

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Perilaku komunikasi adalah tindakan atau respon seseorang diruang lingkup komunikasinya. Perilaku komunikasi juga merupakan aktivitas atau suatu yang mendorong manusia untuk melakukan interaksi yang mempengaruhi satu sama lain. Perilaku komunikasi dapat dilihat melalui kebiasaan-kebiasaan dari seseorang itu sendiri yang akan menjadi kebiasaan dalam perilakunya, perilaku komunikasi ini adalah suatu kumpulan perilaku yang dimiliki oleh manusia seperti sikap, emosi, adat, genetikan dan persuasi.

Perilaku ini juga terkadang mengacu kepada tujuan yang dimotivasi oleh keinginan mendapatkan sesuatu. Perilaku komunikasi merupakan suatu kebiasaan dari individu atau kelompok yang didalamnya menerima ataupun menyampaikan pesan yang dengan adanya keaktifan dalam mencari informasi atau pengetahuan pengetahuan lain yang baru untuk menampilkan keterampilan seseorang untuk mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan. Dalam hal ini biasanya diterapkan seseorang yang mengatur Teknik dalam berkomunikasi baik secara verbal atau nonverbal, dan juga perilaku komunikasi dapat dilihat dari sudut pandang yang ada dalam ruang lingkup atau lingkungan sehari-hari.

Tidak dapat dipungkiri, memasuki era globalisasi saat ini transportasi merupakan sarana yang sangat dibutuhkan, karena dengan adanya transportasi dapat mengefektifkan pekerjaan dan membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Ketergantungan masyarakat terhadap transportasi sangat tinggi, dengan alasan untuk mempersingkat waktu perjalanan. Dengan alasan tersebut maka hadir inovasi-inovasi terbaru di bidang transportasi. Salah satu contohnya yaitu hadirnya perusahaan yang menyediakan ojek online berbasis aplikasi. Salah satu faktor yang membuat transportasi online ini tetap digunakan oleh konsumennya adalah pelayanan.

Pelayanan menjadi hal yang utama atau menjadi kunci dalam usaha memberikan kepuasan pelayanan. Dalam menjalankan tugasnya pengemudi dituntut untuk menciptakan citra positif agar tidak kehilangan kepercayaan dari pelanggan (*lost image*). Dalam upaya memberikan kepuasan kepada pelanggan komunikasi menjadi hal yang sangat penting. Tanpa menyudutkan salah satu pihak, dengan memberikan pelayanan yang baik komunitas akan mendapat citra positif dari penumpang dibandingkan pesaingnya. Dalam implementasi layanan atau fasilitas lainnya yang lebih baik daripada pesaing. Komunikasi menjadi hal yang penting dilakukan dalam memberikan pelayanan.

Nilai baik atau tidaknya layanan seringkali dilihat dari bagaimana pemberi pelayanan berkomunikasi dengan penumpang. Pelayanan ini diberikan untuk

memenuhi kebutuhan dan kepentingan pelanggan. Baik buruknya komunikasi tergantung persepsi masing masing, namun dari ketidaksamaan pengertian inilah perilaku komunikasi menjadi hal yang sangat penting yang dimana proses pengiriman dan penerimaan pesan yang dimaksud dapat dipahami.

Kepuasan pelanggan ini sendiri dapat diukur dari keberlangsungan komunikasi antara pengemudi dengan penumpang itu sendiri. Menurut (Koller, 2017, p. 196) menyatakan bahwa “kepuasan pelanggan adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang muncul setelah membandingkan antara kinerja dan hasil yang diharapkan. Jika kinerja dibawah harapan, pelanggan tidak puas dan sebaliknya jika kinerja memenuhi harapan maka pelanggan pun akan merasa puas”.

Kepuasan pelanggan ini sendiri menjadi evaluasi yang menyangkut apakah jasa sudah baik atau belum atau kinerja yang diberikan itu cocok atau tidak cocok dengan tujuan yang diharapkan. Kepuasan pelanggan dapat diartikan sebagai keadaan dimana harapan pelanggan terhadap suatu kinerja sesuai atau tidak dengan yang diterima pelanggan.

