

**STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS GOJEK DALAM
MENGATASI KONFLIK DENGAN PENGEMUDI
BECAK MOTOR DI MEDAN**

SKRIPSI

Oleh :

RIZKI MARGANTI SIREGAR

NPM :1203110213

Program Studi Ilmu Komunikasi

Konsentrasi Humas



**FAKULTAS ILMU SOSIAL ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH SUMATERA UTARA**

MEDAN

2017

BERITA ACARA BIMBINGAN SKRIPSI


بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Telah selesai diberikan bimbingan dalam penulisan skripsi sehingga naskah skripsi ini telah memenuhi syarat dan dapat disetujui untuk dipertahankan dalam ujian skripsi oleh:

Nama Mahasiswa : **RIZKI MARGANTI SIREGAR**
N P M : 1203110213
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : Strategi Komunikasi Humas Gojek Online Dalam Mengatasi Konflik Dengan Pengemudi Becak Motor di Medan


Medan, 21 Oktober 2017

PEMBIMBING I



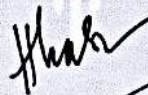
IRWAN SYARI TANJUNG, S.Sos., M.AP

PEMBIMBING II



ELVITA YENNI, S.S., M.Hum

DISETUJUI OLEH:
KETUA JURUSAN,



NURHASANAH NASUTION, S.Sos, M.I.Kom

DEKAN,



Drs. TASRIF SYAM, M.Si

BERITA ACARA PENGESAHAN

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Skripsi ini telah dipertahankan di depan Tim Penguji Ujian Skripsi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara Oleh:

Nama Mahasiswa : **RIZKI MARGANTI SIREGAR**
N P M : 1203110213
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Pada hari, tanggal : Kamis, 20 Maret 2018
Waktu : 08.00 s.d selesai

TIM PENGUJI

PENGUJI I : Lutfi Basit, S.Sos., M.I.Kom (.....)
PENGUJI II : Puji Santoso, S.S., M.SP (.....)
PENGUJI III : Irwan Syari Tanjung, S.Sos., M.AP (.....)
PENGUJI IV : Elvita Yenni, S.S., M.Hum (.....)

PANITIA UJIAN

Ketua

Drs. **TASUF SYAM, M.Si**

Sekretaris

Drs. **ZULFAHMI, M.I.Kom**



ABSTRAK

STRATEGI KOMUNIKASI HUMAS GOJEK DALAM MENGATASI KONFLIK DENGAN PENGEMUDI BECAK MOTOR DI MEDAN

RIZKI MARGANTI SIREGAR

NPM :1203110213

Bentrok di Medan antara pengemudi becak versus Gojek menjadi cambuk bagi negara bahwa negara dalam mengurus aktivitas sosial-ekonomi rakyatnya berdampak pada saling bunuh antar anak bangsa yang sama sama mencari penghidupan akibat perut sejengkal sesama anak bangsa harus saling baku hantam padahal tidak seharusnya mereka baku hantam dikarenakan perebutan lahan penghidupan.

Karena berebut hidup sampai mengeluarkan darah bukanlah karakter masyarakat Indonesia .Berebut penghidupan sampai menghalalkan darah sesama manusia merupakan cara berpikir barat dalam perspektif individualisme. Kita Indonesia, punya kearifan lokal dalam bingkai budaya ketimuran yang mengedepankan rasa belas kasih, kasih sayang dan saling menghormati satu sama lain.

Adapun perumusan masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah Bagaimana Komunikasi Humas Go-Jek Online Dalam Menangani Konflik Dengan Pengemudi Becak Motor Di Medan

Penelitian ini menggunakan Metode Deskriptif Penelitian ini merupakan penulisan deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas pemikiran pada masa sekarang.

Dimana metode ini menggambarkan keadaan subjek atau objek penelitian pada saat sekarang berdasarkan fakta-fakta yang tampak sebagaimana adanya.

Seyogyanya, bentrokan ini mampu diredam oleh negara dalam hal ini Pemko Medan. Sebagai organisasi sosial yang dimandatkan mengurus platform sosial-ekonomi masyarakat, seharusnya insiden ini tidak terjadi. Kehadiran Pemko Medan sangat disayangkan ‘telat’, anak bangsa terlanjur bertengkar, akibat urusan perut yang berbalut kemelut berlarut-larut.

KATA PENGANTAR

Syukur Alhamdulillah penulis panjatkan kehadirat Allah SWT atas rahmat dan karunia-Nya, dan kepada junjungan Nabi Besar Muhammad SAW sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang berjudul " Komunikasi Humas Go-Jek Online Dalam Menangani Konflik Dengan Pengemudi Becak Motor Di Medan" guna memenuhi salah satu syarat memperoleh gelar Sarjana (S1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Ilmu Komunikasi Konsentrasi Humas Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.

Dalam penulisan dan penelitian skripsi ini, penulis menyadari masih banyak kekurangan dan jauh dari kata sempurna. Hal ini tidak lepas dari seluruh keterbatasan yang dimiliki penulis. Oleh sebab itu penulis mengharapkan kritik dan saran demi kesempurnaan pengetahuan penulis dalam masa yang akan datang. Penulis berharap semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi penulis sendiri maupun bagi pihak-pihak lain yang berkepentingan.

Pada kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada banyak pihak yang telah membantu dalam penyelesaian penyusunan skripsi ini. Penulis menyadari segala hal yang telah penulis lakukan tidak akan berjalan dengan baik tanpa adanya bantuan mereka, maka dari itu penulis ingin mengucapkan kepada :

1. Allah SWT yang senantiasa melimpahkan berkah dan hidayah-Nya kepada penulis dan Nabi Muhammad SAW yang menjadi suri teladan bagi ummat nya.

2. Kedua orang tua tercinta, Ayahanda Nasaruddin Siregar dan Ibunda Nuraisah Nasution seorang wanita tangguh yang luar biasa senantiasa memberikan cinta dan doa serta dukungan moril maupun materil serta kasih sayang yang melimpah kepada penulis sehingga dapat menyelesaikan studi sampai dengan sekarang ini.
3. Bapak Dr. Agussani, M.AP selaku Rektor Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara.
4. Dan staff pegawai biro Bang Ucok, Bang Naldi, Bang lindung, dan serta kawan-kawan M. Darwin, Syahputra Jr dan Harri laksono.

Semoga segala bantuan, bimbingan dan pengorbanan yang telah dilakukan menjadi berkah dan amal serta mendapat balasan yang setimpal dari Allah SWT. Akhir kata penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat dan semakin memperkaya wawasan dan pengetahuan serta mencapai tujuan yang diinginkan dan mendapat keridhoan dari Allah SWT. Aamiin.

Medan, 119 Oktober 2017

RIZKI MARGANTI SIREGAR

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR
ABSTRAK.....	i
DAFTAR ISI.....	ii

BAB I PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah.....	1
1.2 Perumusan Masalah.....	15
1.3 Pembatasan Masalah.....	15
1.4 Tujuan penelitian.....	16
1.5 Manfaat Penelitian.....	16
1.6 Sistematika Penulisan.....	16

BAB II URAIAN TEORITIS

1.1 Pengertian Komunikasi.....	18
1.2 Komunikasi Eksternal.....	22
1.3 Humas.....	23
a. Pengertian Humas.....	23
b. Tugas dan Fungsi Humas.....	25
1.4 Konflik.....	41

BAB III METODE PENELITIAN

1.1 Jenis Penelitian.....	45
1.2 Kerangka Konsep.....	45
1.3 Kategorisasi.....	46
1.4 Definisi Konsep.....	47
1.5 Informan/Narasumber.....	47
1.6 Teknik Pengumpulan Data.....	48
1.7 Teknik Analisis Data.....	49
1.8 Waktu dan Lokasi Penelitian.....	49

BAB IV ANALISIS DATA Dan PENELITIAN

4.1 Proses Pengumpulan Data.....50
4.2 Penyajian Data.....50

BAB V PENUTUP

1.1 Kesimpulan.....69
1.2 Saran.....70

DAFTAR TABEL.....

DAFTAR GAMBAR.....

LAMPIRAN

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Kehadiran Gojek di Indonesia seolah mengubah pola pikir masyarakat tentang sarana transportasi publik yang murah, mudah, aman, dan cepat. Faktanya, tidak demikian. Gojek menimbulkan sederet permasalahan baru yang hadir di tengah-tengah masyarakat, dianggap ilegal, menghilangkan rezeki orang lain, sampai persaingan sesama pengemudi ojek, dan paling parah menambah kemacetan di jalan raya.

Bagi sebahagian masyarakat, kehadiran transportasi ini, di anggap menjadi solusi yang bisa meringankan kesibukan masyarakat yang tidak ingin dipusingkan dengan membawa kendaraan sendiri. Namun, walau dianggap meringankan beban masyarakat, ternyata kehadiran transportasi online ini membuat beberapa masyarakat yang mencari nafkah dengan menggunakan moda transportasi tradisional seperti, penarik becak bermotor, supir angkutan umum, supir taxi merasa sangat terganggu, dan kehadirannya dianggap mengurangi bahkan sampai dianggap menghilangkan rezeki mereka.

Akibatnya, mereka-mereka yang menganggap transportasi online ini sebagai sebab berkurangnya rezeki mereka, membuat para pencari nafkah yang masih menggunakan transportasi tradisioanl melakukan aksi nekat, dengan melakukan kekerasan dan kebrutalan kepada para tukang ojek online.

Aksi yang dilakukan seperti, meneror, menecegat, merusak, bahkan para pencari nafkah yang masih menggunakan moda transportasi tradisioanal, tak segan-segan melakukan kekerasan dan penganiayaan kepada para tukang ojek online, yang tak jarang menimbulkan korban, baik itu luka-luka bahkan ada yang harus terpaksa di rawat serius di rumah sakit, dan tak jarang juga merenggut nyawa mereka.

Segala macam intimidasi, kekerasan, bahkan sampai ke penganiayaan yang diterima dan dialami oleh para tukang ojek online ini ternyata, tidak membuat keinginan untuk terus mencari nafkah menggunakan transportasi online ini, menyurutkan langkah. Bahkan, mereka dengan beraninya menyatakan gendrang untuk melakukan persaingan dalam mencari nafkah secara sehat tanpa ada kekerasan.

Segala bentuk kejadian yang diakibatkan dari keributan para pencari nafkah di bidang transportasi ini ternyata mengusik kenyamanan para pejabat negara. Akan tetapi hingga saat ini pemerintah belum juga menentukan sikap yang jelas, apakah bentuk moda transportasi online ini legal, atau ilegal. Sangat di sayangkan pemerintah hanya mengeluarkan beberapa peraturan yang jelas-jelas tidak menguntungkan bagi kedua belah pihak, karena inti dari permasalahannya hingga saat ini masih menggantung tanpa ada keputusan.

Segala bentuk huru-hara terkait masalah ini, ternyata tidak membuat masyarakat berpaling dari transportasi online. Bahkan kini masyarakat kian banyak menggunakan transportasi online. Kehadiran gojek ternyata memang

menjadi alternatif paling relevan dalam menggunakan transportasi. Bukan hanya menjadi sarana antar jemput bagi masyarakat, tapi transportasi online ini juga sangat membantu masyarakat yang menginginkan sesuatu barang, akan tetapi tidak sempat beranjak dari tempatnya. Terlepas dari legal atau ilegalnya transportasi ini masyarakat ternyata sangat nyaman menggunakannya.

Di era persaingan bebas, mengharuskan kita sebagai masyarakat untuk bekerja dan bekerja demi menghidupi keluarga bahkan diri sendiri. Persaingan di era ini membuat kita, tak jarang kehilangan banyak waktu bahkan hanya untuk sekedar makan di warung. Nah, disinilah peran transportasi online ini menjangkau kehidupan para pekerja, membantu masyarakat yang tidak punya waktu untuk membawakan pesanan, sehingga kita tetap bisa makan tanpa harus meninggalkan tempat kita bekerja.

Adapun seorang yang di anggap sangat penting dalam perusahaan Go-Jek tersebut mengambil peran yang sangat penting dalam tentang persoalan yang tengah mereka hadapi saat ini. Di butuhkan pola pikir yang matang dan profesional untuk memutuskan langkah demi langkah agar masalah yang kerap timbul dapat terselesaikan dengan baik.

Peranan humas di dalam suatu perusahaan sangatlah penting dalam membangun citra positif. Dimanasaat ini Go-Jek mengalami ketimpangan yang sangat mendalam. Persoalan yang bentrok dengan pembetor kini sedang gencar. Upaya revitalisasi peranan kehumasan sangat penting dan menjadi tuntutan yang mendesak saat ini, wajib dilaksanakan sebagai momentum strategis untuk

melakukan perubahan tatanan peranan kehumasan yang dapat bersinergi secara efektif. Humas selalu dituntut kemampuannya dalam menghadapi tantangan dan perubahan lingkungan yang sangat cepat seperti saat ini.

Humas merupakan sebagai fungsi manajemen yang bertujuan menjembatani antara organisasi dan stakeholder baik di luar maupun di dalam. Apa pun yang terjadi di organisasi, humas harus tahu. Humas harus mengetahui segala kebijakan dari organisasi. Jadi Humas sebagai juru bicara suatu perusahaan harus mengetahui segala kebijakan publik yang diambil itu dapat diimplementasikan dengan baik, dan sangat membutuhkan dukungan publik.

Di samping itu, seringkali ditemui masalah seperti kebijakan publik yang ditanggapi salah oleh masyarakat. Ini terjadi, karena kurangnya informasi yang diterima masyarakat terkait dengan maksud dan tujuan dari kebijakan tersebut. Untuk itu sangat diperlukan penyampai pesan yang baik, dan humas harus mampu memfasilitasinya bersama-sama dengan unit kerja lainnya.

Humas juga berperan menjembatani antara kepentingan perusahaan dan masyarakat daerah di satu pihak dengan pihak-pihak lain dalam meningkatkan kinerja pembangunan di masyarakat serta kegiatan. Jadi salah satu peran humas saat ini adalah membina hubungan yang harmonis dengan pembetor dan membina martabat instansi dalam pandangan masyarakat khususnya pebetor, guna memperoleh pengertian, kepercayaan dan dukungan dari mereka ataupun masyarakat.

Selain itu, peran Humas dan lembaga kehumasan sebagai jembatan antara kepentingan perusahaan dengan masyarakat. Fungsi Humas ternyata sangat penting dalam organisasi dan lembaga. Humas dituntut berperan dan berfungsi secara strategis dan profesional sehingga seorang Humas haruslah memiliki kualifikasi yang memadai. Peran aparatur Humas itu ada tiga yakni pertama memberi informasi pada publik mengenai langkah-langkah yang diambil perusahaan Go-Jek sendiri.

