



UIMSYA
UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT
BLOKAGUNG - BANYUWANGI

ARTIKEL

PERAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL
DALAM HUBUNGAN KERJA SAMA ANTARA
DARUSSALAM TRANSPORT DENGAN AGEN
TOUR WISATA DI BANYUWANGI

2024
2025

FDKI UIMSYA
RESEARCH



ARTIKEL

**PERAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM HUBUNGAN
KERJA SAMA ANTARA DARUSSALAM TRANSPORT DENGAN
AGEN TOUR WISATA DI BANYUWANGI**



Oleh :

FARIZ RAHMAN BURAHNUDDIN NAZAR

NIM : 2112111016

**PROGRAM STUDI KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM (FDKI)
UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT (UIMSYA)
BLOKAGUNG BANYUWANGI 2025**

PERSETUJUAN PEMBIMBING

Artikel Dengan Judul:

**Peran Komunikasi Interpersonal Dalam Hubungan Kerja Sama Antara Darussalam
Transport Dengan Agen Tour Wisata Di Banyuwangi**

Telah disetujui untuk diajukan dalam sidang ujian seminar artikel

Pada tanggal: 21 Juni 2025

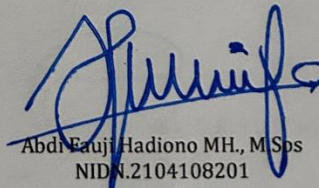
Mengetahui,



Ketua Program Studi
Komunikasi dan Penyiaran Islam

Maskur, S.Sos., MH
NIDN.2105078101

Pembimbing


Abdi Fauji Hadiono MH., M.Sos
NIDN.2104108201

PENGESAHAN PENGUJI

Artikel saudara Fariz Rahman Burhanuddin Nazar telah di Munaqosah Kepada
Dewan Penguji Artikel Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Universitas KHL
Mukhtar Syafaat (UIMSYA) Blokagung Banyuwangi pada tanggal:

21 Juni 2025

dan telah diterima serta disahkan sebagai salah satu syarat untuk
memperoleh gelar Sarjana Sosial (S.Sos)

Tim penguji:

Ketua



Abdi Fauji Hadiono MH., M.Sos

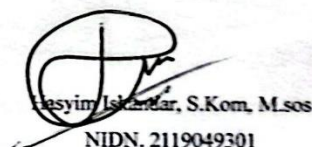
NIDN.2104108201

Penguji I



Masykur, S.sos.I, MH
NIDN. 2105078101

Penguji II



Masyim Iskandar, S.Kom, M.sos
NIDN. 2119049301

Dekan



AGUS BAIHAQI, S.Ag., M.I.Kom.

NIDN. 21281072

PERNYATAAN KEASLIAN ARTIKEL

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Yang bertanda tangan di bawah ini, Saya:

Nama : FARIZ RAHMAN BURHANUDDIN NAZAR
Nim : 2112111016
Program Studi : Komunikasi Dan Penyiaran Islam
Fakultas : Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam
Alamat Lengkap : Jl. Made Bina Perum Bina Permai Blok II/II9, Denpasar
Utara Denpasar Bali

Dengan sungguh-sungguh menyatakan bahwa artikel ini secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali pada bagian-bagian yang dirujuk sumbernya.

Banyuwangi : 20 Juli 2025

Saya yang menyatakan:



FARIZ RAHMAN BURHANUDDIN NAZAR

NIM: 2112111016

KATA PENGANTAR

Dengan mengucapkan rasa syukur kepada Allah yang Maha Pengasih dan Penyayang, penulis sangat bersyukur atas semua rahmat dan hidayahnya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Proposal Artikel dengan judul ***“Peran Komunikasi Interpersonal Dalam Menjalin Hubungan Kerja Sama Antara Darussalam Transport (Dasstro) Dengan Agen Agen Tour Wisata Di Banyuwangi”*** yang insyaallah telah terselesaikan dengan sebaik mungkin. Shalawat serta salam semoga tetap tercurahkan kepada Nabi Muhammad SAW. Nabi yang telah membawa kita dari zaman jahiliyyah menuju zaman terang benderang yakni addinul islam. semoga kita sebagai umatnya dapat meneruskan perjuangan dakwah beliau hingga akhir zaman. Penyelesaian Proposal Artikel ini berkat bimbingan, dukungan, dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, penulis menyampaikan ucapan terima kasih kepada:

- 1) KH. Ahmad Hisyam Syafa’at, S.Sos.I.,M.H. Pengasuh Pondok Pesantren Darussalam Blokagung Banyuwangi.
- 2) Dr.H. Ahmad Munib Syafa’at, Lc.,M.E.I. Rektor Universitas KH.Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi.
- 3) Agus Baihaqi, S.Ag.,M.I.Kom. Selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam.
- 4) Maskur, S.Sos.I,MH. Selaku Kaprodi Komunikasi dan Penyiaran Islam.
- 5) Abdi Fauji Hadiono M.Sos., MH selaku Dosen pembimbing yang telah meluangkan banyak waktu juga pikiran untuk membantu dalam menyelesaikan Proposal Artikel ini.
- 6) Seluruh Dosen Universitas KH. Mukhtar Syafaat Blokagung Tegalsari Banyuwangi.

- 7) Kedua orang tua dan teman-teman yang senantiasa memberikan motivasi dan semangat kepada penulis.
- 8) Dan semua pihak yang telah memberikan tenaga dan pikirannya baik secara langsung maupun tidak langsung.

Blokagung, 23 Juli 2025

Penulis

Fariz Rahman Burhanuddin Nazar

Peran Komunikasi Interpersonal Dalam Menjalin Hubungan Kerja Sama Antara Darussalam Transport (*Dasstro*) Dengan Agen Tour Wisata Di Banyuwangi

Fariz Rahman Burhanuddin Nazar¹, Abdi Fauji Hadiono²

^{1,2} Program Studi Komunikasi Dan Penyiaran Islam Universitas Kh. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi,

^{1,2} Jl. Pd. Pesantren Darussalam Blokagung, Karangdoro, Kec Tegalsari, Kabupaten Banyuwangi Jawa Timur 68485, Indonesia

Cara Mengutip: Nazar, F. R. B, & Hadiono, A. F. (2025). Peran Komunikasi Interpersonal dalam Hubungan Kerja Sama Darussalam Transport dengan Agen Tour Wisata Banyuwangi. Jurnal Komunikasi Nusantara, 7(1), 82-90. Doi: <https://10.33366/jkn.v%vi%i.2279>

ARTICLE INFO

Article History

Received : 11 Maret 2025

Revised : 31 Maret 2025

Accepted : 05 April 2025

DOI :

<https://....>

Keywords:

Interpersonal Communication,
cooperation Relationship,
Transport

Correspondence Author

Nama Koresponden
emailkoresponden@gmail.co
m

ABSTRACT

This study aims to understand the role of interpersonal communication in establishing a cooperative relationship between Darussalam Transport (Dasstro) and tour agents in Banyuwangi. The main focus is to explore how effective personal interactions can strengthen cooperation, build trust, and overcome challenges in the transportation and tourism sectors. This study uses a descriptive qualitative approach to analyze effective communication between Darussalam Transport (Dasstro) and tour agents in Banyuwangi. Data were obtained through structured, semi-structured interviews, and observations, as well as triangulation of sources, time, and methods to ensure data validity. Data analysis was carried out in three stages: data reduction, data display, and drawing conclusions. The location of the study was in Banyuwangi with a duration from December 2024 to February 2025. The conclusion of this study shows that interpersonal communication has a very important role in creating a harmonious cooperative relationship between Darussalam Transport (Dasstro) and tour agents in Banyuwangi. Effective communication can increase trust between parties and strengthen the company's reputation. Open and respectful interactions have been shown to support the creation of productive relationships, which not only facilitate

operations but also strengthen long-term mutually beneficial relationships in the transportation and tourism sectors.

