

## **BAB I**

### **PENDAHULUAN**

#### **A. Latar Belakang**

Era saat ini memasuki era serba digital yang mana perkembangan teknologi berkembang dengan sangat pesat. Hal ini menciptakan beberapa kemajuan salah satunya dengan adanya industri transportasi berbasis *online* melalui beberapa platform. Seiring berkembangnya zaman, kemajuan layanan transportasi ini menjadikan perubahan pada paradigma masyarakat tentang bagaimana pola mobilitas masyarakat pada kehidupan sehari-hari yang lebih fleksibel dan praktis. Transportasi terbagi menjadi tiga yaitu darat, laut, dan udara, namun untuk saat ini transportasi *online* yang paling dominan dimanfaatkan oleh masyarakat yaitu transportasi darat dikarenakan cukup efisien dalam membantu menjalani kehidupan sehari-hari.<sup>1</sup>

Awal mula kemunculan ojek *online* dilatarbelakangi oleh Nadiem Makarim yang mana berpandangan bahwa sistem transportasi di Indonesia dan Jakarta cukup semerawut, dan perlu diperbaiki sehingga muncul sebuah paltform bernama Gojek. Angkutan umum saat itu memiliki layanan yang kurang baik, apalagi tarif yang ada pada ojek konvensional cukup kurang bersahabat dengan masyarakat. Hadirnya Paltform Gojek memicu antusias pada masyarakat, sehingga menjadikan beberapa paltform baru bermunculan seperti Grab, Uber, Maxim, dan *InDriver*. Hal ini menjadikan manuver baru berupa adanya

---

<sup>1</sup> Winda Hurotul Aini Aini, “Analisis Kepuasan Konsumen Pada Penggunaan Ojek Online Dan Ojek Konvensional Di Kabupaten Banyuwangi,” *Analisa: Jurnal Manajemen dan Akuntansi* 12, no. 1 (30 April 2024): hlm. 14-15, <https://doi.org/10.62734/analisa.v12i1.233>.

lowongan pekerjaan bagi masyarakat indonesia yang terbilang cukup padat akan penduduknya.<sup>2</sup>

Transportasi merupakan bagian penting dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Apalagi transportasi ojek *online* tidak hanya memberikan jasa tumpangan saja melainkan juga memberikan layanan lain berupa pesan antar makanan. Hal ini menjadikan peluang bagi beberapa bisnis makanan untuk melakukan proses pemasaran secara *online* dan melibatkan kosumen dalam wilayah yang cukup luas. Beberapa platform transportasi *online* yang memberikan layanan pesan antar makanan yaitu *Go-Food*, *GrabFood*, dan *ShopeeFood*. Layanan ini sangat membantu masyarakat untuk menghemat waktu dan lebih efisien dalam pembelian makanan dengan jarak tempuh yang cukup jauh, serta pada kondisi cuaca yang kurang bersahabat.<sup>3</sup>

Indonesia menjadi sebuah rumah bagi industri jasa makanan yang dinamis dan menawarkan peluang bisnis yang cukup besar keuntungannya bagi pelaku pasar internasional maupun lokal. Kenyamanan dan sibuknya masyarakat di Indonesia menjadi sebuah alasan mengapa masyarakat indonesia gemar untuk makan-makanan di luar atau memesan makanan melalui platform digital untuk diantar ke rumah.<sup>4</sup>

---

<sup>2</sup> M. Ridwan Hertanto, Muhammad Mawangir, dan Iredho Fani Reza, “Driver Ojek Konvensional Versus Driver Ojek Online di Kota Palembang : Studi Komparasi Kepuasan Kerja Perspektif Psikologi Islam,” *Indonesian Journal of Behavioral Studies* 1, no. 2 (30 Juni 2021): hlm. 230, <https://doi.org/10.19109/ijobs.v1i2.9287>.

<sup>3</sup> Aditya Siregar dan Yulia Novita, “Meningkatkan Kualitas Layanan Ojek Online: Kunci Kepuasan Pelanggan,” *ResearchGate*, 13 November 2024, 2.

<sup>4</sup> Hanadian Nurhayati, “Industri Jasa Makanan di Indonesia - Statistik & Fakta,” *Departemen Riset Statista*, 25 Maret 2025, <https://www.statista.com/topics/11041/foodservice-industry-in-indonesia/#topicOverview>.