Kedua, mengusahakan tumbuhnya hubungan yang harmonis antara perusahaan Go-Jek dengan masyarakat Kota Medankhususnya pembetor dan ketiga, memberi pengertian pada pembetor dan masyarakat, tentang apa yang dikerjakan oleh pihak Go-Jek di mana perusahaan dan publik sama-sama satu persepsi.

Dengan pelaksanaan peran Humas tersebut, maka kegiatan-kegiatan Humas pada dasarnya diarahkan untuk pertama, memberikan informasi kepada masyarakat tentang tugas pokok, fungsi, aktivitas dan kebijaksanaan-kebijaksanaan perusahaan. Kedua, menangkap aspirasi masyarakat atau pembetor dan menyampaikan kepada perusahaan di jajaran pembetor.

Keempat, mewujudkan integrasi, keserasian dan keselarasan antara kepentingan perusahaan dan kepentingan masyarakat. Kelima, mendorong dan menegakkan peran aktif masyarakat dalam pembangunan dan keenam, meningkatkan dan membina secara baik citra dan martabat perusahaan Go-Jek dalam hal ini.

Dengan gambaran tupoksi tersebut, revitalisasi peran Humas mutlak diperlukan, mengingat ke depan peran humas sangat strategis dalam sebuah kegiatan. Peran dan fungsi kehumasan perlu direvitalisasi agar dalam memberikan berita bisa cermat dan akurat. Fungsi humas bukan sekadar memberi informasi, akan tetapi image yang dikeluarkan memang benar-benar untuk masyarakat luas.

Tidak hanya itu saja, Humas juga berperan sebagai mitra pencitraan good goverment dengan media massa sehingga jalinan kerjasama antara perusahaan Go-Jek yang diwakili oleh Humas dengan media massa berjalan dengan baik dalam rangka memberikan informasi kepada khalayak ramai.

Terlepas dari itu semua, kehadiran Gojek setidaknya juga membantu pemerintah untuk membuka lapangan pekerjaan dan menambah penghasilan bagi masyarakat yang ingin bekerja tanpa pengalaman dan skill tertentu.

Tidak ada satu organisasi atau perusahaan yang terlepas dari konflik, baik itu organisasi besar maupun organisasi kecil. Krisis yang muncul dapat berasal dari internal maupun eksternal organisasi, dan krisis biasanya timbul secara tiba-tiba. Misalnya krisis kecelakaan pesawat pada *Air Asia*, krisis semburan lumpur pada PT. Lapindo, krisis isu bahaya rokok bagi perusahaan rokok di Indonesia, atau berupa tumpahnya minyak Pertamina di perairan Cilacap yang baru saja terjadi. Krisis tidak hanya terjadi pada organisasi yang besar dan berpengalaman saja, tapi juga rentan terjadi pada organisasi kecil, khususnya pada perusahaan yang baru berdiri.

Ketika suatu organisasi maupun perusahaan sedang mengalami krisis, maka mengulur waktu atau membiarkan suatu krisis berkembang secara bebas adalah tindakan yang tidak bijaksana, dan bahkan berpotensi merugikan organisasi. Demikian pula halnya jika organisasi berusaha menutup-nutupi konfliknya dengan berbohong atau enggan memberikan penjelasan. Mengingat saat ini teknologi telekomunikasi dan media komunikasi telah semakin canggih, maka sebuah berita konflik akan sangat mudah tersebar luas, sehingga membuat organisasi tidak dapat lagi menyembunyikan suatu krisis dari telinga pers. Dalam hitungan detik, berita mengenai suatu konflik atau krisis akan tersebar ke berbagai penjuru dunia. Jika hal ini lambat ditangani maka akan menyebabkan penanggulangan krisis menjadi semakin sulit.

Pada umumnya krisis yang sedang menyerang perusahaan bertambah parah ketika perusahaan gagal dalam mengelola komunikasi dimasa krisis, sehingga komunikasi menjadi hal yang penting untuk diperhatikan. Setiap organisasi tidak boleh mengabaikan sebuah krisis begitu saja, perusahaan harus cepat tanggap dalam memberikan penanganan serta harus memiliki serangkaian kesiapan tersendiri untuk mengatasi krisis. Berbagai krisis dapat terselesaikan dengan baik dan dapat pula meluluh lantakkan organisasi atau perusahaan tersebut. Hal penting yang dapat dipelajari dari organisasi atau perusahaan yang selamat dari krisis adalah kemampuannya untuk mengelola krisis dan memasukkan manajemen komunikasi sebagai bagian penting dalam menyelesaikan krisis, sehingga krisis tidak menjadi masalah yang berlarut-larut dan bertambah parah yang dapat berpotensi menghancurkan reputasi perusahaan dimata masyarakat.

Sebagai sebuah organisasi baru, Gojek tidak akan terlepas dari berbagai konflik yang akan menentukan apakah organisasi tersebut akan terus bertahan atau lenyap. Walaupun pada dasarnya tidak ada satu organisasipun yang menginginkan terjadinya konflik, namun secara langsung justru konflik-lah yang membuat sebuah perusahaan atau organisasi menjadi lebih kuat dan berpengalaman. Gojek saat ini tengah mengalami krisis yang cukup mengguncang reputasinya sebagai organisasi baru yang merambah bisnis transportasi publik. Driver Gojek mendapatkan ancaman dari pengendara ojek lokal setempat. Bahkan ada yang akan melakukan tindakan fisik ke pengendara Gojek karena ojek lokal merasa tersaingi oleh para driver Gojek. Krisis semacam ini tentunya berpotensi membuat customer Gojek menurun jika merasa keselamatannya terancam karena adanya teror oleh para ojek lokal. Dan berakibat pula pada kinerja driver Gojek dalam melayani customernya, khususnya di daerah-daerah tertentu yang mereka anggap rawan. Basuki Tjahaya Purnama selaku Gubernur DKI Jakarta merasa bahwa hal ini salah satu bentuk aksi ojek lokal yang takut tersaingi oleh Gojek

Krisis semacam ini jika tidak ditangani segera oleh pengelola Gojek dapat berimbas pada konflik yang lebih besar antara para pengendara Gojek dengan ojek lokal setempat yang merasa lahan kerja mereka diambil oleh oleh Gojek. Adanya miskomunikasi antara Gojek dengan ojek lokal ini membuat kedua belah pihak menjadi bersitegang. Keberadaan Gojek semakin terpojokkan ketika Organda DKI Jakarta juga keberatan dengan eksistensi Gojek, hal ini terjadi karena Gojek bukanlah sebagai organisasi angkutan resmi yang diakui oleh pemerintah. Sehingga keberadaannya perlu dipertanyakan. Dalam krisis yang saat ini

menyerang Gojek, membuatnya perlu melakukan manajemen komunikasi krisis yang tepat agar konflik tidak semakin besar dan harus memiliki strategi khusus yang dapat dilakukan Gojek dalam melakukan *problem solving*. Untuk itu lah disini penulis mencoba untuk mengulas komunikasi krisis yang dapat dilakukan Gojek dalam menghadapi tekanan dari eksternal perusahaannya tersebut.

Sejak awal kemunculannya, Gojek telah direspon positif oleh masyarakat, hal ini dibuktikan dengan pernyataan pionir Gojek yang mengatakan bahwa Gojek dapat melayani hingga 150 kali ojek perharinya, dan diperkirakan akan terus bertambah seiring dengan meningkatnya pengetahuan masyarakat akan layanan Gojek. Layanan yang meraih juara pertama Global Entrepreneurship Program Indonesia (GEPI) 2011 dalam Non-Tech Category merekrut para pengojek yang diberi pelatihan dasar tentang aturan lalu lintas yang baik, mengemudi aman, tata cara menyapa penumpang dan berpenampilan rapi. (Yuniar, 2014).

Berdiri sejak tahun 2011, Gojek telah memiliki seribu armada kendaraan roda dua dengan tidak hanya mengantar penumpang saja, tetapi juga dapat mengantar jemput barang, makanan, belanjaan, dan lainnya. Dikutip dari laman cnnindonesia.com edisi 27/01/2015 yang berjudul *Pendiri Aplikasi Go-Jek Siap Dipanggil Gubernur Ahok*, pendiri Gojek, Nadiem Makariem percaya bahwa jasa Gojek dapat menjadi alternatif yang tepat bagi transportasi dalam menembus kemacetan parah seperti di Jakarta dan bisa mempersingkat waktu tempuh. Nadiem juga menilai Gojek dapat menjadi salah satu *feeder* yang mengantar penumpang ke stasiun atau halte terdekat, sekaligus membantu para konsumen dalam mengantarkan pemesanan (*shopping delivery*).

Untuk memudahkan pelayanan, Gojek juga menanamkan perangkat GPS pada setiap armadanya sehingga memudahkan pengelola Gojek mendeteksi keberadaan pengendara Gojek yang sedang melayani konsumen. Saat ini Gojek telah meluncurkan aplikasi Gojek melalui android yang bisa diunggah langsung melalui *playstore* demi memudahkan para *customer* menggunakan layanan Gojek. Laman online *sidomi.com* edisi 24/02/2015 menyebutkan bahwa para pengojek ketika ikutserta sebagai anggota Gojek, mengakui bahwa mereka lebih percaya diri dan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap dirinya menjadi lebih tinggi. Hal ini dikarenakan, selain pengendara Gojek terdaftar secara sistematis, mereka juga berpenampilan lebih rapi dengan seragam dan helm berlogo Gojek yang secara visual tertata dan terkoordinir dengan baik. hal ini senada dengan yang diungkapkan Hutabarat (2015) yang menyebutkan bahwa bagi masyarakat kehadiran Gojek sangat membantu. Masyarakat memiliki alasan pribadi memilih Gojek ketimbang ojek lokal. yaitu, karena penampilannya.

Sebagai organisasi yang baru berkembang dikota besar seperti Jakarta, Gojek senantiasa berusaha memberikan peningkatan terhadap pelayanannya, namun itu semua bukan berarti berjalan tanpa ada hambatan. Gesekan yang terjadi antara Gojek dengan ojek lokal setempat yang merasa lahan kerja mereka direbut, membuat keamanan serta kinerja driver Gojek terancam, pasalnya ancaman serta gangguan yang diterima para driver Gojek membuat mereka terpaksa minta penumpang menunggu di tempat jauh dari pangkalan ojek. Alfindo (2015) menyebutkan bahwa insiden ricuh antara supir Gojek vs tukang ojek lokal kian marak terjadi. Akhir-akhir ini banyak tukang ojek lokal yang tidak terima lahan

ojek mereka diserobot supir Gojek yang merupakan driver ojek luar pangkalan.

Berbagai intimidasi harus diterima driver GoJek. Sempat mengaku mendapat ancaman dari tukang ojek setempat. Dia diancam saat menunggu pelanggan . Selain itu dalam judul berita online dari metrotvnews.com edisi 12/06/2015 juga menyebutkan cara lain para driver GoJek dalam menghindari ancaman dari ojek lokal, yaitu beberapa driver Gojek siap siaga membawa perlengkapan khusus berupa jaket dan helm tanpa logo Gojek, mereka membawa jaket dan helm yang biasa mereka gunakan sebelum menjadi anggota Gojek. Hal ini dilakukan karena sebelumnya mereka pernah mendapatkan pengalaman yang kurang mengenakan.

Bentrok di Medan beberapa waktu lalu bukan kesalahan masyarakat, ini adalah soal peran negara dalam membuat regulasi yang berbasiskan keadilan. Negara sangat lamban dalam membaca potensi konflik ini, paska kejadian di Jakarta seharusnyaantisipasi ditingkatkan sampai di tingkat daerah.

Logisnya, bagaimana mungkin ada persaingan yang sehat jika merujuk pada 'drastisnya' perbedaan harga angkutan umum konvensional dengan angkutan umum berbasis online. Praktis, murah, cepat dan bebas hambatan tentu menjadi pilihan masyarakat ketimbang susah payah lagi mencari angkutan umum dan masih bernegosiasi lagi soal harga, belum lagi akan terjebak kemacetan.

Kegersangan Medan dengan kemacetannya dan tuntutan sampai ke tempat tujuan pastilah akan lebih memilih cara instan dengan berlangganan pada angkutan berbasis online. Kenyamanan, harga murah dan cepat sampai ke tempat tujuan

menjadi tawaran yang sangat logis untuk disukai masyarakat. Pertanyaan yang paling substansial adalah, bagaimana eksistensi angkutan umum konvensional?

Peraturan Menteri Nomor 32 Tahun 2016 yang lahir paska insiden bentrok di Jakarta sampai hari ini belum mampu melahirkan solusi terbaik antara jurang perbedaan antara angkutan konvensional dan angkutan online. Jelas saja, mereka yang konvensional dalam artian telah berplat kuning adalah mereka yang terdaftar di dalam tagihan negara. Singkatnya, mereka 'narik' punya potongan terhadap negara, sementara angkutan online kan tidak.

Tetapi poinnya sebenarnya adalah, biarkan saja mereka yang sudah berada di 'zona nyaman' bisnis angkutan online. Yang harus dipikirkan oleh negara dalam hal ini adalah kemana mereka yang mencari makan tetapi telah tergilas oleh angkutan berbasis online. Negara juga harus memikirkan nasib mereka. Maka dari itu, bentrokan yang terjadi ini adalah buntut dari klimaksnya emosi mereka akibat telah sering kali ditikung oleh angkutan berbasis online.

Jika tidak ingin bentrok sesama anak bangsa terus menjalar dan berlarut-larut, maka kebijakan yang mawadahi kedua belah pihak harus segera dilahirkan. Tentu kebijakan yang mengakomodir keadilan 'sama rasa, sama rata'. Terkhusus pada para pengemudi angkutan konvensional, mereka harus disejajarkan secara persaingan dengan angkutan berbasis online atau paling tidak harus mendekati. Dunia manusia memang dinamis, selalu berputar. Briliannya kecerdasan manusia membuat kemudahan di sana-sini bagi aktivitas masyarakat. Pertanyaannya, sudah siapkah kita menerima seluruh kemudahan-kemudahan berkat hasil buah pikir manusia tersebut?

Kesiapan harus dari segala sisi: mental, kekuatan bersaing dan yang terpenting jika kalah bersaing maka kita harus rela 'ladang' kita menjadi milik orang lain.

Adapun solusi yang bisa dipertimbangkan adalah: pertama, libatkan mereka (angkutan konvensional) dalam persaingan secara online pula. Ini harus difasilitasi oleh negara. Mau tidak mau, kecepatan dan sistem yang tidak ribet menjadi tuntutan era digital ini.

Siapa yang tidak mampu bersaing dengan waktu maka akan terjerembab dalam jurang keterpurukan. Negara dalam hal ini dinas perhubungan terlebih dahulu harus memberikan pemahaman kepada para pengemudi angkutan konvensional bahwa persaingan harus diladeni bukan mencoba untuk menghapuskan, harus segera. Pasalnya, pergerakan untuk melakukan tindakan 'deteksi dini' konflik minim dilakukan.

