

Model Komunikasi Pimpinan Dalam Pemberdayaan Motivasi *Entrepreneur* Penyandang Disabilitas Pada Difabike Indonesia

Meli Firdausi Nazila¹
Universitas Gadjah Mada¹
melifirdausinazila@mail.ugm.ac.id

Abstrak: Urgensi penelitian ini untuk mengetahui model komunikasi pimpinan Difabike Indonesia dalam memberdayakan motivasi entrepreneur penyandang disabilitas, kondisi motivasi entrepreneur mereka, faktor pendukung dan penghambat komunikasi pimpinan dalam memberdayakan motivasi entrepreneur. Kebaruan penelitian terletak pada subjeknya yaitu Difabike Indonesia sebagai gerakan sociopreneur pemberdayaan penyandang disabilitas yang pertama dan satu-satunya di dunia dalam memberikan layanan transportasi online ramah disabilitas. Metode penelitian secara kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dokumentasi. Data dianalisis menurut Miles & Huberman melalui pengumpulan, reduksi, triangulasi data, penyajian, penyimpulan serta verifikasi. Hasil menunjukkan bahwa pimpinan Difabike mengandalkan kekuatan pesan (stimulus) untuk merangsang respon anggota dalam menumbuhkan motivasi. Pesan dikomunikasikan dengan mengutamakan kenyamanan, kekeluargaan, dan kesederhanaan pemilihan bahasa. Kondisi motivasi entrepreneur anggota sudah baik namun terkadang mengalami pasang surut. Hambatan psikologis, sosial dan lingkungan menjadi faktor pengganggu komunikasi pemberdayaan pimpinan pada anggota. Sementara aspek kedekatan emosi, kesamaan budaya dan pengalaman menjadi faktor pendukung pimpinan dalam berkomunikasi dengan anggota.

Kata Kunci: Komunikasi Pemberdayaan, *Entrepreneur*, Penyandang Disabilitas, Difabike Indonesia

PENDAHULUAN

Indonesia adalah negara dengan jumlah penduduk tahun 2023 sebesar 278.696.200 jiwa (bps.go.id). Populasi yang besar ini dapat menjadi kekuatan bagi Indonesia dalam menjaring talenta dan potensi sumber daya manusianya (Khosyati & Maruf, 2023). Mayoritas dari jumlah penduduk Indonesia per Februari 2024 adalah penduduk berusia produktif (usia 15-64 tahun) sebanyak 76 persen atau 213.997.845 jiwa (bps.go.id). Jumlah angkatan kerja berdasarkan Survei Angkatan Kerja Nasional (Sakernas) di Indonesia per Februari 2024 sebesar 149,38 juta jiwa.

Banyaknya jumlah penduduk usia produktif di Indonesia terdapat 21,23 juta jiwa penduduk usia kerja penyandang disabilitas di tahun 2023. Sementara jumlah penyandang disabilitas yang bekerja menurut data Sakernas BPS 2023 hanya 13,9 juta jiwa. Rendahnya

partisipasi kelompok penyandang disabilitas dalam dunia kerja disebabkan adanya diskriminasi dan stigmatisasi penolakan oleh kelompok lain (Ningrum & Zahra, 2021).

Penyandang disabilitas masih menjadi kelompok rentan yang kerap terpinggirkan di masyarakat. Undang-Undang Nomor 8 Tahun 2016 tentang Penyandang Disabilitas menjelaskan bahwa penyandang disabilitas adalah setiap orang yang mengalami keterbatasan fisik, intelektual, mental, dan/atau sensorik dalam jangka waktu lama yang dalam berinteraksi dengan lingkungan dapat mengalami hambatan dan kesulitan untuk berpartisipasi secara penuh dan efektif dengan warga negara lainnya berdasarkan kesamaan hak. Di dalam dunia pekerjaan, kelompok disabilitas rentan mendapatkan perlakuan yang berbeda dan hak-haknya sering tidak terpenuhi (Sekarini & Trustisari, 2024). Selain itu faktor keterbatasan komunikasi terutama dari aspek fisik menjadikan hambatan bagi penyandang disabilitas untuk berinteraksi dengan lingkungan sosial (Dwikananda & Sunarto, 2024). Mereka berada dalam situasi kerentanan sosial sehingga mereka terbiasa menghindari komunikasi langsung dengan masyarakat (Suarez, 2014). Padahal komunikasi menjadi salah satu elemen pembangun koneksi dan interaksi dengan orang lain di lingkungannya (Hanifah, 2024)

