

Komunikasi Interpersonal Driver Gojek
Komunikasi Interpersonal Driver Gojek
Penelitian Deskriptif Kuantitatif Pada Pengendara Gojek Di Kalangan
Mahasiswa Universitas Islam Bandung

¹Siska Andriyani, ²Endri Listiani, S.IP,M.Si.

^{1,2}*Prodi Ilmu Manajemen Komunikasi, Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Bandung, Jl.
Tamansari No.1 Bandung 40116*

e-mail: ¹siskaandiyanni@gmail.com, ²endri_listiani@yahoo.com

Abstract. This study aims to determine the interpersonal communication of Go-jek drivers for customer satisfaction. so as to answer the problem above the researcher analyzed the researcher using five positive attitudes that support interpersonal communication, namely the attitude of openness, empathy, supportive attitude, positive attitude, and equality between employees and consumers. Researchers use a quantitative approach. The study population was students of Bandung Islamic University who had used Gojek transportation, the number of active student population for the 2017-2018 period was 12,767. The research method used is a survey using descriptive analysis techniques. The sampling unit is an active student of Bandung Islamic University for the 2017-2018 period totaling 100 people. Data collected through questionnaires and literature study. The results showed that the interpersonal communication of Go-jek drivers to get customer satisfaction was good value by the respondents, with an average openness score of 3.85, the average score of Empathy (emphaty) which was 3.958, the average score of Support (supportiveness) that is 4,028, the average score of Positive (positiveness) is 3,954 and the average score of Equity (aquality) is 4,018 which means that most of the Go-jek drivers have good interpersonal communication because the Go-jek driver has fulfilled the Five positive attitudes of things this is expected to create customer satisfaction.

Keywords : Interpersonal Communication, Openness, Empathy, Supportive Attitude, Attitude Positive, Equality.

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui komunikasi interpersonal *driver* Go-jek untuk kepuasan konsumen. sehingga untuk menjawab masalah di atas peneliti menganalisa peneliti menggunakan lima sikap positif yang mendukung komunikasi interpersonal yaitu sikap keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*), dan kesetaraan (*equality*) antara pegawai dengan konsumen. Peneliti menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi penelitian adalah mahasiswa Universitas Islam Bandung yang pernah menggunakan transportasi Gojek, jumlah populasi mahasiswa yang aktif periode 2017-2018 adalah 12.767. Metode penelitian yang digunakan adalah survey dengan menggunakan teknik analisis deskriptif. Unit sampling adalah mahasiswa aktif Universitas Islam Bandung periode 2017-2018 yang berjumlah 100 orang. Data dikumpulkan melalui penyebaran kuesioner dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal *driver* Go-jek untuk mendapatkan kepuasan pelanggan di nilai baik oleh responden, dengan Skor rata-rata keterbukaan yaitu 3,85, skor rata-rata Empati (emphaty) yaitu 3,958, skor rata-rata Dukungan (*supportiveness*) yaitu 4,028, skor rata-rata Rasa Positif (*positiveness*) yaitu 3,954 dan skor rata-rata Kesetaraan (*aquality*) yaitu 4,018 yang artinya sebagian besar *driver* Go-jek memiliki komunikasi interpersonal yang baik karena *driver* Go-jek telah memenuhi Lima sikap positif dari hal tersebut maka di harapkan akan terciptanya kepuasan pelanggan.

Kata Kunci : Komunikasi Interpersonal, Keterbukaan, Empati, Sikap Mendukung, Sikap Positif, Kesetaraan.

A. Pendahuluan

Salah satu teknologi komunikasi yang berkembang saat ini yaitu internet, internet merupakan media yang sangat memudahkan kita tersambung dengan orang di seluruh dunia. Selain dijadikan sebagai alat komunikasi dan sumber ilmu pengetahuan, internet juga banyak dimanfaatkan oleh orang-orang tertentu sebagai wadah bisnis atau peluang usaha secara *online*. Salah satu usaha *online* yang sedang *booming* pada saat ini

yaitu usaha transportasi online, berawal dari ojek *online*/Gojek yang menyedot perhatian masyarakat Indonesia. Gojek merupakan salah satu jasa transportasi berbasis aplikasi yang ada di Indonesia. Gojek hadir sebagai solusi dari banyak masalah yaitu kondisi angkutan umum yang belakangan ini kurang aman dan kemacetan. Go-Jek telah membawa perubahan dikancah transportasi.