Pemerintah harus menyediakan aplikasi online juga untuk para pengemudi angkutan konvensional ini. Memang, untuk mengambil langkah ini bukan suatu perkara mudah. Tidak semua orang juga mampu membeli gadget dan tidak semua juga yang bisa menggunakan gadget. Tetapi, kalau bukan seperti itu, pengemudi angkutan konvensional tidak akan mampu bersaing jika tidak masuk ke dalam lingkaran persaingan yang sama.

Alhasil, paradigma angkutan umum konvensional pun perlahan akan bergeser menjadi angkutan umum berbasis online secara keseluruhan. Praktik jual beli penumpang secara holistik akan berpusat pada sistem online (instan).

Kedua, jika tidak bisa mengakomodir para pengemudi angkutan konvensional maka porsi angkutan umum berbasis online juga harus dikurangi, tidak bisa mendominasi sampai hampir ke seluruh wilayah Medan. Misalnya, untuk setiap kecamatan jumlah pengemudi katakanlah Gojek misalnya harus ada skala keadilan agar penumpang juga masih bisa didapat oleh angkutan umum konvensional.

Jadi, negara dalam hal ini dinas perhubungan harus sigap mengecek setiap penambahan pengemudi angkutan umum berbasis online. Kuota harus dijaga ruang keadilannya dengan kuota pengemudi angkutan konvensional. Kita tak bisa berdusta bahwa dimana-mana kini angkutan umum berbasis online berada di setiap sudut kota Medan. Ini menunjukkan bahwa jumlah mereka sangat banyak, tak terbendung, tak terkontrol.

Kalau tidak bisa membawa para pengemudi angkutan umum konvensional ke persaingan digital, maka absolut hukumnya untuk membatasi jumlah pengemudi angkutan umum online demi keadilan dalam konteks 'rebut merebut' penumpang. Dan yang terpenting, jangan sampai bisnis angkutan umum online ini semakin menajamur dan tidak memberikan dampak positif bagi negara, bahkan justru semakin melestarikan kriminalitas di kota.

Jika membaca fenomena ini, bahwa realitas yang semakin kompetitif ini merupakan wujud dari aktualisasi dari ide-ide ideologi besar dunia, yakni Liberalisme. Dimana ideologi ini memandang penting bagi sebuah negara untuk memberikan ruang persaingan bagi rakyatnya, tetapi bukan berarti negara menghilangkan perannya.

Kemudian muncul lagi teori yang lahir atas kritik terhadap ideologi liberalisme, yakni 'neo-liberalisme'. Dimana ideologi ini mengisyaratkan 'nihilnya peran negara' di dalam aktivitas ekonomi masyarakatnya. Artinya, neo-liberalisme mengamini hadirnya aktor-aktor non-state (MNC, TNC) yang ikut bermain di dalam aktivitas ekonomi rakyat. Nah, kita sekarang sedang berada pada hegemoni neo-liberalisme!

Beberapa tukang ojek lokal merasa terganggu karena kehadiran GoJek. Meski mereka tahu bahwa menggunakan atribut GoJek adalah sebuah keharusan dan bisa dikenai sanksi jika melanggar, mereka tetap berpendapat lebih baik mencegah kejadian ketimbang menimbulkan masalah lebih besar.

Berdasarkan uraian di atas, maka penulis bermaksud melakukan penulisan dengan judul " Komunikasi Eksternal Humas Gojek Dalam Menangani Konflik Dengan Pengemudi Becak Motor di Medan".

B. Perumusan Masalah

Adapun masalah yang diteliti dirumuskan sebagai berikut: "Bagaimana Strategi Komunikasi Eksternal Gojek Dalam Mengatasi Konflik Dengan Pengemudi Becak Motor di Medan ?"

C. Pembatasan Masalah

Untuk dapat mengetahui dengan jelas masalah apa yang hendak diteliti oleh penulis dan agar penelitian yang dilakukan dapat terfokus pada masalah yang diteliti dan kemudian data yang didapat lebih akurat dan tepat. Maka

penulis hanya membatasi masalah pada : Objek penelitian adalah Humas/Pimpinan Go-Jek.

D. Tujuan dan Manfaat

1. Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian merupakan suatu hal yang akan dicapai dalam setiap kegiatan agar penelitian tersebut memiliki arah yang jelas. Tanpa adanya arah dan tujuan yang jelas, maka penulisan tidak akan berjalan dan mendapatkan hasil yang diinginkan. Berdasarkan rumusan masalah di atas, adapun tujuan dari penulisan ini adalah untuk mengetahui Strategi Komunikasi Eksternal Gojek Dalam Mengatasi Konflik Dengan Pengemudi Becak Motor di Medan.

2. Manfaat Penelitian

- a. Secara teoritis, hasil penelitian diharapkan dapat menjadi acuan bagi penulislainnya.
- b. Secara Akademis, sebagai syarat utama untuk memperoleh gelar sarjana bagi Mahasiswa dan dapat memperkaya khasanah dikalangan FISIP UMSU dan menjadi sumber bacaan di lingkungan FISIP UMSU khususnya jurusan ilmu komunikasi.

E. Sistematika Penulisan

BAB I Merupakan pendahuluan yang memaparkan latar belakang masalah, perumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, serta sistematika penulisan.

- BAB II Merupakan uraian teoritis yang menguraikan tentang komunikasi, komunikasi eksternal, humas, dan konflik.
- BAB III Berisikan persiapan dan pelaksanaan penelitian yang menguraikan tentang jenis penelitian, kerangka konsep, definisi konsep, informan/narasumber, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, waktu dan lokasi penelitian.
- BAB IV Berisikan pembahasan yang menguraikan tentang analisis penelitian, hasil wawancara, dan pembahasan
- BAB V Berisikan penutup yang menguraikan tentang kesimpulan dan saran.

BAB II

URAIAN TEORITIS

1. Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam Bahasa Inggris *communication* berasal dari bahasa Latin: *communicatio* dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Sama di sini maksudnya adalah sama makna (Effendy, 2006:9). Komunikasi menyentuh semua aspek kehidupan bermasyarakat, atau sebaliknya semua aspek kehidupan masyarakat menyentuh komunikasi. Justru itu orang melukiskan komunikasi sebagai *ubiquitous* atau serba hadir. Artinya komunikasi berada di manapun dan kapanpun juga. Menurut Carl I. Hovland dalam karyanya yang berjudul *Social Communication* memunculkan istilah *science of communication* yang didefinisikan sebagai suatu upaya yang sistematis untuk merumuskan dengan cara setepat-tepatnya asas-asas penstransmisi informasi serta pembentukan opini dan sikap (Effendy, 2006:13).

Rumusan komunikasi yang sangat dikenal orang adalah rumusan yang dibuat oleh Harold Lasswell. Menurut Lasswell (Mulyana, 2005:62) komunikasi adalah: "*who says what in which channel to whom with what effect*". Jadi, jika dipilah-pilahkan akan terdapat lima unsur atau komponen di dalam komunikasi, yaitu: Siapa yang mengatakan komunikator (*communicator*), apa yang dikatakan pesan (*message*), media apa yang digunakan media (*channel*), kepada siapa pesan disampaikan komunikan (*communicant/receiver*), akibat yang terjadi efek (*effect*)

Wilbur Schram menampilkan apa yang ia sebut “The Condition of Success in Communication”, yakni kondisi yang harus dipenuhi jika kita menginginkan agar suatu pesan membangkitkan tanggapan yang kita kehendaki. Kondisi tersebut dapat dirumuskan sebagai berikut, pesan harus dirancang dan disampaikan sedemikian rupa, sehingga dapat menarik perhatian komunikan. Pesan harus menggunakan lambang-lambang tertuju kepada pengalamannya yang sama antara komunikator dan komunikan, sehingga sama-sama mengerti.

Kemudian, pesan harus membangkitkan kebutuhan pribadi komunikan dan menyarankan beberapa cara untuk memperoleh kebutuhan tersebut. Pesan harus menyampaikan suatu jalan untuk memperoleh kebutuhan tadi yang layak bagi situasi kelompok di mana komunikan berada pada saat ia digerakkan untuk memberikan tanggapan yang dikehendaki.

Jelas bahwa pengertian Komunikasi secara umum yaitu sebuah proses penyampaian pesan dari komunikator terhadap komunikan melalui saluran/media sehingga menciptakan efek. Pesan yang disampaikan bisa berupa variabel maupun non variabel juga menggunakan simbol simbol.

Untuk dapat memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang dikemukakan oleh Harold Laswell dalam Werner mengatakan bahwa cara yang terbaik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut : *Who says what in which channel to whom with what effect*. Paradigma Laswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni :

a. Komunikator

Merupakan sumber dari bermulanya komunikasi. menurut Cangara dalam Rulli (2014:39) bahwa semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagai pembuat pesan yang bisa berasal dari satu orang maupun kelompok dari organisasi.

b. Pesan

Pesan adalah keseluruhan dari apa yang di sampaikan oleh komunikator. Pesan ini mempunyai inti pesan yang sebenarnya menjadi pengarah di dalam usaha mencoba mengubah sikap dan perilaku komunikan. Pesan dapat secara panjang lebar mengupas berbagai segi namun inti pesan dalam komunikasi selalu mengarah kepada tujuan akhir komunikasi itu. Bentuk bentuk pesan :

1. Informatif bersifat memberikan keterangan keterangan (fakta-fakta), kemudian komunikasikan mengambil keputusan dan kesimpulan sendiri.
2. Persuasif berisikan rujukan yaitu, membangkitkan pengertian dan kesadaran manusia bahwa apa yang kita sampaikan akan memberikan perubahan sikap, tetapi perubahan ini atas kehendak sendiri dan bukan karena paksaan.
3. Koersif penyampaian pesan yang bersifat memaksa dengan menggunakan sanksi sanksi apabila tidak dilaksanakan. bentuk yang terkenal dari penyampaian model ini adalah Agitasi dengan penekanan penekanan yang menimbulkan tekanan batin dan ketakutan di kalangan publik. Koersif berbentuk perintah perintah instruksi dll. Widjaja (2000:32).

c. Saluran

Saluran adalah penyampaian pesan, biasa juga di sebut dengan media. Media komunikasi dapat di katagorikan dalam dua bagian :

2. Media Umum ialah media yang dapat digunakan oleh segala bentuk komunikasi contohnya adalah radio, internet dll.
3. Media Massa ialah media yang digunakan untuk komunikasi massa. Disebut demikian karena sifatnya yang masal. Misalnya pers, radio, film, dan televisi. Widjaja (2000:35).

d. Komunikan

Komunikan adalah penerima pesan yang disampaikan oleh komunikator. Dalam bukunya, Widjaja (2000:95) mengatakan syarat syarat yang harus dimiliki komunikan sebagai berikut : Ketrampilan atau kemampuan menangkap atau meneruskan pesan yang di terima, pengetahuan tertentu , sikap.

e. Efek

Efek adalah suatu komunikasi, sikap dan tingkah laku orang sesuai atau tidak sesuai dengan yang kita inginkan. Apabila tingakh laku dan sikap orang sesuai maka itu berarti komunikasi berhasil, demikian juga sebaliknya. Efek ini dapat di lihat dari :

1. *Personal Opinion* (Pendapat Pribadi) adalah sikap dan pendapat seseorang terhadap sesuatu masalah tertentu.
2. *Publik Opinion* (Pendapat Umum) adalah penilaian sosial mengenai suatu hal yang penting dan berarti atas dasar pertukaran pikiran yang dilakukan individu secara sadar dan rasional.

3. Majority Opinion (Pendapat Sebagian Besar) adalah pendapat sebagian besar dari publik inilah yang misalnya harus di capai oleh kampanye pemilu. Berhasil atau tidaknya kampanye dapat di ukur dari berhasil atau tidaknya mencapai suatu mayoritas dalam hasil pemilu dan seterusnya. Widjaja (2000:38).

2. Komunikasi Eksternal

a. Pengertian Komunikasi Eksternal

Dalam bukunya, Menurut Effendy (2009: 128), “Komunikasi eksternal ialah komunikasi antara pimpinan organisasi atau instansi dengan khalayak diluar organisasi”. Pada instansi pemerintah seperti departemen, direktorat, jawatan dan pada perusahaan-perusahaan, dan pada perusahaan-perusahaan besar , disebabkan oleh luasnya ruang lingkup, komunikasi lebih banyak dilakukan oleh kepala hubungan masyarakat daripada oleh pimpinan sendiri. Yang dilakukan sendiri oleh pimpinan hanyalah terbatas pada hal-hal yang dianggap sangat penting, yang tidak bisa diwakilkan kepada orang lain, umpamanya perundingan yang menyangkut kebijakan organisasi. Yang lainnya dilakukan oleh kepala humas yang dalam kegiatan komunikasi eksternal merupakan tangan kanan pimpinan.

Menurut Effendy (2009:129) Komunikasi eksternal terdiri atas dua jalur secara timbal balik, yakni komunikasi dari organisasi kepada khalayak dan dari khalayak kepada organisasi.

1. Komunikasi dari organisasi kepada khalayak

Komunikasi kepada khalayak pada umumnya bersifat informatif, yang dilakukan sedemikian rupa sehingga khalayak merasa memiliki keterlibatan, setidak-tidaknya ada hubungan batin. Kegiatan ini sangat penting dalam usaha memecahkan satu masalah jika terjadi tanpa diduga.

2. komunikasi dari khalayak kepada organisasi

Komunikasi dari khalayak kepada organisasi merupakan umpan balik sebagai efek dari kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh organisasi. Jika informasi yang disebarkan kepada khalayak itu menimbulkan efek yang sifatnya kontroversial maka ini disebut opini publik. Opini publik sering sekali merugikan organisasi, karenanya harus diusahakan agar segera dapat diatasi dalam arti kata tidak menimbulkan permasalahan.

3. Humas

a. Pengertian Humas

Humas pada dasarnya merupakan singkatan dari frasa kata 'Hubungan Masyarakat'. Frasa kata hubungan masyarakat sendiri berasal dari Bahasa Inggris yaitu dari kata 'Public Relations'. Jika diartikan secara singkat, maka humas adalah salah bagian organisasi yang memiliki fungsi menjalin hubungan, interaksi, dan kerja sama organisasi dengan pihak masyarakat yang berkaitan dengan organisasi tersebut.

