

Self Disclosure Driver Go – Jek di Kota Bandung Self Disclosure Go – Jek Driver In Bandung City

¹Elnovani Carolina, ²Hj. Nurhastuti, Dra., M.si

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

Email : ¹Elnovanicarolina21@gmail.com, ²Nurhastuti16@yahoo.com

Abstract. Ojek is one of transportation type that use a motorcycle. Along with the increasing population in Indonesia, transportation growth also needed. The role of Go – Jek driver in Bandung is considered important for PT Go - Jek Indonesia, this company is engaged in Online - based transport services. This research intend to determine the self disclosure form Go – Jek driver in Bandung City . The population was used in this research was Go – Jek driver in area Cobleng Bandung. In this reasearch the sample was taken as much 63 respondents, but the result from google form cuisoner as much 70 respondent. Technique that used is random sampling technique. Research result was showed some variable from theory self disclosure as if seize and amount, valence, honesty,intention, and last familiarity. Theory of Self Disclosure can be said to be a Go – Jek driver in must to always be open to the customer. Being open to customer will make it easier for driver and customer to communicate. Communication is very important in any case, in the theory of self dislosure communication is done very necessary and very important. Self disclosure can be said to be very important for Go – Jek driver because then they can start communication with customer

Keyword : Go – Jek, Self Disclosure.

Abstrak. Ojek adalah salah satu jenis transportasi yang menggunakan sepeda motor. Seiring dengan meningkatnya jumlah penduduk di Indonesia, pertumbuhan transportasi juga diperlukan. Peran para *driver* Go – Jek di Kota Bandung dianggap penting bagi PT Go – Jek Indonesia, perusahaan ini bergerak di bidang jasa transportasi berbasis *Online*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui *self disclosure* dari *driver* Go – Jek di Kota Bandung. Populasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah para *driver* Go – Jek daerah Cobleng Kota Bandung. Sampel yang diambil pada penelitian ini sebanyak 63 responden tetapi hasil yang di dapat sebanyak 70 responden melalui pembagian kuisisioner dengan *google form*. Teknik pengambilan sampel menggunakan teknik *random sampling*. Hasil Penelitian menunjukkan beberapa variabel dari teori keterbukaan diri seperti ukuran atau jumlah, valensi, kejujuran, maksud dan tujuan, dan yang terakhir keakraban. Teori keterbukaan diri ini dapat dikatakan sebagai seorang *driver* Go – Jek mereka di harus untuk selalu terbuka kepada konsumen. Dengan terbuka kepada konsumen itu akan mempermudah *driver* dan konsumen untuk berkomunikasi. Komunikasi sangat penting dalam hal apapun, maka dari itu dalam teori keterbukaan diri ini komunikasi yang dilakukan sangat perlu dan sangat penting. Keterbukaan diri bisa dikatakan sangat penting untuk para *driver* Go – Jek karena dengan begitu mereka bisa memulai komunikasi dengan konsumen.

Keyword :Go – Jek, Keterbukaan Diri.

A. Pendahuluan

Saat ini sarana transportasi semakin pesat diimbangi dengan perkembangan teknologi. Hal ini sesuai dengan tuntutan di era globalisasi dimana manusia di tempat yang satu membutuhkan untuk terhubung dengan manusia yang berada di tempat yang lain yang jaraknya cukup jauh. Fakta tersebut berkaitan erat dengan fungsi transportasi secara makro yaitu sebagai pemberi jasa dan sebagai alat penunjang bagi perkembangan ekonomi (Nasution, 2004: 19). Secara mikro, transportasi berfungsi untuk memudahkan manusia melakukan aktivitas sehari – hari dan memudahkan manusia melakukan perpindahan dalam waktu yang relatif singkat.

Salah satu penyedia jasa ojek Online saat ini yang ada di Indonesia adalah PT Go-Jek Indonesia. PT Go – Jek Indonesia merupakan perusahaan yang memimpin revolusi industri transportasi ojek di Indonesia. Go-Jek didirikan pada tahun 2010 oleh Nadiem Makarim dan Michaelangelo Moran. Tetapi semakin kesini Go – Jek semakin

berkembang dan pada awal tahun 2015 kemarin, meluncurkan aplikasi android Go – Jek. Hal ini tentu saja memudahkan para pengguna, melihat sekarang smartphone sudah menjadi gaya hidup bagi setiap orang, terutama masyarakat perkotaan.