PENERBIT

UNITRI PRESS

Jl. Telagawarna, Tlogomas-
Malang, 65144, Telp/Fax:
0341-565500



This is an open access article under the Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License. Any further distribution of this work must maintain attribution to the author(s) and the title of the work, journal citation and DOI. CC-BY-SA

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk memahami peran komunikasi interpersonal dalam menjalin hubungan kerja sama antara Darussalam Transport (*Dasstro*) dengan Agen-Agen tour wisata di Banyuwangi. Fokus utama adalah menggali bagaimana interaksi pribadi yang efektif dapat memperkuat kerja sama, membangun kepercayaan, serta mengatasi tantangan dalam sektor transportasi dan pariwisata. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis komunikasi efektif antara Darussalam Transport (*Dasstro*) dan agen tour wisata di Banyuwangi. Data diperoleh melalui wawancara terstruktur, semi-terstruktur, dan observasi, serta triangulasi sumber, waktu, dan metode untuk memastikan keabsahan data. Analisis data dilakukan dalam tiga tahap: reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan. Lokasi penelitian berada di Banyuwangi dengan durasi dari Desember 2024 hingga Februari 2025. Kesimpulan penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal memiliki peran yang sangat penting dalam menciptakan hubungan kerja sama yang harmonis antara Darussalam Transport (*Dasstro*) dan Agen-Agen tour wisata di Banyuwangi. Komunikasi yang efektif dapat meningkatkan kepercayaan antar pihak dan memperkuat reputasi perusahaan. Interaksi yang terbuka dan saling menghargai terbukti mendukung terciptanya hubungan yang produktif, yang tidak hanya memperlancar operasional tetapi juga memperkuat hubungan yang saling menguntungkan dalam jangka panjang di sektor transportasi dan pariwisata.

Pendahuluan

Komunikasi interpersonal memegang peranan penting dalam membangun hubungan kerja sama yang efektif antara pihak-pihak yang terlibat dalam suatu bisnis (Sitorus, 2020). Dalam konteks bisnis transportasi, terutama yang berkaitan dengan jasa wisata, komunikasi yang baik antara Darussalam Transport (*Dasstro*) dan Agen-Agen tour wisata sangat diperlukan untuk mencapai tujuan bersama, yakni keuntungan yang saling menguntungkan. Bisnis pada dasarnya adalah usaha yang dilakukan oleh sekelompok orang yang terorganisasi dengan tujuan utama untuk memperoleh laba melalui produksi dan penjualan barang atau jasa yang dapat memenuhi kebutuhan konsumen (Al Butary et al., 2021). Mahmud Machfoedz menjelaskan bahwa bisnis adalah usaha perdagangan yang melibatkan proses jual beli barang atau jasa yang diorganisir oleh kelompok orang dengan tujuan memperoleh keuntungan.(Enji & Beni, 2023)

Dalam menjalankan sebuah bisnis, terutama dalam industri jasa transportasi seperti yang dilakukan oleh *Dasstro*, komunikasi yang efektif menjadi kunci utama dalam membangun hubungan yang harmonis dan saling mendukung antara pihak-pihak yang terlibat (Agusalim, 2024). Menurut Vendra salah satu owner Agen wisata Open tripku. realita yang terjadi di lapangan Ketika suatu Agen atau Perusahaan jasa transportasi tidak memiliki relasi dan kerja sama yang baik maka bisnis tersebut tidak akan berjalan bahkan mengalami kebangkrutan. Hal ini dialami oleh Vendra sebagai owner Agen wisata open tripku. Bisnis yang ia jalani tidak berjalan mulus karena kurangnya relasi kerja sama dan komunikasi yang baik dengan pihak pihak pengusaha transportasi. Ditambah lagi usaha yang di rintis vendra tergolong pendatang baru di kalangan Agen tour wisata dan pengusaha jasa transportasi wisata di Banyuwangi.

Agen tour wisata. adalah terjemahan dari suatu istilah dalam bahasa Inggris yaitu travel agency yang berarti suatu perusahaan keagenan yang kegiatannya menitik beratkan pada bisnis perjalanan. Ada beberapa

istilah yang dipakai dan dikenal dalam dunia pariwisata terhadap istilah agen perjalanan ini antara lain Travel Services, Travel Bureau, Tour Operator, Tourist Bureau, atau tour and travel services. Semua istilah tersebut bermuara pada satu pengertian yaitu perusahaan yang melakukan kegiatan memberikan informasi dan pelayanan bagi orang yang akan melakukan perjalanan pada umumnya dan perjalanan wisata khususnya. (Lahilote, 2010)

Dalam konteks komunikasi interpersonal yang efektif dalam bisnis, baik dalam industri jasa transportasi maupun sektor lainnya, Islam memberikan pedoman yang sangat jelas. Islam menekankan pentingnya hubungan yang baik antara sesama, termasuk dalam konteks kerja sama bisnis. Dalam Al-Qur'an, Allah SWT berfirman:

وَلَا تَعَاوَنُوا عَلَى الْإِثْمِ وَالْعُدْوَانِ وَاتَّقُوا اللَّهَ إِنَّ اللَّهَ شَدِيدُ الْعِقَابِ

“Dan tolong-menolonglah kamu dalam kebaikan dan takwa, dan janganlah tolong-menolong dalam dosa dan permusuhan...” (QS. Al-Ma'idah: 2).

Ayat ini mengajarkan bahwa dalam setiap hubungan kerja sama, termasuk dalam konteks bisnis transportasi seperti yang dijalankan oleh *Dasstro* dan agen-agen tour, penting untuk saling membantu dalam kebaikan dan tidak untuk tujuan yang merugikan pihak lain. Dalam hal ini, komunikasi yang efektif dan kerjasama yang saling menguntungkan adalah wujud dari tolong-menolong dalam kebaikan, di mana *Dasstro* dan Agen-Agen tour bekerja sama untuk memberikan layanan terbaik kepada pelanggan.

Selain itu, Rasulullah SAW juga memberikan petunjuk mengenai pentingnya komunikasi yang baik dan jujur dalam transaksi. Dalam sebuah hadits yang diriwayatkan oleh Imam al-Bukhari, Rasulullah SAW bersabda:

الْبَيْعَانِ بِالْخِيَارِ مَا لَمْ يَتَفَرَّقَا فَإِنْ صَدَقَا وَبَيَّنَّا بُورِكَ لَهُمَا فِي بَيْعِهِمَا وَإِنْ كَذَبَا وَكَتَمَا مُحِقَتْ بَرَكَةُ بَيْعِهِمَا

“Penjual dan pembeli berhak untuk saling memilih (untuk tidak melanjutkan transaksi) selama mereka belum berpisah, dan jika mereka jujur dan menyebutkan keadaannya, maka keberkahan akan tercurah dalam jual beli mereka.” (HR. Bukhari).