Adanya keterbatasan aksesibilitas yang diterima penyandang disabilitas mengharuskan mereka keluar mencari jalan sendiri (Yamamoto & Alverson, 2017). Menurut laporan Indikator Pekerjaan Layak di Indonesia tahun 2022 dari BPS, sebagian besar pekerja disabilitas di Indonesia menjalankan wirausaha. Kegiatan wirausaha atau *entrepreneur* dapat membantu mengintegrasikan penyandang disabilitas, karena dapat memberi mereka pekerjaan berbayar dan mandiri (Cooney, 2008), mengatasi situasi sosial ekonomi yang meluas seperti pengangguran (Ashley & Graf, 2018). Aspek kebutuhan untuk bertahan hidup, penyediaan sumber daya keuangan, dan pengakuan status atau kedudukan dalam masyarakat melatarbelakangi motivasi penyandang disabilitas terjun dalam dunia *entrepreneur* (Leon & Cifuentes, 2019).

Difabike Indonesia adalah gerakan *sociopreneur* yang berfokus pada pemberdayaan dan pelayanan masyarakat disabilitas di Indonesia, terutama di Yogyakarta. Difabike Indonesia bergerak pada sektor transportasi publik yang ramah bagi penyandang tuna daksa yaitu mereka yang memiliki keterbatasan bergerak. Difabike berdiri pada tahun 2014 dan mulai beroperasi tahun 2015 di Kota Yogyakarta. Terdapat dua aspek yang Difabike

wujudkan yaitu pengadaan layanan transportasi prioritas dan lapangan pekerjaan bagi penyandang disabilitas (Shafira, 2022).

Seluruh *driver* Difabike adalah penyandang disabilitas tuna daksa, sehingga membutuhkan motivasi *entrepreneur* yang kuat dari dalam diri anggota. Penelitian oleh Herisman & Handayani (2019) *stereotype* yang diterima penyandang disabilitas memungkinkan mereka tidak percaya diri ketika bekerja. Faktor yang memengaruhi ketidakpercayaan diri ini bersumber dari kondisi fisik, genetik, dan perkembangan menjalin relasi dengan orang lain (Herisman & Handayani, 2019).

Penelitian serupa mengenai komunikasi pemberdayaan pada penyandang disabilitas pernah dilakukan oleh Andi Maulana Armas (2017) berjudul Konsep Diri dan Kompetensi Komunikasi Penyandang Disabilitas dalam Menumbuhkan Kepercayaan Diri dan Aktualisasi Diri di Dunia Kewirausahaan Kota Makassar (Armas, 2017). Penelitian oleh Siti K. Syadiyah (2020) berjudul Komunikasi dalam Pemberdayaan Kelompok Difabel (Studi pada UMKM Batik Wistara Indonesia) (Syadiyah, 2020). Penelitian oleh Muria Putriana, et al (2024) berjudul Strategi Komunikasi Karyawan Disabilitas dalam Pelayanan Pelanggan di Café Difabis Sudirman (Putriana, et al, 2024).

Penelitian ini memiliki kebaruan bahwa belum ada penelitian serupa yang membahas model komunikasi unsur pimpinan dalam menumbuhkan jiwa *entrepreneur* pada penyandang disabilitas tuna daksa. Subjek yang digunakan juga memiliki keunikan yaitu pada Difabike Indonesia sebagai gerakan *sociopreneur* yang memberdayakan dan melayani penyandang disabilitas.

Pimpinan memegang peranan penting dalam menciptakan komunikasi inklusif yang membangun (Men, 2015). Pimpinan dapat menciptakan model komunikasi yang efektif sehingga dapat merangsang semangat para anggota untuk meraih tujuan bersama (Sumilat, 2017). Difabike Indonesia memberdayakan talenta para penyandang disabilitas di Yogyakarta dapat menjadi jalan terciptanya kondisi sosial ekonomi yang sejahtera bagi para penyandang disabilitas. Kunci atas solusi kesejahteraan anggota berada pada pola komunikasi pimpinan dalam menumbuhkan semangat *entrepreneur* anggotanya (Zahara, 2018). Pola komunikasi yang efektif yang disesuaikan dengan kondisi para penyandang

disabilitas dapat menjadi acuan bagi usaha-usaha lain yang juga ingin memberdayakan penyandang disabilitas.