**Gambar 1. 1 Perbandingan Penggunaan *Online Food Delivery***

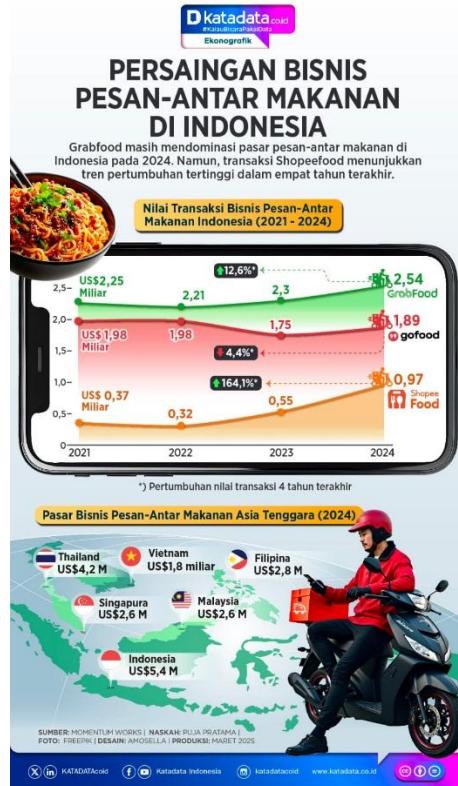


Dilansir melalui statista, pada tahun 2024, jumlah penggunaan layanan antar makanan di Indonesia mencapai sekitar 64 juta.<sup>5</sup> Hal ini juga diperkuat dengan data dari Laporan Momentum Work yang menyatakan bahwa Indonesia merupakan pasar layanan antar makanan daring (*online food delivery*) terbesar di Asia Tenggara pada ahun 2023.<sup>6</sup>

<sup>5</sup> Statista, “Penggunaan layanan pesan-antar makanan online di Indonesia tahun 2018-2029, berdasarkan segmen,” Departemen Riset Statista, 28 Februari 2025, <https://www.statista.com/forecasts/1227097/users-online-food-delivery-indonesia-by-segment>.

<sup>6</sup> Agrimin, “Indonesia Pasar Online Food Delivery Terbesar Asia Tenggara, 2023 Tembus Rp 72 Triliun,” AGRIFOOD.ID, 21 April 2024, [https://agrifood.id/indonesia-pasar-online-food-delivery-terbesar-asia-tenggara-2023-tembus-rp-72-triliun/?utm\\_source=chatgpt.com](https://agrifood.id/indonesia-pasar-online-food-delivery-terbesar-asia-tenggara-2023-tembus-rp-72-triliun/?utm_source=chatgpt.com).

**Gambar 1. 2 Peningkatan Penggunaan Aplikasi *Online Food Delivery***



Berdasarkan data statistik yang peneliti peroleh, layanan pesan antar makanan di Indonesia didominasi oleh tiga platform utama, yaitu GoFood, GrabFood, dan *ShopeeFood*. Di antara ketiganya, *ShopeeFood* menunjukkan tren peningkatan yang cukup signifikan dalam 4 tahun terakhir. Nilai transaksi *ShopeeFood* pada 2024 adalah sebesar US\$0,97 miliar (Rp15,9 triliun). Meski memiliki nilai transaksi paling kecil, tetapi *ShopeeFood* merupakan layanan pesan-antar dengan pertumbuhan nilai transaksi paling tinggi. Nilai transaksi *ShopeeFood* tumbuh 134,8% jika dibandingkan dengan empat tahun lalu.<sup>7</sup> Peningkatan ini menunjukkan bahwa *ShopeeFood* semakin diminati oleh konsumen, yang secara langsung juga berdampak pada bertambahnya jumlah

<sup>7</sup> Puja Pratama, “INFOGRAFIK: Persaingan Bisnis Pesan-Antar Makanan di Indonesia,” *ktadata.co.id*, 23 Maret 2025, [https://katadata.co.id/infografik/67d2350365526/infografik-persaingan-bisnis-pesan-antar-makanan-di-indonesia?utm\\_source=chatgpt.com](https://katadata.co.id/infografik/67d2350365526/infografik-persaingan-bisnis-pesan-antar-makanan-di-indonesia?utm_source=chatgpt.com).

mitra *driver* dan intensitas interaksi mereka dengan pelanggan.

Hasil wawancara dari beberapa *driver* ojek *online* di Kota Kediri menyatakan bahwa aplikasi *ShopeeFood* menjadi platform yang banyak digunakan dikalangan *driver* karena tidak adanya sistem diskon:<sup>8</sup>

“Memang dulu GrabFood dan GoFood, memiliki argo yang cukup tinggi, tapi untuk sekarang, malah banyak adanya event yang membuat ongkir untuk makanan dipotong yang awalnya 8,8rb menjadi 5rb, banyak yang demo juga kemarin, tetapi untuk *ShopeeFood* tidak ada yang namanya potongan ongkir”.

Dengan meningkatnya penggunaan layanan ini, tekanan bagi *driver* untuk menjaga perform terutama dalam hal *rating* atau penilaian dari pelanggan juga cenderung meningkat. Hal ini berpotensi menimbulkan kecemasan terhadap penilaian negatif yang kemudian bisa berpengaruh pada munculnya prasangka buruk terhadap pelanggan. Oleh karena itu, penelitian ini difokuskan pada *driver* *ShopeeFood*, agar dapat mengkaji lebih spesifik dinamika psikologis yang terjadi di tengah meningkatnya kompetisi dan ekspektasi dalam ekosistem layanan pesan antar makanan tersebut.

Kemudahan masyarakat dalam menggunakan jasa ojek *online* ini memiliki dampak yang positif bagi *driver* seperti meningkatnya pendapatan ekonomi sehingga dapat menyejahterakan bagi mereka, namun di lain sisi tidak menutup kemungkinan adanya dampak negatif yang muncul. Dibalik itu *driver* ojek online sering kali dihadapkan dengan tantangan kompleks yang bersifat psikologis. Tingginya intensitas penggunaan transportasi ojek online ini mengindikasikan adanya kompleksitas interaksi sosial baik *driver* maupun pelanggan yang memungkinkan munculnya berbagai permasalahan. Menurut

---

<sup>8</sup> Jepri, Driver Online, 29 Mei 2025.