Humas merupakan praktik mengelola penyebaran informasi antara individu atau organisasi dan masyarakat. Humas bisa mencakup sebuah organisasi atau suatu individu yang mendapatkan eksposur ke khalayak mereka

menggunakan topik kepentingan publik dan berita yang tidak memerlukan pembayaran langsung. Untuk tujuan itu sendiri dari hubungan masyarakat oleh perusahaan sering untuk membujuk masyarakat investor, mitra, karyawan dan pemangku kepentingan lainnya untuk mempertahankan sudut pandang tertentu hal itu, kepemimpinannya produk atau keputusan politik. Dalam kegiatan di umum termasuk berbicara di konferensi memenangkan penghargaan industri, bekerja sama dengan pers dan komunikasi karyawan.

Menurut Ruslan Rosady dalam bukunya Manajemen PR dan Media Komunikasi (2005:22), seorang humas dituntut untuk memiliki 4 kemampuan, yaitu :

1. Memiliki kemampuan mengamati dan menganalisis suatu persoalan berdasarkan fakta lapangan, perencanaan kerja, komunikasi dan mampu mengevaluasi suatu problematic yang dihadapinya.
2. Kemampuan untuk menarik perhatian melalui berbagai kegiatan publikasi yang kreatif, inovatif, dinamis dan menarik bagi public dan target sasaran.
3. Mampu untuk mempengaruhi pendapat umum, melalui kekuatan humas (power of the PR) dalam merekayasa pandangan yang searah dengan kebijakan organisasi atau instansi yang diwakilinya itu dalam posisi yang saling menguntungkan.
4. Kemampuan humas menjalin suasana percaya, toleransi saling menghargai, good will dan lain sebagainya dengan berbagai pihak.”

Keberadaan fungsi humas pada suatu organisasi atau perusahaan biasanya diketahui dari adanya bagian atau departemen humas. Di berbagai perusahaan di Indonesia penggunaan istilah *public relations* adalah sama banyaknya dengan humas. Pada umumnya, lembaga atau organisasi pemerintah masih menggunakan istilah humas, sementara perusahaan swasta lebih senang menggunakan istilah *public relations*. Dalam penulisan skripsi ini penulis menggunakan istilah humas karena penulis melakukan penelitian di lembaga pemerintahan. Frank Jefkins memberikan batasan humas, yaitu “sesuatu yang merangkum keseluruhan komunikasi yang terencana, baik itu ke dalam maupun ke luar antara suatu organisasi dengan semua khalayaknya dalam rangka mencapai tujuan-tujuan spesifik yang berlandaskan pada saling pengertian”. Menurut Widjaja (2010:53) humas adalah “kegiatan yang menyangkut baik individu ke dalam maupun keluar dan semua kegiatan diselenggarakan dalam rangka pelaksanaan tugas dan fungsi masing-masing lembaga atau organisasi”.

Setelah penulis melihat definisi humas dari beberapa para ahli, maka penulis menyimpulkan humas adalah suatu fungsi manajemen yang membuat, merencanakan hingga mengevaluasi seluruh kegiatan yang direncanakan dengan tujuan untuk membangun hubungan baik antar pegawai dengan manajemen atau pegawai dengan pegawai.

b. Tugas dan Fungsi Humas

1. Tugas Humas

Widjaja (2010:53) berpendapat tugas humas yang perlu diperhatikan ada beberapa hal sebagai berikut :

a. Pelaksanaan tujuan ke dalam dan keluar melalui pendekatan informatif, edukatif, persuasif, dan dihindarkan pendekatan yang bersifat imperatif dan punitif.

b. Proses komunikasi lewat kegiatan dilakukan berencana dan terus menerus yang meliputi keterampilan komunikator, pesan yang disampaikan akurat, obyektif, punya daya pengaruh yang kuat guna berhasilnya mencapai sasaran yang telah ditetapkan. Menurut Abdurrachman tugas seorang praktisi humas untuk menyelenggarakan komunikasi yang sifatnya persuasif dan informatif. Komunikasi yang informatif dan persuasif itu dapat dilaksanakan dengan :

a. Tertulis : menggunakan surat-surat, *papers*, bulletin, brosur, dll.

b. Lisan : mengadakan *briefing*, rapat-rapat, diskusi, ceramah, dan sebagainya.

c. *Counseling* : menyediakan beberapa anggota staf yang telah mendapat latihan atau pendidikan untuk memberikan nasehat-nasehat kepada para karyawan, turut memecahkan masalah – masalah pribadi mereka, atau mendiskusikannya bersama-sama.

2. Fungsi Humas

Menurut Ardianto (2009:181), Humas memiliki fungsi sebagai anggota koalisi manajemen, perpaduan antara identitas, citra, dan reputasi. Berbagai perubahan atau pergeseran nilai di atas tentunya berdampak pula terhadap peranan dan fungsi humas sebagai jembatan dan komunikator sebuah organisasi atau perusahaan, sehingga tidak terjadi kesalahpahaman antara organisasi atau perusahaan dengan masyarakat.

Canfield (dalam Widjaja, 2010:54) mengemukakan humas berfungsi :

- a. Mengabdikan kepentingan publik.
 - b. Memelihara komunikasi yang baik.
 - c. Menitikberatkan moral dan tingkah laku yang baik.
3. Tujuan utama humas

Tujuan utama Public Relation sendiri adalah menciptakan, mempertahankan dan melindungi reputasi organisasi/ perusahaan, memperluas prestis, menampilkan citra-citra yang mendukung. Riset menunjukkan bahwa konsumen/pelanggan lebih sering melakukan *buying decision* atau keputusan pembelian berdasarkan citra perusahaan.

Dengan bahasa paling sederhana dan singkat, tujuan utama Public Relation dapat diringkas, sesuai tujuan utama yang diatas sebagai berikut:

- Mengevaluasi sikap dan opini publik
- Formulasi dan implementasi prosedur dan *policy* organisasi atas komunikasi organisasi/perusahaan dengan publik
- Mengkoordinasikan program-program komunikasi
- Mengembangkan hubungan dan “good-will” lewat proses komunikasi dua arah
- Mengembangkan hubungan positif antar organisasi dan public

Maksud dan tujuan yang terpenting dari PR adalah mencapai saling pengertian sebagai obyektiif utama. Pujian citra yang baik dan opini yang mendukung bukan kita yang menentukan tetapi feed back yang kita harapkan. Tujuan utama penciptaan pengertian adalah mengubah hal negatif yang diproyeksikan

masyarakat menjadi hal yang positif. Biasanya dari hal-hal yang negatif terpancar: hostility, prejudice, apathy, ignorance. Sedangkan melalui pengertian kita berusaha merubahnya menjadi: sympathy, acceptance, interest dan knowledge.

4. Tujuan humas dalam komunikasi dua arah

Tujuan yang ingin dicapai dalam pekerjaan kehumasan dalam proses komunikasi dua arah tergolong dua golongan besar yaitu:

A. Komunikasi Internal (personil/anggota institusi)

- Memberikan informasi sebanyak dan sejelas mungkin mengenai institusi.
- Menciptakan kesadaran personil mengenai peran institusi dalam masyarakat
- Menyediakan sarana untuk memperoleh umpan balik dari anggotanya

B. Komunikasi Eksternal (masyarakat/ Public)

- Informasi yang benar dan wajar mengenai institusi.
- Kesadaran mengenai peran institusi dalam tata kehidupan umumnya dan pendidikan khususnya.
- Motivasi untuk menyampaikan umpan balik.

5. Tujuan sebuah humas perusahaan

Ruang lingkup tujuan humas itu sendiri ternyata demikian luas. Namun dari semua tujuan humas tersebut kita bisa mengambil beberapa yang bisa dijadikan prioritas. Dari sekian banyak hal yang bisa dijadikannya prioritas kegiatan humas sebuah perusahaan, berapa diantaranya yang pokok adalah sebagai berikut:

- Untuk mengubah citra umum di mata khalayak sehubungan dengan adanya kegiatan- kegiatan baru yang dilakukan oleh perusahaan. Sebagai contoh, suatu perusahaan yang semula hanya menangani transportasi truk tapi kemudian mulai menjual mesin pemanas ruangan. Guna menyesuaikan diri atas adanya kegiatan yang baru tersebut, maka perusahaan harus mengubah citranya supaya kegiatan dan produk-produk barunya itu mendapat sambutan positif dari khalayaknya.
- Untuk meningkatkan bobot kualitas para calon pegawai
- Untuk menyebarkan suatu cerita sukses yang telah dicapai oleh perusahaan kepada masyarakat dalam rangka mendapatkan pengakuan.
- Untuk memperkenalkan perusahaan kepada masyarakat luas, serta membuka pasar-pasar baru.
- Untuk mempersiapkan dan mengkondisikan masyarakat bursa saham atas rencana perusahaan untuk menerbitkan saham baru atau saham tambahan.
- Untuk memperbaiki hubungan antara perusahaan itu dengan khalayaknya, sehubungan dengan telah terjadinya suatu peristiwa yang mengakibatkan kecaman, kesangsian, atau salah paham dikalangan khalayak terhadap niat baik perusahaan.

- Untuk mendidik para pengguna atau konsumen agar mereka lebih efektif dan mengerti dalam memanfaatkan produk-produk perusahaan.
- Untuk meyakinkan khalayak bahwasanya perusahaan mampu bertahan atau bangkit kembali setelah terjadinya suatu krisis.
- Untuk meningkatkan kemampuan dan ketahanan perusahaan dalam menghadapi resiko pengambilalihan (take-over) oleh pihak-pihak lain.
- Untuk menciptakan identitas perusahaan yang baru
- Untuk menyebarkan informasi mengenai aktivitas dan partisipasi para pemimpin perusahaan organisasi kehidupan social sehari-hari.
- Untuk mendukung keterlibatan suatu perusahaan sebagai sponsor dari suatu acara.
- Untuk memastikan bahwasanya para politisi benar-benar memahami kegiatan-kegiatan atau produk perusahaan yang positif, agar perusahaan yang bersangkutan terhindar dari peraturan, undang-undang, dan kebijakan pemerintah yang merugikan.
- Untuk menyebarkan kegiatan-kegiatan riset yang telah dilakukan perusahaan, agar masyarakat luas mengetahui betapa perusahaan itu mengutamakan kualitas dalam berbagai hal.

Mengingat jenis dan karakter organisasi itu bermacam-macam, maka tentu saja tujuan bidang humas mereka berbeda-beda/ bervariasi dan tidak terdaftar hanya pada diatas saja. Satu hal yang harus disadari, setiap tujuan dari berbagai

organisasi, baik itu komersial maupun non-komersial, sama-sama memerlukan suatu program tindakan yang terencana. Setiap tujuan organisasi dalam pengertian luas akan jauh lebih mudah dijangkau apabila usaha pencapaiannya juga disertai dengan kegiatan-kegiatan humas, baik itu yang dilakukan oleh unit departemen humas internal maupun oleh lembaga konsultasi humas eksternal.

Fungsi-fungsi humas

Dibawah ini terdapat beberapa fungsi-fungsi humas

1. Fungsi utama humas

Fungsi-fungsi utama yang dilakukan oleh seorang humas dalam organisasinya meliputi berbagai bidang dan segi, dibawah ini terdapat beberapa fungsi humas yang paling utama, yaitu:

- Menumbuhkan dan mengembangkan hubungan baik antara lembaga/organisasi dengan publiknya, baik publik intern maupun extern dalam rangka menanamkan pengertian
- Menilai dan menentukan pendapat umum yang berkaitan dengan organisasinya
- Memberi saran kepada pemimpin tentang cara-cara mengendalikan pendapat umum sebagaimana mestinya
- Menumbuhkan motivasi dan partisipasi publik dalam rangka menciptakan iklim pendapat publik yang menguntungkan organisasi/lembaga
- Menggunakan komunikasi untuk mempengaruhi pendapat umum

2. Fungsi humas menurut IPRA

Penelitian yang diadakan oleh International Public Relations Association (IPRA) pada tahun 1981 menyimpulkan bahwa pada umumnya fungsi PR/humas masa kini meliputi 15 pokok yaitu:

- Memberi konseling yang didasari pemahaman masalah perilaku manusia.
- Membuat analisis "trend" masa depan dan ramalan akan akibat-akibatnya bagi institusi.
- Melakukan riset pendapat, sikap dan harapan masyarakat terhadap institusi serta memberi saran tindakan-tindakan yang diperlukan institusi untuk mengatasinya.
- Menciptakan dan membina komunikasi dua-arah berlandaskan kebenaran dan informasi yang utuh
- Mencegah konflik dan salah pengertian
- Meningkatkan rasa saling hormat dan rasa tanggung jawab sosial.
- Meningkatkan rasa saling hormat dan rasa tanggung jawab sosial.
- Meningkatkan itikat baik institusi terhadap anggota, pemasok dan konsumen
- Memperbaiki hubungan industrial
- Melakukan penyerasian kepentingan institusi terhadap kepentingan umum
- Menarik calon tenaga yang baik agar menjadi anggota serta mengurangi keinginan anggota untuk keluar dari institusi.
- Memasyarakatkan produk atau layanan
- Mengusahakan perolehan laba yang maksimal

- Menciptakan jadi diri institusi
- Memupuk minat mengenai masalah-masalah nasional maupun ternasional
- Meningkatkan pengertian mengenai demokrasi

3. Fungsi Humas menurut Canfield

Bertrand R. Canfield dalam bukunya *Public Relations, Principles and Problems* mengemukakan tiga fungsi humas , yaitu:

- Mengabdikan kepada kepentingan umum (it should serve the public's interest)
- Memelihara komunikasi yang baik (Maintain good communication)
- Menitik beratkan ,oral dan tingkah laku yang baik(And stress good morals and manners)

4. Fungsi humas menurut Edward L. Bernaus

Mengenai fungsi humas Edward L. Bernaus seorang pelopor humas di Amerika Serikat dalam bukunya *Public Relations* (1952) terdapat tiga fungsi humas, yaitu:

- Memberikan informasi kepada masyarakat
- Mengajak masyarakat untuk mengubah sikap dan perilaku mereka
- Melakukan usaha-usaha untuk menyatukan sikap dan tindakan suatu lembaga atau organisasinya dengan publiknya atau sebaliknya.

5. Fungsi Humas sebagai fungsi Manajemen

Fungsi Intern (ke luar)

- PR harus mampu mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran/citra masyarakat yang positif terhadap segala tindakan atau kebijaksanaan

organisasi/lembaga. Oleh karena itu, setiap anggota organisasi harus mampu memberikan image positif yang mewakili organisasinya.