Hadits ini menekankan bahwa kejujuran dan komunikasi yang terbuka dalam setiap transaksi bisnis sangat penting. Dalam hubungan kerja sama antara *Dasstro* dan Agen-Agen tour, penting bagi keduanya untuk saling terbuka, jujur, dan menyampaikan harapan serta kebutuhan masing-masing agar tercipta hubungan yang harmonis dan menguntungkan bersama. Komunikasi yang transparan dan jujur akan memastikan bahwa kedua belah pihak dapat bekerja sama dengan baik, memahami kebutuhan dan tujuan masing-masing, serta menghindari kesalahpahaman yang dapat merugikan pihak manapun.

Dalam konteks bisnis yang berlandaskan pada kejujuran dan kerjasama yang baik, Rasulullah SAW juga mengingatkan tentang pentingnya saling menghargai dan tidak menipu dalam berbisnis. Dalam hadits lain yang diriwayatkan oleh Imam Muslim, Rasulullah SAW bersabda:

مَنْ عَشَّنَا فَلَيْسَ مِنَّا، وَالْمَكْرُ وَالْخِدَاعُ فِي النَّارِ

“Siapa yang menipu kami, maka dia bukan bagian dari kami.” (HR. Muslim).

Hal ini mengingatkan kita bahwa dalam berbisnis, penipuan atau ketidakjujuran dapat merusak hubungan yang telah dibangun. Oleh karena itu, menjaga komunikasi yang terbuka, jujur, dan saling menghormati sangatlah penting dalam memastikan hubungan bisnis yang langgeng dan menguntungkan bagi semua pihak yang terlibat. PT. Putra Darussalam Blokagung, yang dikenal dengan nama *Dasstro* (Darussalam transport) adalah unit usaha transportasi yang dimiliki oleh PP Darussalam Blokagung Banyuwangi. Sejak didirikan pada tahun 2013, *Dasstro* telah berkembang pesat dari hanya memiliki 1 unit armada elf long, hingga menjadi perusahaan

transportasi yang kini memiliki berbagai jenis armada, bigbus, medium bus, hiace premio dan elf long

Dasstro telah resmi memperoleh izin operasional dari Dinas Perhubungan dalam naungan PT. Putra Darussalam Blokagung. Sebagai bagian dari PP Darussalam Blokagung Banyuwangi, *Dasstro* tidak hanya menjalankan usaha transportasi, tetapi juga menjadi media promosi yang mendukung kegiatan dan program-program pondok pesantren Darussalam blokagung. Layanan yang ditawarkan oleh *Dasstro* sangat beragam, mulai dari perjalanan wisata, travel reguler, ziarah wali, hingga penyewaan kendaraan untuk berbagai keperluan. Untuk dapat menjalankan usahanya dengan baik, *Dasstro* tidak dapat bekerja sendirian, melainkan memerlukan kerjasama dengan Agen-Agen tour dan travel yang ada di Banyuwangi. Para agen ini memiliki peran penting sebagai penghubung antara *Dasstro* dan para pelanggan yang membutuhkan jasa transportasi wisata. Dalam hal ini, komunikasi interpersonal yang efektif memungkinkan terciptanya pemahaman yang jelas mengenai kebutuhan dan harapan masing-masing pihak, yang pada akhirnya akan memperkuat hubungan bisnis dan meningkatkan produktivitas serta kepuasan pelanggan(Lisbet et al., 2024).

Urgensi penelitian ini terletak pada pentingnya pemahaman tentang bagaimana komunikasi interpersonal berperan dan dapat mempengaruhi hubungan kerja sama antara *Dasstro* dan Agen-Agen tour wisata di Banyuwangi. komunikasi tidak hanya sekedar pertukaran informasi, tetapi juga sebagai sarana untuk membangun kepercayaan, memahami kebutuhan bersama, serta menciptakan kesepahaman antara individu-individu yang terlibat dalam bisnis. Dalam Ilmu komunikasi bisnis ditekankan bahwa komunikasi yang efektif dapat meningkatkan koordinasi, meminimalisir konflik, dan mempercepat tercapainya tujuan bersama (Rahma et al., 2024). Berdasarkan pengalaman yang diungkapkan oleh Vendra, owner Agen Wisata Open Tripku, kurangnya komunikasi dan relasi yang baik dengan penyedia jasa transportasi dapat berakibat fatal pada kelangsungan usaha. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan yang kuat dan saling mendukung melalui komunikasi interpersonal

sangat penting dalam industri jasa transportasi, khususnya dalam menjalin kemitraan yang produktif. Oleh karena itu, penelitian ini sangat relevan untuk mengkaji bagaimana komunikasi interpersonal yang baik dapat memperkuat kerja sama dan berkontribusi pada keberhasilan bisnis industri wisata di Banyuwangi.

Dalam konteks ini, penelitian terdahulu oleh Mustofa et al., (2021) pada tahun 2021 dengan judul "Kontribusi Komunikasi Interpersonal Dalam Perspektif Islam Di Lingkungan Organisasi UIN Raden Intan Lampung" memberikan gambaran bagaimana komunikasi interpersonal yang dijalankan dengan prinsip-prinsip Islam, seperti saling menghargai dan berempati, dapat memperkuat hubungan dalam organisasi. Prinsip-prinsip tersebut dapat diterapkan dalam hubungan bisnis, termasuk dalam hubungan antara *Dasstro* dan Agen wisata. Komunikasi yang didasarkan pada rasa saling menghormati dan kepercayaan akan lebih memudahkan terciptanya hubungan yang lebih harmonis dan produktif.

Selain itu, penelitian oleh Bawuna, (2023) yang berjudul "Strategi Komunikasi Interpersonal Sales Person Dalam Melakukan Penjualan Mobil di PT Nasmoco Bahtera Motor" mengkaji bagaimana strategi komunikasi interpersonal dapat digunakan oleh tenaga penjual untuk membangun hubungan dengan pelanggan dan mempengaruhi keputusan pembelian. Meskipun konteksnya berbeda, konsep komunikasi interpersonal yang baik, terbuka, dan empatik juga sangat relevan untuk membangun hubungan kerja sama yang sukses antara *Dasstro* dan Agen-Agen tour wisata.

Fokus utama dari penelitian ini adalah untuk mengeksplorasi bagaimana komunikasi interpersonal dapat membentuk dan memperkuat hubungan kerja sama yang saling menguntungkan antara Darussalam Transport (*Dasstro*) dan Agen-Agen tour wisata di Banyuwangi. Komunikasi interpersonal dalam konteks ini sangat penting, mengingat bahwa bisnis transportasi dan pariwisata saling terkait erat dan membutuhkan koordinasi yang baik antara penyedia layanan dan agen untuk memastikan kelancaran operasional dan kepuasan pelanggan. Hubungan yang terjalin dengan baik akan memungkinkan kedua belah pihak untuk mencapai tujuan bersama, seperti peningkatan volume penumpang dan pelanggan.

Keterbaruan dari penelitian ini terletak pada upaya untuk menggali pemahaman yang lebih mendalam tentang peran komunikasi interpersonal dalam membangun hubungan kerja sama yang efektif antara Darussalam Transport (*Dasstro*) dan Agen-Agen tour wisata di Banyuwangi. Penelitian ini tidak hanya fokus pada aspek komunikasi dalam konteks yang lebih luas, tetapi juga menyelidiki bagaimana komunikasi interpersonal dapat memperkuat hubungan dan koordinasi antar pihak yang terlibat dalam industri pariwisata. Dengan memfokuskan pada komunikasi yang terjalin antara *Dasstro* dan Agen tour, penelitian ini berusaha untuk mengidentifikasi cara-cara efektif yang dapat memperkuat kerja sama dan meningkatkan kinerja bersama. Selain itu, penelitian ini juga mencoba untuk menggali tantangan-tantangan yang dihadapi oleh kedua belah pihak dalam membangun hubungan yang saling menguntungkan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam memahami dinamika komunikasi dalam konteks hubungan bisnis, khususnya dalam sektor pariwisata, serta memberikan wawasan tentang bagaimana komunikasi interpersonal dapat dioptimalkan untuk menciptakan hubungan yang lebih harmonis dan produktif.