Syafiina, dkk., bekerja sebagai *driver ojek online* terkadang sering mendapatkan pelanggan yang merasa kurangnya pelayanan yang diberikan kepada dirinya seperti cara *driver ojek online* menghubungi pelanggan yang dianggap kurang patut, komunikasi yang kurang baik, terlambat dalam menjemput pelanggan, ugal-ugalan dalam membawa penumpang.<sup>9</sup>

Dilansir di salah satu media berita Kompas, dua tahun yang lalu di Jawa Barat terjadi konflik antara *driver ojek online* dan pelanggan yang memberikan *review* buruk berupa bintang satu, sehingga menjadikan sejumlah *driver ojek online* tidak terima dan mendatangi rumah pelanggan. Asep selaku *driver ojek online* yang mendapatkan penilaian negatif, menjelaskan bahwa:<sup>10</sup>

“Saat itu saya mendapatkan pesanan makanan, sudah sampai di titik yang pelanggan kirim, saya langsung kabarkan ke pelanggan. Seketika, pelanggan balas chat dengan kata kasar, lalu nelepon marah-marah. Saya kaget dan diam saja,”

"Saya bingung Mas, dimarahi terus, padahal sudah sesuai. Saya antarkan ke rumahnya, dia keluar pagar, langsung ambil makanan, dan masuk seketika," tambahnya.

Menurut Sosiolog UGM, A. B. Widjanta menyatakan bahwa konflik tersebut merupakan persoalan sosial dalam kehidupan masyarakat yang serba digital. Teknologi digital telah menciptakan iklim kerja yang terindividualisasi, masalah individualisasi tanpa disadari memposisikan keduanya sebagai pihak yang sama-sama rentan. Hal ini menjadikan konflik horizontal yang tidak dapat terhindarkan oleh pekerja dan pelanggan ojek *online*.<sup>11</sup>

---

<sup>9</sup> Adelina Murti Syafiina dkk., "Kesejahteraan Psikologis Pada Pengendara Ojek Online Di Kota Surakarta," *TUTURAN: Jurnal Ilmu Komunikasi, Sosial dan Humaniora* 2, no. 1 (11 Januari 2024): hlm. 240, <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i1.783>.

<sup>10</sup> Ellyvon Pranita dan Bestari Kumala dewi, "Konflik Pelanggan dengan Driver Ojol yang Dimaki dan Diberi Bintang 1, Ini Kata Sosiolog," *Kompas.com*, 3 Februari 2022, [https://www.kompas.com/sains/read/2022/02/03/184500823/konflik-pelanggan-dengan-driver-ojol-yang-dimaki-dan-diberi-bintang-1-ini?page=all#google\\_vignette](https://www.kompas.com/sains/read/2022/02/03/184500823/konflik-pelanggan-dengan-driver-ojol-yang-dimaki-dan-diberi-bintang-1-ini?page=all#google_vignette).

<sup>11</sup> Pranita dan dewi.

Peneliti melakukan wawancara dengan salah satu *driver ojek online* di Kota kediri, *Driver* menceritakan salah satu pengalaman yang kurang baik yaitu ketika mendapatkan pelanggan ribet, salah akan lokasinya yang seharusnya dikost tetapi titiknya ditempat kerjanya, dan memberikan penilaian negatif tanpa alasan:<sup>12</sup>

“Saya mendapatkan pesanan di resto Mie Gacoan dan lokasi pengirimannya itu di Omah Geprek Satya tempat biasa saya makan, istirahat, sebelumnya terkait lokasi sudah saya tanyakan dan sesuai, otomatis saya kirim kesana, sampainya dilokasi saya tanyakan pemilik Omah Geprek Satya terkait pesanannya, ternyaka pihak pemilik mengkonfirmasi bahwa tidak ada yang memesan makannya, saya perjelas lagi bahwa yang pesan atas namanya X, pemilik mengkonfirmasi bahwa itu karyawannya tapi tidak ada di lokasi tapi dikostnya, kebiasaan mas anaknya kalau pesan titiknya disini, dan pemilik Omah Geprek Satya dikirim sini aja tidak apa, ya sudah saya tinggal dan kembali lagi ke Mie Gacoan, tidak lama saya dapat pesanan lagi, ada notif dari pesanan sebelumnya yang menyuruh kirim ke kostnya, saya bilang tidak bisa karna sudah tidak dilokasi, tidak lama *rating* saya turun karena dibintang satu.”

Peneliti juga mendapatkan informasi bahwa *driver* memiliki pemikiran yang negatif terhadap pelanggan, yang mana pelanggan diyakini tidak menghargai atas layanan yang diberikan, hal ini diperkuat dengan pernyataan *driver*, yaitu:

“Saya cuma berpikiran kok gampang banget *rating* bintang satu, padahal ya awalnya yang salah titik dia, apa gak takut kalo ketemu *driver* yang dibintang satu, kan ditempat kerjanya juga ada paket hemat buat ojol, pastinya ya ojol sedikit banyak kesana.”

