**KOMUNIKASI ANTARA JASA KURIR SEPEDA DENGAN PELANGGAN (STUDI KASUS KURIR KAMIANTAR JAKARTA)**

Cayandi Susanto,Gregorius Genep Sukendro S.sos., M.Si.

cayandisusanto15@gmail.com, geneps@fikom.untar.ac.id

Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara

***Abstract***

*Interpersonal communication is considered very effective to change the behavior of others, if there are similarities about the meaning discussed. The special mark on interpersonal communication lies in the direct reverse flow. The backflow has an easy catch for communicators both verbally in the form of words and non-verbal in the form of body language such as nodding, smiling, frowning and so forth. During the interpersonal communication process it is very important the interaction of sharing information and feelings between individuals and individuals or between individuals so that feedback occurs and does not cause misunderstanding in communicating Interpersonal communication plays an important role in communication activities between bicycle courier services and its customers. Interpersonal communication is one way to not cause obstacles and disturbances while communicating with someone, from interpersonal communication has several parts, there is feedback and there are also obstacles. Good feedback will certainly make us satisfied with the feedback given by customers, of course it will also make us even more excited than before, and change the way we communicate with customers to add positive value that can be received from us to our customers. If obstacles are certainly very disturbing in the process of communicating with everyone, obstacles may arise due to interference with the media being used, environmental disturbances, etc. This* study uses a qualitative methodology with a Case Study method. Data collection was carried out by in-depth interviews with a team from Kamiantar Jakarta and its customers, documentation, and archive records. The conclusion of this research is knowing how the initial stages of Kamiantar Jakarta bicycle courier services start communicating with its customers and what media Kamiantar Jakarta uses.

***Keyword****s: Interpersonal communication, Feedback, obstacles, Case studies, Qualitative.*

**Abstrak**

Komunikasi antar pribadi dinilai sangat efektif untuk merubah perilaku orang lain, bila terdapat persamaan mengenai makna yang dibincangkan. Tanda khusus yang ada di komunikasi antar pribadi ini terletak pada arus balik langsung. Arus balik tersebut memiliki daya tangkap yang mudah untuk komunikator baik secara *verbal* dalam bentuk kata maupun *non verbal* dalam bentuk bahasa tubuh seperti anggukan, senyuman, mengernyitkan dahi dan lain sebagainya. Selama proses komunikasi antar pribadi berlangsung sangat penting terjadinya interaksi berbagi informasi dan perasaan antara individu dengan individu atau individu dengan antar individu supaya terjadi umpan balik dan tidak menimbulkan kesalah pahaman dalam berkomunikasi

Komunikasi antar pribadi berperan penting dalam kegiatan komunikasi antara jasa kurir sepeda dengan pelanggannya. Komunikasi antar pribadi adalah salah satu cara untuk tidak menimbulkan hambatan dan gangguan saat sedang melakukan komunikasi dengan seseorang, dari Komunikasi antar pribadi mempunyai beberapa bagian, ada *feedback* dan ada juga hambatan. *Feedback* yang baik tentu akan membuat kita menjadi puas akan *feedback* yang diberikan oleh pelanggan, tentu juga akan membuat kita semakin lebih semangat daripada yang dulu, dan mengubah cara kita berkomunikasi dengan pelanggan agar menambah nilai positif yang dapat diterima dari kita kepada pelanggan kita. Kalau hambatan tentu mengganggu sekali dalam proses berkomunikasi dengan setiap orang, hambatan bisa saja muncul dikarenakan gangguan pada media yang sedang digunakan, gangguan lingkungan, dll. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitatif dengan metode Studi Kasus *(Case Study).* Pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam dengan tim dari Kamiantar Jakarta dan pelangganya, Dokumentasi, dan Rekaman Arsip. Kesimpulan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana tahapan awal jasa kurir sepeda Kamiantar Jakarta memulai berkomunikasi dengan pelanggannya dan media apa saja yang Kamiantar Jakarta gunakan.

**Kata Kunci** : Komunikasi antar pribadi, *Feedback*, hambatan, Studi kasus, Kualitatif.

1. **Pendahuluan**

Persaingan Industri di bidang sepeda dalam beberapa tahun terakhir memang sangat ketat, mulai dari sepeda pabrikan hingga sepeda fixie sendiri yang mulai masuk ke pasar Indonesia pada tahun 2013. Namun yang menarik di Indonesia ini ada sepeda fixie yang dirakit sesuai selera seperti warna sepeda,bentuk sepeda semua dirakit dan disesuaikan menurut kesukaan atau selera. Di Indonesia saat ini banyak masyarakat menggunakan sepeda fixie. Mereka mengklaim untuk memilih sepeda fixie ini karena selain untuk mengikuti tren, tapi juga karena sepeda ini benar-benar cocok untuk kalangan anak muda yang suka bergaul dan ingin selalu eksis.