Penelitian ini bertujuan untuk memahami peran komunikasi interpersonal dalam membangun hubungan kerja sama antara Darussalam Transport (*Dasstro*) dan Agen-Agen tour wisata di Banyuwangi. Fokus utama dari penelitian ini adalah menggali bagaimana interaksi pribadi yang efektif dapat memperkuat hubungan kerja sama yang terjalin, meningkatkan kepercayaan di antara kedua belah pihak, serta membantu mengatasi berbagai tantangan yang muncul dalam sektor transportasi dan pariwisata. Melalui pemahaman mendalam tentang dinamika komunikasi antar pihak, penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan tentang bagaimana komunikasi yang baik dapat mendukung terciptanya hubungan yang saling menguntungkan dan berkelanjutan di sektor Pariwisata.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menggambarkan fenomena komunikasi interpersonal antara Darussalam Transport (*Dasstro*) dan Agen tour wisata di Banyuwangi. Lokasi penelitian dilakukan di Banyuwangi, tepatnya pada unit usaha jasa transportasi *Dasstro*, dengan durasi penelitian dari Desember 2024 hingga Februari 2025. Peneliti terlibat langsung di lapangan, melakukan wawancara dengan informan utama, yaitu Kepala Operasional *Dasstro*, Bapak Fadil, serta anggota *Dasstro* yang berinteraksi dengan Agen-Agen wisata. Sumber data penelitian terdiri dari data primer dan sekunder, di mana data primer diperoleh melalui wawancara dan observasi, sementara data sekunder berasal dari jurnal, buku, dan dokumen terkait (Mulyana et al., 2024).

Prosedur pengumpulan data menggunakan dua metode utama, yaitu wawancara dan observasi. Wawancara dilakukan dengan tipe terstruktur, semi-terstruktur, dan tidak terstruktur untuk memperoleh informasi mendalam. Observasi dilakukan dengan memantau karakteristik individu, interaksi, dan lingkungan fisik yang relevan. Untuk memastikan keabsahan data, penelitian ini menggunakan teknik triangulasi yang meliputi triangulasi sumber, waktu, dan metode. Triangulasi sumber membandingkan data yang diperoleh dari wawancara, observasi, dan dokumen, sementara triangulasi waktu dilakukan dengan pengamatan di waktu yang berbeda untuk melihat perubahan perilaku. Triangulasi metode menggunakan berbagai teknik untuk memvalidasi temuan (Kusumastuti & Khoiron, 2019).

Analisis data dilakukan dalam tiga tahap: reduksi data, display data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data dilakukan dengan memilih data yang relevan dengan tujuan penelitian. Display data digunakan untuk menyajikan informasi yang telah dikelompokkan dan dikategorikan. Pada tahap akhir, penarikan kesimpulan dilakukan untuk mengidentifikasi hubungan antar data dan memverifikasi kesesuaian dengan konsep dasar penelitian, memastikan validitas temuan (Abdussamad & Sik, 2021).

Hasil dan Pembahasan

Efektivitas Komunikasi dalam Menjalin Kerja Sama

Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa komunikasi yang terbuka dan transparan memiliki peran yang sangat penting dalam menjalin kerja sama yang efektif antara *Dasstro* dan Agen-Agen tour wisata di Banyuwangi. Proses komunikasi yang jelas dan tidak ambigu terkait dengan harga, jadwal, dan layanan yang diberikan mampu mengurangi potensi kesalahpahaman dan menciptakan hubungan yang lebih harmonis antara kedua belah pihak. Hal ini menunjukkan bahwa penting bagi setiap pihak untuk menyampaikan informasi secara langsung dan terbuka untuk menghindari potensi konflik yang dapat merusak hubungan kerja sama. Komunikasi yang efektif berperan untuk terciptanya kesepahaman yang lebih baik, dan pada gilirannya meningkatkan tingkat kepuasan masing-masing pihak.

Untuk menggali lebih dalam, peneliti melakukan wawancara dengan Fadil, Kepala Operasional *Dasstro*, yang menjelaskan bagaimana komunikasi yang terbuka menjadi hal yang paling utama dalam membangun hubungan kerja sama yang sukses. Fadil menyatakan,

"Kami selalu berusaha untuk memastikan bahwa setiap agen wisata yang bekerja sama dengan kami mendapatkan informasi yang jelas dan tidak ada kebingungan. Hal ini penting agar mereka bisa memberikan pelayanan yang tepat kepada para pelanggan. Jika ada kesalahpahaman, itu bisa berakibat fatal bagi reputasi kami."

Hasil wawancara dengan Fadil ini menggarisbawahi pentingnya komunikasi yang efektif dalam menjaga kelancaran hubungan kerja sama antara penyedia layanan dan agen-agen wisata. Kejelasan informasi mengenai harga dan jadwal menjadi salah satu faktor utama yang membantu kedua pihak menghindari kesalahpahaman yang dapat merusak hubungan bisnis yang telah terjalin. Komunikasi yang terbuka ini juga memberikan rasa kepercayaan yang lebih besar antara *Dasstro* dan Agen-Agen wisata, yang pada akhirnya akan meningkatkan kualitas hubungan kerja sama secara keseluruhan.

Temuan mengenai pentingnya komunikasi yang terbuka dan transparan antara *Dasstro* dan Agen-Agen wisata menunjukkan bahwa komunikasi yang jelas dapat mengurangi kesalahpahaman dan memperkuat hubungan kerja sama. komunikasi efektif memungkinkan kedua belah pihak untuk memahami kebutuhan dan harapan masing-masing, serta memastikan bahwa semua informasi terkait harga, jadwal, dan layanan yang diberikan diterima dengan jelas (Syifa'urrahmah & Surkadani, 2024). Hal ini mengarah pada hubungan yang lebih harmonis dan memperkuat rasa saling percaya, yang sangat penting dalam dunia bisnis yang penuh dengan ketidakpastian (Lisbet et al., 2024).

Dalam perspektif teori komunikasi, temuan ini sejalan dengan konsep komunikasi interpersonal yang dikemukakan Ariyanto, (2020) yang menyatakan bahwa komunikasi yang efektif memerlukan pengiriman pesan yang jelas, bebas dari gangguan, dan diterima dengan tepat oleh penerima pesan. Kejelasan dalam penyampaian informasi, sebagaimana yang disampaikan oleh Fadil, mengurangi potensi noise atau gangguan dalam proses komunikasi, yang sering kali menyebabkan kesalahpahaman. Selain itu, teori komunikasi transparansi juga mendukung temuan ini, yang menekankan bahwa transparansi dalam berbagi informasi antara pihak-pihak yang terlibat dalam hubungan bisnis membantu membangun rasa saling percaya dan meningkatkan kualitas hubungan (Anwar et al., 2024). Dalam hal ini, komunikasi yang terbuka tidak hanya berfungsi sebagai sarana untuk menyampaikan informasi, tetapi juga sebagai alat untuk membangun kepercayaan dan mengurangi ketegangan yang dapat timbul akibat ketidakjelasan atau ketidakpastian informasi. Dengan demikian, komunikasi yang efektif dan transparan berperan sebagai kunci dalam menciptakan hubungan kerja sama yang lebih stabil dan berkelanjutan antara *Dasstro* dan Agen-Agen wisata (Amanda et al., 2024) .

