

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1 Tinjauan Pustaka**

##### **2.1.1 Penelitian Terdahulu**

Data pendukung yang berasal dari penelitian terdahulu dijadikan bahan untuk mengidentifikasi konteks permasalahan yang ada dalam penelitian kali ini. Fokus penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai bahan acuan bagi peneliti berkaitan dengan judul **“PERILAKU KOMUNIKASI DRIVER TRANSPORTASI ONLINE PADA PENGGUNA APLIKASI GRAB ID DI KOTA BANDUNG** (Studi Deskriptif Kualitatif Mengenai Perilaku Komunikasi Driver Grab Car Pada Kepuasan Pelanggan Grab ID di Kota Bandung)”.

Peneliti juga telah menghimpun beberapa skripsi dan juga jurnal dari berbagai Universitas sebagai acuan bagi peneliti untuk dapat membantu peneliti mengkaji ulang penelitian ini. Berikut terlampir daftar penelitian terdahulu yang telah peneliti himpun dari berbagai sumber.

**Tabel 2. 1**  
**Penelitian Terdahulu**

| NO | Peneliti  | Judul   | Metode Penelitian                     | Ket     |
|----|---|---|---------------------------------------|---------|
| 1  | Sesilia<br>Chandra<br>Dewi,<br>Universitas<br>Komputer<br>Indonesia | Perilaku Komunikasi<br>Driver Transportasi<br>Online dengan<br>Penggunanya (Studi<br>Deskriptif Mengenai<br>Perilaku Komunikasi<br>Driver Ojek Online dalam<br>Memberikan Kepuasan<br>Pengguna Jasa<br>Transportasi Online di<br>Kota Bandung)  | Deskriptif<br><br>-<br><br>kualitatif | Skripsi |
|    | Hasil   | Menunjukkan bahwa komunikasi yang dilakukan oleh driver ojek online Go-Ride dengan <i>customernya</i> meliputi komunikasi verbal dan nonverbal. Selain itu juga dalam penelitian ini ditemukan hambatan komunikasi yang terjadi ketika driver dan <i>customernya</i> melakukan proses komunikasi. |                                       |         |

|   |  |  |                        |         |
|---|--|--|------------------------|---------|
|   | Perbedaan                                | <p>Perbedaan dalam penelitian ini hanya membahas mengenai perilaku komunikasinya saja, sedangkan penelitian yang dilakukan oleh peneliti saat ini ditujukan untuk mengetahui kepuasan yang didapatkan oleh <i>customer</i> selama proses komunikasi berlangsung dengan driver transportasi online Grab Car di Kota Bandung untuk terus dapat menggunakan aplikasi Grab ID sebagai sarana transportasi andalan di Kota Bandung.</p> |                        |         |
| 2 | Moh. Amiruddin, Institut Al Qolam Malang | Pola Komunikasi Driver Ojek Online Grab Bike Pada Pelayanan <i>Customer</i> di Kota Malang   | Studi Kasus-Kualitatif | Skripsi |
|   | Hasil                                    | <p>Pola Komunikasi yang digunakan oleh driver ojek online Grab Bike pada pelayanan <i>customer</i> di Kota Malang menggunakan tiga pola komunikasi, yaitu komunikasi sirkuler atau dua arah, komunikasi linier atau satu arah, dan juga pola komunikasi herikal atau spiral. Pola-pola komunikasi tersebut dapat menciptakan kesan baik pada <i>customer</i> saat berkendara</p>   |                        |         |

