

**PROSES KOMUNIKASI KELOMPOK OJEK PANGKALAN DALAM PENENTANGAN
KEHADIRAN OJEK ONLINE
(STUDI PADA KELOMPOK OJEK PANGKALAN CIKONENG, DESA BOJONG
SOANG, KABUPATEN BANDUNG)**

***GROUP COMMUNICATION PROCESS OF OJEK PANGKALAN IN CONDUCTING OF
OJEK ONLINE
(CASE IN OJEK PANGKALAN CIKONENG GROUP, DESA BOJONG SOANG,
KABUPATEN BANDUNG)***

Dyta Nandalusia¹, Ratih Hasanah Sudrajat, S.Sos., M.S²

¹Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, ²Program Studi S1 Hubungan Masyarakat
Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom
¹dytanandalusia@gmail.com, ²kumaharatih@gmail.com

ABSTRAK

Kehadiran jasa transportasi berbasis aplikasi online yang menggunakan internet sangat berpengaruh bagi masyarakat dalam segala aktifitas secara cepat dan efisien. Dampak yang ditimbulkan pun sangat beragam, penolakan terhadap ojek online sering terjadi di berbagai kota di Indonesia, karena dirasa merugikan ojek pangkalan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi kelompok yang terjalin dalam ojek pangkalan Cikoneng dalam melakukan penentangan terhadap ojek online. Jenis penelitian ini adalah penelitian lapangan (*field research*), menggunakan metode analisis deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Lokasi penelitian dilaksanakan di ojek pangkalan Cikoneng, Bojong Soang, Kabupaten Bandung. Teori yang digunakan adalah proses komunikasi kelompok dari HP.Rosmawaty dan perubahan sosial. Informan kunci yang digunakan dalam penelitian ini adalah anggota ojek pangkalan Cikoneng yang minimal sudah lebih dari tiga tahun bergabung dengan ojek pangkalan Cikoneng dan melakukan penentangan terhadap kehadiran ojek online. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan wawancara mendalam (*in depth interview*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi kelompok yang terjalin di ojek pangkalan Cikoneng merupakan pola komunikasi bintang, dimana semua anggota adalah sama dan *memiliki* kekuatan yang sama untuk menyampaikan pesan dan saling mempengaruhi dan setiap anggota bisa berkomunikasi dengan anggota lainnya sehingga memungkinkan adanya partisipasi anggota secara optimum. Adapun beberapa faktor internal yang mempengaruhi perubahan sosial yaitu 1) perubahan aspek demografi 2) konflik antar-kelompok 3) terjadinya gerakan social 4) dan adanya inovasi. Adapun faktor eksternal yang ikut mempengaruhi yaitu pengaruh kebudayaan masyarakat lain.

Kata Kunci: proses komunikasi kelompok, perubahan sosial, penentangan ojek online, kualitatif

ABSTRACT

The presence of online application-based transportation services that use the internet is very influential for the community in all activities quickly and efficiently. The impact has been very difficult, the rejection of online motorcycle taxis often occurs in various cities in Indonesia, because it is considered detrimental to the motorcycle taxi. This study aims to find out how the communication patterns of groups that are intertwined in the Cikoneng ojek base in conducting opposition to online motorcycle taxis. This type of research is field research, using descriptive analysis methods with a qualitative approach. The research location was carried out at the ojek at the base of Cikoneng, Bojong Soang, Bandung Regency. The theory used is communication with the concept of group communication patterns that have an impact on social change. The key informants used in this study were members of the Cikoneng motorcycle taxi ojek who had for at least three years joined the Cikoneng motorcycle taxi and opposed the presence of online motorcycle taxis. Data collection techniques are done by in-depth interviews. The results showed that the communication patterns of groups established at ojek pangkalan Cikoneng were stellar communication patterns, where all members were the same and had the same power to convey messages and influence each other and each member could communicate with other members so as to enable optimum participation. As for some internal factors that influence social change, namely 1) changes in demographic aspects 2) inter-group conflicts 3) the occurrence of social movements 4) and the existence of innovation. The external factors that influence are the influence of other people's cultures.