Peran Komunikasi Non-Verbal dalam Meningkatkan Kepercayaan

Temuan kedua dalam penelitian ini menyoroti pentingnya komunikasi non-verbal dalam membangun dan memperkuat kepercayaan antara *Dasstro* dan Agen-Agen tour wisata di Banyuwangi. Komunikasi non-verbal, yang mencakup ekspresi wajah, kontak mata, dan bahasa tubuh, memainkan peran yang signifikan dalam memperkuat hubungan emosional antara kedua pihak. Hal ini memberikan dampak langsung pada keputusan agen wisata untuk terus mempercayakan layanan transportasi kepada *Dasstro* dalam jangka panjang. Kepercayaan ini tercipta melalui interaksi yang tidak hanya mengandalkan kata-kata, tetapi juga pada bahasa tubuh yang mengkomunikasikan niat, ketulusan, dan komitmen untuk bekerja sama. Kepercayaan ini merupakan dasar yang kokoh dalam membangun hubungan yang berkelanjutan dan saling menguntungkan.

Bukti dari temuan ini diperoleh melalui wawancara dengan salah satu agen tour wisata yang bekerja sama dengan *Dasstro*, yaitu Gufron, yang menjelaskan tentang bagaimana aspek non-verbal mempengaruhi keputusan mereka dalam memilih *Dasstro* sebagai penyedia layanan transportasi. Gufron menjelaskan,

"Ketika kami bertemu langsung dengan tim Dasstro, mereka selalu menunjukkan sikap terbuka atau selalau bersedia untuk menyampaikan informasi secara terbuka yang berkaitan dengan dasstro dengan Bahasa yang sopan dan mudah di terima. Ekspresi wajah yang ramah dan kontak mata yang penuh percaya diri membuat kami merasa nyaman dan yakin bahwa mereka serius dalam menjalin kerja sama. Hal-hal kecil seperti ini sangat mempengaruhi kepercayaan kami kepada mereka."

Hasil wawancara dengan Gufron, salah satu agen tour wisata yang bekerja sama dengan *Dasstro*, memberikan bukti konkret mengenai pentingnya komunikasi non-verbal dalam membangun kepercayaan. Sikap terbuka, ekspresi wajah yang ramah, dan kontak mata yang penuh percaya diri merupakan elemen-elemen

komunikasi non-verbal yang memiliki dampak besar dalam menciptakan hubungan yang saling menghargai dan memperkuat kepercayaan.

Sikap terbuka dalam konteks komunikasi interpersonal merujuk pada cara seseorang menyampaikan dirinya dengan cara yang tidak tertutup atau defensif, serta menunjukkan kesediaan untuk berbagi informasi secara jujur dan transparan. Sikap ini menciptakan rasa saling pengertian dan memungkinkan kedua pihak untuk merasa lebih nyaman dalam berkomunikasi, karena tidak ada kesan sembunyi-sembunyi atau ketidakjujuran.

Ekspresi wajah yang ramah adalah salah satu bentuk komunikasi non-verbal yang memiliki peran penting dalam menyampaikan emosi positif tanpa menggunakan kata-kata. Ekspresi wajah yang ramah mencerminkan rasa kehangatan, penerimaan, dan niat baik. Dalam konteks kerja sama, ekspresi wajah yang ramah membangun rasa kenyamanan dan kepercayaan, karena pihak yang diajak berkomunikasi merasa dihargai dan diterima.

Kontak mata adalah bentuk komunikasi non-verbal yang sangat penting dalam menunjukkan rasa percaya diri, keterbukaan, dan perhatian. Kontak mata yang tepat memberikan sinyal bahwa seseorang tidak menghindari atau menyembunyikan sesuatu, serta mencerminkan keseriusan dalam berkomunikasi. Dalam wawancara ini, kontak mata yang penuh percaya diri dari tim *Dasstro* memberi kesan bahwa mereka serius dalam menjalin kerja sama dan berkomitmen untuk memberikan layanan terbaik.

Secara konseptual, ketiga elemen ini berfungsi untuk memperkuat ikatan emosional dan meningkatkan tingkat kepercayaan antara pihak yang berkomunikasi. Kepercayaan, dalam konteks ini, tidak hanya dibangun melalui kata-kata, tetapi juga melalui tanda-tanda non-verbal yang secara tidak langsung mengkomunikasikan niat, ketulusan, dan komitmen untuk bekerja sama. Kepercayaan yang terjalin melalui komunikasi non-verbal ini menjadi dasar yang kokoh untuk hubungan yang lebih produktif dan berkelanjutan dalam kerja sama antara *Dasstro* dan Agen-Agen tour wisata.

Temuan ini menunjukkan bahwa komunikasi non-verbal, seperti ekspresi wajah, kontak mata, dan bahasa tubuh, memainkan peranan penting dalam membangun dan memperkuat kepercayaan antara *Dasstro* dan Agen-Agen wisata (Prasetyo, 2024). Hal ini menggarisbawahi bahwa hubungan yang terjalin tidak hanya bergantung pada kata-kata yang diucapkan, tetapi juga pada sinyal-sinyal non-verbal yang dikirimkan melalui interaksi fisik dan emosional. Kepercayaan yang muncul akibat komunikasi non-verbal ini memberikan dasar yang kokoh untuk keberlanjutan hubungan kerja sama (Suyani et al., 2019), karena agen-agen wisata merasa lebih nyaman dan yakin dengan komitmen yang ditunjukkan oleh *Dasstro*.

Interpretasi dari temuan ini sejalan dengan teori komunikasi interpersonal, khususnya teori "Linguistic Intergroup Bias" yang dikemukakan oleh Krauss & Morsella, (2016). Teori ini menekankan bahwa komunikasi non-verbal berfungsi sebagai indikator emosi, niat, dan hubungan yang lebih mendalam antara individu, dan bahwa pesan non-verbal sering kali lebih mendalam dan lebih kuat daripada kata-kata yang diucapkan (Dwi Laksono et al., 2024). Ekspresi wajah yang ramah dan kontak mata yang penuh percaya diri, sebagaimana yang dijelaskan oleh Gufron, menciptakan rasa nyaman yang dapat memicu persepsi positif terhadap keinginan dan komitmen dalam kerja sama. Dengan kata lain, bahasa tubuh yang positif dapat memperkuat atau bahkan mengubah cara agen wisata memandang *Dasstro*, mengarah pada peningkatan kepercayaan dan hubungan yang lebih harmonis.

Lebih lanjut, teori "Social Exchange Theory" oleh Harold Kelly dalam buku Nurdin, (2020) juga relevan dengan temuan ini, yang mengemukakan bahwa hubungan yang didasari oleh kepercayaan dan komunikasi yang positif akan meningkatkan kepuasan dan kelangsungan kerja sama (SANISTASYA, n.d.). Dalam hal ini, komunikasi non-verbal berperan penting dalam membangun hubungan yang saling menguntungkan dan langgeng antara *Dasstro* dan Agen wisata, karena kepercayaan yang dibangun memberi dampak positif terhadap keputusan-keputusan jangka panjang.