|   |   |   |  |                   |
|---|---|---|--|-------------------|
|   |   | dengan driver ojek online dan driver pula dapat mengatasi hambatan-hambatan yang bisa terjadi dalam proses komunikasi.  |  |                   |
|   | Perbedaan   | Dalam penelitian ini, peneliti menemuka perbedaan yaitu tentang pembahasan mendalam mengenai perilaku komunikasi yang berfokus pada perilaku komunikasi yang dilakukan oleh driver kepada pelanggannya saat berkendara. |  |                   |
| 3 | Nadia Dwi,<br>Nailla Putri,<br>dan<br>H.Misbahul<br>Munir, IAIN<br>Madura | Analisa Kualitas<br>Pelayanan Melalui Pola<br>Komunikasi Driver Go-<br>Ride dalam<br>Meningkatkan Kepuasan<br>Pelanggan dan<br>Kesejahteraan Pengemudi<br>(Studi Kasus Ojek Online<br>Go-Jek di Kabupaten<br>Jember)    | Pengump<br>ulan data<br>kualitatif,<br>dianalisa<br>dengan<br>reduksi<br>data dan<br>display<br>data | Artikel<br>Jurnal |
|   | Hasil   | Mengetahui dan mendeskripsikan pola komunikasi yang digunakan oleh driver ojek online Go-Ride kepada <i>customer</i> , mendeskripsikan pelaksanaan kualitas   |  |                   |

|  |           |   |
|--|-----------|---|
|  |           | <p>pelayanan pada ojek online, mendeskripsikan kepuasan pelanggan pada pengguna jasa ojek online, serta mengetahui kesejahteraan pengemudi ojek online. Dan didapat hasil bahwa pengemudi ojek online menggunakan tiga pola komunikasi dalam melakukan proses komunikasi dengan <i>customernya</i>.</p>                 |
|  | Perbedaan | <p>Dalam penelitian ini berfokus pada pola komunikasi yang dilakukan hingga pembahasan mengenai kesejahteraan driver jek online Go-ride di Kabupaten Jember, sedangkan penelitian yang sedang digarap oleh peneliti berfokus pada perilaku yang dilakukan oleh driver transportasi online Grab Car di Kota Bandung.</p> |

*Sumber : Peneliti, Maret 2022*

## 2.2 Tinjauan Pustaka

### 2.2.1 Tinjauan Tentang Komunikasi

Komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari bahasa latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti sama. Menurut Carl I. Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the process to modify the behavior of other individuals*). dalam komunikasi ada tiga unsur penting yang selalu hadir dalam setiap komunikasi,

yaitu sumber informasi (*receiver*), saluran (*media*), dan penerima informasi (*audience*) (Effendy, 2003:10).

Pemaknaan kepada informasi bersifat subjektif dan kontekstual. Menurut pendapat Everett M. Rogers yang mengatakan “Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka” (Mulyana, 2002:62).

Seperti yang telah dikemukakan oleh Carl Hovland, bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan hanya penyampaian informasi melainkan juga pembentukan pendapat umum (*Public Opinion*) dan sikap publik (*public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Dalam pengertian khusus komunikasi, Hovland yang dikutip dari Onong Uchana Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek mengatakan bahwa komunikasi Adalah Proses mengubah perilaku orang lain (*communication is the procces to modify the behaviour of other individuals*).

Komunikasi berlangsung apabila antara orang-orang yang terlibat terdapat kesamaan makna mengenai suatu hal yang dikomunikasikan. Jelasnya jika seseorang mengerti tentang sesuatu yang dinyatakan orang lain kepadanya, maka komunikasi berlangsung. Dengan demikian, hubungan antara mereka itu bersifat komunikatif. Sebaiknya jika ia tidak mengerti, komunikasi tidak berlangsung. Dengan lain perkataan, hubungan antara orang-orang itu tidak komunikatif. (Effendy, 1993:4).

## **1. Proses Komunikasi**

Proses komunikasi terbagi menjadi dua tahap, ada yang dimaksud dengan proses komunikasi secara primer dan adapula proses komunikasi secara sekunder.

a. Proses komunikasi secara primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya. Menurut Schramm, dalam karyanya yang berjudul "*Communication Research in The United States*", menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*frame of reference*), yakni paduan pengalaman dan pengertian (*collection of experiences and meanings*) yang pernah diperoleh oleh komunikal. (Effendy, 2003:13).

b. Proses komunikasi secara sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang pada media pertama. Karena proses komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus ruang dan waktu, maka dalam

menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, komunikator perlu memperhitungkan ciri-ciri atau sifat-sifat media yang akan digunakan, (Effendy, 2003:17).

