

**POLA KOMUNIKASI *DRIVER* GOJEK PADA *CUSTOMER* DI KOTA BANDAR
LAMPUNG**

(Studi pada PT. Gojek di Bandar Lampung)

(Skripsi)

Oleh

HAYATUN NUFUS



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2018**

ABSTRAK

Pola Komunikasi Driver Go-jek pada Customer di Kota Bandar Lampung (Studi pada PT. Go-jek Indonesia di Bandar Lampung)

Oleh

Hayatun Nufus

Hadirnya ojek online berbasis internet seperti Go-jek dapat memudahkan masyarakat modern dalam mengefektifkan pekerjaan, serta membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Pada proses pelayanan yang diberikan Go-jek, komunikasi akan terjalin antara driver dan customer dan membuat peneliti tertarik melakukan penelitian ini dengan tujuan untuk mengetahui dan mendeskripsikan pola komunikasi yang digunakan oleh driver dan customer di Kota Bandar Lampung. Jenis penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif. Informan penelitian ini yaitu 12 driver aktif yang ada di Kota bandar Lampung. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini adalah dengan melakukan wawancara dan observasi. Hasil penelitian ini adalah terbentuknya pola komunikasi baru yaitu pola komunikasi aplikatif driver gojek pada customer di Bandar Lampung. Pola komunikasi tersebut bermula dari pemberi pesan (*source*) menghubungi penerima pesan (*receiver*) melalui aplikasi Go-jek (*channel*) setelah itu pesan (*message*) akan dikirimkan sebagai bentuk konfirmasi, setelah pesan diterima maka komunikasi antarpribadi akan terjalin dan menimbulkan efek (*effect*).

Kata Kunci : Pola Komunikasi, Komunikasi Antar Pribadi, Gojek

ABSTRACT

Communication Patterns of Drivers Go-jek on Customer in Bandar Lampung city (Study on PT. Go-jek Indonesia in Bandar Lampung city)

By

Hayatun Nufus

Gojek was An internet-based online Transportations can help we as modern people to make our work more effective and as well as help we to complete our daily needs. Based on the process of service in Go-jek, communication will be created between the driver and the customer and make me as researchers interested to do research with the aim to know and describe communication patterns that is used by the drivers for their costumernya in Bandar Lampung city. This type of research is qualitative, descriptive. Informant in this research was 12 active drivers that are in bandar Lampung city. The technique of data collection on these studies is to conduct interviews and observations. The results of this research was the formation of new communication patterns which is a new communication pattern that applicative in driver gojek for their costumer in Bandar Lampung city. The communication pattern starting by given of the message (the source) to contact the recipient of the message (the receiver) via the application Go-jek (channel) after that, message (the message) will be sent as a form of confirmation, after a message is received then the interpersonal communication will be created and the effect (the effect).

Keywords : Communication patterns, Interpersonal Communication, Go-jek

**POLA KOMUNIKASI *DRIVER* GOJEK PADA *CUSTOMER* DI KOTA BANDAR
LAMPUNG**

(Studi pada PT. Gojek di Bandar Lampung)

Oleh

HAYATUN NUFUS

**Sebagai salah satu syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2018**

Judul Skripsi : POLA KOMUNIKASI DRIVER GO-JEK PADA CUSTOMER DI KOTA BANDAR LAMPUNG (STUDI PADA PT. GO-JEK INDONESIA DI KOTA BANDAR LAMPUNG)

Nama Mahasiswa : Hayatun Nufus

Nomor Pokok Mahasiswa : 1346031016

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Dhanik', is written over the stamp area.

Dhanik Sulistyarni, S.Sos., M.Comn&MediaSt
NIP 19760422 200012 2 001

MENGESAHKAN

1. Tim Penguji

Ketua : Dr. Tina Kartika, M.Si

Penguji Utama : Drs. Teguh Budi Raharjo, M.Si

2. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Dr. Syarif Makhya
NIP. 195908031986031003



Tanggal Lulus Ujian Skripsi: 09 April 2018

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Hayatun Nufus

NPM : 1346031016

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan, Skripsi saya yang berjudul “Pola Komunikasi *Driver* Go-jek pada *Customer* di Kota Bandar Lampung (Studi pada PT. Go-jek Indonesia di Kota Bandar Lampung) adalah benar – benar hasil karya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) ataupun dibuat oleh orang lain.