Pengaruh Komunikasi dalam Kepuasan Pelanggan dan Reputasi Perusahaan

Temuan ketiga dalam penelitian ini mengungkapkan betapa pentingnya komunikasi yang efektif antara *Dasstro* dan agen-agen wisata dalam mempengaruhi kepuasan pelanggan serta reputasi perusahaan. Komunikasi yang jelas, terbuka, dan responsif dilakukan *Dasstro* untuk memberikan pelayanan yang sesuai dengan harapan agen-agen wisata. Kepuasan Agen-Agen ini akan tercermin dalam umpan balik positif yang mereka berikan, yang pada akhirnya dapat memperluas jaringan pelanggan *Dasstro*. Dalam dunia bisnis yang kompetitif, umpan balik positif dari agen wisata menjadi salah satu alat promosi yang sangat berharga untuk membangun citra perusahaan yang baik dan meningkatkan kepercayaan pelanggan.

Bukti temuan ini dapat dilihat dari wawancara yang dilakukan dengan Fadil, Kepala Operasional *Dasstro*. Fadil menyampaikan,

"Kami selalu berusaha menjaga komunikasi yang terbuka dengan agen-agen kami. Jika ada permintaan khusus atau perubahan jadwal, kami langsung menginformasikan dengan cepat. Hal ini tidak hanya membuat agen merasa dihargai, tetapi juga mempengaruhi mereka untuk memberikan rekomendasi positif kepada klien mereka."

Dalam wawancara dengan Fadil, Kepala Operasional *Dasstro*, menunjukkan betapa pentingnya komunikasi yang efektif dalam mempengaruhi kepuasan agen-agen wisata serta reputasi perusahaan. Pernyataan Fadil yang menyebutkan bahwa *Dasstro* selalu berusaha menjaga komunikasi terbuka dengan Agen-Agen, terutama dalam menyampaikan informasi terkait permintaan khusus atau perubahan jadwal, menggarisbawahi pentingnya transparansi dan responsivitas dalam hubungan bisnis. Komunikasi yang cepat dan jelas tidak hanya membuat agen merasa dihargai, tetapi juga memperkuat hubungan profesional dan meningkatkan kepuasan mereka. Kepuasan yang tercermin melalui rekomendasi positif dari agen akan memperluas jaringan pelanggan *Dasstro*. Dalam dunia bisnis yang kompetitif, umpan balik positif ini menjadi alat promosi yang sangat berharga untuk membangun citra perusahaan yang baik

dan meningkatkan kepercayaan pelanggan, yang pada akhirnya berdampak pada keberhasilan jangka panjang perusahaan.

Pernyataan Fadil menunjukkan bagaimana komunikasi yang efektif dengan agen-agen wisata dapat memperkuat hubungan dan menghasilkan kepuasan yang berdampak langsung pada reputasi *Dasstro*.

Hasil wawancara ini menegaskan bahwa komunikasi yang jelas dan responsif berperan penting dalam meningkatkan kepuasan agen wisata dan reputasi *Dasstro* di mata publik. Keberhasilan dalam menjaga komunikasi yang efektif akan membangun hubungan yang saling menguntungkan antara *Dasstro* dan agen-agen wisata, yang pada akhirnya memberikan dampak positif bagi citra perusahaan serta memperluas jaringan pelanggan yang potensial.

Temuan ketiga dalam penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi yang efektif antara *Dasstro* dan agen-agen wisata tidak hanya meningkatkan kepuasan agen, tetapi juga memperkuat reputasi perusahaan dan memperluas jaringan pelanggan. Komunikasi yang terbuka, responsif, dan jelas dilakukan perusahaan untuk memenuhi harapan agen wisata, yang selanjutnya menghasilkan umpan balik positif (Habibie, 2024). Umpan balik positif ini sangat penting dalam membangun citra perusahaan yang baik di mata pelanggan baru dan yang sudah ada (Handayani & Adinegara, 2022). Selain itu, hubungan yang terjalin dengan baik antara *Dasstro* dan agen wisata berkontribusi pada loyalitas yang lebih tinggi, yang pada akhirnya akan meningkatkan kepuasan para pelanggan.

Interpretasi dari temuan ini sejalan dengan teori “Relationship Marketing” yang dikemukakan oleh Haque-Fawzi et al., (2022), yang menekankan pentingnya hubungan jangka panjang antara perusahaan dan pelanggan (agen wisata) untuk menciptakan nilai Bersama. Hal ini, menjadikan komunikasi yang efektif bukan hanya hubungan bisnis jangka panjang yang saling menguntungkan. Komunikasi yang responsif dan terbuka menjadikan pemahaman yang lebih baik, yang pada akhirnya mendorong kepuasan. Kepuasan ini mendorong agen wisata untuk memberikan umpan balik positif kepada klien mereka, yang memperbesar kemungkinan terjadinya promosi mulut ke mulut yang sangat berharga bagi *Dasstro*

Penutup

Kesimpulan penelitian ini menegaskan bahwa komunikasi interpersonal memiliki peran yang sangat penting dan efektif dalam membangun hubungan kerja sama yang harmonis antara Darussalam Transport (*Dasstro*) dan Agen-Agen tour wisata di Banyuwangi. Interaksi pribadi yang terbuka, jujur, dan saling menghargai terbukti dapat meningkatkan kepercayaan antar pihak, yang pada gilirannya memperkuat reputasi perusahaan. Keberhasilan komunikasi ini tidak hanya meningkatkan kualitas kerja sama, tetapi juga mempengaruhi kelancaran operasional serta keberlanjutan hubungan yang saling menguntungkan. Dengan demikian, komunikasi interpersonal yang efektif menjadi kunci utama dalam menciptakan hubungan yang sukses dan berkelanjutan di sektor transportasi dan pariwisata.

Daftar Pustaka

- Abdussamad, H. Z., & Sik, M. S. (2021). *Metode penelitian kualitatif*. CV. Syakir Media Press.
- Agusalim, L. (2024). Pelatihan Membangun Komunikasi Efektif untuk Meningkatkan Keterampilan Bernegosiasi bagi Pelaku Hubungan Industrial. *Science and Technology: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, 1(4), 328–340.
- Al Butary, B., Yusuf, M. A., Diliyani, M., & Andriani, S. (2021). Pelatihan Pengelolaan Usaha Berbasis Syariah Pada Masa Covid 19 Di Desa Sementara Pantai Cermin Serdang Bedagai–Provinsi Sumatera Utara. *Prosiding Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(1), 1–7.
- Amanda, F., Putri, S. K., & Solin, S. I. (2024). Pentingnya Transparansi dan Akuntabilitas Dalam Mudharabah dan Musyarakah: Fondasi Kuat Untuk Kerja Sama Yang Berkelanjutan. *AL-MANNAN: JURNAL ILMU-ILMU KEISLAMAN*, 139–152.
- Anwar, H. M., Solehudin, M. M., Ernias Rulianti, S. I. P., Rini Susilawati, S. S., Utama, F. Y., Prasetyo, N. A., Sos, S., Heppi Syofya, S. E., Putranto, A., & Daniel Hermawan, S. A. B. (2024). *KOMUNIKASI BISNIS LANJUTAN*. Cendikia Mulia Mandiri.
- Ariyanto, E. (2020). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Diva Press.
- BAWUNA, A. Y. (2023). *Strategi Komunikasi Interpersonal Sales Person Dalam Melakukan Penjualan Mobil di PT Nasmoco Bahtera Motor (Toyota Nasmoco Mlati)(Penelitian Deskriptif Kualitatif pada produk mobil Toyota di PT Nasmoco Bahtera Motor)*. Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- DWI LAKSONO, R., JUDIJANTO, L., PRATIWI BATUBARA, R., & MUKJIZAT SAKTI, S. R. I. R. (2024). *PENGANTAR KOMUNIKASI DASAR-DASAR KOMUNIKASI EFEKTIF*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Enji, E., & Beni, S. (2023). Analisis Usaha Jasa Seventeen Voucher Sebelum dan