Unsur-unsur dalam proses komunikasi :

a. *Sender*

Komunikator yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang. komunikator adalah individu yang menciptakan, memformulasikan dan menyampaikan pesan. dalam hal ini pesan yang disampaikan dapat berupa keinginan untuk memperoleh pengakuan sosial sampai pada keinginan untuk mempengaruhi sikap dan tingkah laku orang lain.

b. *Encoding*

Encoding adalah suatu aktifitas internal pada komunikator dalam menciptakan pesan melalui pemilihan simbol-simbol verbal dan non-verbal yang disusun berdasarkan aturan-aturan tata bahasa, serta disesuaikan dengan karakteristik komunikan. Proses penyandian, proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.

c. *Message*

Pesan yang merupakan seperangkat lambang bermakna yang disampaikan oleh komunikator. Pesan merupakan hasil dari encoding. Pesan

adalah seperangkat simbol-simbol baik verbal maupun non-verbal, atau gabungan keduanya, yang mewakili keadaan khusus komunikator untuk disampaikan kepada pihak lain.

*d. Media*

Saluran komunikasi tempat berlalunya pesan dari komunikator kepada komunikan. Media atau saluran ini juga merupakan sarana fisik penyampaian pesan dari sumber ke penerima atau yang menghubungkan ke orang lain secara umum. Dalam konteks komunikasi interpersonal sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator ke komunikan yang dapat berupa media cetak, audio, maupun audio visual.

*e. Decoding*

Pengawasandian, yaitu proses dimana komunikan menetapkan makna pada lambang yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

*f. Receiver*

Seseorang yang menerima, memahami, dan menginterpretasi pesan. Dalam proses komunikasi interpersonal, penerima bersifat aktif, selain menerima pesan melakukan pula proses interpretasi dan memberikan umpan umpan balik. Berdasarkan umpan balik dari komunikan inilah seorang komunikator akan dapat mengetahui keefektifan komunikasi yang telah dilakukan, apakah makna pesan dapat dipahami secara bersama oleh kedua belah pihak yakni komunikator dan komunikan.

*g. Response*

Tanggapan, seperangkat reaksi pada komunikan setelah diterpa pesan.

*h. Feedback*

Umpan balik, yakni tanggapan komunikan apabila tersampaikan atau disampaikan kepada komunikator.

*i. Noise*

Gangguan tak berencana yang terjadi dalam proses komunikasi sebagai akibat diterimanya pesan oleh komunikan yang berbeda dengan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepadanya.

Dalam gangguan ini seringkali pesan – pesan yang dikirim berbeda dengan pesa yang diterima. Hal ini dapat terjadi karena gangguan saat berlangsung komunikasi, yang terdiri dari:

a) Gangguan Fisik.

Gangguan ini biasanyaberasal dari luar dan mengganggu transmisi fisik pesan, seperti kegaduhan, interupsi, jarak dan sebagainya.

b) Gangguan Psikologis.

Gangguan ini timbul karna adanya perbedaan gagasan dan penilaian subyektif diantara orang yang terlibat diantara orang yang terlibat dalam komunikasi seperti emosi, perbedaan nilai – nilai, sikap dan sebagainya.

c) Gangguan Semantik.

Gangguan ini terjadi kata – kata atau simbol yang digunakan dalam komunikasi, seringkali memiliki arti ganda, sehingga menyebabkan penerima gagal dalam menangkap dari maksud – maksud pesan yang disampaikan, contoh perbedaan bahasa yang digunakan dalam berkomunikasi.

d) Umpan Balik.

Umpan balik memainkan peranan yang sangat penting dalam proses komunikasi antarpribadi, karena pengirim dan penerima secara terus menerus dan bergantian memberikan umpan balik dalam berbagai cara, baik secara verbal maupun nonverbal. Umpan balik ini bersifat positif apabila dirasa saling menguntungkan. Bersifat positif apabila tidak menimbulkan efek dan bersifat negatif apabila merugikan.

