

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Pada dekade ini ada keinginan untuk mengurangi jumlah transportasi pribadi dan kemacetan di jalan, dengan menghimbau masyarakat untuk meninggalkan transportasi pribadi dan beralih ke angkutan umum salah satu contohnya adalah ojek. Hal ini disebabkan oleh fakta bahwa menggunakan transportasi online dapat mempermudah untuk berpergian. Contoh aplikasi yang digunakan yaitu Gojek, Grab, Maxim, dan In-Driver. (Harmaja et al. 2022: 2127). Beberapa halangan yang mungkin terdapat dalam fenomena ini adalah komunikasi. Kesalahan dalam berkomunikasi dapat terjadi dengan siapapun dan di mana saja. Baik itu distrik sekolah atau bukan, komunikasi selalu ada di dalam dan di luar organisasi. Paling umum itu adalah komunikasi kelompok atau interpersonal. Kebijakan komunikasi ini telah menjadi kebiasaan umum. Tujuan yang ingin dicapai adalah untuk mencakup semua kemudahan transportasi. (Moh Amiruddin 2019:26–49)

Kemajuan pesat teknologi internet telah menyebabkan pergolakan sosial umum di kalangan penduduk. Banyak bisnis yang berkembang sejak memanfaatkan teknologi informasi ini; salah satu contoh yang paling menonjol adalah bisnis yang menyediakan layanan perangkat lunak berbasis aplikasi. Contoh yang paling menonjol adalah munculnya transportasi yang menggunakan jaringan online tentunya akan memunculkan solusi dan memberikan jawaban atas kondisi

permasalahan seseorang dengan standar transportasi. Dengan menggunakan aplikasi transportasi online yang memberikan kemudahan dan kenyamanan pengguna, Kota dan masyarakat umum terbantu dengan transportasi yang handal.(Moh Amiruddin 2019:26–49)

Komunikasi adalah proses dimana individu, kelompok, atau organisasi bertukar informasi untuk berhubungan dengan orang lain dan lingkungan di sekitar mereka. Komunikasi ini bisa secara verbal maupun nonverbal. Sedangkan komunikasi nonverbal melibatkan penggunaan bahasa seperti isyarat atau gerak-gerik tubuh untuk menyampaikan gagasan seperti tersenyum, menggelengkan kepala, menunjuk, dan tangan, sedangkan komunikasi verbal melibatkan penggunaan bahasa seperti kata - kata atau kalimat per kalimat. Komunikasi ini berkaitan langsung dengan aktivitas manusia yang dilakukan secara lugas.

Orang-orang saat ini banyak menggunakan internet dan teknologi untuk melakukan banyak hal. Salah satu tugas tersebut adalah menggunakan aplikasi transportasi online untuk berpindah dari tempat tujuan ketempat tujuan yang lain. terdapat banyak jenis transportasi umum yang dapat digunakan, tetapi belum memenuhi keinginan dari penumpang pada umumnya, diharapkan adanya peningkatan dalam melayani penumpang dengan cara memanfaatkan teknologi yang dimana internet telah memberikan layanan kepada pengguna transportasi berbasis internet menjadi digemari saat ini. Gojek adalah adalah salah satu situs transportasi online yang terkenal . Go-Jek mulai dibuat pada tanggal 13 Oktober 2010 yang bertepatan di Jakarta, tokoh penciptanya yaitu Nadiem Makarim, Kevin Aluwi, dan Michaelangelo Moran. Gojek memiliki nama lainnya yaitu Aplikasi

Karya Anak Bangsa(Gustika et al. 2021:123–138

Pertama kali, Gojek hanya memiliki 20 orang yang tinggal di sana. Gojek saat ini masih menggunakan call center untuk menghubungkan pengguna dengan driver ojek. Namun, pada tanggal 7 Januari 2015, Gojek akhirnya meluncurkan aplikasi berbasis Android dan iOS untuk menggantikan sistem pembayaran yang sebelumnya menggunakan call center. Selain menyediakan layanan transportasi, Gojek juga aktif dalam bisnis penjualan makanan, penjualan tiket, dan berbagai layanan lainnya. Pada tahun berikutnya, yaitu tahun 2016, Gojek menjadi perusahaan unicorn pertama di Indonesia dengan jumlah pesanan sebanyak 300.000 setiap harinya. Pada tahun 2019, Gojek bergabung dengan database perusahaan Fortune dan semakin berkembang dengan melibatkan lebih dari 20 produk dan dua juta mitra pengemudi (Roihan, 2022). Tahun 2020 menjadi tahun yang penuh tantangan bagi Gojek karena harus menghadapi pandemi Covid-19. Namun, dengan kehebatannya, Gojek berhasil mengatasi situasi yang penuh tekanan tersebut. Gojek berhasil menggabungkan Vietnam, Thailand, Singapura, dan Indonesia dalam satu aplikasi yang luar biasa. Selama pandemi, GoFood menjadi layanan yang sangat membantu dan disukai oleh pengguna dengan lebih dari 190 juta klik. Pada akhir tahun ini, yaitu tahun 2021, Gojek bergabung dengan Tokopedia untuk membentuk GoTo, perusahaan teknologi terbesar di Indonesia.(Gustika et al. 2021:123–138).