Terkait perasaan yang dirasakan *driver* saat itu, *driver* merasa kesal, padahal ya *driver* mengirim orderan sesuai diaplikasi, hal ini diperkuat dengan hasil wawancara peneliti dengan *driver*, yakni:

“Perasaan saya kesal, padahal saya sudah kirim sesuai lokasi dan yang salah lokasi juga pelanggan, padahal bosnya menerima orderan juga tidak keberatan, dan malah pas saya dapat orderan lagi baru bilang kalo salah titik dan suruh kirim ke kostnya.”

---

<sup>12</sup> Zaky Zakaria, Driver Online, 2025.

Peneliti juga menemukan adanya perilaku tertentu yang muncul pada *driver* atas pernyataannya terkait kejadian ini, *driver* menjadi tidak ramah terhadap pelanggan yang memberikan bintang satu, dan tidak membalas atas komplen yang dilakukan oleh pelanggan, pernyataan ini juga diperkuat dengan hasil wawancara pada *driver* yang mana menyatakan:

“Saat pelanggan *chat* lagi menyeruh saya kirim ke kostnya, saya jawab tidak bisa karena saya sudah dapat orderan lagi, terus tidak saya balas lagi, kejadian ini lalu saya ceritakan ke teman sesama *driver*. ”

Berdasarkan hasil kutipan wawancara diatas, terkait adanya pikiran atau keyakinan negatif *driver* pada pelanggan, perasaan emosi negatif yang dirasakan *driver*, dan adanya perilaku tertentu yang muncul, maka dapat disimpulkan bahwa *driver* ojek *online* termanifestasi dalam tiga aspek prasangka buruk menurut Myers yang meliputi kognitif, afektif, dan kecenderungan perilaku.<sup>13</sup> Menurut Gordon Allport, prasangka merupakan perasaan tidak suka atas dasar generalisasi yang salah.<sup>14</sup> Menurut KBBI, prasangka merupakan pendapat atau anggapan kurang baik mengenai suatu yang belum tentu terjadi.<sup>15</sup> Sedangkan Effendy dalam Rohmad, berpendapat bahwa prasangka buruk merupakan masalah yang cukup berat dalam interaksi sosial, karena seseorang yang berprasangka akan merasa curiga akan hal yang belum terjadi.<sup>16</sup> Secara kesimpulan prasangka buruk merupakan penilaian yang kurang baik atas hal yang belum tentu terjadi dan dapat diarahkan pada diri sendiri maupun orang lain. Menurut Myers, terkait aspek prasangka buruk meliputi (1) kognitif yang

---

<sup>13</sup> Fattah Hanurawan, *Psikologi Sosial Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2015).

<sup>14</sup> Alo Liliweri, *Prasangka, Konflik, & Komunikasi Antarbudaya* (Jakarta: KENCANA, 2018).

<sup>15</sup> Badan Pengembangan dan Pembinaan Bahasa (Pusat Bahasa), *Kamus Besar Bahasa Indonesia Daring (Online)*, 2024, <https://kbbi.web.id/prasangka>.

<sup>16</sup> M. Ali Rohmad, “Prasangka Buruk Dunia Kerja Terhadap Lulusan Perguruan Tinggi,” *Jurnal Pendidikan dan Keislaman* 10 (2020).

mengarah pada pikiran atau keyakinan negatif, (2) afektif yang mengarah pada perasaan atau emosi negatif antarindividu, dan (3) kecenderungan perilaku yang mengarah pada perilaku negatif.<sup>17</sup> Atas dasar tiga aspek ini menjadikan pedoman untuk peneliti melakukan wawancara dengan salah satu *driver ojek online* di Kota kediri terkait masalah yang mangacu pada prasangka buruk terhadap pelanggan. Hal ini didukung oleh teori atribusi yang menyatakan bahwa individu cenderung mengaitkan pengalaman negatif dengan karakter pribadi orang lain ketimbang faktor situasional.

Menurut hasil penelitian Watson dan Friend, kecemasan terhadap penilaian negatif merupakan kondisi emosional yang timbul dan mempengaruhi cara seseorang berinteraksi dengan orang lain, termasuk kecenderungan dalam membentuk prasangka buruk.<sup>18</sup> Dalam konteks *driver ojek online*, kecemasan terhadap penilaian negatif dapat memengaruhi cara mereka menginterpretasikan perilaku pelanggan. *Driver* yang sering merasa cemas akan evaluasi buruk dari pelanggan cenderung lebih waspada dan defensif dalam interaksi mereka. Seiring waktu, kecemasan ini dapat membentuk sebuah persepsi negatif berupa prasangka buruk terhadap pelanggan.

*Driver* yang takut dinilai secara tidak adil mungkin mulai mengembangkan keyakinan bahwa pelanggan memang cenderung memberikan penilaian negatif, terlepas dari bagaimana layanan mereka diberikan. Hal ini dapat menyebabkan bias dalam interaksi mereka, seperti lebih mudah berprasangka negatif terhadap pelanggan sebelum benar-benar berinteraksi. Jika prasangka ini terus

---

<sup>17</sup> Hanurawan, *Psikologi Sosial Suatu Pengantar*.

