

PERILAKU KOMUNIKASI *DRIVER* GO-RIDE DENGAN PENGGUNANYA

(Studi Deskriptif Mengenai Perilaku Komunikasi *Driver* Go-ride Dalam Memberikan Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Online Go-Jek Di Kota Bandung)

Sesilia Candra Dewi

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik
Universitas Komputer Indonesia, Jalan Dipatiukur No.112-116, Bandung 40132, Indonesia

Email :

holla.sesilia@gmail.com

Abstract

This research is intended to describe in depth about the communication behavior of the Go-ride driver in giving satisfaction to Go-Jek users in Bandung. The focus of the problem is divided into sub-micro those are verbal communication, nonverbal communication, and the barriers of communication.

This research uses qualitative methods with descriptive studies. The informants of this study were 6 (six) people, which were selected using purposive sampling technique and snowball technique. Data collection techniques that are used in research is in-depth interviews, non-participant observation, documentation, book references, previous research, and internet searching.

*The result showed that **verbal communication** by Go-ride drivers used situational language selection with relaxed speech and mild selection of words. This happens when communicating via chat in the Go-Jek application, until he finishes delivering passengers. **Nonverbal communication** in communication behavior of Go-ride drivers is facial messages, getural messages, and artifactual messages. **The barriers of communication** in communication behavior of Go-ride drivers is external barriers such as congested and noisy road conditions, and the internal barriers such as language understanding by driver and the emotional situation felt by the driver and passengers.*

Keywords : communication behavior, verbal communication, nonverbal communication, the barriers of communication, Go-ride driver in Bandung.

Abstrak

Penelitian ini dimaksudkan untuk mengetahui dan menguraikan secara mendalam mengenai perilaku komunikasi *driver* Go-ride dalam memberikan kepuasan pengguna jasa transportasi online Go-Jek di Kota Bandung. Fokus masalah dalam penelitian ini terbagi kedalam sub-sub masalah mikro yaitu, komunikasi verbal, komunikasi nonverbal, dan hambatan komunikasi.

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan studi deskriptif. Informan penelitian ini berjumlah 6 (enam) orang, yang diperoleh melalui teknik *purposive sampling* dan *snowball*. Teknik pengumpulan data yaitu observasi non partisipatif, wawancara mendalam, dokumentasi, referensi buku, studi terdahulu, dan *internet searching*.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa **komunikasi verbal** yang dilakukan *driver* Go-ride menggunakan pemilihan bahasa yang bersifat situasional dengan gaya bicara yang santai dan pemilihan kata yang ringan. Hal tersebut terjadi dari mulai komunikasi dalam chat aplikasi Go-Jek, hingga proses pengantaran penumpang selesai. **Komunikasi nonverbal** dalam perilaku komunikasi *driver* Go-ride adalah pesan fasial, pesan getural, dan juga pesan artifaktual. **Hambatan komunikasi** dalam perilaku komunikasi *driver* Go-ride adalah hambatan eksternal terkait lingkungan fisik berupa kondisi jalanan yang bising dan macet, serta hambatan internal terkait pemahaman bahasa dari *driver* serta situasi emosional yang dirasakan *driver* maupun penumpang.

Kata kunci : perilaku komunikasi, komunikasi verbal, komunikasi nonverbal, hambatan komunikasi, *driver* Go-ride Bandung.

1. Pendahuluan

Perilaku komunikasi diartikan sebagai tindakan atau respon dalam lingkungan dan situasi komunikasi yang ada, atau dengan kata lain perilaku komunikasi adalah cara berfikir, berpengetahuan, berwawasan, berperasaan dan bertindak atau melakukan tindakan yang dianut seseorang, keluarga atau masyarakat dalam mencari dan menyampaikan informasi melalui berbagai saluran yang ada di dalam jaringan komunikasi masyarakat setempat. (Hapsari 2007:36)

Sebenarnya perilaku komunikasi itu sendiri merupakan tindakan komunikasi yang didalamnya terdapat komunikasi verbal dan nonverbal. Komunikasi verbal merupakan segala bentuk simbol yang disampaikan secara terucap maupun tertulis dengan sengaja. Bentuk simbol yang dimaksud adalah bahasa karena bahasa merupakan sebuah sistem simbol yang telah disepakati bersama dalam berkomunikasi.

Seiringan dengan terjadinya komunikasi verbal, komunikasi nonverbalpun turut melengkapi. Walaupun jenisnya dapat dibedakan namun keberadaan mereka tak dapat dipisahkan. Karena terkadang komunikasi nonverbal dapat menggambarkan sebuah makna dari komunikasi yang sebenarnya ingin disampaikan walaupun tidak secara terucap.