Model komunikasi menurut Carl I. Hovland (1953) dikenal dengan model *Stimulus Organism Respon* (SOR) (Effendy, 2003). Model ini menekankan bagaimana mengubah sikap komunikasi (Abidin, 2022). Terdapat tiga unsur penting dari model ini yaitu S-Stimulus (pesan), O-Organism (komunikasi), R-Respon (Efek) (Fisher, 2003). Titik penekanan dari model ini ada pada bagaimana pesan yang disampaikan mampu menumbuhkan efek berupa semangat dan motivasi komunikasi sehingga terjadi perubahan pengetahuan (*knowledge*), sikap (*attitude*), dan perilaku (*behavior*) (Kurniawan, 2018).

Berdasarkan uraian di atas, penelitian ini penting dilakukan untuk menjawab bagaimana model komunikasi yang diterapkan oleh pimpinan Difabike Indonesia dalam memberdayakan jiwa *entrepreneur* para pengemudi (*driver*) penyandang disabilitas yang merupakan anggota Difabike Indonesia. Selanjutnya untuk mengetahui kondisi objektif motivasi kerja para *driver* serta faktor pendukung dan penghambat pimpinan dalam memberdayakan jiwa *entrepreneur* mereka.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan jenis penulisan deskriptif. Subjek penelitian kepada pimpinan Difabike Indonesia. Objek penelitian ini adalah model komunikasi pimpinan dalam menumbuhkan motivasi *entrepreneur* penyandang disabilitas. Lokasi penelitian berada di kantor Difabike Indonesia yang beralamat di Jalan Krajan RT 5 RW 5, Sidoluhur, Kecamatan Godean, Kabupaten Sleman, Daerah Istimewa Yogyakarta. Teknik pengumpulan data dengan wawancara, observasi, dan studi dokumentasi. Wawancara dilakukan kepada pendiri sekaligus pimpinan Difabike Indonesia dan tiga orang *driver* penyandang disabilitas sehingga dapat menjawab rumusan pertanyaan penelitian. Observasi dilakukan di area kantor Difabike Indonesia untuk mengamati bagaimana model komunikasi yang diterapkan oleh pimpinan kepada para *driver* penyandang disabilitas. Studi dokumentasi dilakukan terhadap analisis artikel-artikel yang berkaitan dengan Difabike Indonesia, data, dan gambar. Data kemudian dianalisis dengan model Miles & Huberman yang mana data akan dikumpulkan, direduksi, dilakukan triangulasi, disajikan, dan ditarik kesimpulan serta verifikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Difabike Indonesia adalah sebuah gerakan *sociopreneur* yang berfokus pada layanan transportasi online yang dirancang khusus kepada penyandang disabilitas untuk melakukan mobilitas harian. Difabike Indonesia didirikan oleh seorang pemuda penyandang tuna daksa asal Kota Yogyakarta yang diawali rasa keprihatinan belum adanya layanan transportasi publik yang ramah disabilitas. Selain itu, penyandang disabilitas juga dihadapkan pada susahnyanya mendapatkan pekerjaan yang layak. Hal tersebut mendorong inovasi untuk mendirikan Difabike Indonesia untuk melayani dan memberdayakan para penyandang disabilitas di Provinsi Daerah Istimewa Yogyakarta. Difabike Indonesia didirikan di Kota Yogyakarta pada tahun 2014 dan diresmikan pada 3 Desember 2015 bertepatan dengan Hari Disabilitas Internasional.

Terdapat empat jasa yang ditawarkan oleh Difabike, antara lain: 1) Difabike yaitu transportasi prioritas untuk pengguna dengan alat bantu seperti kursi roda, tongkat, kaki palsu, dan tuna netra dengan ukuran tempat duduk yang sudah dimodifikasi. 2) Difatour yaitu layanan wisata khusus untuk berwisata di Yogyakarta seperti Candi Prambanan, Candi Borobudur, Pantai Parangtritis, dan wisata sekitar Kota Yogyakarta. 3) Difabox yaitu layanan kargo untuk mengantarkan barang-barang seperti pengantaran produk-produk UMKM. 4) Difafood yaitu layanan antar jemput makanan yang cepat, terpercaya, dan terjangkau.