- Setelah Dilakukannya Penerapan Business Model Canvas: Erianti Enji, Sabinus Beni. *Jurnal Ilmiah Ekonomi Global Masa Kini*, 14(1), 1–6.
- Habibie, M. A. (2024). *STRATEGI KOMUNIKASI PEMASARAN KEBUN RAYA CIBODAS OLEH DISBUDPAR KABUPATEN CIANJUR*. FISIP UNPAS.
- Handayani, N. P. L., & Adinegara, G. N. J. (2022). Peran Sosial Media Dalam Meningkatkan Digital Branding Perusahaan Jasa. *Seminar Ilmiah Nasional Teknologi, Sains, Dan Sosial Humaniora (SINTESA)*, 5.
- Haque-Fawzi, M. G., Iskandar, A. S., Erlangga, H., & Sunarsi, D. (2022). *Strategi pemasaran konsep, teori dan implementasi*. Pascal Books.
- Krauss, R. M., & Morsella, E. (2016). KOMUNIKASI DAN KONFLIK. *Handbook Resolusi Konflik: Teori Dan Praktek*, 161.
- Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode penelitian kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).
- Lisbet, Z. T., Judijanto, L., Ginanjar, R., Adnanti, W. A., Butarbutar, M., & Harto, B. (2024). *Friendly Leadership: Membangun Koneksi dan Kolaborasi di Tempat Kerja*. PT. Sonpedia Publishing Indonesia.
- Mulyana, A., Vidiati, C., Danarahmanto, P. A., Agussalim, A., Apriani, W., Fiansi, F., Fitra, F., Aryawati, N. P. A., Ridha, N. A. N., & Milasari, L. A. (2024). *Metode penelitian kualitatif*. Penerbit Widina.
- Mustofa, M. B., Wuryan, S., Sholiha, N. A., Arif, M. M., & Musa, M. (2021). Kontribusi Komunikasi Interpersonal dalam Perspektif Islam di Lingkungan Organisasi UIN Raden Intan Lampung. *KOMUNIKASIA: Journal of Islamic Communication and Broadcasting*, 1(1), 56–68.
- Nurdin, A. (2020). *Teori Komunikasi Interpersonal Disertai Contoh Fenomena Praktis*. Prenada Media.
- Prasetyo, N. A. (2024). ANALISIS PERAN KOMUNIKASI ANTARPRIBADI DALAM MENINGKATKAN KUALITAS HUBUNGAN SOSIAL DI TEMPAT KERJA. *Jurnal Review Pendidikan Dan Pengajaran (JRPP)*, 7(4), 13153–13159.
- Rahma, Z., Zulfri, A., Chintia, A., Hutaaruk, N., Fonataba, P. W., & Febriana, I. (2024). Peran Bahasa Indonesia terhadap Komunikasi Kepemimpinan di dalam Manajemen Organisasi Perusahaan. *Innovative: Journal Of Social Science Research*, 4(6), 3999–4011.
- SANISTASYA, P. A. (n.d.). *PENGARUH MOTIVASI BERWIRAUSAHA DAN MODAL SOSIAL TERHADAP LITERASI KEUANGAN, INKLUSI KEUANGAN DAN*.

- Sitorus, R. M. T. (2020). *Pengaruh Komunikasi Antarpribadi Pimpinan Terhadap Motivasi Kerja*. Scopindo Media Pustaka.
- Suyani, E., Zahara, E., & Siregar, F. A. (2019). Strategi Komunikasi Bisnis Dalam Menerapkan Program Corporate Social Responsibility (Studi Di PT. Coca Cola Bottling Indonesia Cabang Medan). *Warta Dharmawangsa*, 13(1).
- Syifa'urrahmah, A. D., & Surkadani, P. S. (2024). POLA KOMUNIKASI LM WEDDING PLANNER & EVENT ORGANIZER DALAM MENJALIN RELASI BISNIS DENGAN VENDOR. *The Commercium*, 8(02), 98–111.

Lampiran lampiran



Jurnal Komunikasi Nusantara

Program Studi Ilmu Komunikasi

Universitas Tribhuwana Tunggadewi

Jl. Telaga Warna Blok C, Malang 65144-Indonesia, Telp (0341) 565500, Fax. (0341) 565522

Web. jkn.unitri.ac.id, Email. jkn@unitri.ac.id

SURAT PENERIMAAN NASKAH

Nomor: 14/JKN /IV/2025

Pengelola Jurnal Komunikasi Nusantara, Program Studi Ilmu Komunikasi,
Universitas Tribhuwana Tunggadewi, dengan ini menerangkan bahwa:

Nama : **Fariz Rahman Burhanuddin Nazar, Abdi Fauji Hadiono**
Lembaga : Universitas Kh. Mukhtar Syafaat Blokagung Banyuwangi
Judul Artikel : Peran Komunikasi Interpersonal dalam Menjalin Hubungan Kerja
Sama Antara Darussalam Transport (Dasstro) dengan Agen-Agen
Tour Wisata di Banyuwangi

Berdasarkan hasil review, artikel tersebut dinyatakan **DITERIMA (ACCEPTED)** untuk
dipublikasikan di Jurnal Komunikasi Nusantara edisi Volume 7 Nomor 1 (Juni 2025).

Demikian informasi ini disampaikan, atas perhatiannya diucapkan terima kasih.

Dikeluarkan di : Malang
Pada tanggal : 11 April 2025

Editor in Chief



Akhirul Aminulloh, S.Sos., M.Si



UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM
Blokagung - Banyuwangi

Jalan PP. Darussalam Blokagung Banyuwangi 68491
No Hp : 08113129333, E-Mail: official@uimsya.ac.id, Website: uimsya.ac.id

SURAT KETERANGAN BEBAS PLAGIASI

Nomor : 51-A-11 / 05853 / UIMSYA / FPKI / D.4 / VI / 2024

Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan fakultas dakwah dan Komunikasi islam Universitas KH Mukhtas Syafaat Blokagung Banyuwangi, dengan ini menerangkan bahwa telah di lakukan cek semilaritas terhadap naskah Artikel:

NAMA : Fariz Rahman Burhanuddin Nazar
NIM : 2112111016
FAKULTAS : Dakwah Dan Komunikasi Islam
JENJANG : Strata 1 (S.1)
DENGAN HASIL : 11 %

Demikian surat keterangan ini di buat untuk di pergunakan sebagai salah satu syarat menempuh ujian artikel



Banyuwangi, 12 juni 2025

Dekan

A. Gus Balaqi, S.Ag., M.I.Kom.

NIPY: 3150128107201



UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM
Blokagung - Banyuwangi

Jalan PP. Darussalam Blokagung Banyuwangi 68491
No Hp : 08113129333, E-Mail: official@uimsya.ac.id, Website: uimsya.ac.id

FORMULIR PENDAFTARAN SIDANG MUNAQSYAH
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM
UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT BLOKAGUNG BANYUWANGI

Yang bertanda tangan di bawah ini, mohon untuk di daftar sebagai peserta sidang munaqsyah Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam UIMSYA Blokagung Tahun 2025, dengan keterangan sebagai berikut :

1. Nama : FARIZ RAHMATI BURHANUDDIN HAZAR
2. NIM : 241211026
3. NIS : 190574
4. Tempat & Tanggal Lahir : SIDAGAJO 24 MARET 2002
5. Jurusan / Prodi : KPI
6. Alamat Asal : Jl. Mawar Gondang
Rt. 8 Rw. 2 Ds. Sidagaji
Kab. Sidoarjo Prop. Jawa Timur
HP. 08153078686 (harap di isi yang aktif)
6. Alamat Domisili : Perum Rini Purba Blok 1A014 Denpasar Bali

Sanggup memenuhi semua persyaratan yang telah ditetapkan oleh Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam UIMSYA Blokagung, serta sanggup mentaati segala peraturan yang ditetapkan panitia.