KeywoRD: *communication group process, social change, online motorcycle opposition, qualitative.*

PENDAHULUAN

Ojek pangkalan Cikoneng merupakan sebuah kelompok pengemudi ojek konvensional yang memiliki dua titik pangkalan di wilayah Cikoneng, Kabupaten Bojongsoang, Bandung. Ojek pangkalan ini memiliki simbol jabat tangan sebagai ciri khas kelompok yang memiliki arti rasa solidaritas yang kuat diantara para pengemudi ojek. Kelompok ojek pangkalan Cikoneng ini berdiri sejak tahun 1985, berawal dari hanya lima pengemudi ojek yang sebelumnya menaruh nasib menjadi penarik becak hingga akhirnya memutuskan beralih menjadi pengemudi ojek pada masa itu. Ojek pangkalan Cikoneng terus bertahan hingga saat ini hingga beranggotakan 110 pengemudi ojek dari berbagai kalangan usia yang merupakan warga setempat, tidak ada persyaratan khusus untuk bergabung dengan ojek pangkalan tersebut selain memiliki sepeda motor.

Ojek pangkalan ini bersifat kelompok, di dalamnya tentu terdapat struktur organisasi atau pihak-pihak yang memiliki wewenang sebagai pengurus keberlangsungan pangkalan, pada ojek pangkalan Cikoneng ini terdapat seorang ketua, sekretaris dan bendahara guna pemegang kendali segala kebutuhan atau

kebijakan penerapan aturan demi kesejahteraan antar pengemudi.

Ojek pangkalan Cikoneng mulai terlihat ramai mulai pukul 07.00 hingga 21.00 WIB, pada jam-jam aktif tersebut antar anggota saling melakukan interaksi formal berupa pembicaraan mengenai pekerjaan hingga non-formal berupa candaan dan cerita kehidupan masing-masing, hingga akhirnya interaksi antar anggota tersebut membentuk sebuah pola komunikasi kelompok.

Syaiful Bahri Djamarah mengatakan bahwa pola komunikasi dapat dipahami sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami (Djamarah, 2004:1). Pola komunikasi yang digunakan pada ojek pangkalan Cikoneng yaitu menggunakan pendekatan personal dari masing-masing anggota ojek pangkalan Cikoneng.

Salah satu upaya ojek pangkalan Cikoneng dalam meningkatkan solidaritas yang kuat dan kekeluargaan diantaranya dengan mengajak berkumpul anggota aktif maupun jarang aktif untuk tetap menjalin silaturahmi dan persaudaraan, kegiatan piket membersihkan pangkalan bersama juga

kegiatan kumpul yang memang sengaja direncanakan untuk membahas persoalan penting demi keadilan dan kesejahteraan bersama.

Adanya interaksi antar pengemudi tersebut membentuk sebuah pola komunikasi dimana ada peran yang memegang kuasa penuh tetapi seluruh anggota pun memiliki partisipasi yang aktif dan sama untuk mempengaruhi anggota lainnya.

Pola komunikasi kelompok ini terjalin dengan baik, seluruh anggota maupun ketua bisa saling terbuka dan berinteraksi melakukan pertukaran informasi, pikiran, dan hiburan sehingga membangun solidaritas dan ikatan pada ojek pangkalan Cikoneng. Seluruh anggota dibentuk agar memiliki rasa solidaritas dan empati antar pengemudi sehingga ketika salah satu anggota mengalami kesulitan, anggota lain bisa saling bahu membahu meringankan.

Namun, beberapa tahun terakhir ini ojek pangkalan dihadapkan dengan kondisi perkembangan perekonomian digital yang semakin maju ditandai dengan datangnya kehadiran ojek berbasis *online* sebagai pesaing ojek pangkalan dalam memperoleh pasarnya. Saat ini, perusahaan pelopor

adanya transportasi *online* adalah Go-Jek. Kehadiran Go-Jek dengan berbagai penawaran jasanya yang beragam menarik perhatian masyarakat untuk mempermudah segala aktivitas dan kebutuhan dengan praktis dan efisien dengan hanya menggunakan *gadget* dengan akses internet.