Kualitas pelayanan merupakan salah satu faktor penting dalam meningkatkan daya saing. Harapan dari setiap pelangganpun akan selalu berubah maka kualitas pelayanan yang diberikan oleh komunitas harus disesuaikan. Pelanggan akan menilai pelayanan yang diberikan oleh penumpang suatu komunitas dengan membandingkan dengan komunitas pesaing. Dengan adanya tantangan Covid-19 ini menjadi momentum lebih untuk melaksanakan pemberian pelayanan kepada penumpang.

Dalam implementasinya komunitas Driving After Dark ini memberikan beberapa pelayanan yang tidak atau belum diberikan oleh komunitas pesaing. Driving After Dark menjadi salah satu yang pertama dikota Bandung dalam memberikan pelayanan lebih saat pandemi covid-19 dengan memberikan beberapa pelayanan salah satu contohnya yaitu dengan menggunakan pelindung pada punggung penumpang agar penumpang merasa aman dan nyaman ketika menggunakan jasa ojek online dari komunitas Driving After Dark. (Sumber : Wawancara Prapenelitian)

Komunitas sadar dan akan bertindak bijaksana dalam mengukur kepuasan pelanggan, karena dengan ini komunitas dapat mempertahankan pelanggan dan mendapat kepuasan dari penumpang. Kepuasan pelanggan menjadi evaluasi pasca pemberian pelayanan. Dengan keadaan pasar yang sangat kompetitif, komunitas Driving After Dark sadar dengan persaingan yang semakin besar untuk menarik minat pelanggan dan mendapatkan kepuasan dari pelanggan.

Pentingnya perilaku komunikasi pengemudi berdampak besar. Selama berkomunikasi itu pengemudi bisa tahu bagaimana tanggapan pelanggan terhadap pengemudi. Lalu Kesehatan mental pun ditentukan oleh kualitas ataupun hubungan pengemudi dengan penumpang. Bila komunikasi atau hubungan pengemudi dengan penumpang buruk maka akan berdampak langsung kepada diri sendiri seperti merasa sedih, cemas, frustrasi dan sebagainya, pasti kita akan menarik diri dari orang lain dan akan menimbulkan penderitaan emosional ataupun batin.

Hal ini yang mendasari peneliti ingin meneliti sebuah perilaku komunikasi pengemudi ojek *online* atau yang sering disebut ojol dalam berkomunikasi dengan

penumpangnya. Apa yang bisa mereka berikan demi mendapatkan tingkat kepuasan dari penumpang dan dinilai baik di mata pelanggan itu sendiri. Sebagaimana kita ketahui perkembangan zaman yang sangat cepat mempengaruhi kehidupan sehari-hari dalam berkegiatan. Dalam hal ini transportasi pun berkembang pesat yang dimana dulu kita hanya menggunakan angkutan umum yang mayoritas lima sampai bahkan puluhan orang yang tidak saling mengenal, ketika sudah berada pada angkutan tersebut kita hanya diam menunggu untuk sampai tujuan tanpa adanya komunikasi lebih dengan sesama dengan alasan yang beragam. Dengan adanya ojek *online* ini pelanggan menjadi terasa lebih intens dan dekat dengan pengemudi transportasi itu sendiri, hal ini mendorong komunikasi akan besar kemungkinan untuk terjadi. Dengan berkomunikasi sepanjang perjalanan pun akan terasa singkat dan mungkin menjadi pengalaman yang baik untuk pengemudi ataupun penumpang itu sendiri.

Dalam hal ini pengemudi ojek *online* yang sebagai pelaku utama memberikan pelayanan kepada pelanggan harus bisa memberikan pelayanan terbaik terhadap pelanggan agar pelanggan pun merasa nyaman dan puas dengan pelayanan tersebut. Pengemudi dituntut untuk memberikan program-program efektif bagi penumpang yang akan berdampak baik bagi pengemudi itu sendiri. Tidak dapat dipungkiri bila sang pengemudi bersikap cuek atau lalai sang pelanggan akan menilai buruk kepada pengemudi dan mungkin bahkan tidak akan menggunakan jasa dari mereka lagi. Dengan berbagai hambatan yang akan terjadi, berkomunikasi dengan pelanggan menjadi hal yang penting pada saat kegiatan berkendara berlangsung.