<sup>18</sup> David Watson dan Ronald Friend, "Measurement of Social Evaluative Anxiety," *Journal of Consulting and Clinical Psychology* 33 (1969): 449.

berkembang, dapat berdampak pada kualitas pelayanan dan kesejahteraan psikologis *driver* itu sendiri.

Watson dan Friend pertama kali pada tahun 1969, menyatakan bahwa kecemasan terhadap penilaian negatif (*Fear of Negative Evaluation*) mengacu pada rasa takut terhadap penilaian negatif dari orang lain, kecemasan akan menerima penilaian yang tidak menguntungkan dari mereka, dan harapan bahwa orang lain akan menilai mereka secara negatif.<sup>19</sup> Menurut Carleton, kecemasan terhadap penilaian negatif (*Fear of Negatif Evaluation*) merujuk pada perasaan cemas dan tantangan yang muncul akibat khawatir terhadap penilaian yang dianggap merendahkan atau tidak bersahabat dari orang lain.<sup>20</sup> Hemberg, Brozovich dan Rapee, berpendapat bahwa kecemasan terhadap penilaian negatif (*Fear Of Negative Evaluation*) berada di pusat sebagian besar pemahaman tentang kecemasan sosial.<sup>21</sup> Sedangkan menurut Shaban, *Fear of Negative Evaluation* (FNE) merupakan perasaan takut terkait evaluasi negatif dan menjadikan seseorang menjauhi hal yang berhubungan dengan evaluasi.<sup>22</sup> Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa kecemasan terhadap penilaian negatif (*Fear of Negative Evaluation*) merupakan ketakutan yang dialami individu terkait penilaian negatif atas dasar perilaku individu yang kurang tepat. Faktor

---

<sup>19</sup> U. Mar'atussolihah, A. Fitriani, dan Indah D. C. Izzati, “Fear of Negative Evaluation (FNE), Parent Attachment, dan Kecemasan Sosial: Menguraikan Keterkaitannya dalam Kehidupan Mahasiswa,” *Jurnal Psikologi Sains dan Profesi* 8 (2024).

<sup>20</sup> Dzikra Hanifa, “Pengaruh Keprifadian Big Five, Perceived Communication Competence, dan Fear of Negative Evaluation Terhadap Kecemasan Berbicara di Depan Umum” (Skripsi, Jakarta, UIN Syarif Hidayatullah, 2022).

<sup>21</sup> G. Ilmi Hanifanisa, “Hubungan Antara Fear Of Negative Evaluation Dengan Kecemasan Akademik Pada Mahasiswa Fakultas Psikologi Universitas Medan Area” (Skripsi, Medan, Universitas Medan Area, 2023).

<sup>22</sup> Fatimah dan Rizqi Amalia Aprianty, “Hubungan Antara Fear of Negative Evaluation dengan Mental Toughness Pada Atlet Tenis Lapangan,” *Jurnal Pendidikan Jasmani dan Olahraga* Volume 21 (2022).

yang mempengaruhi Kecemasan Terhadap Penilaian Negatif (*Fear of Negative Evaluation*) diantaranya: genetika, jenis kelamin, kepribadian dan pengalaman. Menurut Mesagno, menyatakan bahwa pengalaman yang tidak menyenangkan dalam kondisi tertentu bisa memicu munculnya perasaan *Fear of Negative Evaluation* pada individu.<sup>23</sup> Pengalaman yang tidak menyenangkan ini menimbulkan perasaan negatif yang muncul secara berangsur-angsur.

Berdasarkan penjelasan fenomena diatas, peneliti memiliki ketertarikan dalam meneliti yang bertujuan untuk menganalisis “**Hubungan Antara Kecemasan Terhadap Penilaian Negatif Dengan Prasangka Buruk Terhadap Pelanggan Pada Driver Ojek Online Di Kota Kediri**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang di atas, peneliti dapat merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat prasangka buruk terhadap pelanggan pada *driver ojek online* di Kota Kediri?
2. Bagaimana tingkat kecemasan terhadap penilaian negatif pada *driver ojek online* di Kota Kediri?
3. Apakah ada hubungan positif yang signifikan antara kecemasan terhadap penilaian negatif dengan prasangka buruk terhadap pelanggan pada *driver ojek online* di Kota Kediri?

## **C. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan latar belakang dan rumusan masalah di atas, peneliti memiliki

---

<sup>23</sup> Fatimah dan Aprianty.

tujuan penelitian sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui tingkat prasangka buruk terhadap pelanggan pada *driver ojek online* di Kota Kediri.
2. Untuk mengetahui tingkat kecemasan terhadap penilaian negatif pada *driver ojek online* di Kota Kediri.
3. Untuk mengetahui hubungan antara kecemasan terhadap penilaian negatif dengan prasangka buruk terhadap pelanggan pada *driver ojek online* di Kota Kediri.

## **D. Manfaat Penelitian**

### **1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan dapat menambahkan khazanah ilmu pengetahuan pada bidang psikologi sosial di dunia kerja berbasis teknologi, khususnya pada paltform ojek *online* mengenai hubungan kecemasan dengan prasangka buruk pada layanan transportasi ojek berbasis digital.