Adapula fungsi dari komunikasi, yaitu :

1. Menginformasikan (*To Inform*):

Memberikan informasi kepada masyarakat, memberitahukan kepada Masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.

2. Mendidik (*To Educate*):

Fungsi komunikasi sebagai sarana pendidikan. Melalui komunikasi, manusia dalam masyarakat dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan

### 3. Menghibur (*To Entertain*):

Fungsi komunikasi selain menyampaikan pendidikan dan mempengaruhi, komunikasi juga berfungsi untuk memberi hiburan atau menghibur orang lain.

### 4. Mempengaruhi (*To Influence*):

Fungsi mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha saling mempengaruhi jalan pikiran komunikan dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan apa yang diharapkan.

## 2. Hambatan Komunikasi

### a. Hambatan Internal

Hambatan yang berasal dari dalam diri individu yang terkait kondisi fisik dan psikologis.

Hambatan psikosial adalah hambatan yang paling berpengaruh dalam komunikasi antapribadi (interpersonal) dimana kondisi emosi seseorang dapat menentukan apakah pesan yang dikirimkan oleh pengirim pesan dapat diterima dengan benar oleh penerima pesan sesuai dengan maksud yang ingin disampaikan.

### b. Hambatan Eksternal

Hambatan yang berasal dari luar individu yang terkait dengan lingkungan fisik dan lingkungan sosial budaya.

Menurut Prof. Onong Uchjana Effendy, dalam bukunya yang berjudul “ Ilmu, Teori, dan Filsafat Komunikasi” terdapat 4 jenis hambatan dalam komunikasi, diantaranya adalah:

#### **2.2.1.1 Gangguan**

Gangguan mekanik adalah gangguan yang disebabkan oleh saluran komunikasi atau kegaduhan yang bersifat fisik, sedangkan gangguan semantik adalah gangguan yang bersangkutan dengan pesan komunikasi yang pengertiannya menjadi rusak.

#### **2.2.1.2 Kepentingan**

Kepentingan membuat seseorang lebih selektif dalam menanggapi suatu pesan.

#### **2.2.1.3 Motivasi terpendam**

Motivasi akan mendorong seseorang berbuat sesuatu yang sesuai dengan keinginan, kebutuhan, dan kekurangannya.

#### **2.2.1.4 Prasangka**

Prasangka merupakan salah satu rintangan atau hambatan berat bagi suatu kegiatan komunikasi.

### **2.2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi Antarpribadi**

Komunikasi Antarpribadi (*Interpersonal*) merupakan proses komunikasi yang terjadi diantara satu individu dengan individu lainnya (Littlejohn, 1996:5).

(Hardjana, 2003) Mengatakan komunikasi antar pribadi adalah interaksi tatap muka antar dua atau beberapa orang, dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula. Komunikasi antar pribadi menuntut berkomunikasi dengan orang lain dan juga berlaku secara kontekstual bergantung kepada keadaan, dan konteks psikologikal. Cara dan bentuk interaksi antara individu akan tercorak mengikuti keadaan.

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung. Baik secara verbal atau nonverbal (Mulyana, 2000:73).

Ciri-ciri komunikasi interpersonal :

- a. Bersifat spontan
- b. Tidak berstruktur
- c. Kebetulan
- d. Tidak mengejar tujuan yang direncanakan
- e. Identitas keanggotaan tidak jelas.
- f. Terjadi sambil lalu.

Judy C. Pearson dalam buku Suranto (Suranto, 2011) tentang Komunikasi Interpersonal. mengklasifikasikan karakteristik komunikasi antarpribadi adalah sebagai berikut:

Komunikasi antarpribadi dimulai dengan diri pribadi (self). Berbagai persepsi komunikasi yang menyangkut pemaknaan berpusat pada diri kita, artinya dipengaruhi oleh pengalaman dan pengamatan kita.