Akan tetapi dibalik pesatnya perkembangan ojek *online* saat ini, pihak ojek pangkalan merasa kehadiran ojek *online* mengganggu keberadaan mereka dan membuat mereka merugi. Pro dan kontra yang terjadi lebih disebabkan oleh masalah persaingan. Ojek pangkalan merasa tersaingi oleh eksistensi ojek *online*, persaingan bisnis ojek *online* dengan ojek pangkalan menjadi persoalan bagaimana mereka memperoleh rezeki dengan persaingan.

Kehadiran ojek *online* memang menjadi salah satu alternatif moda transportasi dambaan masyarakat. Masyarakat yang sudah jenuh dengan transportasi konvensional merasa senang dan terbantu dengan adanya transportasi berbasis *online* ini. Selain murah, faktor lain yang membuat masyarakat memilih moda transportasi ini adalah kemudahan aksesnya.

Ojek pangkalan menjunjung tinggi nilai-nilai solidaritas dan kekeluargaan. Pada ojek pangkalan Cikoneng ini tiap anggota

merasa sudah memiliki keterikatan yang kuat dengan pangkalan sehingga merasa sungkan untuk bergabung dengan ojek online, khususnya anggota senior yang sudah belasan tahun bertahan dan membangun ojek pangkalan Cikoneng.

Dibalik tiap aksi penentangan yang dilakukan ojek pangkalan terhadap ojek online tentu sebelumnya ada proses perencanaan atau diskusi sehingga terciptanya kaputusan dan tindakan penentangan tersebut. Proses perencanaan dan diskusi tersebut pasti membentuk pola komunikasi kelompok yang melibatkan seluruh anggota dengan ketua kelompok di dalamnya sehingga berpengaruh pada hasil akhir keputusan yang disepakati bersama hingga akhirnya terjadi berbagai aksi penentangan yang dilakukan secara kompak oleh pihak ojek pangkalan terhadap kehadiran ojek online.

Dari pembahasan diatas, penelitian ini dilakukan untuk mencari tahu **“Proses Komunikasi Kelompok Ojek Pangkalan dalam Penentangan Kehadiran Ojek Online (Studi pada Ojek Pangkalan Cikoneng Desa Bojongsoang Kabupaten Bandung)**

DASAR TEORI

Komunikasi

Pengertian komunikasi yang dipaparkan oleh Harold D. Laswell bahwa rumus singkat untuk menjelaskan tindakan komunikasi ialah menjawab pertanyaan “Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran atau media apa, kepada siapa dan apa pengaruhnya”

Berdasarkan paradigma Harold D. Laswell tersebut, komunikasi ialah proses penyampaian atau pertukaran pesan dari komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek atau pengaruh tertentu.

2.1.2 Proses Komunikasi

a. Sumber

Sumber merupakan seseorang atau kelompok bahkan organisasi/institusi yang berperan sebagai inisiator dalam menyampaikan pesan.

b. Pesan

Pesan dalam proses komunikasi ini merupakan sesuatu yang disampaikan dari sumber kepada penerima. Pesan dapat berupa lambang atau tanda seperti kata-kata tertulis, secara lisan, gambar, angka atau gestura.

c. Media

Media yang dimaksud dalam proses komunikasi disini ialah alat yang digunakan untuk menjadi saluran atau memindahkan pesan dari sumber kepada penerima.

d. Penerima

Dalam proses komunikasi ini penerima merupakan pihak yang menjadi tujuan penyampaian pesan dari sumber, biasa disebut khalayak.

e. Pengaruh

Pengaruh atau efek dalam proses komunikasi disini merupakan bagian dari hasil penyampaian pesan.

f. Tanggapan balik

Tanggapan balik atau *feedback* ini dapat diartikan sebagai respon dari pihak penerima atau komunikan atas pesan yang diterimanya.

g. Lingkungan

Lingkungan dalam proses komunikasi menjadi faktor-faktor tertentu yang mempengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digunakan atas empat macam, yakni lingkungan sosial budaya, lingkungan fisik, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu.