Apabila kemudian hari hasil penelitian/skripsi saya. Ada pihak – pihak yang merasa keberatan maka saya akan bertanggung jawab sesuai dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademiknya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam tekanan pihak manapun.

Bandar Lampung

Yang membuat pernyataan



Hayatun Nufus
NPM. 1346031016

RIWAYAT HIDUP



Penulis dilahirkan di Kota Metro tepatnya pada tanggal 24 Oktober 1995. Penulis adalah anak ketiga dari 6 bersaudara, anak dari pasangan Bapak Saad Zaklul HB dan (Alm) Ibu Kamtini.

Jenjang pendidikan yang pernah ditempuh oleh penulis adalah Taman Kanak-kanak (TK) Kartika yang diselesaikan pada tahun 2001, kemudian melanjutkan ke Sekolah Dasar (SD) Pertiwi Teladan Kota Metro, selesai pada tahun 2008. Penulis melanjutkan pendidikannya di Madrasah Tsanawiyah (Mts) Pondok Pesantren Raudhatul Ulum Sumatera Selatan, yang diselesaikan pada tahun 2011, dan selanjutnya penulis meneruskan pada Madrasah Aliyah Negeri (MAN) I Kota Cilegon, diselesaikan pada tahun 2013.

Pada tahun 2013 pula penulis melanjutkan pendidikan di Universitas Lampung Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Jurusan Ilmu Komunikasi Strata 1. Penulis menerapkan ilmu yang telah didapat dari perkuliahan pada Praktek Kerja Lapangan (PKL) di Dinas Pariwisata dan Ekonomi Kreatif Provinsi Lampung.

MOTTO

“Bukanlah kesuksesan hakiki itu adalah kesuksesan duniawi bagi seorang mukmin. Bahkan Allah mengingatkan kepada kita bahwa kehidupan dunia adalah kesenangan yang sejenak yang menipu, melalaikan manusia dari kesuksesan sebenarnya”.

(Luqman bin Muhammad Ba’abduh)

“Jika engkau ingin Allah Ta’ala memberkahi ilmumu, maka engkau harus semangat dalam menyampaikan ilmu yang engkau ketahui”.

(Syaikh Muqbil Al Wadi’i)

“Menuntut ilmu tidaklah mudah, namun banyak kenikmatan yang diberikan oleh ilmu. Maka carilah, kerjarlah, dan manfaatkan ilmu yang bermanfaat”.

(Penulis)

SANWACANA

Puji syukur kami panjatkan atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan rahmat, anugerah dan karunia-Nya. Sehingga penulis bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul **“Pola Komunikasi *Driver* Gojek pada *Costumer* di Bandar Lampung (Studi pada PT. Gojek Indonesia di Kota Bandar Lampung)”**. Dengan berbagai rintangan yang dihadapi dalam proses penulisan skripsi ini, namun kesulitan yang ada tersebut dapat dihadapi dengan baik berkat bimbingan dan motivasi dari berbagai pihak. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada :

1. Bapak Prof. Dr. Ir. Hasriadi Mat Akin, M.P selaku rektor Universitas Lampung.
2. Bapak Dr. Syarief Makhya selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Ibu Dhanik S, S.Sos., M.Comm&MediaSt selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.
4. Ibu Wulan Suciska, S.I.Kom., M.Si selaku Sektretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung yang telah banyak membantu dalam penyelesaian skripsi ini.