Selain pendiri sekaligus pimpinan Difabike Indonesia yang merupakan penyandang disabilitas, semua *driver* Difabike Indonesia juga penyandang disabilitas dari kalangan ekonomi kurang mampu. Mereka adalah penyandang tuna daksa yang berjumlah 42 *driver*. Selain itu terdapat 3 orang lainnya non penyandang disabilitas yang bekerja di bidang operasional, manajemen keuangan, dan IT. Inilah yang menjadi keunikan dari Difabike Indonesia yaitu seluruh *driver* merupakan penyandang disabilitas dan layanan transportasi ini juga diprioritaskan pada penyandang disabilitas. Dilansir dari website difabike.com, Difabike Indonesia adalah pertama dan satu-satunya *ojek online* disabilitas di dunia.

Dalam menjalankan usaha pemberdayaan ekonomi penyandang disabilitas, pimpinan Difabike Indonesia menerapkan komunikasi khusus yang diaplikasikan untuk memotivasi jiwa *entrepreneur driver* penyandang disabilitas.

Model Komunikasi Pimpinan Difabike Indonesia dalam Memberdayakan Jiwa *Entrepreneur Driver Penyandang Disabilitas*

Memberdayakan jiwa *entrepreneur* merupakan sebuah usaha menumbuhkan semangat berwirausaha pada individu atau kelompok masyarakat agar mereka mampu meningkatkan kapasitas demi kemajuan dirinya.

Menurut model SOR atau *Stimulus Organism Respon*, terjadinya perubahan perilaku pada diri komunikan bergantung pada kualitas stimulus yang dikomunikasikan oleh komunikator. Hal ini sejalan dengan komunikasi yang dilakukan pimpinan Difabike kepada para *driver* yaitu penyandang disabilitas dalam meningkatkan jiwa *entrepreneur* mereka.

Upaya pemberdayaan jiwa *entrepreneur* pada *driver* penyandang disabilitas ini diupayakan melalui penekanan pesan (stimulus) yang disampaikan. Pimpinan selalu menekankan bahwa kondisi sosial dan ekonomi penyandang disabilitas hanya dapat diubah melalui tiga upaya yaitu pendidikan, ekonomi, dan koneksi. Dari segi pendidikan, mayoritas penyandang disabilitas selaku *driver* Difabike memiliki jenjang pendidikan rendah sehingga mereka dipacu untuk mempelajari ilmu melalui diskusi bersama dan kegiatan pelatihan. Pimpinan rutin menyelenggarakan berbagai diskusi dan pelatihan seperti pelatihan *public speaking* dan *attitude*, pelatihan mengelola keuangan, pelatihan bahasa Inggris, pelatihan berkendara sepeda motor, hingga pelatihan promosi penjualan. Dari segi ekonomi penyandang disabilitas Difabike adalah kalangan ekonomi rendah, sehingga Difabike membuka lapangan pekerjaan untuk mereka sehingga terjadi peningkatan kapasitas kemampuan. Difabike memberikan kendaraan motor roda tiga sebagai fasilitas penyandang disabilitas dalam bekerja. Selain itu, mereka yang memiliki usaha rumahan seperti penjualan makanan juga dibantu untuk mempromosikan barang dagangannya ketika bekerja kepada pelanggan. Selanjutnya dari segi koneksi, keterbatasan gerak yang dialami penyandang disabilitas membuat mereka susah dalam menjalin koneksi dengan masyarakat. Hal ini disadari oleh pimpinan Difabike sehingga pimpinan selalu mendorong para penyandang disabilitas untuk percaya diri ketika bekerja. Adanya pelatihan *public speaking* dan *attitude*, pelatihan bahasa Inggris, dan pelatihan promosi penjualan selain bertujuan untuk peningkatan pengetahuan juga untuk perubahan perilaku dengan peningkatan kepercayaan diri para *driver*. Pelanggan yang menggunakan jasa Difabike tidak hanya wisatawan lokal namun juga wisatawan manca negara yang memanfaatkan layanan Difatour seperti berwisata di Candi Borobudur, Candi Prambanan, dan Pantai Parangtritis.

Kemampuan *public speaking*, sikap, dan berbahasa Inggris tentu menjadi bekal percaya diri penyandang disabilitas dalam menjalin koneksi dengan banyak orang.