Driver Go – Jek biasanya menggunakan jaket berwarna hijau dan menggunakan helm dengan warna yang senada dengan jaket yaitu warna hijau. Go – Jek ini memang sedang booming di masyarakat dan dapat diibaratkan seperti jamur di musim penghujan, semakin lama semakin banyak penggunanya dan berkembang terus menerus. Go – Jek tidak hanya menyediakan layanan transportasi Go – Ride, tetapi Go – Jek juga melayani jasa seperti Go – Car, Go – Box, Go – Shop, Go – Tix, Go – Food, Go – Mart dan lainnya.

Keterbukaan diri (*Self Disclosure*) adalah reaksi atau tanggapan seseorang dengan senang hati menerima informasi dalam menghadapi hubungan pribadi serta bersedia membagi perasaan dan informasi tentang diri yang akrab, baik informasi yang bersifat deskriptif maupun bersifat evaluatif. Informasi yang diungkapkan berkaitan dengan fakta mengenai diri sendiri yang orang lain belum ketahui ataupun membagi informasi mengenai orang – orang yang disukai ataupun tidak disukai.

Pada teori keterbukaan diri disini bisa dikatakan cukup penting karena sebagai seorang driver mereka memang diharuskan untuk terbuka kepada konsumen tentunya terbuka dalam hal komunikasi. Komunikasi sendiri itu sangat penting, dengan para driver terbuka kepada konsumen itu dapat membuat konsumen merasa nyaman atau senang karena bisa saling berkomunikasi.

Dalam teori keterbukaan diri ini sendiri komunikasi dalam hal ini tentu sangat diperlukan, karena dalam hal ini komunikasi disini akan selalu digunakan. Komunikasi yang dilakukan antara driver dan konsumen tentunya komunikasi tentang hal apapun, seperti ketika driver menanyakan tujuan konsumen, saling memberikan informasi yang driver atau konsumen ketahui atau terkadang driver sering bercerita tentang masalah yang mereka alami ataupun tentang hal apapun tentang driver ingin cerita.

B. Landasan Teori

Komunikasi adalah proses interaksi dan merupakan hal yang terpenting dalam kehidupan karena setiap individu yang merupakan makhluk sosial dan setiap makhluk sosial saling membutuhkan. Dalam memenuhi kebutuhan itu terjadilah proses saling interaksi. Komunikasi dapat dilakukan dengan cara yang sederhana hingga yang kompleks sekalipun.

Tujuan komunikasi adalah menciptakan pemahaman bersama atau mengubah persepsi, bahkan perilaku, seperti:

1. Agar pesan yang disampaikan dapat dimengerti
2. Untuk memahami orang lain
3. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu (kegiatan)

Komunikasi antarpribadi, ialah proses interaksi antara dua orang yang lebih dari sekedar bertukar kata tetapi mengenai perasaan sehingga pesan yang dikirim oleh seseorang kepada orang lain dengan maksud untuk mempengaruhi tingkah laku orang tersebut agar dapat diterima. Pendapat yang dikemukakan oleh Deddy Mulyana (2008:81) bahwa komunikasi antarpribadi adalah komunikasi antar orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal.

Dibandingkan dengan bentuk-bentuk komunikasi lainnya, komunikasi antarpribadi dinilai paling ampuh dalam kegiatan mengubah sikap, kepercayaan, opini dan perilaku komunikasi, sebab komunikasi berlangsung secara tatap muka. Oleh karena komunikator dengan komunikasi itu saling bertatap muka, maka terjadilah kontak

pribadi; pribadi komunikator menyentuh pribadi komunikan. Ketika komunikator menyampaikan pesan, umpan balik berlangsung seketika (immediate feedback).

Komunikator dapat mengetahui pada saat itu tanggapan komunikan terhadap pesan yang dilontarkan komunikator. Apabila umpan baliknya positif, artinya tanggapan komunikan menunjukkan bahwa pesan yang disampaikan tadi bisa dimengerti oleh komunikan atau sesuai yang diinginkan komunikator, maka komunikator dapat mempertahankan gaya komunikasinya, sebaliknya jika tanggapan komunikan negatif, maka komunikator dapat mengubah gaya komunikasinya sampai komunikasi tersebut berhasil.

Keterbukaan diri (Self Disclosure) adalah reaksi atau tanggapan seseorang dengan senang hati menerima informasi dalam menghadapi hubungan pribadi serta bersedia membagi perasaan dan informasi tentang diri yang akrab, baik informasi yang bersifat deskriptif maupun bersifat evaluatif. Informasi yang diungkapkan berkaitan dengan fakta mengenai diri sendiri yang orang lain belum ketahui ataupun membagi informasi mengenai orang – orang yang disukai ataupun tidak disukai.