Begitupun yang dapat terlihat dalam perilaku komunikasi *driver* Go-ride dalam memberikan kepuasan pengguna jasa transportasi online Go-Jek di Kota Bandung. Komunikasi yang terjalin secara terus menerus dari *driver* Go-ride dengan penumpangnya akan membentuk sebuah perilaku komunikasi dari *driver* itu sendiri.

Komunikasi verbal yang dapat terlihat dari perilaku komunikasi *driver* Go-ride dapat dilihat dalam dua bentuk

proses komunikasi yaitu komunikasi primer dan komunikasi sekunder. Proses komunikasi primer yaitu komunikasi yang dilakukan oleh *driver* Go-ride kepada penumpangnya secara langsung yaitu tatap muka ketika awal bertemu menjemput penumpang, pada saat dalam perjalanan pengantaran penumpang dan ketika tiba ditempat pengantaran penumpang. Sedangkan untuk proses komunikasi sekunder adalah proses komunikasi yang dilakukan melalui media atau secara tidak langsung. Hal itu terjadi ketika *driver* Go-ride berkomunikasi dengan penumpangnya melalui chat aplikasi Go-Jek saat mereka belum bertemu.

Komunikasi yang terjadi tidak selamanya berjalan dengan lancar. Dalam prakteknya ditemukan juga hambatan yang mengganggu komunikasi itu sendiri. Begitupun yang terjadi dalam perilaku komunikasi *driver* Go-ride dengan penggunanya. Sehingga peneliti menjadikan hal tersebut sebagai fokus penelitian ini setelah komunikasi verbal dan komunikasi nonverbal.

Dilansir dari harian Kompas pada tanggal 28 Desember 2018, bahwa keberadaan Go-Jek telah berkontribusi pada perekonomian warga Bandung sebesar Rp.187 miliar pada tahun 2017. Hasil itu didapat dari survey yang dilakukan manajemen Go-Jek bersama lembaga demografi Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Indonesia. Dari jumlah tersebut sebanyak Rp.108 miliar adalah penghasilan mitra Go-ride sepanjang 2017.

Becquini Akbar selaku *Strategic Region Head* Jawa Barat dan Banten dari PT Go-Jek Indonesia mengatakan bahwa 79% *driver* Go-Jek di Kota Bandung rata-rata berusia 21-41 tahun. Dimana mayoritas *driver* merupakan lulusan SMA atau sederajat. Mereka memiliki penghasilan rata-rata Rp.2,7 juta perbulan dari menjadi *driver*. Selain itu beliau pun memaparkan bahwa salah satu layanan yang paling banyak di minati adalah Go-ride.

Secara statistik performa Go-Jek di Kota Bandung memang cukup potensial karena Kota Bandung merupakan pasar terbesar kedua Go-Jek setelah Kota Jakarta. Untuk jumlah *driver* di Kota Bandung sendiri belum dapat dipastikan jumlahnya, namun diperkirakan sudah mencapai puluhan ribu lebih dari jumlah keseluruhan nasional yaitu satu juta *driver* pertahun 2017. Untuk jumlah *driver* pada tahun 2018 dan 2019 masih dalam tahap survey penghitungan.

Besarnya dampak keberadaan Go-Jek di Kota Bandung terhadap perekonomian warganya menandakan bahwa permintaan pengguna Go-Jek cukup tinggi. Sehingga *driver* yang tersedia pun banyak. Hal tersebut dapat menimbulkan suatu masalah komunikasi interpersonal yang terjadi diantara *driver* dengan pengguna jasa transportasi online Go-Jek di Kota Bandung.

Dari hasil wawancara prapenelitian dengan Dinar, yaitu seorang mahasiswi sekaligus ibu rumah tangga yang setiap harinya menggunakan layanan jasa transportasi online Go-Jek mengatakan bahwa :

“Selama menggunakan Go-Jek sejauh ini driver Go-ride memiliki sikap yang baik, ramah, serta pelayanan dan cara komunikasinya pun baik, sehingga saya loyal dalam menggunakan Go-Jek daripada transportasi online lainnya yang terkadang driver-nya kurang memiliki sikap yang baik dan kurang ramah”. (Dinar, 23/04/2019)

Maka dari itu peneliti ingin meneliti lebih dalam bagaimana komunikasi interpersonal yang terjadi antara *driver* Go-ride dengan pengguna layanan transportasi online Go-Jek di Kota Bandung. Komunikasi interpersonal yang dimaksud merupakan komunikasi antara orang-orang baru secara langsung ataupun tidak langsung.