Penyandang disabilitas memiliki pola, kebiasaan, dan karakteristik yang berbeda-beda. Selain itu latar belakang pendidikan dan ekonomi *driver* Difabike juga terbilang rendah, sehingga dibutuhkan upaya komunikasi yang khusus dilakukan oleh pimpinan secara perlahan agar tidak menyinggung perasaan *driver* penyandang disabilitas karena mereka memiliki sensitifitas yang mendalam. Selain itu, pimpinan juga mengutamakan kenyamanan para penyandang disabilitas. Adanya keterbatasan kondisi fisik tidak membuat pimpinan memaksakan mereka untuk mengejar target pendapatan dan lama bekerja dalam sehari. Selain itu penyampaian juga dilakukan lebih leluasa dan santai karena komunikasi tercipta dua arah sehingga antar pimpinan dan *driver* penyandang disabilitas dapat memberikan masukan dan mendapat umpan balik, mengedepankan komunikasi kekeluargaan karena adanya kesamaan keadaan dan harapan, serta upaya komunikasi untuk memelihara kerukunan dan empati.

Kondisi Motivasi *Entrepreneur* Penyandang Disabilitas pada Difabike Indonesia

Kondisi motivasi *entrepreneur* adalah modal bagi para penyandang disabilitas pada Difabike Indonesia dalam mencapai kesejahteraan sosial dan ekonomi.

Dalam model SOR atau *Stimulus Organism Respon*, keberhasilan komunikator ketika menyampaikan pesan sebagai stimulus dapat diidentifikasi dari respon yang diberikan oleh komunikan. Respon menjadi titik awal penerimaan atau penolakan pesan yang sudah disampaikan.

Adanya peningkatan pengetahuan berdampak pada peningkatan motivasi para *driver* penyandang disabilitas Difabike Indonesia. Kondisi motivasi *entrepreneur* ini selanjutnya berpengaruh pada perubahan perilaku diri mereka. Hal ini sejalan dengan kondisi motivasi *entrepreneur* penyandang disabilitas yang pada mulanya mereka merasa minder untuk mendapatkan kerja dan susah mencukupi kebutuhan hidup sehari-hari. Kemudian setelah mereka mengetahui Difabike Indonesia, mereka semangat untuk bergabung.

Pada awal berdirinya Difabike hanya memiliki 3 *driver*, kemudian jumlah *driver* bertambah terus-menerus dan kini memiliki 42 *driver* dari penyandang disabilitas. Bertambahnya jumlah penyandang disabilitas yang tertarik bekerja bersama Difabike karena adanya komunikasi dari mulut ke mulut, sehingga pada dasarnya calon anggota sudah

mengenal Difabike namun belum sepenuhnya memahami cara bekerjanya. Mereka yang tertarik bergabung kemudian dijelaskan lebih detail oleh pimpinan mengenai standar operasional kerja. Pimpinan juga menjelaskan tujuan Difabike untuk menyamakan cara pandang calon anggota dalam meningkatkan semangat kerja walau memiliki keterbatasan fisik. Dalam hal ini, pimpinan tidak akan memaksakan kehendak supaya mereka bergabung dalam Difabike Indonesia. Hal ini didasarkan pada pemahaman pimpinan bahwa tidak semua penyandang disabilitas memiliki motivasi *entrepreneur*. Mereka yang saat ini telah bergabung bersama Difabike Indonesia pada dasarnya mayoritas telah memiliki motivasi *entrepreneur* namun kerap kali mengalami *up and down* motivasi. Penurunan motivasi *entrepreneur* penyandang disabilitas ini disebabkan karena sepiunya pelanggan yang berakibat pada penurunan pendapatan hingga kerugian. Hal ini membuat perlu adanya diskusi dan pelatihan rutin untuk meningkatkan dan menjaga motivasi *entrepreneur* pada *driver* penyandang disabilitas.

Pimpinan mengajarkan kepada para *driver* untuk tidak takut merugi. Hal ini lantaran wajar di dunia usaha ketika mengalami penurunan pendapatan dan kerugian. Selain itu mereka juga dibantu dalam hal promosi penjualan bagi yang memiliki usaha sampingan. Mereka didorong untuk mempromosikan produk sembari bekerja mengantar pelanggan. Tentunya hal ini dapat menambah pendapatan para penyandang disabilitas untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari. Dari hasil wawancara bersama *driver* penyandang disabilitas Difabike Indonesia didapatkan bahwa terdapat kemajuan kondisi ekonomi pasca bergabung bersama Difabike Indonesia. Rata-rata mereka akan mendapatkan minimum 5 pesanan dari pelanggan. Kondisi ini cukup membuat motivasi *entrepreneur* mereka naik.