Pola Komunikasi

Pola komunikasi merupakan model dari proses komunikasi, sehingga dengan adanya berbagai macam model komunikasi dan bagian dari proses komunikasi akan dapat ditemukan pola yang cocok dan mudah digunakan dalam berkomunikasi.

1. Pola Komunikasi Primer

Pola komunikasi primer ini merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator terhadap komunikan dengan menggunakan suatu simbol atau lambang sebagai media karena mampu mengungkapkan pikiran dan perasaan komunikator

2. Pola Komunikasi Sekunder

Pola komunikasi secara sekunder merupakan proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau perantara lain sebagai media kedua. Sasaran komunikasi yang jauh jaraknya atau banyak jumlahnya mengharuskan komunikator menggunakan media kedua..

3. Pola Komunikasi Linear

Pola komunikasi linear merupakan proses penyampaian pesan secara lurus atau berarti perjalanan dari satu titik ketitik yang lain secara lurus, yang berarti penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan

sebagai titik terminal, biasanya terjadi pada komunikasi tatap muka (*face to face*).

4. Pola Komunikasi Sirkular

Pada proses komunikasi sirkular ini terjadi arus dari komunikan ke komunikator sehingga terjadi feedback atau umpan balik, adanya arus yang menghasilkan umpan balik ini menjadi penentu utama keberhasilan komunikasi.

Menurut Devito ada lima struktur pola komunikasi dalam kelompok, kelima struktur tersebut yaitu :

a. Struktur Lingkaran

Struktur lingkaran tidak memiliki pemimpin. Seluruh anggota memiliki posisi yang sama.

b. Struktur Roda

Struktur roda memiliki posisi pemimpin yang jelas, yaitu sebagai pusat arus komunikasi. Orang ini berperan sebagai pengambil keputusan (*decision maker*) dan satu-satunya orang yang dapat mengirim dan menerima pesan dari seluruh anggota.

c. Struktur Y

Struktur Y relatif kurang terpusat dibanding dengan struktur roda tetapi lebih terpusat dibanding pola lainnya. Pada stuktur Y juga terdapat peran pemimpin yang jelas tetapi

semua anggota lain berperan sebagai pemimpin kedua.

d. Struktur Rantai

Struktur rantai sama dengan struktur lingkaran kecuali para anggota yang paling ujung pada suatu linier hanya dapat berkomunikasi dengan satu orang saja.

e. Struktur Pola Bintang

Seluruh anggota sama dan seluruhnya memiliki kekuasaan atau wewenang yang sama untuk mempengaruhi anggota lainnya. Akan tetapi, dalam struktur pola bintang ini, setiap anggota siap berkomunikasi dengan anggota lainnya.

D. Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam satu kelompok kecil seperti pada rapat, pertemuan dan sebagainya. Michael Burgoon mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi secara tatap muka antara tiga orang atau lebih dengan suatu tujuan, seperti pertukaran informasi, pemecahan masalah, menjaga diri, dimana pada saat interaksi itu tiap anggota dapat lebih mengenal dan mengingat karakteristik pribadi anggota lain secara tepat.

E. Perubahan Sosial

Dalam bukunya Bruce J.Cohen mendefinisikan perubahan sosial, bahwa setiap perubahan yang terjadi dalam struktur masyarakat atau perubahan dalam organisasi sosial masyarakat. Perubahan sosial berbeda dengan perubahan budaya (cultural), karena perubahan kultural ini mengarah kepada perubahan dalam kebudayaan masyarakat.

1.1 Faktor-Faktor Internal Perubahan Sosial

a. Perubahan aspek demografi (bertambah dan berkurangnya penduduk)

Jumlah penduduk yang terus meningkat akan menambah kebutuhan terhadap beberapa fasilitas yang mendukung kehidupan mereka.

b. Konflik antar-kelompok dalam masyarakat

Pertentangan dalam masyarakat dapat menimbulkan perubahan sosial. Pertentangan dapat terjadi antara kelompok tua yang konservatif dan kelompok muda yang dinamis.

c. Terjadinya gerakan sosial dan/atau pemberontakan

Pemberontakan yang terjadi di masyarakat dapat di ketahui melalui pemberitaan di media massa.

d. Penemuan-penemuan baru

Inovasi yaitu diterapkannya ide-ide baru atau alat-alat baru menggantikan atau melengkapi ide-ide atau alat-alat yang telah ada.

