**BAB I**

**PENDAHULUAN**

1. **Latar Belakang Masalah**

Perkembangan teknologi telah mengubah berbagai aspek kehidupan termasuk perilaku dan sikap seseorang. Perubahan dalam cara memperoleh informasi, kebutuhan mengambil keputusan dengan cara yang cepat tanpa terikat ruang dan waktu, dan kebutuhan untuk mengaktualisasikan diri di dunia maya berdampak secara tidak langsung maupun langsung terhadap perilaku seseorang dalam menentukan pilihan.

Menurut Layona & Yulianto (2016, diakses pada 17 Oktober 2018), perkembangan teknologi dalam bidang informasi dan komunikasi, khususnya internet mengambil peran penting dalam memudahkan para konsumen dalam mendapatkan informasi mengenai dunia kuliner. Selain itu, internet juga dapat memberikan kesempatan kepada para pengusaha kuliner memasarkan produk, serta mengembangkan pasar yang lebih luas.

Menurut Maulana (2017, diakses pada 24 Oktober 2018) Kuliner merupakan salah satu ranah yang cukup potensial bagi para pelaku *startup* di tanah air. Hingga saat ini, tak sedikit jumlah pemain yang menghadirkan beragam layanan terkait kuliner, mulai dari direktori tempat makan, layanan pesan antar, hingga platform pencarian resep.

Perkembangan bisnis kuliner di Indonesia diiringi dengan kemajuan teknologi perangkat *mobile* telah meningkatkan mobilitas aktivitas konsumen sehingga muncul kebutuhan pencarian lokasi dan informasi tempat makan secara cepat dan mudah (Layona & Yulianto 2016, diakses pada 17 Oktober 2018). Perkembangan bisnis di bidang kuliner di Indonesia semakin pesat karena semakin bervariasi jenis makanan yang ditawarkan pada *customer* sehingga *customer* mengalami kebingungan dalam menentukan pilihan menu makanan.

Selain itu, kebingungan yang dialami *customer* bukan hanya pada menu makanan, melainkan juga tempat makan yang semakin banyak dan bervariasi. Hal ini terjadi karena *customer* memiliki keinginan yang berbeda-beda dalam memilih tempat makan atau restoran yang sesuai keinginan mereka, seperti menu makanan, lokasi, waktu penyajian, harga, dan lain-lain.

Beragam informasi kini dapat ditemukan di internet sebagaimana yang dikatakan Severin & Tankard (2009:267) bahwa:

“Internet memberikan perangkat praktis untuk menjadi penerbit tingkat dunia, yang dengan sendirinya merupakan sebuah perkembangan revolusioner. Ia juga dapat menemukan informasi – informasi yang sebelumnya tidak tersedia dan melakukan kontrol terhadap pesan – pesan yang akan terekspos padanya”

Informasi kuliner bisa didapatkan melalui internet seperti media sosial, forum wisata kuliner dan sebagainya, namun saat ini informasi bisa didapatkan melalui *smartphone* yang lebih mudah dalam penggunaannya. Perkembangan teknologi informasi dalam bidang kuliner dengan menggunakan *smartphone* salah satunya adalah bermunculan berbagai aplikasi *mobile* dalam bidang kuliner yang menyajikan informasi mengenai berbagai tempat makan, makanan yang di jual, dan informasi lainnya (Pradana & Dewantara 2018, diakses pada 17 Oktober 2018).

Berikut presentase hasil riset yang menunjukkan bahwa masyarakat menggunakan media sosial untuk mencari informasi soal makanan:

**Gambar 1.1**

**Presentase Mencari Informasi Soal Makanan di Media Sosial**

Sumber: Riset Tirto.id, diakses pada tanggal 24 Oktober 2018

Salah satu fungsi dari media adalah menyampaikan informasi. Saat ini banyak orang mencari informasi tentang makanan di media *online* dibandingan media cetak seperti majalah dan sebagainya. Selain lebih praktis, media *online* juga memberikan informasi yang lebih banyak dan bervariasi, dibandingkan media cetak yang penyampaian informasinya lebih terbatas. Berdasarkan gambar diatas, riset yang dilakukan tirto.id dengan 1.025 responden terlihat 87,02 persen masyarakat yang menyatakan menggunakan media sosial untuk mencari informasi soal makanan.