Bertambahnya permintaan pengguna jasa Go-Jek ini membuat perusahaan tersebut perlu meningkatkan pelayanan kepada para penggunanya. Karena salah satu faktor yang mempengaruhi pelayanan jasa transportasi dalam hubungannya dengan kepuasan pelanggan adalah pelayanan prima. Menurut Atep Adya Barata bahwa layanan prima atau *service excellent* bertitik tolak pada pelaku bisnis untuk memberikan layanan terbaiknya sebagai wujud kepedulian perusahaan kepada pelanggan atau penggunanya. Hal terpenting dalam sebuah pelayanan prima didasarkan kepada 6 aspek penting yaitu tanggung jawab, sikap, tindakan, perhatian, penampilan dan kemampuan. (Barata, 2004:31)

Seperti yang dijelaskan dalam teori diatas salah satu aspek yang menentukan baik buruknya pelayanan yaitu kemampuan. Selain kemampuan dalam berkendara, kemampuan untuk berkomunikasi pun penting dilakukan oleh *driver* Go-ride. Karena dalam melaksanakan tugasnya, akan terjadi perilaku komunikasi antara *driver* Go-ride dengan pengguna jasa transportasi online Go-Jek. Oleh karena itu pelayanan utama yang harus dilakukan PT. Go-Jek Indonesia yaitu melalui *driver*, karena *driver*lah yang berinteraksi langsung dengan para pengguna jasa.

Sebuah perilaku komunikasi akan bereaksi sebagai hubungan sebab akibat. Maka perilaku komunikasi dari *driver* Go-ride pada saat beroperasi akan berdampak pada kepuasan pengguna jasa tersebut ketika menggunakan jasa transportasi online Go-Jek. Kepuasan yang dimaksud adalah perasaan seseorang setelah membandingkan kinerja atau hasil yang dirasakan dibandingkan dengan harapannya. (Kotler, 2012:138)

Maka dari itu demi memberikan kepuasan terhadap pengguna jasa transportasi online Go-Jek maka perilaku komunikasi dari *driver* Go-ride dengan pengguna jasa transportasi online Go-Jek pun harus baik. Karena kepuasan dari pengguna jasa tersebut pada akhirnya akan

tergambarkan dari sistem penilaian pada aplikasi yang akan muncul setelah selesai menggunakan jasa transportasi online Go-Jek. Sistem penilaian kepuasan tersebut berupa memberikan bintang dari 1 bintang hingga 5 bintang. Dimana semakin banyak pemberian bintang akan menandakan semakin puasnya pengguna jasa.

Ditengah tingginya permintaan Go-ride di Kota Bandung dan banyaknya *driver* yang ada, maka perilaku komunikasi dari *driver* Go-ride dengan pengguna jasa transportasi online Go-Jek di Kota Bandung pun beragam. Karena setiap *driver* pasti mempunyai perilaku komunikasi yang berbeda-beda. Oleh karena itu, berdasarkan latar belakang masalah diatas, peneliti tertarik untuk mengkaji fenomena tersebut yang dituangkan kedalam judul “Perilaku Komunikasi *Driver* Go-ride Dengan Penggunaanya (Studi Deskriptif Mengenai Perilaku Komunikasi *Driver* Go-ride Dalam Memberikan Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Online Go-Jek Di Kota Bandung)”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah diatas maka peneliti merinci secara jelas dari fokus penelitian yang masih bersifat umum dengan subfokus-subfokus terpilih menjadi rumusan masalah makro (umum) dan mikro (khusus) sebagai berikut :

1.2.1 Rumusan Masalah Makro

Rumusan masalah makro terkait masalah yang akan di teliti oleh peneliti yaitu “Bagaimana Perilaku Komunikasi *Driver* Go-ride Dalam Memberikan Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Online Go-Jek Di Kota Bandung?”

1.2.2 Rumusan Masalah Mikro

Peneliti membagi subfokus dari rumusan masalah makro kedalam rumusan masalah mikro sebagai berikut :

1. Bagaimana **Komunikasi Verbal** *Driver* Go-ride Dalam Memberikan Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Online Go-Jek Di Kota Bandung?
2. Bagaimana **Komunikasi Nonverbal** *Driver* Go-ride Dalam Memberikan Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Online Go-Jek Di Kota Bandung?
3. Bagaimana **Hambatan Komunikasi** *Driver* Go-ride Dalam Memberikan Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Online Go-Jek Di Kota Bandung?

