

## ABSTRAK

Ojek online merupakan salah satu alat transportasi yang mulai disenangi oleh masyarakat karena kemudahan dan sifatnya yang praktis memudahkan masyarakat untuk menggunakannya, maka tidak heran jasa ojek online sangat dinikmati oleh sejumlah masyarakat. Maka dari itu jasa ojek online harus memiliki mitra driver ojek online yang profesional untuk memenuhi kebutuhan masyarakat. Dan pada mitra driver ojek online di kedaton banyak sekali penilaian driver yang kurang menyenangkan dimata masyarakat, hal ini dilihat pada kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan, sehingga berdampak pada penilaian driver yang kurang baik. Sebagai usaha untuk meningkat kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan agar citra baik driver ojek online tetap bagus di mata masyarakat, maka driver ojek online harus memiliki beberapa strategi komunikasi untuk menyampaikan tujuannya dengan baik. Penelitian ini bersifat deskriptif yang tujuannya untuk melakukan eksplorasi dan mengklarifikasi dengan menggunakan teori penggunaan dan kepuasan (*uses and gratification*), dimana teori tersebut menjelaskan bagaimana upaya yang harus dilakukan untuk peningkatan mengenai kualitas pelayanan driver dan kepuasan pelanggan. Manfaat penilaian ini diharapkan dapat menambah wawasan keilmuan dibidang komunikasi pelayanan dan kepuasan bagi pengembangan Ilmu Komunikasi pada Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi khususnya Komunikasi Penyiaran Islam. Metode pengumpulan data yang penulis gunakan yaitu metode interview dan metode lainnya sebagai penunjang untuk melengkapi yaitu metode observasi dan dokumentasi serta cara berpikir induktif. Dari hasil penelitian driver ojek online menunjukkan bahwa penilaian baik masyarakat dapat dilihat dari dua indikator. Pertama, yaitu kualitas pelayanan driver ojek online terhadap pelanggan. Kedua, yaitu dari segi kualitas kepuasan konsumen atas kualitas pelayanan driver ojek online. Hasil penelitian ini menunjukkan adanya kepuasan dan ketidakpuasan yang berakibat baik dan buruknya penilaian driver ojek online dimata masyarakat. Maka dari hasil penelitian dapat di tarik kesimpulan bahwa strategi komunikasi driver ojek online dalam upaya menciptakan penilaian citra baik pada masyarakat melalui kualitas pelayanan dan kepuasan pelanggan dengan menjamin keselamatan pelanggan dan membuat pelanggan merasa aman dan nyaman dalam menggunakan jasa ojek online.