### **2. Manfaat Praktis**

#### **a. Bagi Subjek**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan subjek sebagai bahan bacaan untuk memahami tentang dinamika psikologi terutama pada kecemasan serta menjadi bahan untuk meningkatkan hubungan baik dengan pelanggan agar terhindar dari masalah penilaian negatif.

#### **b. Bagi Ojek *Online*/Perusahaan**

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan lembaga/perusahaan sebagai dasar referensi untuk mengembangkan sistem agar driver ojek *online* ini tidak mengalami kecemasan yang berlebihan terhadap

penilaian negatif yang memiliki dampak menimbulkan prasangka buruk.

### c. Bagi Peneliti/Akademisi

Penelitian ini diharapkan dapat digunakan akademisi/peneliti sebagai dasar bagi peneliti selanjutnya untuk melakukan penelitian yang sama dengan metode yang berbeda, serta mengaitkan dengan varibel yang berbeda.

## E. Ruang Lingkup/Batasan Penelitian

Untuk memastikan penelitian ini berjalan fokus dan terarah, maka perlu ditetapkan batasan-batasan yang jelas terkait lingkup penelitian. Adapun batasan dalam penelitian ini meliputi:

### 1. Batasan Variabel

Penelitian ini berfokus pada dua variabel utama yaitu kecemasan terhadap penilaian negatif (*fear of negative evaluation*) sebagai variabel independen (X) dan prasangka buruk terhadap pelanggan sebagai variabel dependen (Y). Variabel lain yang mungkin mempengaruhi hubungan kedua variabel tersebut tidak menjadi fokus dalam penelitian ini.

### 2. Batasan Subjek

Subjek penelitian dibatasi hanya pada *driver ojek online* yang beroperasi di Kota Kediri dengan kriteria:

- a. Aktif bekerja minimal 3 bulan sebagai *driver ojek online*.
- b. Aktif melakukan pelayanan antar makanan.
- c. Terdaftar pada platform ojek online *ShopeeFood*.

### 3. Batasan Lokasi

Penelitian ini hanya dilakukan di wilayah administratif Kota Kediri, tidak mencakup Kabupaten Kediri atau wilayah lain di sekitarnya.

### 4. Batasan Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional, sehingga hanya mengukur hubungan antara variabel tanpa melakukan intervensi atau manipulasi eksperimental. Penelitian tidak berfokus pada analisis kausalitas mendalam antar variabel.

### 5. Batasan Pengukuran

Pengukuran variabel kecemasan terhadap penilaian negatif menggunakan adaptasi skala *Fear of Negative Evaluation* yang dikembangkan oleh Watson dan Friend, sedangkan pengukuran prasangka buruk terhadap pelanggan menggunakan skala yang disusun berdasarkan aspek prasangka buruk menurut Myers. Penelitian ini tidak menggunakan pengukuran variabel dengan metode observasi langsung atau wawancara mendalam.

### 6. Batasan Analisis

Analisis data dalam penelitian ini terbatas pada analisis statistik deskriptif untuk menggambarkan tingkat variabel dan analisis korelasi untuk menguji hubungan antar variabel. Penelitian ini tidak melakukan analisis statistik lanjutan seperti analisis multivariat atau model persamaan struktural.

Batasan-batasan ini ditetapkan untuk memastikan penelitian tetap fokus dan terarah, serta dapat menghasilkan temuan yang spesifik dan relevan dalam

konteks *driver ojek online* di Kota Kediri. Dengan adanya batasan yang jelas, diharapkan penelitian ini dapat memberikan kontribusi yang bermakna pada pemahaman tentang hubungan antara kecemasan terhadap penilaian negatif dengan prasangka buruk terhadap pelanggan dalam konteks pekerjaan berbasis platform digital.

## F. Penelitian Terdahulu

Sebuah penelitian yang berfokus dalam suatu masalah dan menjadi pembaharuan konsep penelitian, memerlukan adanya studi penelitian terdahulu yang memiliki tema yang sama, supaya dapat memetakan akan posisi penelitian yang akan dilakukan. Berdasarkan hal ini, maka peneliti mendapatkan beberapa literatur yang dijabarkan sebagai berikut:

1. Penelitian tentang stres kerja yang dilakukan oleh Yusril Iza Mahendra, dkk., pada tahun 2022 dengan judul “Analisis Pengaruh Stress Kerja terhadap Ojek *Online* di Kota Medan”. Penelitian ini dilakukan melalui metode kuantitatif yang berfokus pada penentuan kausalitas. Penelitian menyimpulkan bahwa tingkat stres yang dialami oleh *driver ojek online* di Kota Medan adalah normal. Hal ini didukung dengan hasil penelitian untuk stres ringan terdapat 3 responden, stres sedang 6 responden, normal 7 responden stres berat 5 responden, stres sangat berat 4 responden.<sup>24</sup> Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama memilih *driver ojek online* sebagai subjek untuk diteliti. Di sisi lain perbedaannya terdapat pada metode yang digunakan yaitu pada penelitian terdahulu menggunakan kuantitatif yang berfokus pada kausalitas,

---

<sup>24</sup> Yusril Iza Mahendra, “Analisis Pengaruh Stress Kerja Terhadap Ojek Online di Kota Medan,” *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Volume 1* (2022).

sedangkan pada penelitian ini menggunakan kuantitatif korelasional. Adapun perbedaan lainnya terdapat pada variabel yang diteliti, dimana stres kerja sebagai variabel pada penelitian terdahulu dan kecemasan terhadap penilaian negatif variabel X penelitian yang akan dilakukan. Terkait tempat juga memiliki perbedaan yaitu Kota Medan sebagai tempat penelitian pada penelitian ini dan Kota Kediri sebagai tempat penelitian yang akan dilaksanakan peneliti.