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis secara mendalam mengenai perilaku komunikasi *driver* Go-ride dalam memberikan kepuasan pengguna jasa transportasi online Go-jek di Kota Bandung.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Agar penelitian ini mencapai hasil yang optimal maka harus adanya tujuan yang terarah. Maka berikut adalah tujuan dari penelitian :

1. Untuk mengetahui **Komunikasi Verbal** *Driver* Go-ride Dalam Memberikan Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Online Go-Jek Di Kota Bandung
2. Untuk mengetahui **Komunikasi Nonverbal** *Driver* Go-ride Dalam Memberikan Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Online Go-Jek Di Kota Bandung.
3. Untuk Mengetahui **Hambatan Komunikasi** *Driver* Go-ride Dalam Memberikan Kepuasan Pengguna Jasa Transportasi Online Go-Jek Di Kota Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Sebuah penelitian yang baik hendaknya memiliki kegunaan, berikut adalah kegunaan dari penelitian ini :

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat menambah serta mengembangkan ilmu pengetahuan dalam bidang kajian ilmu komunikasi, khususnya berkaitan dengan komunikasi interpersonal yang dilakukan para *driver* Go-ride mengenai perilaku komunikasi dalam memberikan kepuasan terhadap pengguna jasa transportasi online Go-Jek.

1.4.2 Kegunaan Praktis

Kegunaan praktis penelitian ini terbagi menjadi kegunaan bagi peneliti, bagi perusahaan, dan juga bagi universitas.

2. Kajian Pustaka dan Kerangka Pemikiran

Dalam kerangka pemikiran ini peneliti berusaha membahas permasalahan yang diangkat oleh peneliti. Adapun permasalahan yang akan diteliti yaitu mengenai perilaku komunikasi *driver* Go-ride dengan pengguna jasa transportasi online Go-Jek di Kota Bandung.

Dalam kehidupan manusia tentunya komunikasi merupakan hal yang sangat vital, karena komunikasi sangat berperan penting dalam proses berinteraksi. Komunikasi merupakan faktor terpenting dalam menjalin hubungan antar individu baik dalam komunikasi antarpribadi maupun dalam memberikan pelayanan. Begitupula yang terjadi pada perilaku komunikasi *driver* Go-ride dengan penggunanya jasa transportasi online Go-Jek di Kota Bandung.

Perilaku komunikasi disini bukan hanya sekedar interaksi antara *driver* dengan pengguna jasa transportasi online

Go-Jek. Namun perilaku komunikasi tersebut akan berdampak kepada kepuasan pelayanan bagi penggunanya. Karena *driver* lah yang berperan penting dan berinteraksi langsung dengan pengguna jasa. Menurut hasil prawawancara penelitian, perilaku komunikasi yang terjadi diantara *driver* dengan pengguna jasa transportasi online Go-Jek dilapangan beragam. Keberagaman tersebut menimbulkan berbagai macam reaksi dan juga kesan berbeda dari para penggunanya yang pada akhirnya menimbulkan rasa kepuasan atau tidak bagi penggunanya.

Perilaku komunikasi berdasarkan pemaparan Lapierre adalah tindakan dalam berkomunikasi, dimana setiap tindakan dalam komunikasi meliputi verbal dan nonverbal atau atau yang biasa disebut dengan perilaku komunikasi verbal dan perilaku komunikasi nonverbal. (Lapierre dalam Azwar, 2015:5)

Melihat dari pengertian perilaku komunikasi diatas dan membandingkan dengan hasil prawawancara yang terjadi dilapangan, maka peneliti menetapkan subfokus untuk mengukur permasalahan yang akan diteliti. Subfokus tersebut adalah komunikasi verbal, komunikasi nonverbal, serta hambatan komunikasi. Karena dalam proses pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara langsung ataupun tidak langsung pasti menggunakan komunikasi verbal dan juga komunikasi nonverbal. Selain itu, dalam tindakan komunikasi tidak selamanya berjalan dengan efektif. Namun ditemukan juga hambatan komunikasi dalam perilaku komunikasi *driver* Go-ride dengan pengguna jasa transportasi online Go-Jek di Kota Bandung.

3. Objek dan Metode Penelitian

Pada penelitian ini peneliti menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif. Pendekatan kualitatif dipandang lebih relevan dan cocok karena bertujuan menggali dan memahami realitas perilaku komunikasi *driver* Go-ride dengan pengguna jasa transportasi online Go-Jek di

Kota Bandung. Sedangkan metode deskriptif cocok untuk peneliti menjelaskan dan memaparkan bagaimana hasil penelitian yang ditemukan dilapangan.