Komunikasi antarpribadi bersifat transaksional. Anggapan ini mengacu pada pihak-pihak yang berkomunikasi secara serempak dan bersifat sejajar, menyampaikan dan menerima pesan.

Komunikasi antarpribadi mencakup aspek-aspek isi pesan dan hubungan antarpribadi. Artinya, isi pesan dipengaruhi oleh hubungan antarpribadi yang berkomunikasi.

Komunikasi antarpribadi mensyaratkan kedekatan fisik antar pihak yang berkomunikasi.

Komunikasi antarpribadi melibatkan pihak-pihak yang saling bergantung satu sama lainnya dalam proses komunikasi.

Komunikasi antarpribadi tidak dapat diubah maupun diulang, seperti yang diungkapkan oleh Sendjaja (2005), dalam Suranto (2011: 26).

Adapun tujuan dari komunikasi antarpribadi menurut Riswadi dalam buku Ilmu Komunikasi (2009:87), tujuan komunikasi interpersonal sebagai berikut:

- 1) Mengetahui diri sendiri dan orang lain.
- 2) Mengetahui dunia luar.
- 3) Menciptakan dan memelihara hubungan menjadi lebih bermakna.
- 4) Mengubah sikap dan perilaku
- 5) Bermain dan mencari hiburan.
- 6) Membantu

### **2.2.3 Tinjauan tentang Bentuk Komunikasi**

#### **2.2.3.1 Komunikasi Verbal**

Komunikasi verbal adalah sebuah bentuk komunikasi yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan dengan cara tertulis (*written*) atau lisan (*oral*) (Mulyana,2007). Simbol atau pesan verbal adalah semua jenis simbol yang

menggunakan satu kata atau lebih. Hampir semua rangsangan wicara yang kita sadari termasuk ke dalam kategori pesan verbal disengaja yaitu usaha - usaha yang dilakukan secara sadar untuk berhubungan dengan orang lain secara lisan. Bahasa dapat juga dianggap sebagai suatu sistem kode verbal. Salah satu sumber penerimaan pesan, kemudian ada suara yang bertugas untuk mengantarkan pesan dari komunikator kepada komunikan, kata-kata dan juga bahasa yang berfungsi sebagai penyampai pesan agar pada saat proses komunikasi berlangsung didapatkan umpan balik yang sesuai dengan tujuan dan yang terakhir yaitu etiket. Disini etiket sangat penting karena bertujuan agar ketika proses komunikasi itu berlangsung tidak ada salahsatu pihak yang tersinggung.

### **2.2.3.1 Komunikasi Non Verbal**

Menurut Atep Adya Barata, komunikasi non verbal adalah komunikasi yang diungkapkan lewat objek di setiap kategori lainnya (*the object language*), komunikasi menggunakan gerak (*gesture*) sebagai sinyal (*sign language*), serta komunikasi melalui tindakan atau gerakan tubuh (*action language*).

Secara sederhana pesan non-verbal adalah semua isyarat yang bukan kata - kata Menurut Larry A. Samovar dan Richard E Porter komunikasi non-verbal mencakup semua rangsangan (kecuali rangsangan verbal) dalam suatu setting komunikasi, yang dihasilkan oleh individu dan penggunaan lingkungan oleh individu, yang mempunyai nilai pesan potensial bagi pengirim atau penerima (Mulyana, 2008).

### **2.2.3.2 Komunikasi intrapribadi (*intrapersonal communication*)**

Komunikasi intrapribadi atau dikenal juga dengan istilah komunikasi intrapersonal adalah peristiwa komunikasi yang terjadi dalam diri pribadi seseorang. Bagaimana setiap orang mengkomunikasikan dirinya atau berbicara pada dirinya sendiri.

### **2.2.3.3 Komunikasi interpersonal (*interpersonal communication*)**

Komunikasi Interpersonal atau Komunikasi Antarpersonal adalah percakapan yang dilakukan oleh minimal dua orang dalam rangka bertukar pikiran maupun gagasan. Biasanya, ada yang berperan sebagai pembicara dan yang lainnya menjadi lawan bicara.

