

ABSTRAK

Penelitian ini berjudul “Citra Grab Indonesia di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana citra Grab Indonesia di Kalangan Mahasiswa Kota Bandung. Bagaimana persepsi yang dimiliki oleh mahasiswa Kota Bandung mengenai adanya aplikasi Grab sehingga dapat membentuk citra Grab. Karena pada zaman sekarang teknologi sudah semakin canggih yang dapat membantu pekerjaan manusia, salah satunya adalah Grab. Penelitian ini menggunakan teori citra dari Frank Jefkins.

Pendekatan pada penelitian ini adalah kualitatif dengan studi deskriptif kualitatif. Subjek penelitiannya adalah mahasiswa Kota Bandung, ditentukan dengan menggunakan teknik *purposive sampling*. Informan penelitian berjumlah 8 (delapan) orang mahasiswa Kota Bandung, untuk memperjelas dan memperkuat data dengan adanya informan ahli yaitu orang yang bekerja pada perusahaan Grab, dan informan akademisi yaitu Dosen Humas Pemerintahan dan Perusahaan. Data penelitian diperoleh melalui wawancara mendalam, observasi lapangan, studi pustaka, dokumentasi dan internet *searching*. Untuk uji validitas data menggunakan teknik triangulasi data. Adapun rancangan analisis data yaitu reduksi data, model data (*data display*), dan penarikan/verifikasi kesimpulan.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa citra yang dimiliki Grab Indonesia pada saat ini di Kota Bandung memiliki citra yang positif dari kalangan mahasiswa Kota Bandung. Karena dengan adanya Grab dapat membantu dan memudahkan konsumen dalam melakukan aktivitas sehari-hari, Grab menyediakan fitur-fitur yang cukup lengkap untuk membantu masalah yang dialami konsumen tidak sulit hanya tinggal pesan dari aplikasi. Grab mudah dipahami, praktis, cepat tanggap, aman, nyaman, dan memberikan banyak promo ataupun *cashback* terhadap penggunaannya sehingga konsumen merasa senang dan nyaman untuk menggunakan Grab. Jika konsumen sudah merasa nyaman terhadap perusahaan, maka akan menimbulkan loyalitas terhadap perusahaan.

Saran yang dapat peneliti berikan adalah dibutuhkannya kerjasama yang baik antara pihak internal dan pihak eksternal agar tujuan yang ingin disampaikan dapat tersampaikan dengan baik dan selaras.

Kata Kunci : *Branding*, Citra, Deskriptif Kualitatif, Perusahaan, Humas.

ABSTRACT

The research is entitled “Image of Grab Indonesia Among Bandung University Students”. The study aims to find out how image Indonesian Grab among Bandung City students is. How the perceptions a Bandung student has of a Grab application can form a image Grab. Because in the present day technology’s gotten more sophisticated that can help human work, one of which is Grab. This research uses image theory from Frank Jefkins.

The approach to this study is qualitative with qualitative descriptive studies. The subject of this research was a Bandung student, determined by using purposive sampling technique. Research informants number 8 (eight) Bandung city students, to clarify and strengthen data with an expert informant a person working at Grab company, and an academic informant is a government relations professor and company. Research data obtained via in-depth interviews, field observations, library studies, documentaries and the internet searching. For the validity test of data using data triangulation techniques. As for the data analysis design which is data reduction, data model (data display), and withdrawal/ verification of conclusions.

Studies have shown that image has an Indonesian Grab at this time in Bandung has a positive image among Bandung City students. Because with the presence of Grab can help and facilitate the consumer in performing daily activities, Grab provides features sufficient to help the costumer’s problem not difficult just a message from the application. Grab is easily understood, practical, quick to respond, safe, comfortable, and gives a lot of promo or cashback to the user so the consumer feels good and comfortable to use Grab. If the consumer is already comfortable with the company, it engenders loyalty to the company.

The suggestion that researchers could give was that it would require good cooperation between internal and external parties so that the goals needed to be delivered would be sound and harmonious.

Keywords : Branding, Image, Qualitative Descriptive, Corporate, Public Relations.

RINGKESAN

Panilitian ieu dijudulan "Citra Grab Indonesia diantara Kalangan Mahasiswa Kota Bandung". Panilitian ieu dimaksudkeun pikeun nangtoskeun kumaha citra perusahaan Grab Indonesia di kalangan mahasiswa Kota Bandung. Kumaha tanggapan anu dipiboga ku mahasiswa Kota Bandung ngeunaan aplikasi Grab ambéh aranjeunna tiasa ngawangun citra perusahaan Grab. Kusabab jaman ayeuna téknologi janten beuki canggih anu tiasa ngabantosan padamelan manusa, salah sahijina nyaéta Grab. Panilitian ieu ngagunakeun tiori citra Frank Jefkins.

Pendekatan kana ieu panilitian kualitatif ku kajian deskriptif kualitatif. Subjék panilitianana nyaéta mahasiswa kota Bandung, ditangtukeun nganggo téknik sampling purposive. Informan panilitian aya 8 (dalapan) murid Kota Bandung, pikeun netelakeun sareng nguatkeun data ku ayana informan ahli, nyaéta jalmi anu damel di perusahaan Grab, sareng informan akademik, nyaéta Dosen Pamaréntah sareng Hubungan Publik. Data panilitian anu diala ngalangkungan wawancara anu jero, paniténan lapangan, studi pustaka, dokuméntasi sareng milarian internét. Pikeun nguji validitas data ngagunakeun téhnik triangulasi data. Desain analisis data nyaéta réduksi data, modél data (tampilan data), sareng gambar / verifikasi kasimpulan.

Hasilna nunjukkeun yén gambar perusahaan anu Grab Indonésia ayeuna gaduh di Bandung ngagaduhan citra positip di kalangan mahasiswa Kota Bandung. Kusabab Grab tiasa ngabantosan sareng ngagampangkeun konsumén pikeun ngalaksanakeun kagiatan sadidinten, Grab nyayogikeun fitur anu cekap cekap pikeun ngabantosan masalah anu dialaman ku konsumen, éta henteu sesah, ngan ukur pesen tina aplikasi. Grab gampang dipikaharti, praktis, responsif, aman, raoseun, sareng nyayogikeun seueur promos atanapi cashbacks ka pangguna na supados konsumen ngaraos bagja sareng nyaman nganggo Grab. Upami konsumen raoseun sareng perusahaan, éta bakal ngakibatkeun kasatiaan ka perusahaan.

Saran anu tiasa dicarioskeun ku panaliti nyaéta perluna kerjasama anu saé antara pihak internal sareng éksternal supados tujuan anu badé ditepikeun tiasa ditepikeun kalayan leres sareng harmoni.

Kata kunci: Merek, Gambar, Déskriptif Kualitatif, Perusahaan, Hubungan Masyarakat.