

BAB I PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Di dalam kehidupan manusia perlu adanya interaksi atau berkomunikasi satu dengan yang lainnya. Dapat disimpulkan bahwa manusia membutuhkan orang lain dan ingin memiliki sebuah kelompok atau masyarakat agar dapat saling berinteraksi satu dengan yang lainnya. Dalam kehidupannya manusia akan sering dipertemukan satu dengan yang lainnya dalam perkumpulan baik itu perkumpulan yang formal maupun perkumpulan yang non formal.¹ Wursanto dalam pendapatnya menyatakan bahwa komunikasi adalah proses kegiatan pengoperan atau penyampaian warta, berita, informasi yang mengandung arti dari satu pihak seseorang atau tempat kepada pihak seseorang atau tempat lainnya dalam usaha saling mendapatkan pengertian. Dalam kamus besar bahasa Indonesia dinyatakan bahwa komunikasi adalah pengiriman atau penerimaan pesan atau berita antara dua orang atau lebih dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami; hubungan; kontak. Menurut Berlo dalam pendapatnya komunikasi adalah suasana yang penuh keberhasilan jika penerima pesan memiliki makna terhadap pesan yang disampaikan oleh sumber pesan.²

Hakikat komunikasi merupakan suatu proses pernyataan yang dilakukan oleh antar manusia. Pernyataan tersebut dipacu oleh pikiran atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan bahasa sebagai penyalurnya. Dalam bahasa komunikasi diartikan sebagai pesan (*message*), orang yang menyampaikan pesan disebut komunikator (*communicator*) dan orang yang menerima pernyataannya disebut komunikan (*communiicatee*). Dapat disimpulkan komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan. Pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, pertama isi pesan (*the content of the message*) dan kedua lambang (*symbol*) yang konkret isi pesan adalah pikiran atau perasaan, dan lambang adalah bahasa.³

¹ Windasari Tuhuteru, "Pengaruh Komunikasi Interpersonal Antar Pegawai Terhadap Kinerja Pegawai Di Bagian Hubungan Masyarakat (HUMAS) Kantor Bupati Maluku Tengah," (Skripsi, Universitas Muhammadiyah Makasar, 2020), 135.

² Fenny Oktavia, "Upaya Komunikasi Interpersonal Kepala Desa Borneo Sejahtera Dengan Masyarakat Desa Long Lunuk," *Ilmu Komunikasi* 4, no. 1 (2016): 239–253 diakses pada 8 Februari 2023.

³ R Panji Hermoyo, "Membentuk Komunikasi Yang Efektif Pada Masa Perkembangan Anak Usia Dini," *Jurnal Pedagogi* 1, no. 1 (2014).

Komunikasi merupakan suatu kebutuhan, baik untuk diri sendiri maupun untuk masyarakat luas. Komunikasi yang baik dan efektif akan memberikan dampak yang baik pada kehidupannya sendiri maupun kehidupan bermasyarakat. Kehidupan yang berdampingan dengan masyarakat akan penuh dengan dinamika, terkadang aman, tentram, kadang juga penuh dengan ketidaknyamanan, dan penuh perkecokan. Sudah menjadi hal yang wajar dan sering terjadi. Mengingat masyarakat terdiri dari berbagai macam watak dan karakter.⁴

Hidup dalam bermasyarakat tentunya tidak akan terlepas dari struktur dan sistem sosial yang tidak berlangsung secara instan dalam suatu masyarakat. Proses evolutif merupakan pembentukan struktur sosial yang memiliki tahap. Ada beberapa unsur sosial yang bersifat penting yang akan menentukan pembentukan struktur sosial tersebut. Menurut Susilo diantaranya: 1) hubungan timbal balik satuan atau suatu kelompok dengan satuan kelompok lainnya. 2) Pola-pola yang abadi dari tingkah laku partisipan yang terdapat dalam sebuah sistem sosial yang berkaitan dengan yang lain. 3) Norma-norma yang telah terinstitusionalisasi atau kerangka-kerangka pengetahuan yang terstruktur yang akan mendasari tindakan-tindakan para pelaku dalam sistem sosial.⁵

Komunikasi interpersonal yaitu komunikasi yang terjadi secara efektif apabila individu mencapai pemahaman bersama, memancing dan mendorong pihak lain untuk melakukan tindakan, dan mendorong orang untuk berfikir dengan cara tertentu. Kemampuan seseorang dalam berkomunikasi secara efektif akan menambah produktifitas, baik dengan individu yang bersangkutan maupun individu lainnya, sehingga mampu mengantisipasi sebuah masalah, membuat keputusan yang efektif, mengembangkan hubungan serta dapat memperkenalkan program kerjanya.⁶ Dalam penelitian ini penulis meneliti tentang bagaimana strategi komunikasi *driver* ojek *online* dalam meningkatkan citra baik berkendara di masyarakat, dan

⁴ Julian Ayuri, "Komunikasi Interpersonal Dalam Meningkatkan Keharmonisan Lintas Suku Di Kecamatan Raman Utara Kabupaten Lampung Timur," *Skripsi* 1 (2018): 27–27.