Tahun 2020 akan menjadi tahun tantangan terakhir Gojek karena harus berhadapan dengan pandemi Covid-19. Namun entah bagaimana, Gojek berhasil mengatasi situasi stres yang dihadapi dengan menggunakan gemilang. Gojek menggabungkan Vietnam, Thailand, Singapura, dan Indonesia dalam satu aplikasi.

GoFood telah menjadi layanan yang paling membantu dan ramah pengguna selama pandemi dengan lebih dari 190 juta klik. Akhir tahun ini, pada 2021, Gojek bergabung dengan Tokopedia untuk membentuk GoTo, perusahaan teknologi terbesar di Indonesia (Gustika et al. 2021:123–138).

Kabar baik kembali masuk dari perusahaan rintisan Karya Anak Bangsa, GO-JEK. Penyedia layanan berdasarkan permintaan berdasarkan aplikasi yang dimaksud telah berhasil masuk ke dalam daftar 56 perusahaan yang mengubah dunia, sebagaimana tercantum dalam Fortune atau dalam daftar yang dikenal sebagai "Ubah Dunia". GO-JEK sesuai dengan Peringkat Ke-17 bersama banyak perusahaan global lainnya, seperti Apple (Peringkat-3), Unilever (Peringkat-21), Microsoft (Peringkat-25), dan masih banyak lagi. Satu-satunya perusahaan Asia terkemuka yang tercantum dalam daftar tersebut adalah GO-JEK. Keluhan ini sama-sama menyinggung dan membentak manajemen GO-JEK. Ini merupakan hasil kerjasama dengan beberapa organisasi yang terus support GO-JEK.



Gambar 1.1 Laman Pengguna Gojek
Sumber: Internet, diakses 9 Maret 2023

Selain mengucapkan terima kasih kepada masyarakat umum dan ratusan ribu mitra-mitra tenaga kerja yang berdedikasi untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggan, Nadiem Makarim, CEO dan pendiri GO-JEK, mengatakan, “Kami juga ingin mengucapkan terima kasih kepada pemerintah atas peran pentingnya dalam memajukan ekonomi digital Indonesia.” Hal ini memotivasi kami untuk terus berkomitmen memberikan masukan positif terkait visi pemerintah agar Indonesia dapat menjadi ekonomi digital terdepan di Asia pada tahun 2020, seperti yang disampaikan oleh Presiden Joko Widodo,” lanjut pernyataan tersebut. Dokumen "Ubah Dunia" ini diberikan kepada bisnis dengan dinamika sosial yang positif dengan menggunakan strategi bisnis yang komprehensif.

Menurut situs resmi Fortune, data diprioritaskan untuk perusahaan dengan pendapatan tahunan lebih dari \$1 juta. “Fokus saya adalah pada bisnis yang berhasil sambil melakukan yang terbaik untuk mengatasi berbagai masalah sosial. Ada banyak bisnis yang telah bergabung dengan tim kami dan berbasis di berbagai negara di seluruh dunia, kata Matthew Heimer, Editor Fitur Fortune, dalam video remaster Ubah Dunia Beberapa nama dalam daftar yang saat ini terlihat sudah terkenal, tetapi kami juga memiliki sejumlah bisnis yang mungkin belum pernah Anda dengar sebelumnya tetapi dapat membantu Anda dengan masalah sosial dan lainnya mengubah iklim ekonomi kota tempat bisnis UMKM tumbuh subur berkat pertumbuhan gaji yang kuat setelah menjadi korporasi besar. Mitra pengemudi dengan populasi lebih dari 300 miliar dapat memperoleh manfaat dari berbagai layanan, mulai dari keuangan mikro hingga asuransi dan perawatan Kesehatan.(www.go-jek.com, diakses pada 11 September 2017)

Ketika berkomunikasi, terdapat ambang komunikasi yang dibentuk. Perilaku komunikasi merujuk pada Proses pencarian dan penyampaian informasi oleh individu, keluarga, atau masyarakat melalui berbagai saluran dalam jaringan komunikasi masyarakat setempat dapat dilakukan dengan berbagai cara. Perilaku komunikasi yang dilakukan oleh mereka mencerminkan bagaimana mereka berpikir, memiliki pengetahuan, wawasan, perasaan, dan bertindak dalam lingkungan dan situasi komunikasi saat ini. Dalam hal ini, penting bagi individu, keluarga, atau masyarakat untuk memahami dan menggunakan saluran komunikasi yang tepat agar informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh pihak yang dituju.(Dewi, 2019).