1.2 Faktor-faktor Eksternal Perubahan Sosial

a. Lingkungan Alam Fisik

Perubahan yang disebabkan oleh lingkungan alam fisik dapat berupa bencana alam maupun berupa tindakan manusia yang tidak terkontrol.

b. Peperangan

Terjadinya peperangan mengakibatkan perubahan bagi negara yang mengalami kekalahan, karena negara yang kalah akan menjadi negara terjajah dan harus mengikuti pola kehidupan politik baru sesuai dengan kehendak negara yang memenangkan peperangan tersebut.

c. Pengaruh Kebudayaan Masyarakat Lain

Masuknya pengaruh kebudayaan masyarakat lain bisa terjadi karena adanya hubungan fisik antara dua masyarakat, yang diikuti adanya pengaruh timbal balik sehingga

masing - masing masyarakat akan mengalami perubahan

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah studi kasus. Penelitian studi kasus digunakan untuk melacak peristiwa-peristiwa kontemporer, apabila peristiwa-peristiwa yang bersangkutan tidak dapat dimanipulasi (Yin, 2015:5). Studi kasus yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif, dimana peneliti gunakan untuk mendeskripsikan kejadian suatu fenomena atau jika berkenaan dengan memprediksi hasil-hasil tertentu.

Dalam penelitian ini, peneliti memprediksikan terjadinya perubahan social pada ojek pangkalan Cikoneng yang sebelumnya menjunjung asas kekeluargaan dan solidaritas berubah menjadi pola komunikasi guna membentuk aksi penentangan atau perlawanan terhadap kehadiran ojek online hingga menimbulkan berbagai konflik. Peneliti juga melihat adanya keunikan dari kasus penentangan ojek pangkalan ini yaitu kehadiran ojek online sudah memiliki eksistensi yang cukup lama di Indonesia akan tetapi masih saja menimbulkan kontra dan berbagai aksi penentangan berupa simbol-simbol penolakan tetap terjadi, tiap aksi

penentangan tersebut dilakukan secara berkelompok dari ojek pangkalan sehingga dapat disimpulkan adanya diskusi atau keputusan bersama antar anggota sehingga terbentuknya sebuah pola komunikasi kelompok yang menjadi dasar hasil keputusan melakukan penentangan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan hasil wawancara dengan informan, peneliti dapat memaparkan dan menganalisis segala bentuk data yang didapatkan pada saat wawancara mengenai pola komunikasi kelompok dalam melakukan penentangan terhadap ojek online di ojek pangkalan Cikoneng, Bojong Soang, Kabupaten Bandung.

1. Struktur Pola Komunikasi Bintang

Seluruh anggota adalah sama dan memiliki kekuatan yang sama untuk menyampaikan pesan dan saling mempengaruhi, setiap anggota bisa berkomunikasi dengan anggota lainnya sehingga memungkinkan adanya partisipasi anggota secara optimum (Devitto, 2004: 334).

Pada kelompok ojek pangkalan Cikoneng, ketua dan sekretaris merupakan posisi tertinggi dan berperan banyak dalam berbagai pengambilan keputusan kelompok tetapi seluruh anggota tetap memiliki hak

yang sama dalam bertukar pikiran dan informasi.

