliti membutuhkan 100 dari jumlah *followers* keseluruhan dengan kriteria responden yang sudah ditentukan. *Followers* akan diseleksi dalam kuesioner

penelitian bagian pendahuluan. Hal ini dilakukan agar penelitian dapat terlaksana dengan selayaknya.