Dimensi keterbukaan diri dibagi menjadi 5, yaitu:

1. Ukuran atau jumlah
2. Valensi
3. Kecermatan atau kejujuran
4. Maksud dan tujuan
5. Keakraban atau keintiman

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif, yaitu penelitian yang dilakukan untuk mengetahui nilai variabel mandiri, baik satu variabel atau lebih (independen) tanpa membuat perbandingan, atau menghubungkan dengan variabel yang lain (Sugiyono 2012 : 13). Pengumpulan data penelitian ini menggunakan teknik kuisioner atau angket dengan memberikan beberapa pernyataan atau pertanyaan tertulis kepada responden.

Populasi pada penelitian ini yaitu *driver Go – Jek* di Kota Bandung sebanyak 175 orang. Metode pengambilan sampel yaitu *random sampling*. Sampel ini dipilih karena bisa mewakili beberapa *driver Go – Jek* lainnya yaitu sebanyak 70 orang.

Teknik pengumpulan data pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data kuisioner atau angket yaitu teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberikan seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawab. Teknik analisis data menggunakan metode analisis deskriptif persentase untuk mengkaji variabel yang ada pada penelitian ini.

Pada penelitian ini, peneliti berusaha untuk menjawab permasalahan penelitian tentang *self disclosure driver Go – Jek* di Kota Bandung. Peneliti tertarik pada penelitian ini karena seperti yang kita tahu bahwa di zaman sekarang ini ojek *online* sangat banyak bukan hanya Go – Jek saja. banyak perusahaan ojek *online* diluar sana yang tentunya sudah mempunyai nama atau yang sudah dikenal oleh masyarakat luas.

Pada penelitian ini, peneliti mengambil beberapa pernyataan dari variabel teori *self disclosure* yaitu variabel jumlah atau ukuran, variabel valensi, variabel kecermatan atau kejujuran, variabel maksud dan tujuan, yang terakhir variabel keintiman atau keakraban. Dari 5 variabel tersebut, peneliti setidaknya mendapatkan beberapa pernyataan dan mendapatkan beberapa kesimpulan jawaban dari pada responden yang menjawab.

Pada variabel jumlah atau ukuran, dapat dikatakan bahwa pada variabel ini lebih ke seberapa banyak atau seberapa lama para *driver* memberikan informasi kepada orang

lain atau konsumennya. Informasi yang diberikan tentunya bukan hanya sekedar informasi, tetapi informasi yang memang sangat dibutuhkan seseorang atau informasi yang sangat penting. Selain memberikan informasi biasanya para *driver* sering bercerita atau sering mengajak para konsumen untuk berkomunikasi mengenai hal apapun.

Pada variabel valensi, lebih kepada hal positif dan hal negatif. Hal positif disini bisa tentang informasi yang bersifat positif dengan tidak menjelek – jelek in informasi yang di berikan kepada orang lain. Pada hal negatif, biasanya seperti menjelek – jelekkan tentang informasi orang lain. Tentunya dengan adanya hal positif dan negatif ini, akan mendapatkan tanggapan yang berbeda.

Pada variabel kecermatan atau kejujuran, dapat dikatakan bahwa pada hal ini bisa dilihat dari segi bagaimana seseorang *driver* bisa berkata jujur kepada orang lain atau konsumen tanpa harus menyinggung satu sama lain. Dengan komunikasi yang dilakukan oleh para *driver* itu bisa saja tentang hal apa saja, baik tentang informasi yang diberikan maupun menceritakan tentang diri sendiri kepada orang lain. Tentunya pada hal ini *driver* harus bisa berkata jujur dan apa adanya kepada orang lain, agar tidak menyinggung atau membuat orang lain merasa tidak enak.

Pada variabel maksud dan tujuan, tentunya pada variabel ini *driver* punya maksud dan tujuan sendiri dalam hal berkomunikasi. Biasanya para *driver* sering bercerita atau lebih tepatnya curhat kepada konsumen atau orang lain, dengan maksud dan tujuan tertentu. Dengan begitulah biasanya para *driver* serng memulai percakapan atau sering memulai komunikasi dengan konsumen. Dengan tujuan agar para *driver* merasa sedikit lega dan tentunya untuk membagikan sebuah cerita tentang pribadi kepada orang lain.

Pada variabel keintiman atau kearaban, *driver* diharuskan untuk bisa membuat dirinya akrab dengan orang lain atau dengan para konsumennya. Dengan begitu *driver* dan konsumen dapat menciptakan suatu hubungan yang lebih akrab lagi. Para *driver* harus bisa membuat dirinya lebih terbuka lagi dengan konsumen agar bisa lebih merasa akrab dengan konsumen atau orang lain.