Menurut Yusra (2015, diakses pada 24 Oktober 2018) Maraknya industri restoran saat ini bukan saja disambut baik oleh para pecinta kuliner, tapi juga pengembang *startup* dan *entrepeneur* di dunia. Aplikasi yang sifatnya membantu dan memudahkan pencarian restoran juga makin banyak bermunculan. Seiring dengan perkembangan teknologi, muncul aplikasi yang memudahkan dalam menentukan destinasi kuliner. Salah satu aplikasi yang memberikan informasi mengenai kuliner adalah “Zomato”.

Menurut *website* Alexa (diakses pada 5 Desember 2018) Zomato berada pada peringkat pertama *website* yang paling sering dicari dalam kategori panduan pencarian makanan se-Asia. Alexa sendiri merupakan situs web yang menyediakan data *traffic*, *ranking* situs web secara global maupun dalam satu negara tertentu. Selain itu, Peneliti memilih Zomato ini karena aplikasi Zomato memiliki perbedaan dengan pesaingnya.

Zomato membedakan diri dari pesaing di Indonesia dengan memberikan perlakuan yang sama bagi semua restoran. Zomato tidak mengijinkan restoran membayar untuk dapat muncul lebih tinggi dalam hasil pencarian atau mendapatkan *rating* dan ulasan, bahkan menghapus ulasan yang ada. Hasil pencarian yang muncul adalah murni berdasarkan algoritma kepopuleran Zomato sendiri.

Menurut Pratama (2017, diakses pada 24 Oktober 2018) Zomato adalah panduan restoran *online* yang menyajikan informasi lengkap meliputi daftar makanan, foto, ulasan, hingga rating berbagai restoran di Jabodetabek, Bali dan Bandung. Informasi yang ditampilkan disertai dengan nama tempat, kontak, alamat, menu, foto, ulasan, lokasi pada peta (dengan *Google Maps*). Zomato turut memberikan fasilitas kepada pengguna yang terdaftar untuk mengirim ulasan dan menilai (dalam skala 1 - 5) tempat tersebut. Menampilkan penilaian total (berdasarkan penilaian oleh pengguna) untuk setiap tempat.

Aplikasi Zomato termasuk dalam media sosial. Gunelius (2011, dalam Priansa 2017:358) menyatakan bahwa media sosial merupakan penerbitan online dan alat – alat komunikasi, situs, dan tujuan dari Web 2.0 yang berakar pada percakapan, keterlibatan, dan partisipasi. Aplikasi Zomato memiliki fitur sosial dimana pengguna bisa menciptakan daftar koleksi restoran yang merupakan daftar pribadi dengan mudah dibagikan ke teman - teman melalui *facebook, twitter, dan instagram.*

Selain itu, pengguna yang menggambil foto dan mengunggahnya melalui *instagram* juga bisa secara instan menggunggahnya pada akun Zomato mereka. Penggunaan Zomato ini menjadi penghubung atau perantara penyampaian informasi tentang restoran dan penghubung bagi masyarakat ataupun pencinta kuliner yang saling bertukar pendapat mengenai restoran yang dikunjungi. Hal ini dapat mempertemukan para pencinta kuliner dan memberikan pengalaman berkuliner menjadi lebih mudah, menyenangkan, dan tentunya sosial.

Menurut survei GoDaddy (dalam Christiyaningsih & Hazliansyah 2017, diakses pada tanggal 24 Oktober 2018) yang mensurvei dua ribu responden, survei menunjukkan bahwa generasi milenial tidak hanya menuntut pelayanan makanan yang tinggi. Generasi ini juga menentukan menu makanan dan restoran apa yang akan dikunjungi berdasarkan situs atau media sosialnya. Generasi milenial juga menaruh kepercayaan besar terhadap ulasan di internet. Ini tercermin dari survey yang menyebut bahwa 60 persen keputusan makan generasi milenial didasarkan atas ulasan di internet dan media sosial.