Objek dari penelitian ini adalah *driver* Go-ride di Kota Bandung. Sehingga merekalah yang menjadi informan penelitian. Dalam pemilihan informan penelitian peneliti menggunakan teknik *purposive sampling* dan juga *snowball*. Teknik *purposive sampling* digunakan untuk memilih informan kunci. Dimana peneliti menentukan kriteria khusus yang sesuai dengan penelitian guna memilih informan kunci. Sedangkan untuk pemilihan informan pendukung dalam penelitian ini menggunakan teknik *snowball*. Dimana peneliti mendapatkan informan pendukung yang merupakan pengguna jasa transportasi online Go-Jek dari *driver* yang menjadi informan kunci.

Adapun teknik pengumpulan data dari penelitian ini adalah studi pustaka yang meliputi referensi buku, studi literatur, dan *internet searching*. Dan studi lapangan berupa wawancara mendalam, observasi nonpartisipatif serta dokumentasi.

Untuk uji keabsahan data pada penelitian ini meliputi peningkatan ketekunan, *triangulasi*, diskusi teman sejawat, dan *member check*. Sedangkan teknik analisa data berupa pengumpulan data, reduksi data, penyajian data hingga penarikan kesimpulan.

3.1 Lokasi Penelitian

Peneliti melakukan observasi di kota Bandung. Penelitian yang dilakukan tidak terfokus pada satu tempat, namun dilakukan berdasarkan kesepakatan antara peneliti dan informan.

3.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan selama 6 (enam) bulan sejak bulan Februari 2019 sampai Juli 2019. Mulai dari persiapan, pelaksanaan hingga ke penyelesaian.

4. Hasil dan Pembahasan

Dari hasil penelitian mengenai “Perilaku Komunikasi *Driver* Go-ride Dengan Penggunaanya” yang dilakukan peneliti dilapangan dengan cara observasi nonpartisipatif serta wawancara mendalam dengan informan maka penelitipun dapat membahas hasil penelitian ini. Dalam perilaku komunikasi *driver* Go-ride dengan penggunaanya ini peneliti lebih memfokuskan kepada komunikasi verbal, komunikasi nonverbal, serta hambatan komunikasi.

Dalam komunikasi verbal bahasa memegang peranan penting, karena bahasalah yang digunakan dalam komunikasi verbal itu sendiri. Pada dasarnya bahasa adalah suatu sistem lambang yang memungkinkan orang berbagi makna. Begitupun yang terdapat dalam perilaku komunikasi *driver* Go-ride dengan pengguna jasa transportasi online Go-Jek di kota Bandung

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan peneliti selama dilapangan, komunikasi verbal tersebut terjadi kedalam dua situasi proses komunikasi yaitu proses komunikasi sekunder dan juga proses komunikasi primer. Komunikasi verbal dalam proses komunikasi sekunder yaitu komunikasi yang dilakukan melalui media chat pada aplikasi Go-Jek ketika *driver* dan penumpang belum saling bertemu. Dalam hal ini pengguna jasa mengaku komunikasi verbal yang dilakukan *driver* dalam aplikasi Go-Jek kurang komunikatif karena biasanya *driver* hanya memberikan pesan yang sangat singkat.

Selanjutnya komunikasi verbal dalam proses komunikasi primer yaitu ketika *driver* telah bertemu dengan pengguna jasa atau penumpang, dalam perjalanan pengantaran

penumpang, hingga ketika tiba ditempat tujuan mengantar penumpang. Dalam hal ini bahasa yang digunakan oleh *driver* Go-ride adalah bahasa Indonesia yang tidak baku, dengan gaya bahasa yang santai namun tetap sopan ataupun menggunakan bahasa sunda.

Penggunaan pilihan bahasa tersebut adalah situasional, mulanya para *driver* memang menggunakan bahasa Indonesia. Namun ketika penumpang menjawab dengan bahasa sunda maka *driver* pun akan menggunakan bahasa sunda. Jika sejak awal mereka menggunakan bahasa sunda mereka khawatir bahwa penumpangnya tidak mengerti. Karena walaupun mereka berada di tanah sunda yang mayoritas penduduknya menggunakan bahasa Indonesia dan bahasa sunda, namun banyak pula penumpangnya yang tidak mengerti bahasa sunda.

Untuk penggunaan gaya bahasa dengan pemilihan kata-kata yang santai sengaja dilakukan oleh *driver* agar komunikasi yang terjalin tidak terlalu kaku dan formal. Hal tersebut diharapkan agar menambah kesan kedekatan antara *driver* Go-ride dengan pengguna jasa transportasi online Go-Jek.