Alasan peneliti memilih penelitian *driver Gojek* sebagai objek penelitian adalah karena Go-jek merupakan fenomena baru. Fenomena pengguna Gojek yang semakin bertambah tiap tahun nya. Di tengah bertambahnya minat masyarakat, perjalanan Go-Jek tak semulus yang dibayangkan. Berbagai polemik mulai dari pengemudi tak disiplin, perseteruan dengan sopir angkutan konvensional hingga tuntutan dari para karyawan juga menghiasi perjalanan perusahaan yang dipimpin Nadiem Makariem itu.

Salah satu contoh kasus yang dilakukan *driver Gojek* kepada konsumennya berdasarkan data yang diperoleh dari Merdeka.com - Pengemudi arogan tega membentak penumpang wanitanya.

Pengalaman buruk tersebut diceritakan Fina dalam akun Path miiknya, Rabu (17/2), dia mengeluhkan dikap pengemudi Go-jek yang membawa kendaraannya secara ugal-ugalan.padaahar motor nya sempat hamper terjatuh. Sebagai penumpang, fona mengaku merasa tidak nyaman dengan tindakan pengemudi tersebut.sebelum tiba di lokasi tujuan fina memutuskan berhenti di tengah jalan, tapi bukannya merasa bersalah pengemudi yang diketahui bernama ariyanto Affandi malah membentakunya dan mengeluarkan kalimat tidak pantas.

Dengan adanya kasus seperti itu, maka konsumen akan merasa tidak puas dalam menggunakan jasa Gojek. Dengan keadaan seperti ini tentu Gojek harus lebih memperhatikan lagi kepuasan dalam melayani pelanggannya. Untuk itu dalam rangka membangun dan memelihara hubungan jangka panjang dengan pelanggan baru maupun lama dibutuhkan sumber daya manusia (*driver Go-Jek*) yang baik dan terstandarisasi, yakni dapat berkomunikasi secara profesional sehingga dapat memberikan sebuah pelayanan yang unggul dan memberikan kepuasan bagi pelanggan Go-Jek, *driver Go-Jek* harus memperhatikan komunikasi dengan menjalin hubungan yang baik dengan pelanggannya. Konsumen akan menjadi lebih puas apabila *driver Go-Jek* memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik. Dengan begitu, maka diharapkan permasalahan seperti kasus diatas di akan terulangi kembali.

Maka dari tu komunikasi *interpersonal* disini sangatlah penting terlebih bagi pihak perusahaan jasa transportasi online Go-Jek. Agar tujuan perusahaan tercapai maksimal, maka setiap *driver Go-Jek* harus dibekali *skill* komunikasi *interpersonal* yang berkualitas. Komunikasi *interpersonal* dikatakan berkualitas apabila memenuhi sikap positif, Devito mengemukakan lima sikap positif yang perlu dipertimbangkan ketika seseorang merencanakan komunikasi *interpersonal*. Lima sikap positif tersebut meliputi: Keterbukaan (*openness*), Empati (*empathy*), Sikap Mendukung (*supportiveness*), Sikap positif (*positiveness*), dan Kesetaraan (*equality*).

Driver inilah yang akan menentukan nilai yang akan diberikan konsumen terhadap perusahaan ayang merupakan penyedia jasa transportasi tersebut, karena bagaimanapun juga yang langsung berinteraksi dengan konsumen adalah *driver* ini.komunikasi yang dijalin pun menjadi komunikasi *interpersonal*. Konsumen adalah semua orang yang menuntut kita atau lembaga untuk memenuhi suatu standar kualitas tertentu, dan karena itu akan berpengaruh pada performasi lembaga (Vincent, 2008:33).