- Penghubung antara manajemen dan publiknya

Fungsi Ekstern (ke dalam)

- PR harus mampu mengenali/mengidentifikasi hal-hal yang dapat menimbulkan sikap/gambaran yang negatif dalam masyarakat sebelum sesuatu tindakan/kebijakan dijalankan
- Memberi nasehat pada manajemen mengenai semua perkembangan luar atau dalam, yang menyangkut pengaruh hubungan perusahaan dengan publiknya.
- Membuat penelitian dan penafsiran bagi kepentingan manajemen mengenai sikap-sikap yang ada sekarang atau diperkirakan sebelumnya pada public utama atas urusan perusahaan
- Bertindak untuk kepentingan manajemen dalam merencanakan dan melaksanakan fungsi-fungsi umum

6. Fungsi humas menurut Philip Kesly

Fungsi humas menurut Philip Kesly seorang petugas humas terkemuka dalam tulisannya “Managing the human Climate”, bahwa setiap bidang atau kegiatan humas mempunyai kaitan dengan bidang lainnya dan petugas humas itu harus mengetahui bidang atau kegiatan mana yang sesuai dengan program organisasinya.

Berdasarkan bidang-bidang yang dicakup kegiatan humas diatas Philip Kesly menyimpulkan fungsi humas, sebagai berikut:

- Humas adalah fungsi manajemen yang dibentuk untuk mencapai tujuan organisasi
- Membantu pelaksanaan program organisasi
- Memberi nasehat, petunjuk dan konsultasi dalam melaksanakan kegiatan organisasi
- Melaksanakan hal-hal yang berhubungan dengan keuangan dan kepegawaian
- Menumbuhkan kesadaran akan perlunya komunikasi dalam manajemen
- Memberikan informasi secara terbuka dan akurat, untuk menghilangkan keraguan terhadap sesuatu hal
- Menyampaikan informasi secara jujur tanpa menambah atau mengurangi hakekat yang sesungguhnya
- Berusaha untuk menarik perhatian publik Terhadap organisasi maupun terhadap keluarnya.

Tujuan-tujuan suatu lembaga kehumasan tidak terbatas hanya pada yang diterakan diatas, kadangkala suatu organisasi baik pemerintahan maupun swasta telah memiliki suatu tujuan yang telah ditentukan dan disepakati oleh semua orang yang ada dalam suatu organisasi. Setiap tujuan humas selalu menginginkan tanggapan yang positif dari publik sehingga tanggapan yang dihasilkan oleh publik bisa disesuaikan oleh suatu organisasi umumnya dan bagi aktifis humas. Semua tujuan humas selalu dilandaskan pada kode etik yang disepakati bersama.

C. Ruang Lingkup Humas

Khalayak (*public*) adalah kelompok atau orang-orang yang berkomunikasi dengan suatu organisasi, baik secara internal maupun eksternal. Adapun ruang lingkup tugas humas dalam sebuah organisasi atau lembaga antara lain meliputi aktivitas sebagai berikut :

1. Membina Hubungan Keluar (Publik Eksternal) Ruslan (2010:23) menjelaskan yang dimaksud publik eksternal adalah publik umum (masyarakat). Mengusahakan tumbuhnya sikap dan gambaran publik yang positif terhadap lembaga yang diwakilinya. Widjaja (2010:73-74) memberikan pendapat bahwa Hubungan Masyarakat Keluar (Humas Eksternal) turut menentukan keberhasilan kegiatan hubungan masyarakat suatu badan atau lembaga. Berdasarkan macam-macam khalayak ini dikenal sebagai :

a. Press Relations

Mengatur dan memelihara hubungan dengan pers umumnyadengan mass media seperti pers, radio, film dan televisi yang utama adalah pers.

b. Government Relations

Mengatur dan memelihara hubungan dengan pemerintah, baik pemerintah pusat maupun daerah. Lembaga atau instansi resmi yang berhubungan dengan kegiatan perusahaan.

c. Community Relations

Mengatur dan memelihara hubungan dengan masyarakat setempat.

d. Supplier Relations

Mengatur dan memelihara hubungan dengan para *levaransir* (pemborong), kontraktor agar segala kebutuhan perusahaan dapat diterima secara teratur serta dengan harga dan syarat-syarat yang wajar.

e. Customer Relations

Mengatur dan memelihara hubungan dengan para langganan, sehingga hubungan itu selalu dalam situasi bahwa langgananlah yang sangat membutuhkan perusahaan, bukan sebaliknya.

2. Membina hubungan ke dalam (publik internal)

Menurut Ruslan (2010:23) yang dimaksud dengan publik internal adalah “publik yang menjadi bagian dari unit/badan/perusahaan atau organisasi itu sendiri”.

Sedangkan menurut Ardianto (2010:124) publik internal adalah “publik yang berada di dalam perusahaan. Misalnya : para karyawan, satpam, penerima telepon, supervisor, klerk, manajer, para pemegang saham, dan sebagainya”.

Lebih lanjut, khalayak internal dalam humas terdiri dari : perusahaan-perusahaan rekanan, calon pegawai, pegawai yang sudah ada, pihak manajemen, para pegawai baru, rekanan di luar negeri, pemilik saham, dan serikat pekerja. Widjaja

(2010:71-74) menjelaskan tujuan daripada hubungan

masyarakat ke dalam ialah pada hakikatnya untuk meningkatkan kegairahan bekerja para karyawan lembaga atau instansi yang bersangkutan. Sebagai garis besar dapat disimpulkan sebagai berikut, *Internal public* meliputi :

a. Employee Relations

Memelihara hubungan khusus antara manajemen dengan karyawan dalam kepegawaian secara formal. Misalnya mengenai penempatan, pemindahan, kenaikan pangkat, pemberhentian, pensiun dan sebagainya.

b. Human Relations

Memelihara hubungan khusus antara sesama warga dalam perusahaan secara informal, sebagai manusia (secara manusiawi). Pergaulan antara manusia, bukan sebagai hubungan manusia secara formal.

c. Labour Relations

Memelihara hubungan antara direksi/manajer dengan serikat-serikat buruh dalam perusahaan serta turut menyelesaikan masalah-masalah yang timbul. Mengadakan tindakan-tindakan preventif mencegah kesulitan-kesulitan yang timbul, karenanya turut melancarkan hubungan yang harmonis antara kedua belah pihak.

d. Stockholder Relations, Industrial Relations

Sesuai dengan sifat dan kebutuhan perusahaan yaitu mengadakan hubungan dengan para pemegang saham. Dengan uraian di atas, selain memiliki peran dalam menjalankan kegiatan *employee relations*, humas juga memiliki peran untuk menjaga hubungan dengan publik luar dan juga dengan publik dalam. Dalam hal ini yaitu kegiatan *employee relations* dalam meningkatkan motivasi kerja pegawai.

D. Tujuan Kegiatan Humas

Dalam menguraikan tujuan dari kegiatan humas, perlu dibagipengertian humas tersebut berdasarkan kegiatannya, adapun pembagiankegiatan humas dibagi menjadi dua kegiatan yaitu kegiatan *internalrelations* dan kegiatan *external relations*.

1. Tujuan kegiatan *External Relations*

Menurut Widjaja dalam bukunyamenjelaskan tujuan dari *publicrelations* berdasarkan kegiatan *external relations* dimaksudkan untukmendapat dukungan publik. Pengertian dukungan publik disiniadalah:

- a. Memperluas langganan atau pemasaran.
- b. Memperkenalkan sesuatu jenis hasil produksi atau gagasan yang berguna bagi publik dalam arti luas.
- c. Mencari dan mengembangkan modal.
- d. Memperbaiki citra perusahaan terhadap pendapat masyarakat luas, guna mendapatkan opini publik yang positif. Secara praktis tujuan *external relations* itu harus dapat menyelenggarakan komunikasi yang efektif dimana mempunyai sifat informatif dan persuasif, guna memperoleh dukungan publik ataupun juga mengubah pendapat publik sesuai dengan yang diinginkan oleh komunikator.

2. Tujuan Kegiatan *Internal Relations*

Menurut Widjaja menjabarkan tujuan humas berdasarkan kegiatan *internal relations* mencakup beberapa hal yaitu:

- a. Mengadakan suatu penilaian terhadap sikap tingkah laku dan opini publik terhadap perusahaan, terutama sekali ditujukan kepada kebijakan perusahaan yang sedang dijalankan.
- b. Mengadakan suatu analisa dan perbaikan terhadap kebijakan yang sedang dijalankan, guna mencapai tujuan yang ditetapkan perusahaan dengan tidak melupakan kepentingan publik.
- c. Memberikan penerangan kepada publik karyawan mengenai suatu kebijakan perusahaan yang bersifat objektif serta menyangkut kepada berbagai aktifitas rutin perusahaan, juga menjelaskan mengenai perkembangan perusahaan tersebut. Dimana pada tahap selanjutnya diharapkan publik karyawan tetap *well inform*.
- d. Merencanakan bagi penyusunan suatu staff yang efektif bagi penugasan yang bersifat *internal relations* dalam perusahaan tersebut. Widjaja (2011:24 -25) mengatakan untuk menghindari salahfahaman antara pimpinan dan publik karyawan melalui tujuan dari kegiatan *internal relations* ini, maka sebaiknya pihak perusahaan menyelenggarakan kegiatan darma wisata, olahraga, temu muka, aksi sosial, dimana kegiatan ini bertujuan untuk memupuk hubungan yang erat antara pimpinan dengan publik karyawan, sehingga pada tahap selanjutnya dapat diharapkan karyawan itu dapat menjadi seorang partisipan yang baik dalam menghadapi tugas yang dibebankan oleh perusahaan kepadanya dalam situasi kerja.

4. Konflik

a. Pengertian Konflik

Konflik organisasi merupakan suatu proses interaksi yang terjadi akibat adanya ketidaksesuaian antara dua pendapat (sudut pandang) yang berpengaruh terhadap pihak-pihak yang terlibat baik pengaruh positif maupun pengaruh negatif. Ada beberapa jenis konflik menurut Stonerr Wankel, diantaranya yaitu :

1.1. Konflik Intrapersonal

Konflik intrapersonal adalah konflik seseorang dengan dirinya sendiri. Konflik terjadi bila pada waktu yang sama seseorang memiliki dua keinginan yang tidak mungkin dipenuhi sekaligus. Sebagaimana diketahui bahwa dalam diri seseorang itu biasanya terdapat hal-hal sebagai berikut:
§ Sejumlah kebutuhan-kebutuhan dan peranan-peranan yang bersaing

- Beraneka macam cara yang berbeda yang mendorong peranan-peranan dan kebutuhan-kebutuhan itu terlahirkan. Banyaknya bentuk halangan-halangan yang bisa terjadi di antara dorongan dan tujuan. Terdapatnya baik aspek yang positif maupun negatif yang menghalangi tujuantujuan yang diinginkan.

Ada tiga macam bentuk konflik intrapersonal yaitu :

- a). Konflik pendekatan-pendekatan, contohnya orang yang dihadapkan pada dua pilihan yang sama-sama menarik.

b). Konflik pendekatan – penghindaran, contohnya orang yang dihadapkan pada dua pilihan yang sama menyulitkan.

c). Konflik penghindaran-penghindaran, contohnya orang yang dihadapkan pada satu hal yang mempunyai nilai positif dan negatif sekaligus.

2) Konflik Interpersonal

Konflik Interpersonal adalah pertentangan antar seseorang dengan orang lain karena pertentangan kepentingan atau keinginan. Hal ini sering terjadi antara dua orang yang berbeda status, jabatan, bidang kerja dan lain-lain. Konflik interpersonal ini merupakan suatu dinamika yang amat penting dalam perilaku organisasi. Karena konflik semacam ini akan melibatkan beberapa peranan dari beberapa anggota organisasi yang tidak bisa tidak akan mempengaruhi proses pencapaian tujuan organisasi tersebut.

3) Konflik antar individu-individu dan kelompok-kelompok

Hal ini seringkali berhubungan dengan cara individu menghadapi tekanan-tekanan untuk mencapai konformitas, yang ditekankan kepada mereka oleh kelompok kerja mereka. Sebagai contoh dapat dikatakan bahwa seseorang individu dapat dihukum oleh kelompok kerjanya karena ia tidak dapat mencapai norma-norma produktivitas kelompok dimana ia berada.

4. Konflik antara kelompok dalam organisasi yang sama.

Konflik ini merupakan tipe konflik yang banyak terjadi di dalam organisasi-organisasi. Konflik antar lini dan staf, pekerja dan pekerja – manajemen merupakan dua macam bidang konflik antar kelompok.

5. Konflik antara organisasi

Contoh seperti di bidang ekonomi dimana Amerika Serikat dan negara-negara lain dianggap sebagai bentuk konflik, dan konflik ini biasanya disebut dengan persaingan. Konflik ini berdasarkan pengalaman ternyata telah menyebabkan timbulnya pengembangan produk-produk baru, teknologi baru dan servis baru, harga lebih rendah dan pemanfaatan sumber daya secara lebih efisien.

Tahapan-Tahapan Perkembangan kearah terjadinya Konflik :

1. Konflik masih tersembunyi (laten)

Berbagai macam kondisi emosional yang dirasakan sebagai hal yang biasa dan tidak dipersoalkan sebagai hal yang mengganggu dirinya.

2. Konflik yang mendahului (antecedent condition)

Tahap perubahan dari apa yang dirasakan secara tersembunyi yang belum mengganggu dirinya, kelompok atau organisasi secara keseluruhan, seperti timbulnya tujuan dan nilai yang berbeda, perbedaan peran dan sebagainya.

3. Konflik yang dapat diamati (*perceived conflicts*) dan konflik yang dapat dirasakan (*felt conflict*) Muncul sebagai akibat antecedent condition yang tidak terselesaikan.

4. Konflik terlihat secara terwujud dalam perilaku (*manifest behavior*)Upaya untuk mengantisipasi timbulnya konflik dan sebab serta akibat yang ditimbulkannya; individu, kelompok atau organisasi cenderung melakukan berbagai mekanisme pertahanan diri melalui perilaku.

5. Penyelesaian atau tekanan konflikPada tahap ini, ada dua tindakan yang perlu diambil terhadap suatu konflik, yaitu penyelesaian konflik dengan berbagai strategi atau sebaliknya malah ditekan.

6. Akibat penyelesaian konflikJika konflik diselesaikan dengan efektif dengan strategi yang tepat maka dapat memberikan kepuasan dan dampak positif bagi semua pihak. Sebaliknya bila tidak, maka bisa berdampak negatif terhadap kedua belah pihak sehingga mempengaruhi produktivitas kerja. Widjaja 2010: 94.