1.2 Faktor-faktor Internal Perubahan Sosial

a. Perubahan aspek demografi

Jumlah penduduk yang terus meningkat akan menambah kebutuhan sehingga pada kasus ini menurunnya loyalitas anggota ojek pangkalan dikarenakan kebutuhan anggota yang semakin meningkat sehingga mengharuskan seseorang beralih ke ojek online yang lebih menjamin tetapi ojek pangkalan pun menjadi wadah lapangan kerja untuk warga setempat.

b. Konflik antar-kelompok dalam masyarakat

Pertentangan dalam masyarakat dapat menimbulkan perubahan sosial. Pertentangan terjadi karena tidak adanya rasa empati ojek online terhadap keberlangsungan ojek pangkalan, sehingga memicu timbulnya gesekan hingga konflik secara langsung.

c. Terjadinya gerakan sosial atau pemberontakan

Pemberontakan yang terjadi di masyarakat dapat di ketahui melalui pemberitaan di

media massa, konflik atau aksi penentangan yang dilakukan sudah terjadi dimana-mana sehingga pemberitaan pun terjadi di berbagai media massa.

c. Penemuan-penemuan baru

a. *inovation*, yaitu diterapkannya ide atau alat baru menggantikan atau melengkapi ide atau alat yang telah ada. Ojek pangkalan melihat kemajuan teknologi sudah dapat mempengaruhi loyalitas konsumen dalam menentukan pilihannya, sehingga saat ini konsumen lebih memilih menggunakan ojek online berbasis internet yang lebih praktis.

1.3 Faktor-faktor eksternal Perubahan Sosial

a. Pengaruh Kebudayaan Masyarakat Lain

Masuknya pengaruh kebudayaan masyarakat atau arus globalisasi ini diikuti adanya pengaruh timbal balik sehingga masing - masing masyarakat akan mengalami perubahan. Faktor globalisasi ini berpengaruh pada perkembangan perekonomian digital saat ini, karena adanya inovasi transportasi berbasis online di Indonesia dipengaruhi dari kebudayaan dan inovasi negara lain terlebih dahulu maju, tetapi ada bagian dari masyarakat Indonesia yang belum bisa mengikuti perkembangan tersebut.

KESIMPULAN

Berdasarkan seluruh hasil penelitian dan pembahasan yang telah peneliti uraikan, peneliti dapat menarik kesimpulan bahwa pola komunikasi kelompok yang terjadi pada ojek pangkalan Cikoneng adalah pola komunikasi bintang yaitu semua anggota adalah sama dan memiliki kekuatan yang sama untuk menyampaikan pesan dan saling mempengaruhi dan setiap anggota dapat berkomunikasi dengan anggota lainnya sehingga memungkinkan adanya partisipasi anggota secara optimum.

Pola komunikasi kelompok ini berpengaruh pada pembentukan aksi penentangan terhadap ojek online sehingga berpengaruh terhadap dampak perubahan sosial. Adapun faktor-faktor yang benar mempengaruhi perubahan sosial dan budaya pada ojek pangkalan Cikoneng adalah a) perubahan aspek demografi, dimana pertumbuhan penduduk mempengaruhi kebutuhan wadah lapangan pekerjaan, seperti halnya ojek pangkalan menjadi wadah lapangan pekerjaan bagi warga Cikoneng setempat. b) Konflik antar kelompok, pertentangan ini terjadi pada masyarakat yang sedang berkembang menuju masyarakat modern, seperti halnya penentangan yang terjadi antara ojek

pangkalan dalam menanggapi kehadiran inovasi ojek berbasis online. d) Pemberontakan, pemberontakan yang terjadi dapat di ketahui melalui pemberitaan di media massa, seperti halnya berbagai aksi penentangan ojek pangkalan yang sudah marak dan tersebar di berbagai media. d) Inovasi, ide atau alat baru guna menggantikan atau melengkapi ide atau alat yang telah ada, seperti halnya adanya kemajuan teknologi saat ini berpengaruh pada aspek persaingan perekonomian digital sehingga hadirnya ojek berbasis online ini dianggap sebagai sebuah inovasi yang cukup berpengaruh.

DAFTAR PUSTAKA

- Mulyana, Deddy. (2017). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Basrowi. (2005). *Pengantar Sosiologi*. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wirawan, I. B. (2012). *Teori – Teori Sosial Dalam Tiga Paradigma*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group. Arikunto, Suharsimi. (2002).
- R. (2010). *Metode Penelitian Kualitatif. Jenis, Karakteristik dan Keunggulannya*. Jakarta: Grasindo.