Bukti kelengkapan persyaratan:

1. Lunas semua biaya perkuliahan dan tanggungan lainnya sampai bulan Juni 2025. (Kepada BAUK)

Paraf Stempel



Demikian, atas perhatiannya saya ucapkan terima kasih.



Blokagung, 18 Juni 2025

Peserta Sidang

(Fariz Rahmati)
(FARIZ RAHMATI)



UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM
Blokagung - Banyuwangi

Jalan PP. Darussalam Blokagung Banyuwangi 68491
No Hp : 08113129333, E-Mail: official@uimsya.ac.id, Website: uimsya.ac.id

Nomor : 51.2.12/041.9/UIMSya/FDKI/C.8/1/2025
Lamp. : -
Hal : SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Kepada Yang Terhormat:
KEPALA PT. PUTRA DARUSSALAM BLOKAGUNG (DASSTRO)
di -

Tempat

Assalamu'alaikum Wr. Wb.

Yang bertanda tangan di bawah ini Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam Universitas KH. Mukhtar Syafaat (UIMSya) Blokagung Banyuwangi, memohonkan izin penelitian atas mahasiswa kami :

N a m a	: FARIZ RAHMAN BURHANUDDIN N
NIM	: 2112111016
Fakultas	: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam
Program Studi	: Komunikasi dan Penyiaran Islam
Alamat	: Perum Bina Permai Blok II No 119 Ubung Kaja Denpasar Utara Kota Denpasar Bali
No HP	: 081330581686
Dosen Pembimbing	: Abdi Fauzi Hadiono, MH., M.Sos.

Untuk dapat diterima/melaksanakan penelitian di lembaga/instansi yang Bapak/Ibu pimpin, dalam rangka penyelesaian program tugas akhir.

Adapun judul penelitiannya adalah:

"Peran Komunikasi Interpersonal Dalam Hubungan Kerja Sama Darussalam Transport Dengan Agen Tour Wisata Di Banyuwangi"

Atas perkenan dan kerjasamanya yang baik diucapkan banyak terima kasih.

Wassalamu'alaikum Wr. Wb.



Banyuwangi, 1 Januari 2025

Dekan

Agus Baihaqi, S.Ag., M.I.Kom

NIY : 3150128107201

FOTO FOTO PENELITIAN





DARUSSALAM TRANSPORT SERVICE

DARUSSALAM TRANSPORT

Melayani Tour And Travel, Wisata Religi, Study Tour Dan City Tour

Jl. PP. Darussalam Blokagung, Garasi barat Lapangan PP. Darussalam Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi, Telp. 082330207999 / 0823368417

SURAT KETERANGAN PENELITIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini kepala oprasional Darussalam Transport (Dasstro), menerangkan bahwa :

NAMA : Fariz Rahman Burhanuddin Nazar

NIM : 2112111016

PROGRAM STUDI : Komunikasi Dan Penyiaran Islam UIMSYA

Dengan ini menyatakan bahwa sesungguhnya mahasiswa atas nama tersebut benar telah melaksanakan penelitian di Darussalam Transport (Dasstro) dengan rentan waktu bulan Desember 2024 hingga bulan Februari 2025, dengan judul ***"Peran Komunikasi Interpersonal Dalam Hubungan Kerja Sama Antara Darussalam Transport Dengan Agen Tour Wisata Di Banyuwangi"***

Demikian surat keterangan ini kami buat untuk di pergunakan oleh yang bersangkutan dengan semestinya.

Kepala Oprasional Darussalam Transport (Dasstro)





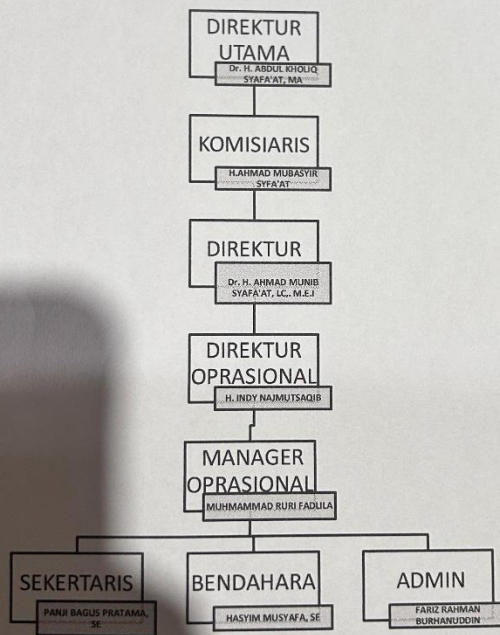
DARUSSALAM TRANSPORT

Malayani Tour And Travel, Wisata Religi, Study Tour Dan City Tour

ALAMAT : Jln. PP. Darussalam Blokagung, Gerai barat Lapangan PP. Darussalam Blokagung Karangdoro Tegalsari Banyuwangi, Telp. 082330207999 / 082336841700

STRUKTUR PERSONALIA PT PUTRA DARUSSALAM BLOKAGUNG

(DASSTRO)





UNIVERSITAS KH. MUKHTAR SYAFAAT
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI ISLAM
Blokagung - Banyuwangi

Jalan PP. Darussalam Blokagung Banyuwangi 68491
No Hp : 08113129333, E-Mail: official@uimsya.ac.id, Website: uimsya.ac.id

KARTU BIMBINGAN TUGAS AKHIR

Nama : FAELZ RAHMAN BURHANUDDIN NAZAR
NIM : 2112111016
Program Studi : KPI
Judul Skripsi : Pesan komunikasi interpersonal dalam menjalin hubungan kerja sama antara Darussalam Transport (Pasio) Dengan Agen-Agen Tour wisata di Banyuwangi

Pembimbing : ABDI FAUZI HADIDNO M.Sos., M.H

No.	Topik Pembahasan	Tanggal	Tanda Tangan Pembimbing
1	Koreksi pendahuluan	25-11-2024	
2	Mencai dan membeftkan penelitian terdahulu	30-12-2024	
3	Membeftkan Definisi istilah	2-01-2025	
4	melanjutkn penelitian papre teks wawancara	16-02-2025	
5	ACC wawancara		
6	Revisi		
7	Revisi Profil pt		
8	Koreksi hasil dan pembahasan		
9	Revisi hasil dan pembahasan		
10	acc Penutup/kesimpulan		
11	Revisi jurnal		
12	acc upload jurnal		

Blokagung.....2025

Ketua Prodi
Komunikasi dan Penyiaran Islam

Mubaw, S.Sos.I, MH
NIP. 350505078101