Dengan teori keterbukaan diri ini, para *driver* tentunya harus bisa membuat diri mereka lebih terbuka dengan orang yang baru mereka kenal seperti konsumen. Para *driver* harus bisa memulai komunikasi baik hanya sekedar menanyakan tujuan ataupun memulai komunikasi dengan bercerita tentang diri sendiri kepada konsumen. Komunikasi yang efektif itu komunikasi yang dilakukan antara para *driver* dan konsumen tentunya dengan komunikasi yang terus berjalan seperti saling memberikan informasi ataupun saling bercerita tentang hal pribadi satu sama lain.

Komunikasi yang dilakukan para *driver* Go – Jek tentunya sangat penting, karena dengan berkomunikasi antara *driver* dan konsumen itu akan membuat satu sama lain merasa nyaman tanpa harus menyinggung perasaan satu sama lain. Tetapi komunikasi yang dilakukan pada hal ini tentunya komunikasi yang baik, yang tidak menjelek – jelekkan siapapun atau tidak menyinggung orang lain.

D. Kesimpulan

1. Pada ukuran atau jumlah dapat dilihat bahwa sebagai *driver* Go – Jek, mereka berusaha untuk memberikan informasi yang mereka tahu kepada konsumen. Memberikan sedikit informasi yang ada atau hanya sekedar berbagi informasi antara *driver* dan juga konsumen. Terkadang sebagai seorang *driver* mereka sering menceritakan apa yang terjadi pada diri mereka kepada konsumen. Para *driver* Go – Jek juga terkadang berusaha untuk selalu memberikan semangat kepada konsumen ataupun sebaliknya dengan memberikan pujian yang tentunya baik. *driver* Go – Jek juga kadang suka bertanya kepada konsumen tentang hal

apa saja dan juga suka bercerita atau lebih tepatnya curhat kepada konsumen. Maka dengan begitu para driver telah memberikan pelayanan yang mereka bisa kepada konsumen agar konsumen merasa nyaman.

2. Pada valensi dapat dilihat bahwa seorang driver Go – Jek mereka terkadang merasa canggung untuk menyampaikan kekurangan apa adanya kepada konsumen, tetapi mereka juga terkadang bersedia untuk menegur konsumen apabila melakukan kesalahan. Sebagai seorang driver Go – Jek mereka juga diharuskan untuk mencari jalan keluar sendiri ketika mempunyai masalah. Para driver juga setuju bahwa mereka akan berusaha untuk menjadi lebih baik lagi dari sebelumnya agar pelayanan yang mereka berikan kepada konsumen dapat membuat konsumen menjadi senang telah menggunakan jasa mereka.
3. Pada kecermatan dan kejujuran dapat dilihat bahwa seorang driver berusaha untuk memberikan informasi tentang segala hal yang mereka ketahui. Informasi yang diberikan tentunya informasi yang memang layak untuk diberitahu dan informasi yang baik. Para driver juga sering menceritakan tentang diri mereka sendiri seperti halnya curhat tentang sesuatu hal yang sedang dialami.
4. Pada maksud dan tujuan dapat dilihat bahwa para driver memberikan informasi kepada orang lain tentang segala hal yang mereka ketahui. Para driver juga berusaha untuk memahami kondisi yang sedang dialami oleh konsumennya dan tentunya mereka berusaha untuk saling memahami posisi antara seorang driver Go – Jek dan konsumen.
5. Pada keintiman atau keakraban dapat dilihat bahwa sebagai seorang driver Go – Jek mereka harus bisa untuk bersosialisasi dengan orang lain atau orang yang baru mereka kenal dengan begitu konsumen akan merasa senang bahwa seorang driver Go – Jek sangat ramah kepada konsumennya. Sebagai driver Go – Jek mereka diharuskna untuk aktif dalam berkomunikasi baik itu hanya menanyakan tujuan konsumen kemana atau berkomunikasi mengenai hal lainnya.

Daftar Pustaka

Suranto AW. Komunikasi Interpersonal (Yogyakarta: Graha Ilmu)

<http://karyailmiah.unisba.ac.id/index.php/mankom/article/view/6390/pdf>

<http://digilib.uinsby.ac.id/9696/5/Bab%202.pdf>

http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/532/jbptunikompp-gdl-riarahmawa-26554-5-unikom_r-i.pdf

http://digilib.esaunggul.ac.id/public/UEU-Undergraduate-447-BAB_III.pdf

http://repository.upi.edu/2435/6/S_TB_0707070_Chapter3.pdf

<http://digilib.unila.ac.id/924/10/BAB%20III.pdf>