5. Ibu Dr. Tina Kartika, M.Si selaku pembimbing akademik dan dosen pembimbing utama skripsi penulis yang dengan penuh kesabaran dan ketelitian memberikan bimbingan, saran, waktu, semangat, dan ilmu yang bermanfaat bagi penulis dalam menyelesaikan skripsi ini.
6. Bapak Drs. Teguh Budi R, M.Si selaku dosen pembahas skripsi yang telah memberikan waktu, kritik, saran, dan ilmu yang bermanfaat bagi penulis.
7. Kedua orang tuaku tercinta, Alm. Umi Kamtini dan Abi Saad Zaklul HB yang tidak henti-hentinya memberikan do'a, semangat, kasih sayang, dan motivasi sampai detik ini. Terima kasih untuk Abi yang dengan sabarnya telah berjuang membesarkan dan mendidik ayuk tanpa kata lelah hingga ayuk bisa melangkah sejauh ini. Terima kasih untuk Umi yang telah melahirkan, menjaga dan mendoakan ayuk ditempat yang Allah tentukan, semoga Allah memudahkan hisab dan kedudukan ditempat orang-orang yang diampuni dosa-dosanya. Semoga Abi dan Umi bisa melihat ayuk lebih sukses nantinya. Amiin.
8. Kakak dan Adikku tersayang, yuk Ellyn, kak Acym, dek Rizky, dek Qonita, dan dek Mufid yang menjadikan ayuk lebih semangat karna ingat kalian. Semoga nanti kita bisa sama-sama memberikan senyum dan kebahagiaan ke Abi dan Umi dengan menjadi anak yang Soleh dan Solehah.

9. Sepupu-sepupuku tersayang, Cucu Hakim S, Angel Rabiyah S.Ked, dan Muhammad Husen. Terimakasih banyak sudah memberikan warna di hidup ini. Dari kecil sampai detik ini kita masih bisa saling tukar kasih sayang, dan semoga berlanjut sampai maut memisahkan. Semoga kita sukses kedepannya dengan jalan dan proses yang kita lewati. Amiin.
10. Kak Muhammad Lole Hari Nugraha DP KM, S.Kom. Sangat terima kasih atas segala bentuk dukungan, bantuan, motivasi, semangat, kasih sayang, kesabaran, dan waktu yang telah diberikan. Semoga semua impian kita bisa di ijabah oleh Allah SWT. Amiin.
11. Teman-teman baikku, Alea Nadira, Ardis Alzena, Gilbran Ibrahim, Mutiara Langit, Rizky Apriyani, dan semua teman angkatan 2013 yang tidak bisa disebutkan satu persatu.semoga kita semua sukses. Amiin.
12. Teman-teman PKL, Anang Bagus Maulana, Dwitya Mahardika, Mutiara Langit, Rizky Apriyani, dan Sarah Fadilah. Terima kasih sudah menjadi partner PKL yang baik dan saling mendukung.
13. Teman-teman KKN, Kandita Mahran N, Hermawan HS, Ariska Putri L, Jaka Satria W, Adelia, dan Mufita Asmarani. Semoga kita sukses ya. Amiin.

Serta semua kerabat yang berkontribusi dalam pembuatan skripsi ini, penulis mengucapkan terimakasih. Semoga Allah mencatat dan membalas semua sebagai amal soleh. Amiin.

Bandar Lampung, 18 Januari 2018

Penulis,

Hayatun Nufus

DAFTAR ISI

Halaman

ABSTRAK	
RIWAYAT HIDUP	
MOTTO	
SANWACANA	
DAFTAR ISI	
DAFTAR TABEL	
DAFTAR GAMBAR	
I. PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	6
1.3 Tujuan Penelitian.....	6
1.4 Kegunaan Penelitian	7
1.4.1 Secara Teoritis	7
1.4.2 Secara Praktis	7
II. TINJAUAN PUSTAKA	8
2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu	8
2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi	9
2.2.1 Pengertian Komunikasi	9
2.2.2 Komunikasi Antarpribadi	14
2.2.3 Tahap – tahap dan Proses Komunikasi Antarpribadi	22
2.2.4 Faktor Keberhasilan Komunikasi Antarpribadi.....	24
2.2.5 Efektifitas Komunikasi Antarpribadi	26