Komunitas sepeda yang sangat diminati untuk sekarang ini adalah sepeda fixie, Sepeda fixie merupakan nama jenis sepeda yang berasal dari Amerika Serikat, tepatnya di kota New York, Sepeda fixie atau *fixed gear* digunakan oleh pengantar pos/surat kabar/majalah, Karena kondisi kota New York sangat padat, mereka sering terlambat ketika mengantar paket mereka. Akhirnya mereka memilih sepeda *fixed gear* sebagai alternatif dan hasilnya sangat memuaskan karena pengiriman yang lebih cepat.

 Salah satu jasa kurir sepeda fixie yang namanya begitu sering didengar masyarakat yaitu Kamiantar Jakarta yang berdiri sejak tahun 2017 jasa kurir kurir sepeda Fixie tersebut semakin besar hingga sekarang ini mendapat banyak sekali konsumen untuk mengirim barang, banyak sekali dari semua pelanggan yang sudah pernah menggunakan jasa kurirnya tentu memberikan nilai yang bagus dikarenakan pengiriman begitu cepat,tepat,aman.

 Maka dari itu penulis meneliti tentang Komunikasi Antar jasa kurir sepeda dengan pelanggan (studi kasus kamiantar Jakarta) dikarenakan ingin memperdalam dan menelusuri bagaimana tahapan dan bagaimana Kamiantar Jakarta berkomunikasi dengan pelangganya, bagaimana memulai berkomunikasi dengan pelanggannya, dan media apa saja yang digunakan untuk berkomunikasi dengan pelanggan.

1. **Metode Penelitian.**

 Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metodelogi penelitian kualitatif dengan pendekatan metode studi kasus (*case study*).

Menurut (Bimo Walgito: 2010) studi kasus adalah metode yang bertujuan untuk mempelajari dan menyelidiki suatu kejadian atau fenomena mengenai individu atau kelompok dan juga dibutuhkan banyak informasi dan integrasi data guna mendalami penelitian.

 Menurut (Susilo Rahardjo & Gudnanto: 2011) Masih dalam ranah bimbingan dan perkembangan diri, Susilo Rahardjo & Gudnanto menyatakan bahwa studi kasus merupakan metode yang diterapkan untuk memahami individu lebih mendalam dengan dipraktekkan secara integratif dan komprehensif. Hal ini dilakukan supaya peneliti bisa mengumpulkan dan mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai individu yang diteliti, berikut masalah yang dihadapi supaya dapat terselesaikan dan membuat diri individu tersebut berkembang lebih baik.

 Berdasarkan pengertian diatas, maka dapat dikemukakan bahwa studi kasus adalah metode yang berupaya untuk mengetahui dan mendalami suatu fenomena dengan mengumpulkan informasi dan data-data. Dalam penelitian ini penulis menggunakan studi kasus untuk menggali dan mengetahui secara mendalam bagaimana komunitas sepeda fixie dan jasa kurir sepeda fixie Kamiantar Jakarta.

Objek dalam penelitian ini adalah cara komunikasi mereka antara jasa kurir sepeda fixie dengan pelanggannya yang sampai saat ini masih konsisten menggunakan sepeda fixie dalam kesehariannya mengantar barang ke pelanggan, tidak terpengaruh oleh kemajuan industri otomotif dan transportasi. Penulis akan melakukan wawancara secara langsung kepada narasumber untuk mendapatkan jawaban dari rumusan masalah dalam penelitian dan untuk melengkapi data-data yang terkait dengan proses penelitian. Peneliti akan menggunakan dokumentasi dan rekaman arsip. Narasumber yang menjadi subjek dari penelitian ini dianggap sebagai *key informan* dan mengetahui informasi mengenai objek dalam penelitian.

1. **Hasil Penemuan dan Diskusi.**

 Metode pengumpulan data kualitatif pada penelitian ini wawancara mendalam yang dimana peneliti mewawancara seorang *CEO* Kamiantar Jakarta. Peneliti mewawancarai seorang kurir sepeda Kamiantar Jakarta dan Peneliti mewawancarai Pelanggan dari Jasa kurir Kamiantar Jakarta

3.1 Tabel Informan

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| No | Nama Informan | Keterangan | Informan |
| 1. | Niki Bagoes Rizky | *CEO Kamiantar Jakarta* | Informan 1 |
| 2. | Almas Dewantara | Kurir Sepeda Kamiantar Jakarta | Informan 2 |
| 3. | Dames | *Pelanggan Jasa Kurir Kamiantar Jakarta* | Informan 3 |

Sumber Dokumentasi Sendiri (2019)

Pada saat wawancara peneliti menemukan tahapan-tahapan proses yang dilakukan oleh Kamiantar Jakarta

Gambar 3.2 Proses Pemesanan dan pengiriman Jasa kurir Kamiantar Jakarta.