2. Penelitian yang dilakukan Putera, K. Dwi, Yuniardi, M. Salis, dan Masturah, A. Nabilah. dengan judul “Apa Saya Khawatir Karena *Fear of Negative Evaluation?* Sebuah Studi Pada Remaja”. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif menggunakan regresi linear sederhana (*simple linear regression*). Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Fear of Negative Evaluation* menjadi prediktor positif yang signifikan dalam menjelaskan *Generalized Anxiety Disoder*. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa semakin tinggi *Fear of Negative Evaluation* maka akan semakin tinggi juga *Generalized Anxiety Disoder*, begitupun sebaliknya jika semakin rendah FNE maka akan semakin rendah juga *Generalized Anxiety Disoder*.<sup>25</sup> Penelitian ini memiliki kesamaan variabel dengan penelitian yang akan dilakukan, yaitu menggunakan variabel kecemasan terhadap penilaian negatif (*fear of negatif evaluation*) sebagai variabel X dalam penelitian. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terdapat pada metode yang digunakan, dimana dalam penelitian ini menggunakan metode regresi liner sederhana, sedangkan penelitian ini

---

<sup>25</sup> Koko Dwi Putera, M. Salis Yuniardi, dan A. Nabila Masturah, “Apa Saya Khawatir Karena Fear of Negative Evaluation? Sebuah Studi Pada Remaja,” *Jurnal Mediapsi* Volume 6 (2022).

menggunakan kuantitatif korelasional. Di sisi lain, perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terdapat pada subjek penelitian yang digunakan, dimana pada penelitian ini menggunakan remaja atau siswa sebagai subjek, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan *driver ojek online* sebagai subjek yang diteliti. Adapun perbedaan yang lain terdapat pada tempat penelitian, dimana pada penelitian ini bertempat di Malang, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan bertempat di Kota Kediri.

3. Agata, A. V. F, dkk. melakukan penelitian dengan judul “*Exploring Fear of Negative Evaluation in Foreign Language Anxiety Photovoice of Undergraduates in Speaking Class*”. Penelitian ini menggunakan pendekatan *Photovoice* yang mengacu pada metode kualitatif. Hasil penelitian menunjukkan bahwa siswa mengalami kecemasan saat melakukan aktivitas berbicara di kelas.<sup>26</sup> Penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama menggunakan kecemasan terhadap penilaian negatif (*fear of negative evaluation*) sebagai variabel X dalam penelitian. Perbedaan dari penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terdapat pada metode yaitu pada penelitian ini menggunakan metode *photovoice* yang mengacuh pada kualitatif dengan memanfaatkan foto-foto yang telah dikumpulkan, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan metode kuantitatif korelasi. Selain itu terdapat pula perbedaan yang lain, yaitu pada subjek yang diteliti, pada

---

<sup>26</sup> A. V. Furry Agata dkk., “Exploring Fear of Negative Evaluation in Foreign Language Anxiety Photovoice of Undergraduates in Speaking Class,” *Jurnal Sains Sosial dan Humaniora* Volume 3 (2019).

penelitian ini memilih mahasiswa sebagai subjek, sedangkan penelitian yang akan dilakukan menggunakan *driver ojek online* sebagai subjek.

4. Penelitian yang dilakukan Fatimah, dan Aprianti, R. Amaliah. dengan judul “Hubungan Antara *Fear of Negative Evaluation* dengan Mental *Toughness* pada Atlet Tenis Lapangan”. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif korelasional. Hasil penelitian menunjukkan adanya hubungan yang negatif serta signifikan antara *fear of negative evaluation* dengan mental *toughness* pada atlet tenis lapangan dengan koefisien (*r*) sebesar -991 yang menandakan kekuatan hubungan yaitu sangat kuat, dengan nilai (*Sig.*) sebesar 0,000. Hasil yang negatif memiliki makna semakin tinggi *fear of negative evaluation* maka semakin rendah mental *toughness* yang dimiliki atlet, begitu pula sebaliknya. Semakin rendah *fear of negative evaluation* maka semakin tinggi mental *toughness* yang dimiliki atlet.<sup>27</sup> Pada penelitian ini memiliki kesamaan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu terdapat pada variabel penelitian, yang mana menggunakan kecemasan terhadap penilaian negatif (*fear of negative evaluation*) sebagai variabel X penelitian. Selain itu, ada juga kesamaan metode yang digunakan dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu sama-sama menggunakan metode penelitian kuantitatif korelasi. Perbedaan pada penelitian ini dengan penelitian yang akan dilakukan terdapat pada subjek yang diteliti, yaitu pada penelitian ini menggunakan subjek atlet tenis lapangan, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan *driver ojek online* sebagai subjek.