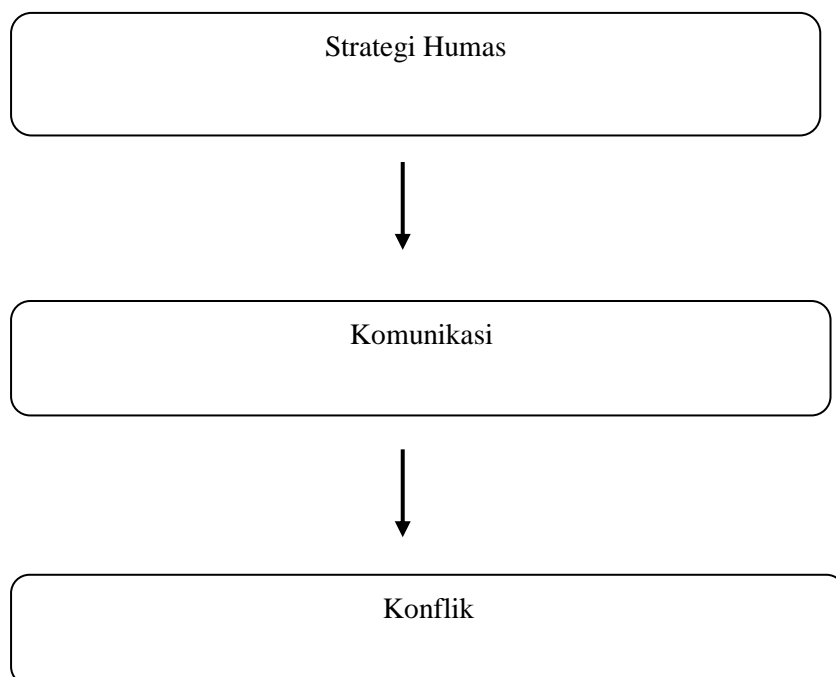
BAB III

METODE PENELITIAN

1. Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penulisan deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Metode deskriptif adalah suatu metode dalam meneliti status kelompok manusia, suatu objek, suatu kondisi, suatu sistem pemikiran ataupun suatu kelas pemikiran pada masa sekarang. Menurut Bogdan dan Taylor dalam Maleong (2007:3), penulisan deskriptif kualitatif akan menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Menurut Rakhmat (2006:63), penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan menggunakan pernyataan-pernyataan dan data yang sifatnya hanya menggolongkan.

2. Kerangka Konsep



3. Kategorisasi

Setelah mendapatkan catatan lapangan dan kode-kode penelitian, tahap selanjutnya adalah *write-ups!*. Yaitu menuliskan beberapa data yang diperoleh ke dalam beberapa kategori. Kategori yang digunakan dapat merupakan kategori yang dikembangkan sendiri oleh peneliti, kategori dari responden (kategori emik), kategori dari peneliti terdahulu (kategori etik), atau menggabungkan semua kategori tadi. (Alwasilah dalam, Sundusiah 2010:15).

Setelah dilakukan pengategorisasian, selanjutnya jelaskanlah setiap kategori dan buatlah aturan yang memayungi kategori tersebut. Guba dan Lincoln (1981) dalam Alwasilah dalam Sundusiah (2010:16). Menjelaskan mekanisme konvergensi dan divergensi dalam mengembangkan kategori. Mekanisme konvergensi merujuk pada mekanisme pengumpulan data atau informasi sejenis dalam satu payung kategori dengan argumen homogenitas. Sedangkan mekanisme divergensi mengacu pada pencopotan data atau informasi dari kategori yang sudah ada terbentuk dengan argumen heterogenitas.

Berikut ini adalah tabel kategorisasi

Kategorisasi	Indikator
Komunikasi Humas Gojek Online Dalam Menangani Konflik Dengan Pengemudi Becak Motor di Medan	<ul style="list-style-type: none">• Komunikasi• Humas• Konflik

4. Defenisi Konsep

Nawawi (1992:12) mengemukakan konsep adalah istilah atau defenisi yang digunakan untuk menggambarkan secara abstrak kejadian, kelompok, atau individu yang menjadi pusat penelitian ilmu sosial. Jelasnya, defenisi konsep dimaksud untuk merubah konsep-konsep yang berupa konstitusi dengan kata-kata yang menggunakan perilaku atau gejala yang dapat diamati dan dapat ditentukan kebenarannya oleh orang lain. Maka konsep-konsep yang berkaitan dengan penelitian ini adalah :

1. Komunikasi eksternal ialah komunikasi antara pimpinan organisasi atau instansi dengan khalayak diluar organisasi
2. Humas adalah salah bagian organisasi yang memiliki fungsi menjalin hubungan, interaksi, dan kerja sama organisasi dengan pihak masyarakat yang berkaitan dengan organisasi tersebut.
3. Konflik adalah suatu proses interaksi yang terjadi akibat adanya ketidaksesuaian antara dua pendapat (sudut pandang) yang berpengaruh terhadap pihak-pihak yang terlibat baik pengaruhpositif maupun pengaruh negatif.

5. Informan/Narasumber

Menurut Moleong (2000 : 90), “informan adalah orang yang dimanfaatkan untuk memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar penelitian secarafaktual”. Dalam menentukan informan, yang pertama dilakukan adalahmenjabarkan ciri-ciri atau karakteristik dari populasi objek, yang dipilih adalahinforman yang mengetahui dengan jelas dan sesuai dengan tujuan

daripermasalahan. Adapun yang dijadikan sebagai informan dalam penelitian ini adalah Humas Gojek Kota Medan yang berjumlah 6 orang, diantaranya 1 orang pimpinan dan 5 orang driver gojek.

6. Teknik Pengumpulan Data

- a. *In Depth Interview* (Wawancara mendalam) adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman (guide) wawancara.
- b. Observasi merupakan teknik pengumpulan data, dimana penulis melakukan pengamatan secara langsung ke objek penelitian untuk melihat dari dekat kegiatan yang dilakukan (Ruslan, 2010:104).Beberapa bentuk observasi yang dapat digunakan dalam penelitian kualitatif, yaitu observasi partisipasi, observasi tidak terstruktur, dan observasi kelompok tidak terstruktur.
- c. Teknik Dokumentasi, menurut Sugiyono (2013:240) dokumen merupakan catatan peristiwa yang sudah berlalu. Dokumen bisa berbentuk tulisan, gambar, atau karya-karya monumental dari seorang.
- d. Studi Kepustakaan Studi pustaka merupakan langkah awal dalam metode pengumpulan data.Studi pustaka merupakan metode pengumpulan data yang diarahkan kepadapencarian data dan informasi melalui dokumen-dokumen, baik dokumen tertulis,foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalamproses penulisan.”Hasil penelitian juga akan semakin

kredibel apabila didukung foto-foto atau karya tulis akademik dan seni yang telah ada. (Sugiyono, 2012:83).

7. Teknik Analisis Data

Moleong, (2001) mengatakan bahwa teknik analisis data yang digunakan adalah teknik analisa data kualitatif, yaitu dengan menyajikan data yang dimulai dengan menelaah data yang tersedia dari berbagai sumber data yang terkumpul mempelajari data, menelaah, menyusunnya dalam satuan-satuan yang kemudian dikategorikan pada tahap berikutnya dan memeriksa keabsahan data serta menafsirkannya dengan analisis sesuai dengan kemampuan daya nalar penulis untuk membuat kesimpulan penelitian. Penggunaan metode tersebut dengan pertimbangan bahwa penelitian ini berusaha untuk menggambarkan bagaimana humas Gojek di Kota Medan menanggapi konflik yang tengah mengancam keberadaan ojek berbasis online ini.

Sebelum dianalisa data-data penulis peroleh dalam penelitian terlebih dahulu diklasifikasikan sesuai dengan jenisnya sehingga didapatkan data yang benar-benar lengkap sesuai dengan tujuan dan fokus penelitian, kemudian data tersebut ditabulasikan sehingga akan memudahkan di dalam mengolah dan menganalisanya.

8. Waktu dan Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian ini adalah di Kantor Gojek Medan, Jalan Gaharu, Durian, Perintis, Medan Timur, Perintis, Medan Tim., Kota Medan, Sumatera Utara 20235, IndonesiaTelepon:[+62 61 80501693](tel:+626180501693)

BAB IV

ANALISA DATA HASIL PENELITIAN

A. Proses pengumpulan data

Proses pengumpulan data analisa hasil penelitian ini, peneliti harus langsung turun kelapangan yang akan kita analisa, Sebagai tahap awal peneliti mengajukan permohonan ke Humas/Pimpinan Go-Jek Medan, setelah mendapat izin dari beliau maka penelitiselanjutnya mengajukan permohonan kepada pihak kampus untuk memperbolehkan surat izin penelitian dimaksud.

Setelah mendapatkan izin penelitian, dan data pendukung untuk melakukan penelitian ke lokasi desa tersebut, dari kampus maka selanjunya baru muulai melakukan obsevasi serta pengamatan langsung kepada Humas/Pimpinan Go-Jek, Pengemudi Go-Jek dan Pengemudi Becak Motor.

Peneliti harus melakukan wawancara dengan mendatangi Humas\Pimpinan, pengemudi Go-Jek, dan Pengemudi Becak Bermotor dan meminta izin kepada bapak atau ibu tersebut bersedia untuk diwawancarai responden dalam penelitian ini. Setelah mendapatkan data tersebut peneliti langsung melakukan analisis data sesuai metode yang dipakai serta melakukan pembahasan sesuai pengelompokan pada tiap katagori.

B. Penyajian Data

Analisis data yang dilakukan peneliti berdasarkan pada setiap katagori yang sudah ditemukan sehingga dengan mudah peneliti melakukan verifikasi data dan penarikan kesimpulan. Berikut penyajian data berdasarkan wawancara dilapangan.

Wawancara langsung kepada humas/pimpinan Go-Jek

Nama :

Umur :

Pekerjaan :

1. Apakah pendapat anda selaku Humas/Pimpinan Go-Jek terhadap tuntutan Pembetor untuk menutup ojek Berbasis Online khususnya untuk Go-Jek ?
Menjawab bahwa tuntutan yang dilakukan pembetor sangatlah tidak wajar, sebab masing-masing manusia untuk mencari makan dengan cara yang berbeda.
2. Bagaimana sikap anda selaku Pimpinan/Humas Go-Jek menghadapi konflik yang tengah terjadi ?
Dirinya menjawab dalam menghadapi konflik yang tengah terjadi, dirinya bekerjasama dengan Go-Jek pusat untuk melakukan kerjasama agar hubungan dengan pembetor tetap baik. Intinya mereka tetap tenang.
3. Apakah tuntutan-tuntutan yang dilakukan pembetor terhadap Go-Jek sepenuhnya di penuhi ?
Tentunya tidak, sebab tuntutan-tuntutan yang mereka ciptakan tidaklah masuk akal.
4. Bagaimana sikap anda menghadapi segala bentuk intimidasi dari pembetor seperti dalam bentuk ancaman untuk Go-Jek harus di hapus keberdaannya ?

Saya menyikapinya dengan baik, tetap berfikir positif. Go-Jek merupakan alat transportasi baru, maka dari itu Go-jek memilih untuk mengalah tapi tidak mundur.

5. Apakah keselamatan pengemudi Go-Jek dijamin oleh perusahaan ?

Untuk asuransi tidak, tapi jika terjadi apa-apa dengan pengemudi Go-Jek kita akan tanggung jawab, sebab bagaimana pun pengemudi Go-Jek masuk dalam keluarga besar perusahaan Go-Jek.

6. Apakah atribut seperti jaket pengemudi yang dibalik, tidak menggunakan helm Go-Jek merupakan kebijakan dari perusahaan ?

Tidak, itu hanya kebijakan yang dibuat oleh pengemudi Go-Jek. Mereka sepakat dilapangan untuk mencari aman.

7. Apakah anda merasa takut ?

Tentunya tidak, untuk apa kita takut. Semua bisa dihadapi bersama-sama.

8. Apakah aksi pembetor membuat resah seluruh karyawan/driver Go-Jek menjadi resah ?

Dirinya mengatakan memang benar awalnya pengemudi Go-Jek merasa resah dengan kejadian yang menimpa, namun lama kelamaan mereka (Pengemudi Go-Jek- red) asik-asik aja.

9. Apakah anda setuju GO-Jek harus di hapuskan ?

Masalah penghapusan Go-Jek, Dirinya mengatakan tidak akan setuju, sebab dengan adanya Go-Jek, memudahkan masyarakat untuk beraktivitas di luar tanpa membawa kendaraan sendiri.

10. Bagaimana jika Go-Jek harus di hapuskan ?

Jika Go-Jek dihapuskan, sangat disayangkan jika benar.

Nama Driver : Amri Abdi

Umur : 40 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Jawablah Pertanyaan di Bawah Ini :

1. Apa pendapat anda tentang tuntutan pembetor terhadap perusahaan Go-jek ?

Gak masuk akal, karena semua sama-sama mencari makan dijalanan, jadi tidak ada batasn dan tidak ada larangan, siapa saja boleh mengais rejeki di jalan ini. Yang penting semangat, pantang menyerah dan tak malas-malasan seperti mereka (Pembetor-red).

2. Bagaimana anda menyingkapi tuntutan tersebut

Diami saja, jika mereka ngajak ribut akan kita ributi kembali karena kita tidak mencari musuh, musuh datang kita tampung

3. Apakah anda pernah mendapatkan perlakuan yang tidak menyenangkan dari pembetor ?

Syukurnya sampai saat ini belum pernah mendapatkan perlakuan yang seperti itu, jika pun ada pastinya akan kita lawan. Tidak menyerah, karna ini soal cari makan.

4. Apa tindakan anda terhadap ancaman yang sering didapatkan oleh driver Go-Jek ?

Karena tidak pernah dapat, maka saya juga belum bisa memastikan tindakan apa yang harus saya lakukan.

5. Sudah berapa lama anda menjadi driver Go-Jek ?

Kurang lebih hampir setahun.

6. Apakah anda merasa takut ?

Pastinya saya tidak pernah merasa takut.

7. Apa yang menjadi harapan anda ?

Harapan saya semua menggunakan Go-Jek dan tidak usah naik betor, naik angkot, dan damri. Agar pendapatan kami lebih memadai.

Nama Driver : Agus

Umur : 27 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki

Jawablah Pertanyaan di Bawah Ini :

1. Apa pendapat anda tentang tuntutan pembetor terhadap perusahaan Go-jek

Dirinya menjawab bahwa tuntutan yang dilakukan pembetor sangat keterlaluan. Sebab, masing-masing manusia memiliki hak yang sama untuk mencari nafkah dimanapun berada. “Terserah kita kan mau nyari makan dengan cara apa,” ungapnya.

2. Bagaimana anda menyingkapi tuntutan tersebut

Agus mengungkapkan dengan santai, “Cuek aja bang,”.

3. Apakah anda pernah mendapatkan perlakuan yang tidak menyenangkan dari pembetor ?

Sampai saat ini, dirinya belum mendapatkan perlakuan yang tidak menyenangkan dari pembetor. “Alhamdulillah masih lancar-lancar saja,” jawabnya.

4. Apa tindakan anda terhadap ancaman yang sering didapatkan oleh driver Go-Jek ?

Agus menjawab, tidak ada tindakan, sebab dirinya belum pernah mendapatkan ancaman. “Kedepanya semoga tidak ada konflik lagi,”.