2.3 Tinjauan Tentang Pola Komunikasi	29
2.4 Tinjauan Tentang Gojek	31
2.5 Landasan Teori	33
2.5.1 Teori Pertukaran Sosial (Social Exchange Theory)	33
2.6 Kerangka Pikir.....	36
III. METODE PENELITIAN.....	38
3.1 Tipe Penelitian.....	38
3.2 Fokus Penelitian	39
3.3 Metode Penelitian	40
3.4 Sumber Data	41
3.5 Informan Penelitian	42
3.6 Teknik Pengumpulan Data	43
3.7 Teknik Analisis Data.....	44
IV. GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN.....	46
4.1 Sejarah Singkat Kota Bandar Lampung	46
4.2 Keadaan Geografi Kota Bandar Lampung	47
4.3 Keadaan Topografi Kota Bandar Lampung.....	48
4.4 Keadaan Penduduk Kota Bandar Lampung.....	48
4.5 Logo Go-jek.....	49
4.6 Kepemilikan Go-jek	50
4.7 Struktur Organisasi Go-jek Pusat	51
4.8 Struktur Organisasi Gojek area Bandar Lampung.....	51
4.9 Lokasi Kantor Go-jek di Kota Bandar Lampung	52
4.10 Visi dan Misi PT. Go-jek Indonesia	52
V. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	53
5.1 Hasil Penelitian.....	53
5.1.1 Identitas Informan	53
5.1.2 Informasi Informan.....	54
5.1.3 Hasil Wawancara dan Observasi	60

5.2 Pembahasan	89
5.2.1 Persepsi/image Go-jek di masyarakat (<i>costumer</i>)	90
5.2.2 Pemesanan pada aplikasi Go-jek	91
5.2.3 Perilaku/komunikasi <i>driver</i> Go-jek	92
5.2.4 Fasilitas yang diberikan oleh Go-jek	92
5.2.5 Pola komunikasi <i>driver</i> Go-jek dan <i>costumer</i> di kota Bandar Lampung .	93
VI. KESIMPULAN DAN SARAN	100
6.1 Kesimpulan	100
6.2 Saran	103
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel

1. Penelitian Terdahulu.....	8
2. Informan Penelitian	42
3. Identitas Informan.....	54
4. Hasil Wawancara dari pertanyaan “Bagaimana tahapan menjadi driver Go-jek?”	60
5. Hasil Wawancara dari pertanyaan “Bagaimana Tahapan layanan Go-jek pada Aplikasi driver Go-jek?”	64
6. Hasil Wawancara dari pertanyaan “bagaimana tahap pemesanan di aplikasi Go-jek?”	67
7. Hasil Wawancara dari pertanyaan “Apakah aplikasi Go-jek sering bermasalah ?”	72
8. Hasil wawancara pada pertanyaan “Apa solusi yang diberikan Go-jek jika aplikasi sedang bermasalah?	73
9. Hasil wawancara pada pertanyaan “Adakah hubungan yang terjadi antara driver dan costumer jika aplikasi sedang bermasalah?”	75
10. Hasil wawancara pada pertanyaan “Fasilitas apa saja yang diberikan Go-jek kepada costumer?”	76
11. Hasil Wawancara dari pertanyaan “apakah anda sering mengajak costumer anda berbicara?”	78
12. . Standar Layanan Driver Go-jek pada Costumer.....	80
13. Hasil Wawancara pada pertanyaan “bagaimana cara anda berkomunikasi agar costumer merasa nyaman?”	81
14. Hasil Wawancara pada pertanyaan “adakah bahasa khusus yang digunakan dalam berkomunikasi dengan costumer?”	83
15. Hasil Wawancara pada pertanyaan “bagaimana cara mengetahui costumer merasa nyaman?”	84
16. Hasil Wawancara pada pertanyaan “apa permasalahan yang sering terjadi antara costumer dan driver?”	86
17. Hasil Wawancara pada pertanyaan “apakah ada keluhan dari costumer?”	87