Faktor Pendukung dan Penghambat Komunikasi Pimpinan dalam Memberdayakan Jiwa *Entrepreneur* Penyandang Disabilitas

Keberhasilan pemberdayaan jiwa *entrepreneur* pada penyandang disabilitas dipengaruhi oleh kemampuan komunikasi pimpinan dalam memberikan instruksi dan memotivasi mereka ketika menjalankan pekerjaan (Syamsudin & Soiman, 2022).

Menurut model SOR (*Stimulus Organism Respon*) komunikasi menciptakan proses aksi reaksi sehingga menyebabkan adanya perubahan perilaku dan dipengaruhi pada kualitas pesan (stimulus) yang merangsang organism (komunikan). Akan tetapi dalam prosesnya tidak selalu

sukses, akan dimungkinkan muncul gangguan (*noise*) komunikasi yang menghambat proses aksi reaksi.

Hambatan psikologis kerap dihadapi oleh pimpinan Difabike Indonesia ketika berupaya menguatkan motivasi *entrepreneur* kepada para penyandang disabilitas. Hambatan ini membuat adanya perbedaan harapan dan keyakinan yang menyebabkan susah mencapai komunikasi yang efektif. Perbedaan ini dilatar belakangi karena minimnya pendidikan formal yang didapatkan oleh penyandang disabilitas yang bergabung dalam Difabike Indonesia. Difabike Indonesia sebagai gerakan *sociopreneur* di Yogyakarta membuka lapangan kerja kepada para penyandang disabilitas dari kalangan ekonomi kurang mampu, sehingga dapat diartikan jenjang pendidikan yang mereka dapatkan juga terbatas pada pendidikan dasar.

Hambatan sosial dan lingkungan juga turut memengaruhi proses komunikasi pemberdayaan motivasi *entrepreneur* penyandang disabilitas pada Difabike Indonesia. Hal ini dikarenakan mereka sudah terbiasa ditempa dalam sistem perlindungan yang merawat penyandang disabilitas dengan pemberian berbagai bantuan tunai dari pemerintah. Sementara upaya pemberdayaan untuk mengasah keterampilan dan kemampuan diri yang bersifat berkelanjutan masih minim. Hal ini menyebabkan mental para penyandang disabilitas cukup susah ditempa agar mandiri. Adanya hambatan lingkungan ini membuat pimpinan Difabike Indonesia harus bekerja ekstra dalam meyakinkan para penyandang disabilitas untuk meningkatkan kapasitas kemampuan.

Meskipun faktor penghambat kerap kali muncul dari dalam dan luar diri para *driver* penyandang disabilitas, terdapat faktor lain yang mendukung terciptanya komunikasi pemberdayaan yang efektif dari pimpinan kepada para *driver*. Faktor kedekatan emosi antara pimpinan Difabike Indonesia dengan para *driver* penyandang disabilitas turut memengaruhi keberhasilan komunikasi dalam meningkatkan motivasi *entrepreneur* mereka. Pimpinan Difabike Indonesia mengedepankan komunikasi kekeluargaan yang tidak memaksa para *driver*. Adanya rasa saling memahami keterbatasan kondisi fisik membuat pimpinan tidak menargetkan para *driver* untuk bekerja dari pagi hingga malam. Pimpinan selalu mengutamakan kenyamanan para *driver* dalam bekerja. Hal ini menciptakan tidak adanya tembok penghalangan antara pimpinan dengan anggota.

Faktor persamaan budaya turut mendukung komunikasi pimpinan dalam memberdayakan motivasi *entrepreneur* pada *driver* penyandang disabilitas. Seluruh *driver*

Difabike Indonesia berasal dari wilayah Yogyakarta sehingga pimpinan kerap menggunakan bahasa Jawa untuk berkomunikasi. Pemilihan kata-kata yang digunakan juga sederhana dan mudah. Hal ini disesuaikan dengan karakteristik dan latar belakang para penyandang disabilitas. Penggunaan bahasa yang sederhana tentu dapat memudahkan para *driver* dalam memahami pesan yang disampaikan oleh pimpinan. Selain itu, bahasa yang disampaikan oleh pimpinan diekspresikan dengan kesopanan dan keramahan. Sikap ramah-tamah dikenal sebagai ciri khas budaya Jawa, terutama Yogyakarta.