Sebenarnya tidak ada aturan khusus dari PT Go-Jek Indonesia terkait cara bagaimana *driver* berkomunikasi dengan penumpang. Namun *driver* hanya diminta untuk ramah terhadap penumpang. Karena keramahan dari *driver* tersebut serta baiknya interaksi yang terjalin antara *driver* dengan pengguna jasa akan mempengaruhi terhadap nilai performa dari *driver* itu sendiri.

Dari pengakuan informan pendukung yang merupakan pengguna jasa transportasi online Go-Jek di kota Bandung, mereka mengaku puas dengan perilaku komunikasi yang dilakukan oleh *driver* Go-ride. *Driver* cukup komunikatif dalam hal menanyakan seputar hak-hak dari penumpangnya. Selain itu *driver*-pun

mampu mengkomunikasikan dengan baik jika ia sedang menggunakan motor yang berbeda dengan yang terdaftar pada akun Go-Jeknya.

Pengguna jasa transportasi online Go-Jek mengaku puas dengan *driver* yang memang komunikatif. Namun mereka tidak terlalu suka jika *driver* secara terus menerus bertanya mengenai hal-hal seputar dirinya. Mereka merasa *driver* cukup mengkomunikasikan hal-hal yang bersifat seperlunya saja tanpa berlebihan. Karena tidak semua penumpang selama dalam perjalanan merasa senang jika diajak berbicara secara terus menerus.

Untuk komunikasi nonverbal pertama yang dapat dinilai dalam perilaku komunikasi *driver* Go-ride adalah pesan fasial. Pesan fasial yaitu gambaran ekspresi muka yang dapat memberikan makna tertentu seperti ekspresi marah, bahagia, ataupun sedih. Ekspresi muka dari *driver* Go-ride saat pertama kali bertemu dengan penumpang adalah senyum. Senyum tersebut menandakan dari keramahan *driver* Go-ride itu sendiri. Memang dalam kenyataannya tidak semua *driver* saat bertemu dengan penumpang senyum. Selain itu senyumpun mereka tampakan ketika setelah selesai mengantarkan penumpang ditempat tujuan.

Komunikasi nonverbal kedua yang ditemukan adalah pesan gestural dari *driver* Go-ride. Pesan gestural adalah gerakan sebagian anggota badan seperti tangan ataupun mata untuk mengkomunikasikan berbagai makna. Pengguna jasa melihat komunikasi nonverbal pertama yaitu ketika penumpang membawa banyak barang, ada *driver* yang memang secara inisiatif membantu untuk menaruh barang bawaan penumpang tersebut dibagian depan motor dengan sigapnya.

Terdapat pesan gestural lainnya yang peneliti dapat dari pengakuan informan pendukung selaku pengguna jasa transportasi online Go-Jek atau penumpang, bahwa ketika dalam perjalanan dan *driver* melakukan rem mendadak maka secara

otomatis badan penumpangpun terbawa kedepan. Lalu bagian dada dari penumpang atau payudara yang merupakan area sensitif bagi wanita mengenai punggung *driver*. Dalam hal tersebut penumpang menilai bahwa *driver* mulai melakukan gestur yang menunjukkan bahwa dirinya salah tingkah atau merasa tidak enak terhadap penumpang. Adapun *driver* yang memang langsung meminta maaf ataupun hanya menunjukkan gestur yang tidak enak terhadap penumpang karena merasa bersalah.

Komunikasi nonverbal selanjutnya yang dapat dilihat adalah pesan artifaktual. Pesan artifaktual adalah sebuah makna yang diungkapkan melalui pakaian yang digunakan ataupun kosmetik. Dalam perilaku komunikasi *driver* Go-ride hal ini dapat dilihat dari atribut yang digunakan oleh *driver* diluar jaket Go-Jek.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti memang terdapat beberapa *driver* yang menggunakan atribut tambahan diluar jaket Go-Jek seperti rompi yang bertuliskan nama komunitas ataupun patch yang bergambarkan logo komunitas yang ditempelkan pada jaket Go-Jek yang mereka kenakan. Hal tersebutpun dibenarkan oleh informan pendukung yang merupakan pengguna jasa transportasi online Go-Jek di kota Bandung. Dari pengamatan mereka selama menggunakan jasa transportasi online Go-Jek memang kerap kali menemukan hal tersebut.

Menurut pengakuan dari informan kunci selaku *driver* Go-ride penggunaan rompi ataupun *patch* yang bertuliskan logo komunitas *driver* memang sengaja dilakukan untuk memperkenalkan komunitasnya kepada sesama *driver* dijalanan. Selain itu hal tersebutpun guna mempermudah mendapatkan pertolongan jika terjadi sesuatu yang tidak-tidak dijalanan.