Banyak mahasiswa Universitas Islam Bandung yang menjadi pelanggan Gojek, data ini diperoleh oleh peneliti sendiri saat peneliti berinteraksi langsung dengan para *driver Gojek* yang berjejer sedang menunggu penumpang di depan kampus Universitas

Islam Bandung. Menurut salah satu *driver* yang peneliti wawancara pada 15 Januari 2018 pukul 13.20 WIB di depan kampus Universitas Islam Bandung menyatakan bahwa kampus Universitas Islam Bandung merupakan tempat mangkal Gojek strategis dimana permintaan akan kebutuhan ojek online itu banyak.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan di atas, maka peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Komunikasi Interpersonal Driver Gojek (Penelitian Deskriptif kuantitatif Pada 4 Pengendara Gojek Di Kalangan Mahasiswa Universitas Islam Bandung).” Maka tujuan dari penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui keterbukaan *driver* Go-Jek dengan pelanggan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan.
2. Untuk mengetahui empati *driver* Go-Jek dengan pelanggan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan.
3. Untuk mengetahui dukungan *driver* Go-Jek dengan pelanggan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan.
4. Untuk mengetahui sikap positif *driver* Go-Jek dengan pelanggan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan.
5. Untuk mengetahui kesetaraan *driver* Go-Jek dengan pelanggan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan.

B. Landasan Teori

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan beberapa konsep dan teori yang berkaitan dengan penelitian yang dilakukan peneliti. Peneliti menggunakan definisi komunikasi menurut Komunikasi menurut beberapa ahli diantaranya adalah menurut Everett Rogers dalam Hafied Cangara (1998:20) Komunikasi didefinisikan sebagai “ proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk merubah tingkah laku mereka” sedangkan menurut Arni Muhammad (2005:5) Komunikasi didefinisikan sebagai “Pertukaran pesan *verbal* maupun *non verbal* antara si pengirim dengan penerima pesan untuk mengubah tingkah laku”.

Setiap perusahaan pastinya menginginkan hubungan yang baik dengan pelanggannya, guna mempertahankan pelanggan dan meningkatkan jumlah pelanggan. Penelitian ini akan berfokus pada komunikasi interpersonal yang dilakukan *driver* Gojek untuk meningkatkan kepuasan pelanggan. Komunikasi Interpersonal yang berkualitas diharapkan dapat menciptakan kepuasan bagi para pelanggan yang selanjutnya akan tumbuh menjadi loyalitas. Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi antar orang-orang secara tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. (Mulyana, 2004:73).

Agar tujuan perusahaan tercapai maksimal, maka setiap *driver* dibekali *skill* komunikasi interpersonal yang berkualitas. Komunikasi interpersonal dikatakan berkualitas apabila memenuhi sikap positif seperti yang dikemukakan oleh DeVito (1997:259-264). Lima sikap positif yang dimaksudkan dibawah ini selanjutnya akan digunakan sebagai pengukur variabel independent, yaitu:

1. *Openness* (Keterbukaan): Keterbukaan adalah sikap menerima masukan dari orang lain, serta berkenan menyampaikan informasi penting kepada orang lain. Sikap terbuka ditandai dengan adanya kejujuran merespon segala stimuli komunikasi. Dalam proses komunikasi interpersonal, keterbukaan menjadi salah satu sikap positif. Hal ini disebabkan, dengan keterbukaan maka komunikasi interpersonal akan berlangsung secara adil, transparan, dua arah, dan dapat