⁵ Thohir Yuli Kusmanto and Misbah Zulfa Elizabeth, "Struktur Dan Sistem Sosial Pada Aras Wacana Dan Praksis," *JSW (Jurnal Sosiologi Walisongo)* 2, no. 1 (2018): 39–50.

⁶ Isna Ayu Arista Sulistyastuti, "STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF GOJEK DALAM MENARIK MINAT PELANGGAN (Studi Kasus Gojek Di Wilayah Ponorogo)," *Skripsi*, no. (2020).

peneliti berfokus pada pekerja transportasi ojek *online*, khususnya yaitu pada Grab dan Gojek.

Transportasi merupakan sebuah kebutuhan masyarakat yang tidak bisa ditinggalkan, karena transportasi sebagai sarana untuk memperlancar aktivitas masyarakat setiap harinya. Dengan adanya transportasi dapat mengefektifkan pekerjaan dan membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.⁷ Dengan alasan untuk mempersingkat waktu dan perjalanan, ketergantungan masyarakat terhadap transportasi sangatlah tinggi. Atas dasar alasan-alasan tersebut kini hadir berbagai macam inovasi-inovasi baru di bidang transportasi.

Dalam kehidupan manusia, transportasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, dimana untuk memperlancar aktifitasnya sehari-hari setiap orang menggunakan sarana transportasi. Dan saat ini, usaha transportasi umum khususnya transportasi *online* menjadi salah satu prospek usaha yang sangat menguntungkan terutama pada kota-kota besar yang masyarakatnya cenderung lebih memilih transportasi yang cepat dan mudah.⁸ Khususnya di Kabupaten Kudus, sudah hadir ojek berbasis aplikasi yaitu Grab dan Gojek. Tidak sedikit orang yang mulanya hanya berprofesi sebagai ojek biasa, yang biasanya mangkal di sudut-sudut pasar untuk mengantar penumpangnya. Kini hampir semua beralih menjadi ojek *online* karena dinilai lebih efektif dan lebih efisien dalam mendapatkan seorang penumpang.

Pelanggan transportasi umum juga kini mulai beralih menggunakan transportasi yang berbasis online, karena dinilai sudah sangat canggih, tarifnya juga bisa diatur tergantung jauh dekatnya jarak yang akan ditempuh dan juga bisa melakukan pembayaran secara tunai maupun non tunai. Dan tidak sedikit pula penumpang yang berpendapat lebih aman dan nyaman menggunakan transportasi yang berbasis *online*, khususnya Grab dan Gojek. Ada beberapa faktor yang menjadikan transportasi ojek *online* menjadi pilihan sebagian besar penumpang. Pertama, ojek *online* lebih cepat, hitungan waktu yang digunakan saat menempuh perjalanan bisa diketahui (tergantung kondisi saat di perjalanan) dan penumpang bisa mengatur dan mengira-ngira waktu tempuh mereka. Kedua, ojek *online* cenderung lebih murah, penumpang sangat puas dan senang

⁷ Sutrisno Tri, “Strategi Komunikasi Driver Gojek Dalam Menarik Simpati Pelanggan (Studi Pada Komunitas Gojek Demang Di Palembang)” (2018): 1–74.

⁸ Sulistyastuti, “STRATEGI KOMUNIKASI PERSUASIF GOJEK DALAM MENARIK MINAT PELANGGAN (Studi Kasus Gojek Di Wilayah Ponorogo).”

dengan adanya ojek online, selain cepat juga tarif yang dikenakan cenderung lebih murah tergantung jarak tempuh penumpang. Ketiga, ojek *online* lebih praktis dan transparan, pemesanan ojek online langsung bisa menggunakan *Smartphone*, jarak tempuh dan tarif juga bisa mereka lihat secara langsung.

Ojek online, pekerjaan ini menjadi pekerjaan yang pokok bagi sebagian orang dalam memenuhi kebutuhan hidup banyak juga kepala keluarga yang memilih ojek online sebagai pekerjaan utama, namun tidak sedikit juga kalangan wanita juga memilih menjadi ojek *online*. Ojek *online* juga menjadi salah satu pekerjaan sampingan (*freelance*) yang salah satu peminatnya adalah kalangan mahasiswa.⁹ Dalam bekerja tentu di perlukannya semangat di dalamnya. Semangat kerja menjadi dasar utama bagi seseorang memasuki suatu organisasi, dalam rangka usaha memuaskan berbagai kebutuhan. Semangat kerja adalah keadaan psikologis seseorang untuk bekerja dengan giat, serta cepat dan lebih baik di dalam suatu organisasi. Seseorang yang memiliki semangat kerja tinggi mempunyai alasan tersendiri untuk bekerja akan memiliki kegairahan kualitas bertahan dalam menghadapi kesulitan untuk melawan frustrasi. Purwanto berpendapat bahwa Semangat kerja adalah reaksi emosional dan mental dari seseorang terhadap pekerjaannya, semangat kerja mempengaruhi kualitas dan kuantitas pekerjaan seseorang. Dengan demikian, semangat kerja merupakan cermin dari kondisi pegawai dalam lingkungan kerjanya dan ekspresi serta mental individu atau kelompok yang menunjukkan rasa senang dan bahagia dalam melakukan pekerjaannya. Dengan meningkatnya semangat kerja maka akan mendapat banyak keuntungan seperti rendahnya tingkat absensi, pekerjaan lebih cepat diselesaikan dan sebagainya.¹⁰

B. Fokus Penelitian

Berdasarkan masalah yang terjadi pada latar belakang masalah, untuk lebih fokusnya peneliti memfokuskan pada strategi komunikasi interpersonal driver ojek dalam menumbuhkan semangat bekerja. Sudut pandang pengambilan komunikasi interpersonal tersebut menggunakan analisis komunikasi Islam.