Berdasarkan analisis peneliti, penggunaan rompi ataupun *patch* tulisan yang menggambarkan nama komunitas *driver* yang sengaja ditempelkan pada jaket Go-Jeknya sengaja dilakukan untuk menambah eksistensi dirinya maupun komunitas yang diikutinya. Agar orang-orang khususnya sesama *driver* transportasi online dapat mengetahui keberadaan komunitas tersebut.

Secara keseluruhan terkait komunikasi nonverbal yang terdapat dalam perilaku komunikasi *driver* Go-ride, pengguna jasa merasa puas. Hal tersebut tergambar dalam penilaian performa yang diberikan oleh pengguna jasa terhadap *driver*.

Dalam perilaku komunikasi *driver* Go-ride yang dilakukan terhadap pengguna jasa transportasi online Go-Jek di kota Bandung ternyata tidak selamanya berjalan dengan lancar. Karena dalam prosesnya terdapat beberapa hal-hal yang menjadi hambatan bagi *driver* Go-ride maupun pengguna jasa transportasi online Go-Jek.

Hambatan yang paling dirasakan pertama datang dari faktor eksternal yaitu terkait dengan lingkungan fisik atau kondisi jalanan. Kondisi jalan yang memang ramai serta bisingnya suara kendaraan membuat pendengaran terganggu. Hal tersebut membuat komunikasi diantara komunikator dan komunikan tidak lancar. Karena bisingnya suara jalanan membuat proses pengiriman pesan menjadi sulit terdengar sehingga menimbulkan perbedaan makna pada pesan yang diterima oleh komunikan atau yang biasa kita sebut dengan *miss communication*. Dalam hal ini penumpang harus memajukan dirinya sedikit agar telinga mereka lebih dekat dengan suara dari *driver* Go-ride agar bisa mendengar lebih jelas.

Hambatan komunikasi kedua yang dirasakan adalah faktor internal yaitu yang berasal dari dalam diri komunikator atau *driver* Go-ride. Menurut pengakuan informan kunci yaitu *driver* Go-ride, 2 dari 3 informan kunci pada penelitian ini pernah memiliki penumpang yang berasal dari luar

negeri. Dalam situasi ini hambatan yang mereka rasakan adalah perbedaan bahasa.

Driver Go-ride tidak menguasai bahasa Inggris dengan baik sehingga mereka tidak mengerti apa yang dikatakan oleh turis asing selaku penumpangnya. Ketika penumpangnya berbicara dalam perjalanan, *driver* Go-ride hanya dapat menanggapi dengan seadanya saja yaitu hanya mengatakan “yes” atau “no”. Sehingga dalam hal ini proses komunikasi yang terjadi diantara mereka berjalan dengan tidak lancar. Karena tidak tercapainya suatu pemahaman yang sama diantara *driver* Go-ride dengan penumpangnya dan *feedback* yang diberikan pun tidak sesuai.

Untuk kesehariannya dimana mayoritas penumpang yang mereka dapatkan adalah penumpang domestik yang bukan merupakan turis asing, mereka tidak merasakan hambatan terkait bahasa yang digunakan, karena mereka menggunakan pilihan bahasa secara situasional yaitu menggunakan bahasa Indonesia terlebih dahulu selanjutnya jika penumpang menjawab dengan bahasa Sunda maka mereka melanjutkan pembicaraannya dengan bahasa Sunda.

Hambatan komunikasi ketiga yang dirasakan oleh *driver* Go-ride maupun penumpangnya adalah faktor internal terkait psikologis. Dimana situasi emosional yang sedang dirasakan oleh *driver* Go-ride maupun pengguna jasa akan mempengaruhi terhadap jalannya komunikasi yang terjadi diantara mereka.

Dari pengakuan informan pendukung dalam penelitian ini yaitu pengguna jasa transportasi online Go-Jek di kota Bandung, mengatakan bahwa tidak selalu mereka ingin diajak berbicara selama dalam perjalanan. Keadaan yang sedang capek ataupun situasi emosional yang sedang kurang baik membuat mereka tidak dalam “*mood*” untuk berinteraksi dengan orang lain dengan baik. Hal tersebut membuat penumpang

ketika diajak berbicara tidak terlalu responsif, yaitu hanya menjawab secara singkat “ya” atau “tidak” saja. Namun terkait hal tersebut adapun *driver* yang menyadari bahwa jika penumpang memberikan *feedback* secara singkat ataupun kurang responsif maka mereka tidak terlalu banyak mengajak berbicara penumpang

5. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas dan dianalisa pada bab sebelumnya yaitu mengenai mengenai perilaku komunikasi *driver* Go-ride dalam memberikan kepuasan pengguna jasa transportasi online Go-Jek di kota Bandung. Maka peneliti dapat mengemukakan beberapa hal yang dapat di tarik sebagai kesimpulan dari uraian yang telah di bahas sebelumnya, yaitu sebagai berikut :

1. Komunikasi verbal yang dilakukan *driver* Go-ride menggunakan pemilihan bahasa yang bersifat situasional antara bahasa Indonesia dan bahasa Sunda dengan gaya bahasa dan pemilihan kata yang ringan dan cenderung santai. Segala bentuk komunikasi verbal yang dilakukan oleh *driver* dapat mencerminkan *driver* sebagai orang yang komunikatif atau tidak. Hal tersebut dapat memberikan rasa puas bagi penggunanya yang akan tergambarkan pada pemberian *rating* .
2. Komunikasi nonverbal yang terdapat dalam perilaku komunikasi *driver* Go-ride antara lain adalah pesan fasial atau ekspresi muka, pesan gestural atau gerakan anggota badan yang memiliki makna, serta pesan artifaktual yang tercermin dari atribut tambahan yang digunakan oleh *driver* Go-ride. Segala bentuk komunikasi nonverbal yang dilakukan oleh *driver* dapat memberikan rasa puas atau tidak bagi penggunanya yang akan tergambarkan pada pemberian *rating* .
3. Hambatan komunikasi dalam perilaku komunikasi *driver* Go-ride yang dirasakan oleh *driver* dan juga pengguna jasa antara lain adalah

hambatan intenal dan juga hambatan eksternal. Untuk hambatan internal terkait dengan situasi emosional yang sedang dirasakan, baik dari dalam diri *driver* maupun dalam diri penumpang. Selain itu hambatan internal lainnya adalah kurangnya pemahaman bahasa inggris dari *driver* sehingga mengalami kesulitan berkomunikasi ketika mendapatkan penumpang yang merupakan turis asing. Sedangkan untuk hambatan eksternal terkait dari kondisi lingkungan fisik yaitu bisingnya suara di jalan raya dan kondisi jalan.

Adapun saran-saran yang peneliti berikan setelah meneliti permasalahan ini yang pertama adalah saran bagi *driver* Go-ride di Kota Bandung yaitu perilaku komunikasi yang dilakukan oleh *driver* Go-ride sudah baik, namun hendaknya *driver* lebih memahami lagi keadaan penumpang yang berbeda-beda, karena tidak selamanya penumpang senang jika terlalu banyak terjadi komunikasi di jalan. Selain itu *driver* harus lebih ramah dalam memberikan senyuman terutama ketika awal bertemu dengan penumpang. Saran lainnya adalah *driver* harus lebih belajar mengenai bahasa inggris dasar, agar setidaknya dapat berkomunikasi dengan penumpangnya yang merupakan turis asing walau tidak secara menyeluruh berjalan dengan efektif.

Yang kedua adalah saran bagi peneliti selanjutnya yang akan meneliti permasalahan menyangkut PT Go-Jek Indonesia lebih baik menghubungi perusahaan tersebut lebih awal agar tidak lama menunggu balasan perusahaan. Selain itu diusahakan mempunyai kenalan di perusahaan tersebut, karena mengingat PT Go-Jek Indonesia sangat tertutup untuk memberikan data perusahaan.

Daftar Pustaka

Buku :

Kotler, Philip dan Garry Armstrong. 2012. *Prinsip – Prinsip Pemasaran*. Jakarta : Erlangga.

Moleong, Lexy, J. 1991. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. 2002. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

Rismawaty, Sangra Juliano dan Desayu Eka Surya. 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung : Rekayasa Sains.

Solihat, Manap, Melly Maulin, Olih Solihin. 2014. *Interpersonal Skill*. Bandung : Rekayasa Sains.

Jurnal :

Ayu Rochmawati. 2016. “Perilaku Komunikasi Tukang Ojek Konvensional Dalam Mengantisipasi Kehadiran Ojek Online Di Surabaya”, Skripsi Ilmu Komunikasi. Surabaya : Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya.

Internet :

<https://www.go-jek.com/> (diakses pada 14/03/2019 pukul 01.13 wib)

<https://tekno.kompas.com/read/2017/12/18/07092867/berapa-jumlah-pengguna-dan-pengemudi-go-jek> (diakses pada 26/03/2019 pukul 23.18 wib)

<https://regional.kompas.com/read/2018/12/28/15385761/hadirnya-go-jek-dan-pengaruhnya-ke-perekonomian-bandung> (diakses pada 26/03/2019 pukul 23.30 wib).