### **2.2.3.4 Komunikasi kelompok (*group communication*)**

Komunikasi kelompok adalah komunikasi yang berlangsung antara beberapa orang dalam suatu kelompok kecil seperti pada rapat, pertemuan, konferensi. (Anwar, 1984)

### **2.2.3.5 Komunikasi organisasi (*organization communication*)**

Menurut (Goldhaber, 1986) Komunikasi organisasi adalah sebuah proses penciptaan serta saling menukar pesan dalam satu jaringan hubungan yang bergantung oleh satu sama lain untuk mengatasi lingkungan tidak pasti atau lingkungan yang berubah-ubah.

### **2.2.3.6 Komunikasi Massa (*mass communication*)**

Proses penyampaian pesan (informasi, gagasan) kepada orang banyak (publik) melalui media massa –media cetak, elektronik/penyiaran, dan media online (internet)

### **2.2.4 Tujuan Komunikasi**

Onong Uchana Effendy dalam buku Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek mengemukakan beberapa tujuan berkomunikasi, yaitu:

- a. Supaya gagasan kita dapat diterima oleh orang lain dengan pendekatan yang persuasif bukan memaksakan kehendak.
- b. Memahami orang lain, kita sebagai pejabat atau pimpinan harus mengetahui benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkannya, jangan mereka inginkan arah kebarat tapi kita memberikan jakur ke timur.
- c. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam - macam mungkin berupa kegiatan yang dimaksudkan ini adalah kegiatan yang banyak mendorong, namun yang penting harus di ingat adalah bagaimana cara yang terbaik melakukannya.
- d. Supaya yang kita sampaikan itu dapat dimengerti. Sebagai pejabat atau komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) atau bawahan dengan sebaik baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengikuti apa yang kita maksudkan (Effendy. 1993:18). Jadi secara singkat dapat dikatakan tujuan komunikasi itu adalah mengharapkan pengertian, dukungan, gagasan dan

tindakan. Serta tujuan yang sama adalah agar semua pesan yang kita sampaikan dapat dimengerti dan diterima oleh komunikan.

### **2.2.5 Tinjauan tentang Perilaku Komunikasi**

Dalam penelitian ini mengambil tema utama mengenai perilaku komunikasi, maka dari itu tinjauan mengenai perilaku komunikasi ini harus digunakan sebagai acuan bagi peneliti dan diharapkan dapat memahaminya.

Definisi perilaku komunikasi merupakan sebuah tindakan atau perbuatan yang dilakukan oleh seseorang dalam proses terjadinya komunikasi. Perilaku komunikasi ini melibatkan dua faktor utama yaitu adanya tindakan verbal dan tindakan non verbal sebagai pelengkap. Dalam menjalankan komunikasi tentu saja tidak selalu didapatkan hasil yang sesuai dengan ekspektasi baik itu dari komunikator, maupun dari komunikan.

Perilaku komunikasi menurut Gould & Kolb, adalah segala aktivitas yang bertujuan untuk mencari dan memperoleh informasi dari berbagai sumber dan untuk menyebarluaskan informasi kepada pihak manapun yang memerlukan. Perilaku komunikasi juga berorientasi pada tujuan dalam arti perilaku seseorang pada umumnya dimotivasi dengan keinginan untuk memperoleh tujuan tertentu (Gould & Kolb dikutip oleh Ichwanudin, 1998).

### **2.2.6 Tinjauan tentang Transportasi Online**

Perkembangan moda transportasi di Indonesia memasuki tahun 2015 hingga kini sangat mengalami perkembangan yang cukup pesat. Dapat dibuktikan dengan

adanya beberapa perusahaan ternama yang mengembangkan usahanya pada pelayanan dalam bidang jasa khususnya untuk pengantaran, baik untuk mengantar penumpang,

Perkembangan teknologi juga telah menyesuaikan dengan masyarakat dan membantu masyarakat untuk mempermudah beragam aktivitas yang dilakukan dalam satu hari. Sebagai contohnya ketika ingin bepergian kemanapun dalam waktu terbatas tinggal membuka aplikasi dari ojek online tersebut lalu dapat memesan dengan mudah. Selain itu juga pengguna nya dapat melacak posisi driver dan memberikan rating setelah perjalanan berakhir.