- diterima oleh semua pihak yang berkomunikasi.
2. *Empathy* (Empati): Empati ialah kemampuan seseorang untuk merasakan kalau seandainya menjadi orang lain, dapat memahami sesuatu yang sedang dialami orang lain dan dapat memahami suatu persoalan dari sudut pandang melalui kacamata orang lain.
 3. *Supportiveness* (Sikap mendukung): Sikap mendukung disini dimaksudkan, seseorang dalam menghadapi suatu masalah tidak bersikap *defensif*. Dukungan dapat dilakukan dengan menggunakan isyarat-isyarat *nonverbal* seperti tersenyum, menganggukan kepala, mengedipkan mata dan tepuk tangan. Sikap mendukung dipupuk lebih kepada deskriptif, dan spontan.
 4. *Positiveness* (Sikap positif): Sikap positif ditunjukkan dalam bentuk sikap dan perilaku. Dalam bentuk sikap, maksudnya adalah bahwa pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi interpersonal harus memiliki perasaan dan pikiran positif, bukan prasangka dan curiga. Dalam bentuk perilaku, artinya bahwa tindakan yang dipilih yang relevan dengan tujuan komunikasi interpersonal, yaitu secara nyata melakukan aktivitas untuk terjalannya kerjasama.
 5. *Equality* (Kesetaraan): Equality adalah pengakuan bahwa kedua belah pihak memiliki kepentingan, kedua belah pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan saling memerlukan. Indikator kesetaraan meliputi: Menempatkan diri setara dengan orang lain., Menyadari akan adanya kepentingan yang berbeda, Mengakui pentingnya kehadiran orang lain, Komunikasi dua arah, Saling memerlukan, Suasana komunikasi akrab dan nyaman.

Dari kelima sikap positif tersebut akan terlihat bagaimana komunikasi interpersonal yang terjalin. Apabila kelima sikap positif tersebut telah terlaksana maka diharapkan terciptanya kepuasan pelanggan. Kepuasan merupakan fungsi dari perbedaan antara kinerja yang dirasakan dengan harapan. Jika kinerja dibawah harapan, maka pelanggan akan kecewa dan jika kinerja sesuai dengan harapan maka konsumen akan puas. Harapan konsumen dapat dibentuk oleh pengalaman, masa lampau, komentar, janji dan informasi pemasar, serta saingannya. Pelanggan yang merasa puas akan setia lebih lama, kurang sensitif terhadap harga dan memberi komentar yang baik tentang perusahaan, perusahaan harus menciptakan dan mengelola suatu sistem untuk memperoleh pelanggan yang banyak dan kemampuan untuk menciptakan konsumen yang loyal.

C. Hasil Penelitian

“Dalam hasil penelitian dari tiap dimensi penelitian akan dijelaskan hasil penelitian dari tiap dimensi penelitian sebagai berikut:”

Keterbukaan

Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden bahwa hasil penemuan penelitian mengenai keterbukaan dalam proses komunikasi interpersonal *driver* Go-jek dikatakan baik karena dapat disimpulkan bahwa *driver* Go-jek dapat melakukan komunikasi interpersonal yang baik atau berkualitas karena *driver* Go-jek telah memenuhi sikap positif yaitu keterbukaannya kepada konsumen. Hal ini terlihat dari penilaian responden yang rata-rata menjawab setuju mengenai penilaian positif terhadap keterbukaan *driver* Go-jek . Dengan Skor rata-rata keterbukaan (*Openess*) yaitu 3,850. Dalam proses komunikasinya seorang *driver* menempatkan diri sebagai orang mampu mengawali pembicaraan atau percakapan kepada konsumen dengan berbagai sapaan bertujuan untuk memberikan kesan akrab dan memberi rasa senang kepada konsumen yang menggunakan jasa Go-

jek tersebut.