Proses 1 : Pemesanan

Proses 2 : Penerimaan

Proses 3 : Pembayaran

Proses 4 : Pengiriman

Sumber: Dokumentasi Peneliti (2019)

 Pengiriman barang merupakan suatu proses dimana setelah berbelanja atau memang ingin mengirim barang ke suatu tujuan yang biasanya dilakukan oleh masyarakat. Namun perbedaan dari pengiriman barang lainnya dikarenakan dikirim dengan menggunakan sepeda fixie dan pemesanan jasa kurir tersebut harus melalui online dengan Instagram atau chatting WhatsApp.

Proses-proses pemesanan Kamiantar :

1. Pemesanan :

Pelanggan menghubungi Kamiantar Jakarta melalui Dirrect Message Instagram atau via Chat WhatsApp,lalu menunggu balasan dari Admin Kamiantar Jakarta, masukan nama pengirim,penerima,alamat pengirim,alamat penerima,dan jenis barang yang ingin diantar. Menunggu kembali proses dari admin Kamiantar Jakarta.

1. Penerimaan :

Admin sudah menerima pesanan kurir, lalu memberikan harga tarif yang harus dibayarkan, admin memberi info kepada kurir penjemputan barang dan pengiriman barang,lalu kurir akan segera datang menjemput barang yang ingin diantar

1. Pembayaran :

Kurir datang memberikan invoice tarif, konsumen langsung membayar biaya yang harus dibayarkan sesuai tarif yang sudah ditentukan. Setelah pembayaran selesai lalu barang tentu diambil dan akan dibawa oleh kurir Kamiantar.

1. Pengiriman :

Pengiriman barang langsung diproses pengantaran sesuai tujuan yang tertera, lalu barang tentu akan sampai ke tempat tujuan dengan aman dan cepat.

**Simpulan.**

 Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan oleh penulis untuk mengetahui bagaimana komunikasi antar jasa kurir sepeda dengan pelanggan (studi kurir sepeda Kamiantar Jakarta), kesimpulan yang dapat diambil oleh penelitian ini sebagai berikut yaitu bahwa komunikasi yang sangat berperan sekali untuk suatu permulaan dari jasa dengan pelanggan,ketika harus bertemu dengan pelanggan tentu harus mampu mendapatkan *feedback* yang positif dari pelanggan.

 Peran komunitas juga sangat besar terhadap perkembangan kreatifitas pengguna sepeda fixie di Jakarta karena di komunitas itu mereka dapat melakukan berbagai macam hal positif. Dengan adanya komunitas sepeda ini dapat menimbulkan suatu titik usaha yaitu untuk sekarang ini ada kurir mengantar barang dan dokumen dengan menggunakan sepeda tentu menghasilkan nilai positif dan bisa juga sebagai hobi, serta komunitas juga berperan penting bagi para pecinta sepeda fixie karena sangat menimbulkan hal positif dan cinta akan komunitas yang kuat atau solid.

 Peran *New Media* sangat berpengaruh terhadap penggunaan jasa kurir sepeda di Jakarta untuk mengantar barang atau dokumen , karena *New Media* ini berperan karena menggunakan *social media* seperti Instagram dan Whatsapp, karena kalau Instagram itu bisa dibilang dapat mengantarkan informasi yang begitu cepat sesuai keinginan dari masyarakat. Bisa melihat informasi dengan gambar yang jelas dan membuat mudah masyarakat menggunakannya.

**Ucapan Terima Kasih.**

Penulis mengucapkan rasa syukur dan terima kasih atas penyelesaian penelitian ini kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumangara dan para narasumber dan responden yang sudah menjadi populasi dalam penelitian ini, dan sudah bersedia meluangkan waktu untuk turut membantu penulis dalam menyelesaikan penelitian ini dengan singkat, jelas, dan padat tanpa kekurangan kata-kata apapun.

**Daftar Pustaka.**

 Almas Dewantara. (2019, Desember 8). Wawancara pribadi.

 Dames. (2019, Desember 8). Wawancara pribadi.

Nazir, Moh. (2011). *Metode Penelitian*. Bogor: Ghalia Indonesia.

Niki Bagoes Rizky. (2019, Desember 8). Wawancara pribadi.

Rakhmat, Jalaluddin, 2007. *Metode Penelitian Komunikasi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.

Robert, K. Yin. 2013. “*Studi Kasus”(Desain dan Metode)*, Jakarta : PT Raja Grafindo.