Rating ini dimaksudkan untuk mengetahui apakah driver bersikap ramah selama perjalanan atau justru sebaliknya. Kemudahan berkendara dan keamanan dalam berkendara pula dapat dirasakan bagi para pengguna layanan jasa transportasi online ini. makanan, barang, dan berbagai kebutuhan masyarakat lainnya. Hal ini memudahkan mobilitas masyarakat karena dengan adanya transportasi online ini masyarakat hanya perlu menggunakan handphone mereka lalu membuka aplikasi dari salah satu transportasi online ini untuk memesan layanan mereka.

Sebagai bukti nyata ada satu perusahaan ternama yaitu Grab ID dengan kompetitor nya yaitu Gojek, Maxim, In-Driver, Uber, dan lain sebagainya yang tidak mau kalah terus mengembangkan kualitas di masing-masing platformnya. Sama halnya dengan Grab ID yang terus meningkatkan kualitas layanan nya, khususnya

kualitas pelayanan yang diberikan oleh driver kepada *customer* yang menggunakan layanan jasa Grab Car karena diharuskan untuk berkomunikasi secara langsung.

### **2.2.7 Tinjauan Tentang Komunikasi Virtual**

Komunikasi virtual adalah cara berkomunikasi dimana penyampaian dan penerimaan pesan dilakukan dengan melalui *cyberspace* atau biasa disebut dengan dunia maya. Salah satu bentuk komunikasi virtual adalah pada penggunaan internet seperti *web, chatting, email, facebook, whatsapp, Instagram, Line* dan *platform* media lainnya. Komunikasi virtual membuat manusia menyukai pola komunikasi yang menggunakan media daripada pola komunikasi tradisional yaitu dengan tatap muka. Penggunaan internet dapat diandalkan oleh netter jika dibandingkan dengan ekuivalen-ekuivalen tradisional mereka. (Wenner, 2001:447).

Menurut McLuhan (dalam Stanley 2008:386) konten dari media baru sering memanfaatkan atau mengemas kembali materi dari media.

Adapun konsep-konsep dasar dari komunikasi virtual yang merupakan salah satu aspek yang paling penting dalam teori komunikasi melalui jaringan internet. Diantaranya adalah :

1. Dunia Maya

*Cyberspace* berasal dari kata *cybernetics* dan *space*, dikemukakan pertama kali oleh William Gibson yang menyebutkan bahwa dunia maya adalah realita yang terhubung secara global, didukung oleh komputer, berakses komputer, multidimensi, artifisial, atau virtual.

## 2. Komunitas Maya

Berbagai forum terbentuk dan berkembang melalui kehadiran internet. Komunitas maya adalah komunitas yang lebih banyak muncul di dunia komunikasi elektronik daripada di dunia nyata. Seperti halnya ruang *chatting*, *email* dan kelompok diskusi via elektronik merupakan contoh baru untuk tempat yang dapat digunakan oleh komunitas untuk saling berkomunikasi.

## 3. Interaktivitas

Interaktivitas adalah salah satu fitur media baru yang paling banyak dibicarakan, terdapat tempat khusus di internet, interaktivitas dipakai minimal dalam dua makna yang berdeda.

Orang dengan latar belakang ilmu komputer cenderung memaknainya sebagai interaksi pengguna dengan komputer. Sedangkan para sarjana komunikasi cenderung berpikir bahwa interaktivitas merupakan komunikasi antara dua manusia.