DAFTAR GAMBAR

Gambar

1.Laman Pendaftaran Gojek	2
2.Kerangka Pikir.....	39
3.Logo Gojek	50
4. Foto Informan I.....	54
5. Foto Informan II.....	55
6. Foto Informan III.....	55
7. Foto Informan IV.....	56
8. Foto Informan V.....	56
9. Foto Informan VI.....	56
10. Foto Informan VII.....	57
11. Foto Informan VIII.....	57
12. Foto Informan IX.....	58
13. Foto Informan X.....	58
14. Foto Informan XI.....	58
15. Foto Informan XII.....	59
16. Bagan Tahapan Pemesanan Layanan Aplikasi Go-jek.....	70
17. Gambar Pola Komunikasi Aplikatif Driver Gojek pada Costumer di Kota Bandar Lampung.....	93

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Komunikasi adalah suatu aktivitas yang melekat dalam kehidupan manusia baik sebagai individu maupun hubungannya dengan manusia lain. Dikatakan aktivitas yang melekat dalam kehidupan manusia karena komunikasi menjadi alat yang digunakan dalam berinteraksi satu sama lain dalam suatu kehidupan masyarakat.

Dalam lingkungan sehari-hari pun komunikasi juga merupakan suatu hal yang sangat penting, komunikasi sebagai alat atau sebagai media penjemabatan dalam hubungan antar sesama manusia. Buruknya kualitas komunikasi akan mempengaruhi buruknya sikap seseorang terhadap orang lain.

David K. Berlo (Byrnes 1965:243) menyebutkan secara ringkas bahwa komunikasi sebagai instrumen dari interaksi sosial berguna untuk mengetahui dan memprediksi sikap orang lain, juga untuk mengetahui keberhasilan diri sendiri dalam menciptakan keseimbangan dengan masyarakat.

Tidak dapat dipungkiri, memasuki era globalisasi saat ini transportasi merupakan sarana yang sangat dibutuhkan, karena dengan adanya transportasi dapat

mengefektifkan pekerjaan dan membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Ketergantungan masyarakat terhadap transportasi sangat tinggi, dengan alasan untuk mempersingkat waktu perjalanan. Dengan alasan tersebut maka hadir inovasi-inovasi terbaru di bidang transportasi. Salah satu contohnya yaitu hadirnya perusahaan yang menyediakan ojek online berbasis aplikasi. Di Kota Bandar Lampung sendiri, telah hadir ojek online berbasis aplikasi yaitu GO-Jek.



Sumber : internet, diakses pada 05 Mei 2017

Gambar 1. Laman Pendaftaran Go-jek

GO-Jek merupakan sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. GO-Jek bermitra dengan sekitar 200.000 pengendara ojek yang berpengalaman dan terpercaya di Indonesia, untuk menyediakan berbagai macam layanan, termasuk transportasi dan pesan antar makanan. Kegiatan GO-Jek bertumpu pada tiga nilai pokok yaitu kecepatan, inovasi, dan dampak sosial. Saat ini GO-Jek telah resmi beroperasi di 25 kota besar di Indonesia, termasuk Medan,

Batam, Palembang, Pekanbaru, Jambi, Padang, Bandar Lampung, Jabodetabek, Bandung, Sukabumi, Yogyakarta, Semarang, Solo, Surabaya, Gresik, Malang, Sidoarjo, Balikpapan, Samarinda, Pontianak, Banjarmasin, Manado, Makassar, Denpasar, Mataram dengan rencana pengembangan di kota-kota lainnya pada tahun mendatang. Sebagai salah satu ojek online berbasis aplikasi, aplikasi GO-jek dapat diunduh di App Store dan Google Play. Dengan menggunakan aplikasi Go-Jek, pelanggan dapat memesan Go-Jek *driver* untuk mengakses semua layanan yang ada. Go-jek memiliki keunggulan yang diantaranya adalah layanan transportasi, gaya hidup dan logistik di dalam satu aplikasi, transaksi mudah dan cashless dengan Go-Pay, penyimpanan alamat tujuan dan GPS yang akurat untuk proses order yang lebih cepat, harga yang transparan sebelum konfirmasi pemesanan, memantau *driver* dengan foto dan informasi kontak, serta sistem rating jasa untuk peningkatan layanan berkelanjutan. (www.go-jek.com, diakses pada 25 April 2017)