---

<sup>27</sup> Fatimah dan Aprianty, “Hubungan Antara Fear of Negative Evaluation dengan Mental Toughness Pada Atlet Tenis Lapangan.”

5. H. L. Yulizar, dan Salman melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Konten Prank Ojek *Online* di *Youtube* Terhadap Tingkat Kecemasan *Driver*” di Jakarta Selatan pada tahun 2022. Penelitian ini menggunakan metode survei deskritif dan menyatakan bahwa tayangan *content* video *youtube* yang menampilkan video prank terhadap pesanan ojek *online* ini menyebabkan para *driver* ojek *online* tersebut merasa cemas ataupun was-was.<sup>28</sup> Penelitian ini memiliki kesamaan dalam subjek penelitian yakni menggunakan *driver* ojek *online* sebagai subjek yang diteliti. Selain itu, variabel yang digunakan dalam penelitian ini memiliki sedikit perbedaan, dimana pada penelitian ini menggunakan variabel tingkat kecemasan, sedangkan pada penelitian yang akan dilakukan menggunakan variabel kecemasan terhadap pernilaian negatif (*fear of negative evaluation*). Adapun perbedaan yang lain terdapat pada metode yang digunakan yaitu pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif sedangkan pada penelitian ini menggunakan metode kuantitatif korelasi. Lokasi penelitian juga memiliki perbedaan, pada penelitian ini dilakukan di Jakarta, sedangkan penelitian yang akan dilakukan memilih Kota Kediri sebagai tempat penelitian.

Berdasarkan hasil penjabaran diatas, terkait beberapa penelitian terdahulu maka dapat diketahui bahwa dalam penelitian tersebut memiliki keterkaitan dengan variabel yang akan diteliti yaitu kecemasan terhadap pernilaian negatif (*fear of negative evaluation*). Merujuk dari beberapa hasil penelitian terdahulu dapat dinyatakan bahwa penelitian yang akan diteliti oleh peneliti belum pernah

---

<sup>28</sup> H. L. Yulizar dan Salman, “Pengaruh Konten Prank Ojek Online di Youtube Terhadap Tingkat Kecemasan Driver,” *Jurnal Mahasiswa Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis* Volume 8 (2022).

sama sekali dilakukan dan dapat menjadi bahan pembaharuan untuk penelitian selanjutnya.

## **G. Definisi Operasional**

Definisi operasional merupakan definisi variabel penelitian yang menitik beratkan pada pemahaman peneliti berdasarkan atas sifat-sifat yang dapat diamati.<sup>29</sup> Berikut definisi operasional dalam penelitian ini:

### **1. Prasangka Buruk Terhadap Pelanggan**

Prasangka buruk Terhadap Pelanggan adalah persepsi negatif yang dimiliki *driver ojek online* tanpa adanya dasar atau bukti yang jelas. Subjek dalam penelitian ini, diukur dengan menggunakan kuesioner prasangka buruk yang disusun berdasarkan aspek dari prasangka buruk menurut Myers yang meliputi, kognitif, afektif, kecenderungan perilaku.<sup>30</sup> Skor yang tinggi pada kuisioner prasangka buruk penelitian ini menunjukkan tingginya prasangka buruk yang dialami oleh subjek, dan sebaliknya.

### **2. Kecemasan Terhadap Penilaian Negatif**

Kecemasan terhadap penilaian negatif adalah ketakutan yang dialami *driver ojek online* ketika ia merasa telah melakukan kesalahan dalam pekerjaannya. Subjek dalam penelitian ini, diukur dengan menggunakan kuesioner kecemasan terhadap penilaian negatif yang disusun berdasarkan aspek dari kecemasan terhadap penilaian negatif (*Fear of Negative Evaluation*) menurut Watson dan Friend dalam skala *Fear of Negative*

---

<sup>29</sup> Hamdan Fadillah Ahmad, “Pengaruh Ketidakpuasan Tubuh dengan Penerimaan Diri pada Perempuan Usai Dewasa Awal (18-25 tahun) di Organisasi GMNI Kota Kediri” (Skripsi, Kota Kediri, IAIN Kediri, 2024).

<sup>30</sup> Hanurawan, *Psikologi Sosial Suatu Pengantar*.

*Evaluation* yang meliputi:<sup>31</sup> (1) kekhawatiran individu mengenai penilaian dari orang lain mengenai dirinya, (2) stres individu akibat penilaian negatif dari orang lain, (3) penghindaran individu terhadap situasi yang dapat menyebabkan dirinya dievaluasi, (4) harapan individu bahwa orang lain akan menilai dirinya secara negatif. Skor yang tinggi pada kuisioner kecemasan terhadap penilaian negatif penelitian ini menunjukkan tingginya kecemasan terhadap penilaian negatif yang dialami oleh subjek, dan sebaliknya.

---

<sup>31</sup> Watson dan Friend, “Measurement of Social Evaluative Anxiety.”