Selanjutnya, faktor persamaan pengalaman juga menjadi faktor pendukung komunikasi pimpinan Difabike Indonesia dengan para *driver* penyandang disabilitas. Pimpinan dan *driver* sama-sama merupakan penyandang disabilitas tuna daksa. Mereka sama-sama memahami bagaimana *stereotype* yang berkembang di masyarakat dalam memandang penyandang disabilitas. Sulitnya akses mencari dan kesempatan mendapatkan pekerjaan masih membayangi karir para penyandang disabilitas. Adanya persamaan pengalaman ini membuat pimpinan lebih mudah untuk menyampaikan tujuan Difabike Indonesia sebagai wadah untuk melayani dan memberdayakan jiwa *entrepreneur* penyandang disabilitas.

KESIMPULAN

Difabike Indonesia adalah gerakan *sociopreneur* dari Kota Yogyakarta dan satu-satunya di dunia yang menyediakan transportasi online ramah disabilitas. Difabike Indonesia juga menyediakan lapangan pekerjaan bagi penyandang disabilitas dari kalangan ekonomi rendah untuk menjadi *driver* dan berupaya memberdayakan motivasi *entrepreneur* mereka agar mencapai kemajuan kesejahteraan. Upaya pemberdayaan motivasi *entrepreneur* pada anggota akan terjadi secara efektif apabila terdapat hubungan komunikasi yang baik antara pimpinan dengan anggota. Pimpinan Difabike Indonesia telah menggunakan model komunikasi SOR (*Stimulus Organism Respon*) yang menekankan pada kekuatan pesan (stimulus) untuk menumbuhkan motivasi *entrepreneur* anggota. Pimpinan Difabike Indonesia selalu mengomunikasikan pesan mengenai pentingnya akses pendidikan, ekonomi, dan koneksi. Ketiga akses tersebut diajarkan oleh pimpinan kepada para penyandang disabilitas lewat diskusi dan pelatihan yang disampaikan melalui komunikasi yang mengutamakan kenyamanan dan kekeluargaan serta penggunaan bahasa yang sederhana, mudah, dan tidak menyinggung perasaan. Mayoritas penyandang disabilitas pada Difabike Indonesia sudah memiliki motivasi *entrepreneur*. Akan tetapi dalam prosesnya ada naik dan turun. Hambatan yang dihadapi oleh pimpinan ketika melakukan komunikasi pemberdayaan motivasi

entrepreneur dikarenakan hambatan psikologis, sosial dan lingkungan. Sementara faktor pendukung pimpinan dalam melakukan komunikasi pemberdayaan motivasi *entrepreneur* anggota dikarenakan adanya kedekatan emosi, persamaan budaya, dan persamaan pengalaman.

Penelitian ini belum menganalisis bagaimana model komunikasi horizontal yang diterapkan oleh sesama anggota penyandang disabilitas. Disarankan kepada penelitian selanjutnya agar dapat menganalisis model komunikasi tidak hanya dari unsur pimpinan namun juga sesama anggota. Selain itu juga dapat menggunakan model atau teori komunikasi lain yang lebih relevan.

DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, M. (2022). Urgensi Komunikasi Model Stimulus Organism Response (SOR) dalam Meningkatkan Kualitas Pembelajaran. *Jurnal Komunikasi dan Bahasa*, 3(1), 47-59.
- Armas, A. M. (2017). Konsep Diri dan Kompetensi Komunikasi Penyandang Disabilitas dalam Menumbuhkan Kepercayaan Diri dan Aktualisasi Diri di Dunia Kewirausahaan Kota Makassar. *Jurnal Komunikasi KAREBA*, 6(2), 277-284.
- Ashley, D., & Graf, N. M. (2018). The Process and Experiences of Self Employment Among People with Disabilities: A Qualitative Study. *Rehabilitation Counseling Bulletin*, 61(2), 90-100.
- Badan Pusat Statistik (BPS). (2024). Jumlah Penduduk Usia 15 tahun ke Atas Menurut Golongan Umur, 2024. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/2/NzE1IzI=/jumlah-penduduk-usia-15-tahun-ke-atas-menurut-golongan-umur.html> (Diakses pada 10 Oktober 2024)
- Cooney, T. (2008). Entrepreneurs with Disabilities: Profile of a Forgotten Minority. *Irish Business Journal*, 4(1), 119-129.
- Dwikananda, K. C., & Sunarto. (2024). Strategi Komunikasi Organisasi Inklusif Cafe Onni House Surabaya dalam Melibatkan Penyandang Down Syndrome untuk Magang sebagai Waitress. *Jurnal Interaksi Online*, 12(4), 13-27.
- Effendy, O. U. (2003). *Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti.
- Fisher, A. (2003). *Teori-Teori Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Hanifah, A. L. (2024). Membangun Koneksi Individu: Strategi Berbahasa Indonesia sebagai Alat Penting Komunikasi Interpersonal di Tempat Kerja. *Indo-Math Edu Intellectual Journal*, 5(2), 2406-2419.
- Herisman, F., & Handayani, P. (2019). Gambaran Penyesuaian Diri Penyandang Disabilitas Tunadaksa di Tempat Kerja Studi pada Peserta Pelatihan di BBRVBD Cibinong. *Lembaga Penelitian dan Pengabdian Kepada Masyarakat-UNIKA Atmajaya*, 58-73.