Alasan peneliti memilih penelitian *driver* Go-jek sebagai objek penelitian adalah karena Go-jek merupakan fenomena baru didasari dengan Go-jek yang beroperasi di awal tahun 2017. Gojek merupakan perusahaan yang didirikan oleh anak bangsa yang bernama Nadiem Makarim bersama temannya Michaelangelo Moran pada bulan Maret 2014, yang bertujuan untuk mengurangi pengangguran di Indonesia dan menjadi solusi kemacetan. Cara kerja Gojek yaitu menggunakan aplikasi yang terhubung dengan internet. Para pelanggan tidak perlu menunggu dipinggir jalan atau mendatangi ke pangkalan ojek. Pemesanan melalui aplikasi

Gojek sesuai kebutuhan. Gojek siap untuk melayani pelanggan yang berada dimana saja. (Sumber : Data Pra- Riset Observasi, 20 april 2017).

Dalam hal ini, agar tercipta hubungan yang baik, maka komunikator sebagai penyampai pesan harus menyampaikan maksud dan tujuan dengan baik pula, yang kemudian dapat diterima, dimengerti, dan ditanggapi oleh komunikan. Tanggapan atau reaksi dari komunikan ini penting karena merupakan umpan balik (*feed back*) yang menunjukkan bagaimana pesan itu diterima oleh komunikan.

Permasalahan yang melatar belakangi penelitian ini adalah komunikasi yang baik merupakan syarat penting dalam sebuah komunikasi antar pribadi. Harrison (2006) menemukan bahwa sikap kerja secara keseluruhan sangat penting untuk memahami perilaku hasil. Dalam modelnya, kepuasan kerja dan komitmen organisasi adalah dimensi yang mendasari keseluruhan sikap kerja. *Driver* biasanya mempunyai berbagai cara dan strategi untuk berkomunikasi ketika melayani *customernya*.

Dalam komunikasi dialogis, baik komunikator maupun komunikan, keduanya aktif dalam proses pertukaran informasi yang berlangsung dalam interkasi. Inilah yang menjadi tolak ukur penelitian ini, seperti seberapa intens komunikasi yang dilakukan kedua pihak (*driver* dan *customer*) maupun seperti apa hasil dari komunikasi yang dilakukan oleh *driver* dan *customernya*. Dan apakah komunikasi yang dilakukan sudah termasuk dalam komunikasi yang baik atau belum.

Pola komunikasi merupakan model dari proses komunikasi, sehingga dengan adanya berbagai macam model komunikasi dan bagian dari proses komunikasi

akan dapat ditemukan pola yang cocok dan mudah digunakan dalam berkomunikasi. Pola komunikasi merupakan bagian dari proses komunikasi. Proses komunikasi merupakan rangkaian dari aktivitas menyampaikan pesan sehingga menghasilkan feedback dari penerima pesan. Dari proses komunikasi, akan timbul pola, model, bentuk dan juga bagian-bagian kecil yang berkaitan erat dengan proses komunikasi. Disini akan diuraikan proses komunikasi yang sudah masuk dalam kategori pola komunikasi yaitu ; pola komunikasi primer yang merupakan suatu proses penyampaian pikiran oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan suatu simbol sebagai media atau saluran, pola komunikasi sekunder yang merupakan proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memaknai lambang sebagai media pertama, pola komunikasi linier yang merupakan proses komunikasi yang biasanya terjadi dalam komunikasi tatap muka (face to face), tetapi adakalanya komunikasi bermedia, dan pola komunikasi sirkular yang merupakan proses komunikasi yang berjalan terus yaitu adanya umpan balik antara komunikator dan komunikan.

Dalam berinteraksi, manusia menjalin komunikasi dengan lingkungannya mempunyai pola tersendiri dan berbeda satu sama lain. Pola komunikasi dapat berarti gambaran tentang bagaimana keadaan komunikasi yang terjadi dalam situasi tertentu. Pola komunikasi merupakan bagian dari proses komunikasi karena pola merupakan cara atau bentuk yang dipakai seseorang dalam menyampaikan pesan dalam proses komunikasi. Dalam penelitian ini pola

komunikasi yang lebih ditekankan terdapat pada proses komunikasi antar pribadi yang terjadi dalam sebuah hubungan antara *driver* Go-jek dan *customernya*.