⁹ Ersu Trialmawati and Hartini Hartini, "Mahasiswa Driver Ojek Online (Grab) Universitas Halu Oleo," *KABANTI: Jurnal Kerabat Antropologi* 5, no. 2 (2021): 79–89.

¹⁰ Surya Kelana Basri, dkk. "Pengaruh Semangat Kerja dan Kepuasan Kerja terhadap Kinerja Pegawai," *YUME: Journal of Management* 4, no 1 (2021): 104-105, diakses pada 27 Desember 2023.

C. Rumusan Masalah

1. Bagaimana penerapan strategi komunikasi interpersonal driver ojek dalam menumbuhkan semangat bekerja menggunakan analisis komunikasi islam pada usaha ojek *online* di kabupaten kudus?
2. Apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat dalam strategi komunikasi interpersonal driver ojek dalam menumbuhkan semangat bekerja menggunakan analisis komunikasi islam pada usaha ojek *online* di kabupaten kudus?

D. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui bagaimana penerapan strategi komunikasi interpersonal driver ojek dalam menumbuhkan semangat bekerja menggunakan analisis komunikasi islam pada usaha ojek *online* di kabupaten kudus.
2. Agar dapat mengetahui apa saja faktor pendukung dan faktor penghambat dalam strategi komunikasi interpersonal driver ojek dalam menumbuhkan semangat bekerja menggunakan analisis komunikasi islam pada usaha ojek *online* di kabupaten kudus.

E. Manfaat Penelitian

Hasil penelitian yang penulis teliti diharapkan memberikan manfaat, yaitu antara lain :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat secara teori penelitian ini bisa dijadikan acuan untuk membuka dan mengetahui teori-teori komunikasi secara baik dan benar kepada sesama manusia khususnya untuk *driver* ojek *online*.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi penulis, penelitian ini bisa digunakan untuk peluang berfikir ilmiah agar dapat memahami mengenai bagaimana cara berkomunikasi dengan baik dan benar kepada lawan bicara sehingga pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik.
- b. Bagi mitra ojek *online* khususnya *driver* Grab dan *driver* Gojek. Agar bisa lebih bersemangat dalam menjalani pekerjaannya.
- c. Bagi mahasiswa dan masyarakat, penelitian ini bisa dibuat menjadi referensi dan bisa menambah wawasan dalam memahami cara berkomunikasi dengan baik dan benar kepada lawan bicara sehingga pesan yang disampaikan bisa

memberikan manfaat, informasi dan pengetahuan bagi masyarakat.

F. Sistematika Penulisan

Sistematika penulisan pada penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran garis besar dari masing-masing bagian atau yang saling berhubungan, sehingga nantinya akan diperoleh penelitian yang sistematis dan ilmiah. Berikut adalah sistematika penulisan skripsi meliputi :

1. Bagian Awal

Bagian awal meliputi : halaman judul, pengesahan majelis penguji, pernyataan keaslian skripsi, abstrak, motto, persembahan, pedoman transliterasi, kata pengantar, daftar isi.

2. Bagian Utama

Bagian utama meliputi :

BAB I : Pendahuluan, yang terdiri atas latar belakang masalah, fokus penelitian, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian, dan sistematika penulisan.

BAB II : Kajian pustaka yang terdiri atas beberapa teori yang relevan dengan masalah yang dibahas. Ini termasuk gambaran umum mengenai komunikasi, khususnya dalam konteks strategi komunikasi interpersonal *driver* ojek *online* dalam menumbuhkan semangat bekerja dengan menggunakan analisis komunikasi Islam. Selain itu, pada bab II juga memuat juga memuat studi sebelumnya dan kerangka berfikir.

BAB III : Metode penelitian yang terdiri atas jenis dan pendekatan penelitian, setting penelitian, subjek penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data, pengujian keabsahan data, dan teknik analisis data.

BAB IV : Hasil penelitian dan pembahasan, yang terdiri atas gambaran objek penelitian, deskripsi data penelitian dan analisis data penelitian mengenai strategi komunikasi interpersonal *driver* ojek *online* dalam menumbuhkan semangat bekerja analisis komunikasi Islam.

BAB V : Penutup yang terdiri dari simpulan dan saran.

3. Bagian Akhir

Bagian akhir terdiri atas daftar pustaka dan lampiran-lampiran.