5. Sudah berapa lama anda menjadi driver Go-Jek ?

Agus mengatakan bahwa dirinya menjadi driver sudah 7 bulan. “Sudah 7 bulan saya bergabung dengan Go-Jek, dan ini merupakan kerjaan utama saya setelah saya resign dari pekerjaan lama saya,”.

6. Apakah anda merasa takut ?

Jawab: Tidak, Agus tidak merasa takut dengan bentuk ancaman apapun.

7. Apa yang menjadi harapan anda ?

Jawab: Semoga Go-Jek tetap menjadi alat transportasi yang utama di Kota Medan.

Nama Driver : Hadi

Umur : 37 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Jawablah Pertanyaan di Bawah Ini :

1. Apa pendapat anda tentang tuntutan pembetor terhadap perusahaan Go-jek ?

Jawab: Seharusnya tidak sampai seperti itu, sampai meneror pengemudi Go-Jek, karena kami pun sama seperti mereka. Sama-sama mencari makan untuk menyambung hidup. Persoalan ini bisa di selesaikan dengan cara kepal dingin dan tidak seperti itu.

2. Bagaimana anda menyingkapi tuntutan tersebut

Jawab: Tidak ambil pusing, dan lebih berhati-hati lagi terutama lebih berhati-hati di jalanan seperti tempat di dekat rel kreta api dan di mal-mal Kota Medan.

3. Apakah anda pernah mendapatkan perlakuan yang tidak menyenangkan dari pembetor ?

Jawab: ya, saya pernah mendapatkannya. Kemarin saya lewat menggunakan helm Go-Jek, tiba-tiba saja mereka berlari dan seperti mengejar saya. Sontak saya cepat-cepat mengebut dan kabur.

4. Apa tindakan anda terhadap ancaman yang sering didapatkan oleh driver Go-Jek ?

Jawab: Karena saya sendiri, dan saat itu tidak ada rekan lain saya memilih kabur dan menghindar.

5. Sudah berapa lama anda menjadi driver Go-Jek ?

Jawab: Hampir jalan 10 bulan saya menjadi pengemudi Go-Jek

6. Apakah anda merasa takut ?

Jawab: Demi keluarga anak istri saya tidak pernah merasa takut akan adanya ancaman yang menghantui saya.

7. Apa yang menjadi harapan anda ?

Jawab: Saya berharap agar konflik ini disudahi saja, sebab yang namanya sama-sama cari makan ya harus saling memudahkan.

Nama Driver : Syahrul Maulana

Umur : 33 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-laki

Jawablah Pertanyaan di Bawah Ini :

1. Apa pendapat anda tentang tuntutan pembetor terhadap perusahaan Go-jek ?

Jawab: Sangat disayangkan terhadap tuntutan pembetor terhadap Go-Jek.

Mereka tidak fair. Sama-sama cari makan seharusnya tidak seperti itu.

2. Bagaimana anda menyingkapi tuntutan tersebut ?

Jawab: Dengan adanya mereka seperti itu, ya tetap santai aja. Kita disini sudah banyak pengemudi Go-Jeknya makanya saya yakin semua pengemudi Go-Jek Saling solid.

3. Apakah anda pernah mendapatkan perlakuan yang tidak menyenangkan dari pembetor ?

Jawab: Pernah mendapatkan, tapi saya fikir itu bukanlah sebagai perlakuan yang tidak enak. Sebab kemarin ada sedikit yang menjadi salah paham.

4. Apa tindakan anda terhadap ancaman yang sering didapatkan oleh driver Go-Jek ?

Jawab: Saya tidak bertindak apa-apa, sebab saya juga tidak mau adanya konflik. Kasian anak istri dirumah menunggu saya pulang keraja bang. Tapi terkecuali jika mereka bertindak anarkis, dan membahayakan keselamatan saya. Kalau itu saya perang pun jadi.

5. Sudah berapa lama anda menjadi driver Go-Jek ?

Jawab : Kurang lebih hampir 6 bulan. Saya betah di Go-Jek, karena saya mendapatkan pemasukan yang lebih dari sini.

6. Apakah anda merasa takut ?

Jawab: Sama sekali tidak merasa takut saya.

7. Apa yang menjadi harapan anda ?

Jawab: Semoga pembetor segera cepat sadar dengan tuntutan yang mereka buat.

Nama Driver : Jhon Paung

Umur :34 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Jawablah Pertanyaan di Bawah Ini :

1. Apa pendapat anda tentang tuntutan pembetor terhadap perusahaan Go-jek ?

Jawab: Sangat kurang ajar, tidak tau etika. Tidak memiliki perasaan.

Dikira mereka cari makan itu gampang, orang cari makan dengan cara yang berbeda-beda. Jangan samakan dengan mereka. Jika Go-Jek ini di anggap menutup rezeki mereka tidak mungkinlah. Tuhan itu maha adil. Tuhan itu tidak jahat, manusianya aja yang berfikir kalau tuhan itu tidak memberikan apa-apa.

2. Bagaimana anda menyingkapi tuntutan tersebut

Jawab: Ini sudah sangat mengganggu sekali untuk pengemudi Go-Jek, sebab mereka membuat resah. Mereka melakukan teror, ancaman bahkan ada yang langsung membabi buta. Saya menyikapi ini dengan miris sekali.

3. Apakah anda pernah mendapatkan perlakuan yang tidak menyenangkan dari pembetor ?

Jawab: Tidak pernah, jika pun ada saya akan duluan untuk turun tangan. Saya tentang mereka, mau apa rupanya.

4. Apa tindakan anda terhadap ancaman yang sering didapatkan oleh driver Go-Jek ?

Jawab: Jika saya mendapatkkan ancaman, akan say ancam lagi mereka. Saya tidak mau kalah dengan mereka. Kita sama-sama cari makan disini.

5. Sudah berapa lama anda menjadi driver Go-Jek ?

Jawab: Sudah cukup lama saya jadi pengemudi Go-Jek. Tepatnya saya kurang tau. Pokoknya ketika konflik-konflik terjadi saya sudah bergabung dengan Go-Jek.

6. Apakah anda merasa takut ?

Jawab: Tidak, saya tidak takut.

7. Apa yang menjadi harapan anda ?

Jawab: Saya berharap, merekalah yang diberi pembinaan. Jika mereka ingin Go-Jek, ya silahkan bergabung. Jika tidak jangan ganggu.

Nama Driver : Muhammad Rizki

Umur : 25 Tahun

JenisKelamin : Laki-Laki

JawablahPertanyaan di BawahIni :

1. Apa pendapat anda tentang tuntutan pembetor terhadap perusahaan Go-jek ?

Jawab: Mereka hanya mementingkan pribadi mereka sendiri, mereka hanya memikirkan nasib mereka saja. Padahal sama-sama cari makan.

2. Bagaimana anda menyingkapi tuntutan tersebut

Jawab: Selama mereka tidak anarkis, ya saya tidak peduli

3. Apakah anda pernah mendapatkan perlakuan yang tidak menyenangkan dari pembetor ?

Jawab: Tidak, sampai saat ini saya belum pernah mendapatkan

4. Apa tindakan anda terhadap ancaman yang sering di dapatkan oleh driver Go-Jek ?

Jawab: Kemungkinan besar apa yang mereka lakukan kepada saya, maka akan saya lakukan kepada mereka. Artinya harus di balas.

5. Sudah berapa lama anda menjadi driver Go-Jek ?

Jawab: Kurang lebih 4 bulan

6. Apakah anda merasa takut ?

Jawab: Tentunya tidak

7. Apa yang menjadi harapan anda ?

Jawab: Saya berharap agar pembetor tidak anarkis seperti yang sebelumnya telah mereka lakukan kepada pengemudi Go-Jek.

Nama Pembetor : L Marbun

Umur : 56 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Jawablah Pertanyaan di BawahIni :

1. Mengapa anda ikut serta untuk menuntut penghapusan Go-Jek ?

Jawab: Karena mereka menutup jalan kami. Dengan adanya keberadaan mereka, becak kami sunyi dan peminatnya menjadi kurang.

2. Apa pendapat anda terhadap keberadaan Go-Jek ?

Jawab: Mereka sudah sangat meresahkan kami sebagai pembetor, uang masuk kami berkurang secara drastis. Dan ongkos yang mereka tawarkan kepada penumpang sangatlah jauh di bawah kami.

3. Apakah anda takut atas keberadaan Ojek Online khususnya Go-jek ?

Jawab: Tidak, saya tidak merasa takut atas keberadaan mereka, tapi saya tmerasa khawatir atas penurunan omset yang biasa saya dapatkan

4. Apa yang menjadi keinginan utama anda sebagai pembetor ?

Jawab: Maunya saya tarif Go-Jek di sama ratakan dengan ongkos becak.
Dan jika bisa Go-Jek harus di hapuskan

5. Apa harapan anda ?

Jawab: Saya berharap agar tuntutan kami segera di kabulkan.

Nama Pembetor : Ferdinan Manurung

Umur : 55 Tahun

Jenis Kelamin : Laki-Laki

Jawablah Pertanyaan di BawahIni :

1. Mengapa anda ikut serta untuk menuntut penghapusan Go-Jek ?

Jawab: Karena mereka sudah semena-mena membuat tarif harga kepada penumpang.

2. Apa pendapat anda terhadap keberadaan Go-Jek ?

Jawab: Mereka menutup uang masuk sehari-hari kami. Yang seharusnya dapat seratu atau dua ratus ribu, kini untuk mendapatkan lima puuh ribu saja susah.

3. Apakah anda takut atas keberadaan Ojek Online khususnya Go-jek ?

Jawab: Sebenarnya tidak takut, tapi kami pembetor sepakat bahwa mereka harus di bubarkan.

4. Apa yang menjadi keinginan utama anda sebagai pembetor ?

Jawab: Keinginan utama saya adalah membubarkan ojek berbasis online, khususnya Go-Jek.

5. Apa harapan anda ?

Jawab: Harapanya agar cepat terealisasi.

Nama Pembetor : Lumban Gaol

Umur : 55

Jenis Kelamin :Laki-Laki

Jawablah Pertanyaan di BawahIni :

1. Mengapa anda ikut serta untuk menuntut penghapusan Go-Jek ?

Jawab: Karena mereka sudah merebut lahan mencari uang kami sebagai penarik becak. Semua masyarakat sudah beralih ke Go-Jek.

2. Apa pendapat anda terhadap keberadaan Go-Jek ?

Jawab: Bagi saya kehadiran mereka itu ilegal, mereka tidak memiliki izin sebagai angkutan umum. Kami selalu bayar pajak ini itu biar kami pun mencari uang bisa leluasa. Karena kami izin kami sering diperiksa sama pemerintah.

3. Apakah anda takut atas keberadaan Ojek Online khususnya Go-jek ?

Jawab: Kehadiran mereka sangat mengancam kami. Kalau untuk bersaing secara sehat kami pasti kalah. Bayangkan saja, orang sekarang tak perlu lagi menunggu angkutan di pinggir jalan. Cukup dari rumah uda bisa orang manggil Go-jek, dan yang seperti kami ini pasti ditinggalkan, apalagi angkutan online itu murah harganya.

4. Apa yang menjadi keinginan utama anda sebagai pembetor ?

*Jawab:*Pemerintah harus tegas, mereka itu ilegal. Kalau mereka ingin tetap ada, ya harus ikutlah aturan di negara ini. dan jangan juga buat harga yang murah seperti itu. Harganya harus sesuaikan dengan harga pasaran. Jadi tidak akan ada orang yang dirugikan disini.

5. Apa harapan anda ?

Jawab: Kalau saya maunya Go-jek itu dibubarkan. Tapi kita tunggu ajalah kayak mana sikap pemerintah. Pasti adalah solusi yang terbaik itu nanti.

NamaPembetor : Romeo Hutagalung

Umur : 32 Tahun

JenisKelamin : Laki-Laki

JawablahPertanyaan di BawahIni :

1. Mengapa anda ikut serta untuk menuntut penghapusan Go-Jek ?

Jawab: Kami sudah banyak kehilangan pelanggan tetap, jadinya kami sebagai pembetor menuntut kepada pemerintah untuk segera menutup atau menghapuskan ojek online.

2. Apa pendapat anda terhadap keberadaan Go-Jek ?

Jawab: Sangat menggagnggu kami sebagai pembetor disini, uang masuk kami jadi bekurang drastis.

3. Apakah anda takut atas keberadaan Ojek Online khususnya Go-jek ?

Jawab: Tidak, kami tidak takut, bahkan perang pun jadi dengan Go-Jek.

4. Apa yang menjadi keinginan utama anda sebagai pembetor ?

Jawab: Gojek harus di hapuskan

5. Apa harapan anda ?

Jawab: Harapan saya semoga gojek segera dihapuskan

Nama Pembetor : Aulia Rahman

Umur : 45 Tahun

JenisKelamin : Laki-Laki

Jawablah Pertanyaan di Bawah Ini :

2. Mengapa anda ikut serta untuk menuntut penghapusan Go-Jek ?

Jawab: Saya tidak ikut, saya berserah diri dengan tuhan saja jika rezeki saya tidak di situ. karena semua orang cari makan dengan cara yang berbeda beda.

3. Apa pendapat anda terhadap keberadaan Go-Jek ?

Jawab: Pendapat saya ya santai santai aja, soalnya mereka kan juga nyari makan.

4. Apakah anda takut atas keberadaan Ojek Online khususnya Go-jek ?

Jawab: Tidak ada yang harus di takutkan, semua punya masing-masing

5. Apa yang menjadi keinginan utama anda sebagai pembetor ?

Jawab: Saya inginnya semua tetap tenang dan kondusif. Tidak ada yang harus di takutkan, tidak ada yang harus di musuhi.

6. Apa harapan anda ?

Jawab: Harapan saya baik pembetor maupun Go-Jek tetap damai tidak ada konflik yang berkepanjangan.

C. Pembahasan.

Dari hasil penelitian yang dilakukan melalui wawancara pimpinan Go-Jek medan mengatakan bahwa tuntutan yang dilakukan pembetor tidaklah masuk akal. Sebab, dirinya menilai bahwa itu tidak mungkin dilakukan karena dengan adanya Go-Jek menambah pemasukan ke dalam pendapatan daerah. Dan dia juga mengatakan sangatlah tidak wajar, sebab masing-masing manusia untuk mencari makan dengan cara yang berbeda.