Peneliti sangat tertarik dengan masalah yang berkaitan dengan pola komunikasi antara *driver* dan *customernya*. Disini peneliti ingin tahu bagaimana pola komunikasi yang terbentuk dari *driver* terhadap *customer*. Berdasarkan pada latar belakang penelitian tersebut, maka peneliti tertarik untuk mengetahui dan mengkaji lebih lanjut mengenai pola komunikasi *driver* dan *customernya*, yang dituangkan dalam judul **“Pola Komunikasi Driver Gojek pada Customer di Kota Bandar Lampung (Studi Pada PT. Go-Jek Indonesia di Bandar Lampung)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah di atas, maka rumusan masalah yang akan diteliti yaitu “Bagaimana Pola Komunikasi *driver* Go-Jek pada *customer* di Bandar Lampung?”

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas maka tujuan dalam penelitian ini yaitu mengetahui dan mendeskripsikan Pola Komunikasi *driver* Go-Jek pada *customer* di Bandar Lampung.

1.4 Kegunaan Penelitian

1.4.1 Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan referensi, pengetahuan dan kajian bagi Jurusan Ilmu Komunikasi yang berkaitan dengan Pola Komunikasi *Driver* Gojek dalam melakukan pelayanan kepada konsumen di Bandar Lampung.

1.4.2 Secara Praktis

1. Hasil penelitian ini diharapkan menjadi bahan evaluasi dan bahan referensi guna meningkatkan nilai elektabilitas Go-jek di mata masyarakat.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan dan memberikan gambaran yang berguna sebagai referensi bagi mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung yang akan melakukan penelitian pada kajian yang sama.
3. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi, dan pengetahuan bagi masyarakat.
4. Peneliti mengharapkan penelitian ini untuk melatih diri peneliti dalam menganalisis suatu fenomena.

BAB II TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tabel.2 Penelitian Terdahulu

1. NAMA PENELITI	Astri Fuji RS, 2016
JUDUL PENELITIAN	Analisis Kepuasan Konsumen Go-jek di Wilayah Kota Bandung.
HASIL PENELITIAN	Berdasarkan hasil penelitian yang diteliti oleh peneliti kualitas layanan Gojek sangat berpengaruh terhadap kepuasan konsumen.
PERBEDAAN DENGAN PENELITI	Pada penelitian ini peneliti bertujuan untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan konsumen Gojek berdasarkan kualitas jasa layanan Gojek dan apa saja faktor yang mempengaruhi kepuasan konsumen terhadap suatu layanan jasa.
KONTRIBUSI	Hasil penelitian sebelumnya memberikan masukan bahwasanya dengan adanya kualitas layanan yang baik yang diterapkan Gojek. Baik itu sikap maupun tutur kata akan mempengaruhi kepuasan konsumen dan hal itu menjadikan Gojek tetap dipercaya konsumennya.
2. NAMA PENELITI	Desnataliansyah, 2004
JUDUL PENELITIAN	Pola Komunikasi dalam keluarga antara orang tua dan anak DELINKEUN (Studi pada Keluarga Siswa yang Melakukan Pelanggaran di SMPN 13 B. Lampung)

TEORI	Teori yang digunakan : pola hubungan interaksi oleh Greeogory Bateson, melalui pola-pola interaksi, yaitu seperti kata-kata dan atau tindakan seseorang.
HASIL PENELITIAN	Berdasarkan hasil yang didapat dari penelitian mengenai pola komunikasi dalam keluarga antara orang tua dan anak DELINKEUN adalah pola komunikasi yang dijalankan orang tua dari anak yang melakukan pelanggaran di SMPN 13 B. Lampung adalah pola komunikasi tertutup.
PERBEDAAN DENGAN PENELITI	Subjek penelitian yang berbeda, pada penelitian ini pada anak SMP yang melakukan pelanggaran.
KONTRIBUSI	Hasil penelitian sebelumnya memberi masukan tentang pola-pola interaksi.