## 4. *Hypertext*

Salah satu fitur dari world wide web adalah pemakaian hyperlink, yaitu spot pada halaman web yang dapat di akses oleh pengguna untuk berpindah ke spot lain dalam web maupun situs lainnya. Dengan adanya hypertext, pembaca dapat dengan cepat mengetahui lebih lanjut mengenai suatu topik atau kalimat tertentu karena teks yang diberi fitur hypertext telah terhubung dengan suatu dokumen lain yang membuat para pembaca dapat mengakses dokumen

tersebut.

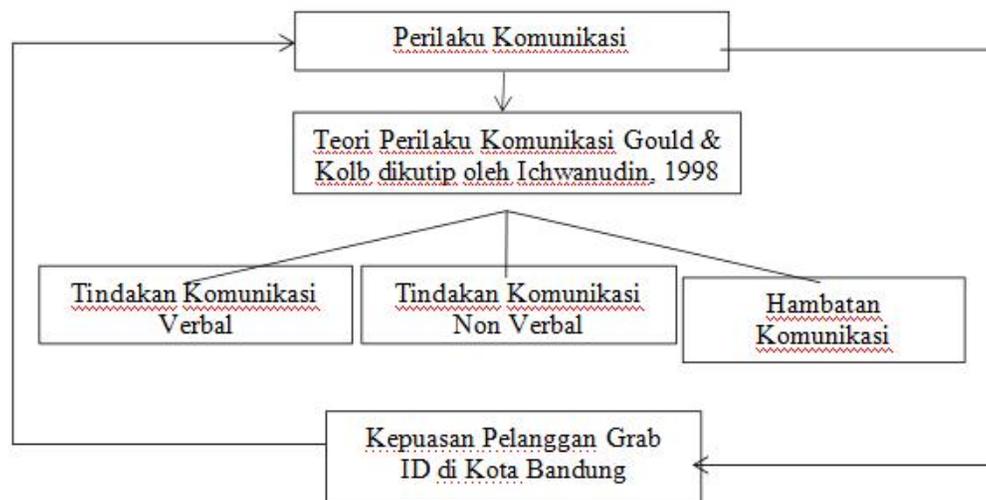
## 5. Multimedia

Multimedia merupakan sebuah sistem komunikasi yang menawarkan perpaduan teks, grafik, suara, video, dan animasi. Selain itu multimedia juga memerlukan alat bantu (*tool*) dan koneksi (*link*) sehingga pengguna dapat berinteraksi, berkarya, dan berkomunikasi karena adanya fasilitas hypertext juga didalamnya. Oleh karena itu multimedia yang ada bisa semakin canggih. (Werner, 2001:445-450).

### 2.3 Kerangka Pemikiran

Dari penjelasan mengenai tinjauan pustaka diatas peneliti dapat mengemukakan kerangka pemikiran sebagai berikut :

#### **Gambar 2. 1 Kerangka Pemikiran**



*Sumber : Peneliti, Maret 2022*

Adapun penjelasan mengenai kerangka pemikiran diatas, yaitu : Perilaku komunikasi menurut Gould & Kolb merupakan perilaku seseorang yang pada umumnya dimotivasi dengan keinginan tertentu untuk memperoleh tujuan tertentu. Maka dari itu peneliti menyusun kerangka pemikiran yang berangkat dari Perilaku Komunikasi lalu dikaji dengan Teori Perilaku Komunikasi dari Gould & Kolb dan dilalui oleh ketiga aspek yaitu tindakan komunikasi verbal, tindakan komunikasi nonverbal dan juga hambatan komunikasi. Kemudian dari ketiga aspek tersebut nantinya dapat terlihat bagaimana kepuasan pengguna aplikasi Grab ID di Kota Bandung setelah melakukan proses komunikasi selama dalam perjalanan meliputi driver yang menjemput penumpang di titik jemput, driver melakukan komunikasi pada penumpang via chat dan juga telepon, mengantarkan penumpang ke tempat tujuan dan diakhiri dengan penumpang memberikan rating bagi driver yang akan berpengaruh pada kepuasan pengguna aplikasi Grab ID di Kota Bandung