Empati

Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden bahwa hasil penemuan penelitian mengenai empati dalam proses komunikasi interpersonal *driver* Go-jek dikatakan baik karena dapat disimpulkan bahwa *driver* Go-jek dapat melakukan komunikasi interpersonal yang baik atau berkualitas karena *driver* Go-jek telah memenuhi sikap positif yaitu empatinya kepada konsumen. Hal ini terlihat dari penilai responden yang rata-rata menjawab setuju mengenai penilaian positif terhadap Empati *driver* Gojek. Dengan total skor rata-rata Empati (emphaty) yaitu 3,958. Dari hasil penemuan penelitian ini sebagian besar *driver* Go-jek dapat menempatkan dirinya pada posisi orang lain yaitu konsumen. Salah satu sikap empati yang ditujukan oleh *driver* kepada konsumen yaitu ketika *driver* Go-jek menawarkan pelindung diri kepada konsumen, yang bisa dipilih seperti penutup kepala dan masker, disini *driver* gojek menempatkan dirinya pada posisi konsumen ketika menjadi seorang penumpang Go-jek konsumen membutuhkan alat pelindung untuk kenyamanan dan keselamatan mereka selama perjalanan. Disinilah terbentuk sebuah perasaan senang konsumen karena *driver* Go-jek melakukan komunikasi yang baik yang akan menimbulkan kepuasan konsumen.

Dukungan

Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden bahwa Hasil penemuan penelitian mengenai dukungan dalam proses komunikasi interpersonal *driver* Go-jek dikatakan baik karena dapat disimpulkan bahwa *driver* Go-jek dapat melakukan komunikasi interpersonal yang baik atau berkualitas karena *driver* Go-jek telah memenuhi sikap positif yaitu sikap dukungannya kepada konsumen. Hal ini terlihat dari penilai responden yang rata-rata menjawab setuju mengenai penilaian positif terhadap dukungan *driver* Gojek. Dengan total skor rata-rata dukungan yaitu 3,958. Dari hasil penemuan penelitian ini sebagian besar *driver* Go-jek memiliki sikap dukungan terhadap konsumennya, salah satu sikap mendukung yang dilakukan oleh sebagian besar *driver* yaitu *driver* menyambut konsumen dengan senyuman.

Sikap Positif

Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden bahwa hasil penemuan penelitian mengenai Rasa positif dalam proses komunikasi interpersonal *driver* Go-jek dikatakan baik karena dapat disimpulkan bahwa *driver* Go-jek dapat melakukan komunikasi interpersonal yang baik atau berkualitas karena *driver* Go-jek telah memenuhi sikap positif yaitu rasa positifnya kepada konsumen. Hal ini terlihat dari penilai responden yang rata-rata menjawab setuju mengenai penilaian positif terhadap sikap positif *driver* Go-jek. Dengan total skor rata-rata sikap positif (*positiveness*) yaitu 3,954. Hasil penemuan penelitian sebagian besar *driver* Go-jek memiliki sikap positif terhadap konsumennya, salah satu sikap positif yang dilakukan oleh sebagian besar *driver* dapat menciptakan suasana yang kondusif dengan konsumennya ketika diperjalanan hal ini menunjukkan bahwa *driver* Go-jek telah berperilaku positif kepada konsumennya, disinilah dapat terjalinnya komunikasi interpersonal dengan baik antara *driver* dan konsumennya.

Kesetaraan

Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui penyebaran kuesioner kepada responden bahwa hasil penemuan penelitian mengenai kesetaraan dalam proses komunikasi interpersonal *driver* Go-jek dikatakan baik karena dapat disimpulkan bahwa *driver* Go-jek dapat melakukan komunikasi interpersonal yang baik atau berkualitas karena *driver* Go-jek telah memenuhi sikap positif yaitu kesetaraan kepada konsumen. Hal ini terlihat dari penilai responden yang rata-rata menjawab setuju mengenai penilaian positif terhadap kesetaraan *driver* Go-jek. Dengan total skor rata-rata kesetaraan (*aquality*) yaitu 4,018. Hasil penemuan penelitian *driver* Go-jek memiliki sikap kesetaraan terhadap konsumennya, salah satu kesetaraan yang dilakukan oleh *driver* yaitu *driver* mau berinteraksi dengan konsumen saat sedang berkomunikasi walaupun berbeda usia ataupun pengalaman. Adanya sikap kesetaraan antara konsumen dan *driver* Go-jek sangat berpengaruh sekali terhadap komunikasi *interpersonal*, karena disini *driver* Go-jek tidak membedakan konsumen satu dengan konsumen yang lainnya, konsumen diberikan hak yang sama untuk melakukan komunikasi dengan *driver*.

D. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang dilakukan terhadap 100 responden mengenai Komunikasi Interpersonal Driver GO-JEK Untuk Mendapatkan Kepuasan Konsumen. Peneliti mendapatkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

6. Keterbukaan *driver* GO-JEK dengan konsumen untuk mendapatkan kepuasan pelanggan dinilai baik oleh responden. Hal ini terlihat dari penilai responden yang rata-rata menjawab setuju mengenai penilaian positif terhadap Keterbukaan *driver* Go-jek. Dengan total skor rata-rata Keterbukaan (*Openess*) yaitu 3,850.
7. Empati *driver* GO-JEK dengan pelanggan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan dinilai baik oleh responden. Hal ini terlihat dari penilai responden yang rata-rata menjawab setuju mengenai penilaian positif terhadap Empati *driver* Gojek. Dengan total skor rata-rata Empati (*emphaty*) yaitu 3,958.
8. Dukungan *driver* GO-JEK dengan pelanggan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan dinilai baik oleh responden. Hal ini terlihat dari penilai responden yang rata-rata menjawab setuju mengenai penilaian positif terhadap Dukungan *driver* Go-jek. Dengan total skor rata-rata Dukungan (*supportiveness*) yaitu 4,028.
9. Sikap positive *driver* GO-JEK dengan pelanggan untuk mendapatkan kepuasan pelanggan dinilai baik oleh responden. Hal ini terlihat dari penilai responden yang rata-rata menjawab setuju mengenai penilaian positif terhadap Rasa Positif *driver* Go-jek. Dengan total skor rata-rata Rasa Positif (*positiveness*) yaitu 3,954.
10. Kesetaraan *driver* GO-JEK dengan pelanggan dalam rangka mendapatkan kepuasan pelanggan dinilai baik oleh responden. Hal ini terlihat dari penilai responden yang rata-rata menjawab setuju mengenai penilaian positif terhadap Kesetaraan *driver* Go-jek. Dengan total skor rata-rata Kesetaraan (*aquality*) yaitu 4,018.

E. Saran

Saran Akademis

Saran akademis dengan adanya hasil penelitian ini, peneliti menyarankan kepada peneliti lainnya untuk melakukan penelitian menggunakan variabel yang lain untuk melihat faktor-faktor lain yang mungkin juga dapat mempengaruhi hubungan antara komunikasi interpersonal dengan kepuasan pelanggan.

Saran Praktis

Saran praktis dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat membantu perusahaan jasa dalam menerapkan komunikasi interpersonal dengan pengaplikasian aspek-aspek yang ada pada komunikasi interpersonal, terutama dalam sikap positif antara *driver* Go-jek dengan konsumen. Sehingga suasana yang akan terjalin dapat berjalan dengan kondusif.

Daftar Pustaka

- Arni, Muhammad. 2005. *Komunikasi Organisasi*. Jakarta: Bumi Aksara.
- A. Devito, Joseph. 1997. *Komunikasi Antar Manusia*. Jakarta: Prossional Books.
- Cangara, Hafied. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta. Rajawali Pers.
- C.Mowen, Jhon Michael. 2002. *Prilaku Konsumen*. Jakarta. Erlangga.
- Effendy, Onong Uchjana. 1992. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT Remaja Rosda Karya.
- Munandar, Utami, 2004. *Pengembangan Kreativitas Anak Berbakat*. Jakarta. Rineka Cipta.
- Lili Weri, A. 1992. *Komunikasi Antar Pribadi*. Yogyakarta: Kanisius.
- Barnes, James G. 2003. *Secret Of Customer Relationship Management*. Yogyakarta. Andi.
- <http://www.merdeka.com/jakarta/sudah-ugal-ugal-driver-go-jek-ini-bentak-penumpangnya.html>. di akses pada 25-07-2018. 08:14