- Khosyati, N. E., & Maruf, K. M. (2023). Diska Rancangan Aplikasi Mobile Berbasis Gamifikasi Penyedia Kerja Penyandang Disabilitas di Wilayah Yogyakarta. *East Journal of Innovative Community Services*, 1(3), 99-107.
- Kurniawan, D. (2018). Komunikasi Model Laswell dan Stimulus Organism Response dalam Mewujudkan Pembelajaran Menyenangkan. *Jurnal Komunikasi Pendidikan*, 2(1), 60-68.
- Leon, I. M., & Cifuentes, I. O. (2019). Entrepreneurship of people with disabilities in Spain: Socioeconomic aspects. *Suma de Negocios*, 10(22), 42-50.
- Leon, I. M., & Cifuentes, I. O. (2019). Entrepreneurship of People with Disabilities in Spain: Socioeconomic Aspects. *Suma De Negocios*, 10(22), 42-50.
- Men, L. R. (2015). The Role of Ethical Leadership in Internal Communication: Influences on Communication Symmetry, Leader Credibility, and Employee Engagement. *Public Relations Journal*, 9(1).
- Muria Putriana, e. a. (2024). Strategi Komunikasi Karyawan Disabilitas dalam Pelayanan Pelanggan di Café Difabis Sudirman . *J-CEKI: Jurnal Cendekia Ilmiah*, 3(4), 1488-1498.
- Ningrum, D. P., & Zahra, L. (2021). Difabike Approach in Empowering People With Disabilities Using Group Dynamics. *Channel: Jurnal Komunikasi*, 9(2), 173-180.
- Sekarini, Z. A., & Trustisari, H. (2024). Deskriptif Literature Review Diskriminasi Penyandang Disabilitas dalam Dunia Kerja. *Jurnal Ilmiah Nusantara (JINU)*, 1(5), 37-44.
- Shafira, M. I. (2022). Upaya Pemberdayaan Penyandang Difabel Melalui Difabike-City Tour & Transport di Yogyakarta. *Sosio progresif: Media Pemikiran Studi Pembangunan Sosial*, 2(1), 14-28.
- Suarez, M. (2014). Aproximación a la situación de las y los trabajadores autónomos con discapacidad e identificación de factores de exclusión sociolaboral [Approach to the situation of self-employed workers with disabilities and identification of social and labor exclusion . *revista iberoamericana de Producción Académica y Gestión Educativa*, julio-diciembre.
- Sumilat, C. (2017). Peranan Komunikasi Pimpinan dalam Meningkatkan Kinerja Pegawai di Kantor Kecamatan Kakas. *e-journal Acta Diurna*, 6(1), 1-15.
- Syadiyah, S. K. (2020). Komunikasi dalam Pemberdayaan Kelompok Difabel (Studi pada UMKM Batik Wistara Indonesia) . *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 78-94.
- Syamsudin, & Soiman. (2022). Model Komunikasi Unsur Pimpinan dalam Meningkatkan Motivasi Kerja Guru dan Pegawai di Madrasah ALiyah Negeri Kota Tebing Tinggi. *Jurnal Diversita*, 8(2), 258-265.



-
- Yamamoto, S. H., & Alverson, C. Y. (2017). Individuals with Disabilities in Self-Employment Through Vocational Rehabilitation: Predictors of Successful Case Closure From 2008 to 2012. *Journal of Career Assessment*, 25(3), 450-466.
- Zahara, E. (2018). Peranan Komunikasi Organisasi Bagi Pimpinan Organisasi. *Jurnal Warta*, 56, 1829-7463.