Menurut Howe & Strauss (2000) generasi milenial yang juga disebut generasi Y adalah generasi yang lahir pada tahun 1980’an – 2000’an. Peneliti melakukan penelitian mengenai hubungan motif dan kepuasan penggunaan Zomato di kalangan pelajar. Kalangan pelajar yang Peneliti pilih adalah siswa SMA yang pada umumnya adalah kelahiran tahun 2000’an dan saat ini berusia 16 sampai 18 tahun.

Dalam penelitian ini, Peneliti menggunakan teori *uses and gratification* yang menyatakan bahwa orang secara aktif mencari media tertentu dan muatan (isi) tertentu untuk menghasilkan kepuasan (atau hasil). Teori yang berpusat pada khalayak media ini menekankan seorang konsumen media yang aktif. Peneliti menggunakan *teori uses and gratification* untuk mengetahui apakah motif dan kepuasan yang dimiliki oleh pelajar dalam menggunakan aplikasi Zomato ini.

Kategori motif dan kepuasan yang akan digunakan adalah kategori dari McQuail et al (dalam Morissan, 2013:510), dia mengemukakan empat pembagian kategori motif dan kepuasan penggunaan media, yaitu pengalihan *(diversion),* hubungan personal *(personal relationship),* identitas personal *(personal identity)*, pengawasan *(surveillance).* Empat pembagian dasar itulah yang akan menjadi tolak ukur penelitian mengenai motif dan kepuasan pada siswa SMA di Jakarta Timur.

Maka berdasarkan uraian diatas, Peneliti tertarik untuk melakukan sebuah penelitian yang berjudul: **“Hubungan Motif dan Kepuasan Penggunaan Aplikasi Zomato Di Kalangan Pelajar Jakarta Timur”**

1. **Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang penelitian diatas, maka masalah yang dapat dirumuskan adalah: “Apakah ada Hubungan Motif dan Kepuasan Penggunaan Aplikasi Zomato Di Kalangan Pelajar Jakarta Timur?”

1. **Identifikasi Masalah**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, maka dapat diidentifikasi beberapa masalah dalam penelitian, yaitu:

1. Seberapa besar motif di kalangan pelajar Jakarta Timur dalam menggunakan aplikasi Zomato?
2. Seberapa besar kepuasan di kalangan pelajar Jakarta Timur dalam menggunakan aplikasi Zomato?
3. Seberapa besar hubungan antara motif dan kepuasan penggunaan aplikasi Zomato di kalangan pelajar Jakarta Timur?
4. **Tujuan Penelitian**

Berdasarkan identifikasi masalah diatas, tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui besarnya motif di kalangan pelajar Jakarta Timur dalam menggunakan aplikasi Zomato.
2. Untuk mengetahui besarnya kepuasan di kalangan pelajar Jakarta Timur dalam menggunakan aplikasi Zomato.
3. Untuk mengetahui hubungan antara motif dan kepuasan penggunaan aplikasi Zomato di kalangan pelajar Jakarta Timur.
4. **Manfaat Penelitian**

Hasil penelitian dan pembahasan pada penulisan ini diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Manfaat Akademis

Hasil penelitian dan pembahasan ini diharapkan agar dapat bermanfaat untuk pengembangan Ilmu Komunikasi khususnya pada kajian teori *uses and gratification* yang digunakan dalam hal motif dan kepuasan atas aplikasi pencarian restoran.

1. Manfaat Praktis

Hasil penelitian dan pembahasan ini diharapkan agar dapat bermanfaat yang pertama, dapat memberikan informasi mengenai motif – motif apa saja yang mendorong seseorang dalam menggunakan suatu aplikasi pencarian restoran. Kedua, memberikan masukan pada aplikasi yang serupa tentang motif dan kepuasan pengguna.