Komunikasi melalui tulisan adalah salah satu bentuk komunikasi yang melibatkan komunikasi verbal dan nonverbal. Komunikasi verbal melibatkan penggunaan simbol-simbol yang diungkapkan secara lisan, baik dengan jelas, singkat, atau tidak sopan. Bahasa merupakan simbol yang paling umum digunakan karena merupakan sistem simbol bersama yang telah dikembangkan untuk memfasilitasi komunikasi. Selain itu, komunikasi nonverbal juga memiliki peran yang penting dalam komunikasi, meskipun karakteristik individu dalam komunikasi nonverbal dapat bervariasi, perilaku mereka secara keseluruhan tidak dapat diprediksi karena sifatnya yang lazim. (Gustika et al. 2021:123–138)

Alasan peneliti menggunakan Go-jek driver sebagai objek peneliti karena GOJEK merupakan fenomena baru yang sedang booming dan beroperasi pada awal tahun 2016an. Gojek adalah bisnis yang didirikan pada bulan Maret 2014 oleh dua orang bernama Nadiem Makarim dan Michaelangelo Moran dengan tujuan mengurangi kejahatan yang ada yang memungkinkan untuk bisa diterapkan. Gojek bekerja dengan menggunakan aplikasi yang terhubung dengan internet Tidak ada orang yang harus diingatkan untuk menyeberang jalan atau pergi ke pangkalan ojek terdekat. Menggunakan aplikasi untuk transaksi. Gojek sesuai kebutuhan. Gojek efektif membantu mereka yang membutuhkan dimanapun mereka berada.

Dalam situasi ini, komunikator yang bertindak dalam memberi komunikasi harus memberikan segala rincian dan arahan dimana diperlukan agar diperoleh komunikasi yang nantinya dapat diungkapkan, diakui, dan ditangani oleh komunikator. Penting untuk menanggapi komunikasi karena berfungsi sebagai umpan balik yang menjelaskan bagaimana pesan itu disampaikan“Analisis

Komunikasi Driver Gojek Dalam Rangka Good Customer Relations”.

Strategi komunikasi yang baik juga diperlukan ketika seorang pengemudi memberikan layanan pelanggan karena tidak mungkin mengabaikan penggunaan etiket dalam komunikasi lintas pribadi. Pada saat ini Masyarakat lebih memmentingkan kebenaran dalam menghindari etika dalam berkomunikasi. Setiap orang memahami bahwa teknik komunikasi saat ini tidak etis, sehingga tidak perlu dijelaskan. Hal ini karena persoalan terpenting dalam komunikasi adalah persoalan kesuksesan, sehingga persoalan etika tidak relevan untuk dibicarakan, dan persoalan etika hanya menyangkut kehidupan pribadi individu, sehingga tidak perlu ada jawaban yang pasti. Dan penjelasan tentang masalah etika ketika datang ke orang.(Moh Amiruddin 2019:26–49)

Komunikasi ini telah menjadi istilah umum yang menggambarkan proses komunikasi antar manusia. Perkembangan pesat teknologi internet telah membawa perubahan sosial yang signifikan dalam masyarakat. Dalam konteks ini, banyak bisnis telah muncul dengan memanfaatkan kemajuan teknologi informasi, termasuk bisnis penyedia layanan berbasis aplikasi.

Namun, saat ini banyak orang mengkhawatirkan masalah yang terkait dengan komunikasi antara pengemudi dan konsumen. Karyawan ingin memahami dengan lebih spesifik gaya komunikasi yang digunakan oleh pengemudi dalam berinteraksi dengan pelanggan. Sejalan dengan latar belakang studi mereka, para peserta memiliki keinginan untuk mempelajari dan melakukan investigasi yang lebih mendalam terhadap proses komunikasi antara pengemudi dan pelanggan,

yang akan dijelaskan dalam judul penelitian “**Analisis Pola Komunikasi Driver Gojek Dalam Menjaga Hubungan Baik dengan Konsumen**”

1.2 Fokus Penelitian

Untuk mempermudah penulis dalam menganalisis hasil penelitian, Penelitian ini berfokus pada analisis pola komunikasi yang dilakukan oleh para pengemudi ojek online Go-jek kepada pelanggan di Kota Batam.

1.3 Rumusan Masalah

Dengan mempertimbangkan penjelasan latar belakang masalah yang telah disampaikan sebelumnya, maka perumusan masalah yang akan diteliti adalah mengenai pola komunikasi antara driver Gojek online dengan pelanggan di Kota Batam.

1.4 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam dan deskripsi yang lebih rinci mengenai pola komunikasi dan kualitas pelayanan yang dilakukan oleh para driver ojek online Go-jek kepada pelanggan.

1.5 Manfaat Penelitian

1.5.1 Manfaat Aspek Teoritis

Diharapkan mampu menambah wawasan dan pengetahuan mahasiswa dalam memaknai bagaimana terjadinya pola komunikasi driver gojek online Go-jek pada *customer*.

1.5.2 Manfaat Aspek Praktis

Diharapkan mampu menjadi referensi bagi perusahaan yang bergerak dibidang pelayanan jasa, sehingga mampu menerapkan strategi-strategi komunikasi yang efektif.

1.5.3 Manfaat Aspek Sosial

Diharapkan dapat bermanfaat untuk siapapun dan sebagai saran bagi yang membaca penelitian ini sehingga memahami betapa pentingnya komunikasi dalam menjaling relationship antar konsumen dan para driver Go-jek sehingga mendapatkan pelayanan terbaik.