Dirinya juga mengatakan dalam menghadapi konflik yang tengah terjadi, dirinya bekerjasama dengan Go-Jek pusat untuk melakukan kerjasama agar hubungan dengan pembetor tetap baik. Intinya mereka tetap tenang. Tentunya tidak, sebab tuntutan-tuntutan yang mereka ciptakan tidaklah masuk akal. Dalam sikap untuk menghadapi segala bentuk intimidasi dari pembetor seperti dalam bentuk ancaman untuk Go-Jek harus di hapus keberdaannya

Dia menyikapinya dengan baik dan tetap berfikir positif. Go-Jek merupakan alat transportasi baru, maka dari itu Go-jek memilih untuk mengalah tapi tidak mundur. Untuk keselamatan pengemudi Go-Jek yang dijamin oleh perusahaan, Go-Jek mengatakn untuk asuransi tidak, tapi jika terjadi apa-apa dengan pengemudi, pihak Go-Jek akan tanggung jawab, sebab bagaimana pun pengemudi Go-Jek masuk dalam keluarga besar perusahaan .

Penggunaan atribut seperti jaket pengemudi yang dibalik, tidak menggunakan helm Go-Jek merupakan bukan dari kebijakan dari perusahaan melainkan itu dari kebijakan yang dibuat oleh pengemudi Go-Jek. Mereka sepakat

dilapangan untuk mencari aman. Dalam mengatasi persoalan bisa di hadapi dengan bersama. Tidak ada yang harus di khawatirkan ataupun ditakutkan.

Untuk aksi pembetor membuat resah seluruh karyawan/pengemudi Go-Jek memang benar awalnya merasa resah dengan kejadian yang menimpa, namun lama kelamaan mereka (Pengemudi Go-Jek- red) asik-asik aja. G0-Jek harus di hapuskan ? tidak akan ada yang setuju, sebab dengan adanya Go-Jek, memudahkan masyarakat untuk beraktivitas di luar tanpa membawa kendaran sendiri. Namun apabila Jika Go-Jek tetap dihapuskan, sangat disayangkan, sebab di zaman sekarang yang sulit mendapatkan kerja kini membuat segelintir orang merasa putus asa. Sebab tidak ada perkejaan yang siap menampung tenaga kerja yang belum berpengalaman.

Informan I mengatakan pendapat tentang tuntutan pembetor terhadap perusahaan Go-jek sangatlah tidak masuk akal, karena semua sama-sama mencari makan dijalanan, jadi tidak ada batasana dan tidak ada larangan, siapa saja boleh mengais rejeki di jalan ini. Yang penting semangat, pantang menyerah dan tak malas-malasan seperti mereka (Pembetor-red).

Untuk menyingkapi tuntutan, dirinya mengatakan untuk tetap diam.karena kita tidak mencari musuh. Mendapatkan perlakuan yang tidak menyenangkan dari pembetor sampai sat ini belum ada di rasakannya, jika pun ada mereka akan melawan dan menindak tegas dan habis pelakunya. Syukurnya sampai saat ini belum pernah mendapatkan perlakuan yang seperti itu, jika pun ada pastinya akan kita lawan. Tidak menyerah, karna ini soal cari makan. Untuk tindakan terhadap ancaman yang sering didapatkan pengemudi Go-Jek belum bisa memastikan

tindakan apa yang diambil sebab, ia tidak pernah mendapat perlakuan kasar. Sudah setahun pengemudi Go-Jek sudah turut bergabung. Informan tidak merasa takut dan menjadi harapan agar masyarakat menggunakan Go-Jek saja untuk transportasi.

Informan II . Mengenai pembetor ikut serta untuk menuntut penghapusan Go-Jek, Karena mereka menutup jalan kami. Dengan adanya keberadaan mereka, becak kami sunyi dan peminatnya menjadi kurang. Mengenai pendapat terhadap keberadaan Go-Jek, pembetor mengatakan Mereka sudah sangat meresahkan, uang masuk mereka berkurang secara drastis. Dan ongkos yang mereka tawarkan kepada penumpang sangatlah jauh di bawah rata-rata. Adanya keberadaan Ojek Online khususnya Go-jek menimbulkan ketakutan atas keberadaan mereka, tapi informan kedua tidak merasa khawatir atas penurunan omset yang biasa didapatkannya. Keinginan utama pembetor menyamakan tarif Go-Jek dan disamakan dengan ongkos becak. Untuk harapan pembetor berharap agar tuntutan kami segera di kabulkan. Informan III. mengatakan ikut serta untuk menuntut penghapusan Go-Jek Karena mereka menutup jalan untuk mendapatkan rezeki. Dengan adanya keberadaan mereka, masyarakat yang ingin menggunakan jasa pembetor sunyi dan peminatnya menjadi kurang. Apapun pendapat terhadap keberadaan Go-Jek merupakan sudah meresahkan pembetor, untuk uang masuk berkurang secara drastis. Dan ongkos yang mereka tawarkan kepada penumpang sangatlah jauh di bawah rata-rata.

Keberadaan Ojek Online khususnya Go-jek tidak membuat pembetor merasa takut, namun timbul rasa khawatir atas penurunan omset yang sudah biasa

di dapat. Keinginan utama sebagai pembetor yaitu menyamakan rata-rakan dengan ongkos becak. dia berharap agar tuntutan pembetor segera di kabulkan.

Infoman IV. menuntut penghapusan Go-Jek Karena mereka sudah merebut lahan mencari uang kami sebagai penarik becak. Semua masyarakat sudah beralih ke Go-Jek. Pendapat terhadap keberadaan Go-Jek .mereka di anggap ilegal, mereka tidak miliki izin sebagai angkutan umum. Kami selalu bayar pajak ini itu biar kami pun mencari uang bisa leluasa. Karena kami izin kami sering diperiksa sama pemerintah. Untuk takut atas keberadaan Ojek Online khususnya Go-jek terbilang telah mengancam jika untuk bersaing secara sehat kami pasti kalah. Bayangkan saja, orang sekarang tak perlu lagi menunggu angkutan di pinggir jalan. Cukup dari rumah uda bisa orang manggil Go-jek, dan yang seperti ini pasti ditinggalkan, apalagi angkutan online itu murah harganya. Menjadi keinginan utama anda sebagai pembetor yaitu Pemerintah harus tegas,terhadap mereka yang di anggap ilegal. jikalau memang ingin tetap ada, harus mengikuti aturan di negara ini. dan jangan juga buat harga yang murah seperti itu. Harganya harus sesuaikan dengan harga pasaran. Jadi tidak akan ada orang yang dirugikan disini.

Harapan agar Go-Jek dibubarkan, namun kita di tunggu bagaiana sikap pemerintah. Pasti adalah solusi yang terbaik itu nanti.

Setiap informan menyapaikan bahwa keinginan mereka untuk menuntut penghapusan Ojek-Online atau Gojek harus segera terealisasi. Sebab menurut informan, Gojek sudah menutup rezeki pembetor. ojek makan malam, disaat itulah informan bercerita tentang kehidupan. Disaat ini sering dipengaruhi oleh dunia luar, perbedaan remaja dulu dengan sekarang jauh berbeda, tingkah laku

dan perilaku remaja yang tidak mempunyai moral karena kurangnya pengetahuan agama dan didikan dari orang tua .Dengan mendengarkan tututan pembetro, Peimpin/Humas Gojek dengan tegas menyikpi hal tersebut

BAB V

PENUTUP.

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan tentang Komunikasi Humas Gojek Online Dalam Menangani Konflik Dengan Pengemudi Becak Motor di Medan dengan wawancara, maka dapat di peroleh kesimpulan sebagai berikut :

:

1. Humas/Pimpian gojek melakukan komunikasi yang baik terhadap pembetor untuk melakukan aksi yang damai tanpa harus secara kasar.
2. Secara umum keberadaan Go-Jek sendiri menjadi transportasi alternatif untuk masyarakat yang tidak ingin menggunakan kendaraanya untuk melakukan aktivitas di luar rumah. .
3. Pimpinan/Humas Go-Jek memiliki cara tersendiri untuk mengatasi konflik dengan pembetot.
4. Komunikasi eksternal Humas Gojek Dalam Menangani Konflik Dengan Pengemudi Becak Motor di Medan positif. Hal ini terbukti saat terjadinya konflik, Humas/Pimpinan Go-Jek langsung dapat mengatasinya tanpa berarut-larut.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian tentang Komunikasi eksternal Humas Gojek Dalam Menangani Konflik Dengan Pengemudi Becak Motor di Medan, , maka memberikan beberapa saran sebagai berikut :

2. Upaya yang di lakukan terhadap pemblokiran situs islam di internet terhadap tuntutan yang dilakukan pembetor merupakan hal yang tidak wajar. sebab, adapub tuntutan yang dilakukan mereka merupakan penghapusan adanya Gojek yang di anggap pembetor sudah menutup rezeki mereka, sehingga pendapatan pembetor tidak memadai haruslah sesuai dengan kenyataan yang ada dan di barengi dengan bukti-bukti yang konkrit sehingga masyarakat dapat menerimanya, kemudian memberikan alasan yang kuat kepada masyarakat luas agar tidak menimbulkan salah paham sehingga tidak dapat memicu aksi kekerasan terhadap penolakan Go-Jek di Medan.
3. Sebaiknya peran masyarakat juga ikut selalu membantu untuk menjaga ketertiban publik, kedamaian antar beragama, dan tidak menimbulkan unsur provokator yang dapat saling mengadu dombakan antar kepentingan kelompok satu dengan kepentingan kelompok lainnya. Masyarakat juga seharusnya tidak langsung menyebarkan informasi-informasi yang bisa memicu rasa amarah sehingga timbul hal-hal yang tidak di inginkan apalagi melalui media (Internet) yang cakupannya sangat luas. Menyaring kata-kata bila berucap, memberikan penjelasan yang sesuai dengan ketentuan dan sopan santun.

4. Dari hasil kesimpulan, untuk Komunikasi Humas Gojek Online Dalam Menangani Konflik Dengan Pengemudi Becak Motor di Medan, \yang dominannya menyatakan tidak setuju atas tuntutan yang dilayangkan pembetor untuk segera menutup perusahaan Go-Jek. Dan harusnya masyarakat memberikan gagasannya kepada pembetor untuk mengklarifikasikan alasan yang jelas mengapa bisa terjadi sehingga tidak menimbulkan persepsi, opini dan sikap yang dapat merugikan lebih banyak masyarakat lagi.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 2003. *Ilmu Komunikasi Sebuah Pengantar Ringkas*. Jakarta. Raja Grafindo Persada.
- Ardianto, Elvinaro, 2009, Metodologi *Penelitian Untuk Public Relations Kuantitatif dan Kualitatif*, Simbiosis Rekatama Media, Bandung.
- Bungin, Burhan H.M, 2007; *Penelitian Kualitatif : Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial*, Jakarta : Kencana Prenama Media Group
- Budyatna, Muhammad, 2011. *Teori Komunikasi Antarpribadi*. Jakarta : Kencana.
- Cangara, Rulli, 2014, *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Perkasa
- Effendy, Onong Uchajana. 2006. *Ilmu Komunikasi*. Bandung.PT.Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Mulyana, Deddy. 2005. *Komunikasi Efektif*. Bandung. Remaja Rosdakarya
- Moleong, Lexy J. 2007. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosadakarya.
- Morissan, 2013, *Teori Komunikasi*, Ghalia Indonesia, Bogor.
- Rakhmat, Jalaluddin, 2006 *Metode Penelitian Komunikasi*, Bandung, Remaja Rosdakarya.
- Ruslan, Rosady. 2010. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Ruslan, Rosady. 2005. *Manajemen PR dan Komunikasi*. Jakarta : PT Raja Grafindo Persada.
- Sugiyono, 2013 *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*, Bandung, Alfabeta
- Widjaja, 2003 *Tugas-Tugas Publick relation*, Jakarta, kencana.

Sumber Internet :

http://elib.unikom.ac.id/files/disk1/542/jbptunikompp-gdl-srideviayu-27080-6-unikom_s-i.pdf

<http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/18846/3/Chapter%20II.pdf>

http://id.wikipedia.org/wiki/Komunikasi_nonverbal

<http://id.wikipedia.org/wiki/belajar><https://id.wikipedia.org/wiki/Publik>

Daftar Wawancara

Nama :

Jabatan :

Umur :

JenisKelamin :

JawablahPertanyaan di Bawahini:

1. Apakah pendapat anda selaku Humas/Pimpinan Go-Jek terhadap tuntutan Pembetor untuk menutup ojek Berbasis Online khususnya untuk Go-Jek ?
2. Bagaimana sikap anda selaku Pimpinan/Humas Go-Jek menghadapi konflik yang tengah terjadi ?
3. Apakah tuntutan-tuntutan yang dilakukan pembetor terhadap Go-Jek sepenuhnya di penuhi ?
4. Bagaimana sikap anda menghadapi segala bentuk intimidasi dari pembetor seperti dalam bentuk ancaman untuk Go-Jek harus di hapus keberdaannya ?
5. Apakah keselamatan pengemudi Go-Jek dijamin oleh perusahaan ?
6. Apakah atribut seperti jaket pengemudi yang dibalik, tidak menggunakan helm Go-Jek merupakan kebijakan dari perusahaan ?
7. Apaka anda merasa takut ?
8. Apakah aksi pembetor membuat resah seluruh karyawan/driver Go-Jek menjadi resah ?
9. Apakah anda setuju G0-Jek harus di hapuskan ?
10. Bagaimana jika Go-Jek harus di hapuskan ?

Daftar Wawancara

Nama Driver :

Umur :

Jenis Kelamin :

Jawablah Pertanyaan di BawahIni :

1. Apa pendapat anda tentang tuntutan pembetor terhadap perusahaan Go-jek ?
2. Bagaimana anda menyingkapi tuntutan tersebut ?
3. Apakah anda pernah mendapatkan perlakuan yang tidak menyenangkan dari pembetor ?
4. tindakan anda terhadap ancaman yang sering di dapatkan oleh driver Go-Jek ?
5. Sudah berapa lama anda menjadi driver Go-Jek ?
6. Apakah anda merasa takut ?
7. Apa yang menjadi harapan anda ?

Daftar wawancara

NamaPembetor :

Umur :

JenisKelamin :

Jawablah Pertanyaan di Bawah Ini :

1. Mengapa anda ikut serta untuk menuntut penghapusan Go-Jek ?
2. Apa pendapat anda terhadap keberadaan Go-Jek ?
3. Apakah anda takut atas keberadaan Ojek Online khususnya Go-jek ?
4. Apa yang menjadi keinginan utama anda sebagai pembetor ?
5. Apa harapan anda ?

DAFTAR RIWAYAT HIDUP

DATA PRIBADI

Nama :

Tempat / tgl lahir :

Jenis kelamin :

Kewarganegaraan :

A g a m a :

Alamat :

PENDIDIKAN

○ Tahun s/d :

○ Tahun s/d :

○ Tahun s/d :

○ Tahun s/d :

DATA ORANG TUA

Nama ayah :

Pekerjaan :

Nama Ibu :

Pekerjaan :

Alamat :

Gambar

Gambar 1.1



Gambar 1.2



Gambar 1.3



Gambar 1.4

Gambar Pembetor



Gambar 2.1



Gambar 2.2