Berdasarkan pemaparan diatas, peneliti tertarik untuk mengetahui bagaimana Perilaku Komunikasi yang dilakukan oleh Pengemudi *Ojek Online* Driving After Dark dalam Memuaskan Penumpang maka peleniti tertarik untuk mengambil judul penelitian “ Perilaku Komunikasi Pengemudi *Ojek Online* Komunitas Driving After Dark Dalam Memberikan Kepuasan Penumpang (Studi Kualitatif Deskriptif Mengenai Perilaku Komunikasi Pengemudi *Ojek Online* Driving After Dark Dalam Memberikan Kepuasan Penumpang Di Kota Bandung)”

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan hasil uraian terkait latar belakang diatas, maka peneliti merumuskan pokok masalah sebagai berikut yang terbagi kedalam rumusan masalah makro serta rumusan masalah mikro.

1.2.1 Masalah Makro

Dari latar belakang masalah diatas peneliti mencoba menjawab identifikasi masalah makro sebagai berikut: “Bagaimana Perilaku Komunikasi Pengemudi *Ojek Online* Komunitas Driving After Dark Dalam Memberikan Kepuasan Pada Penumpang?”

1.2.2 Masalah Mikro

1. Bagaimana **Komunikasi Verbal** Yang Terjadi Antara Pengemudi *Ojek Online* Komunitas Driving After Dark Dalam Memberikan Kepuasan Pada Penumpang ?

2. Bagaimana **Komunikasi Nonverbal** Yang Terjadi Antara Pengemudi Ojek *Online* Komunitas Driving After Dark Dalam Memberikan Kepuasan Pada Penumpang?

1.3 Maksud dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengumpulkan data kemudian menganalisa, bagaimana **Perilaku Komunikasi Pengemudi Ojek *Online* Komunitas Driving After Dark Dalam Memberikan Kepuasan Pada Penumpang.**

1.3.2 Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui **Komunikasi Verbal** Yang Terjadi Antara Pengemudi Ojek *Online* Komunitas Driving After Dark Dalam Memberikan Kepuasan Pada Penumpang.
2. Untuk mengetahui **Komunikasi Nonverbal** Yang Terjadi Antara Pengemudi Ojek *Online* Komunitas Driving After Dark Dalam Memberikan Kepuasan Pada Penumpang.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat dalam pengembangan Ilmu Komunikasi, khususnya kepada Komunikasi Antar Pribadi. Kegunaan teoritis ini sekiranya guna mengembangkan kajian tentang pentingnya

komunikasi antarpribadi komunitas dalam memberikan kepuasan kepada pelanggan.

1.3.3 Kegunaan Praktis

a. Kegunaan Bagi Peneliti

Kegunaan bagi peneliti ini yaitu sebagai pengaplikasian ilmu yang telah didapat setelah meneliti. Penelitian ini juga berguna bagi peneliti sebagai pengalaman tentang perilaku sosial masyarakat dalam berkomunikasi.

b. Kegunaan Bagi Akademik

Penelitian ini secara praktis berguna bagi mahasiswa/i UNIKOM secara umum, Program Studi Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas secara khusus sebagai referensi dan literatur terutama untuk penelitian selanjutnya

c. Kegunaan Bagi Komunitas

Penelitian yang dilakukan ini diharapkan pula bermanfaat bagi komunitas Driving After Dark sebagai pengembangan ilmu dalam memberikan pelayanan kepada penumpang dan diharapkan penumpang akan mengetahui apa yang dilakukan komunitas dalam memberikan pelayanan.

d. Kegunaan Bagi Pelanggan

Penelitian ini berguna juga bagi masyarakat luas karena sebagai informasi yang baik bagi masyarakat. Dengan ini masyarakat pun dapat mengetahui program apa yang dilakukan driver ojek online yang dapat memberikan rasa kepuasan terhadap pelanggan itu sendiri dan menjadi proses pengembangan komunikasi antar pribadi.