2.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

2.2.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia dengan berkomunikasi manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik dalam kehidupan formal maupun informal. Komunikasi adalah proses individu mengirim stimulus yang biasanya dalam bentuk verbal untuk mengubah tingkah laku orang lain (Arifin 2006:25).

Komunikasi adalah proses dengan mana simbol verbal dan nonverbal dikirimkan, diterima, dan diberi arti (Seiler 1988:4). Sedangkan menurut Shannon dan Weaver (Muhammad 2009:20) komunikasi adalah bentuk interaksi manusia yang saling pengaruh dan mempengaruhi satu sama lainnya, sengaja atau tidak sengaja dan tidak terbatas pada bentuk komunikasi menggunakan bahasa verbal, tetapi juga bahasa ekspresi muka, lukisan, seni dan teknologi.

Istilah komunikasi berpangkal pada perkataan latin *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Komunikasi juga berasal dari akar kata dalam bahasa latin *communico* yang artinya membagi (Kreps 1986:41).

Scharmm mengemukakan bahwa istilah komunikasi berasal dari bahasa inggris "*communication*" yang juga berasal dari perkataan latin yaitu "*communicates*" yang berarti sama (*common*). Jadi pada saat melakukan komunikasi itu berarti kita sedang berusaha melakukan kesamaan (*communes*) dengan orang lain. Suatu komunikasi menurut Scharmm tidak akan aktif bila kepentingan bersama antara komunikator dan komunikan tidak terpenuhi (Efenddy 2003:28).

Widjaja mendefinisikan komunikasi sebagai hubungan atau kegiatan-kegiatan yang berkaitan dengan masalah hubungan, atau diartikan saling tukar menukar pendapat. Komunikasi juga dapat diartikan sebagai hubungan kontak antara manusia baik individu maupun kelompok (A.W. Widjaja 2000:13).

Menurut Roger komunikasi adalah penyampaian gagasan, informasi, instruksi dan perasaan dari seorang kepada orang lain atau dari sekelompok orang ke kelompok lain (Efenddy 2001:1). Komunikasi adalah salah satu bagian dari hubungan antara manusia baik individu maupun kelompok dalam kehidupan sehari-hari. Maknanya adalah komunikasi melibatkan sejumlah orang dimana seorang menyatakan sesuatu kepada orang lain, jadi yang terlibat dalam komunikasi itu adalah manusia itu. Komunikasi berawal dari gagasan yang ada pada seseorang, gagasan itu diolahnya menjadi pesan dan dikirimkan melalui media tertentu kepada orang lain sebagai penerima. Penerima pesan, dan sudah mengerti pesannya kepada pengirim pesan. Dengan menerima tanggapan dari penerima pesan itu, pengirim pesan

dapat menilai efektifitas pesan yang ada di kirimkannya. Berdasarkan tanggapan itu, pengirim dapat mengetahui pesan nya dimengerti dan sejauh mana pesannya dimengerti oleh orang yang dikirim pesan itu. Dari proses terjadinya komunikasi itu secara teknis pelaksanaan, komunikasi dapat dirumuskan sebagai kegiatan dimana sebagai orang menyampaikan pesan melalui media tertentu kepada orang lain dan sudah menerima pesan serta memahami sejauh kemampuannya, penerima pesan menyampaikan tanggapan melalui tertentu pula kepada orang yang menyampaikan pesan itu kepadanya (Effendy 2001:65).

Komunikasi manusia sebagai singkatan dari komunikasi antar manusia dinamakan komunikasi sosial atau komunikasi kemasyarakatan karena kepada manusia-manusia yang bermasyarakat terjadinya komunikasi masyarakat terbentuk paling sedikit dua orang yang saling berhubungan dengan komunikasi sebagai penjalannya (Effendy 2001:68).

Komunikasi pada hakikatnya wahana utama bagi kehidupan manusia dan merupakan jantung dalam segala hubungan sosial, melalui proses komunikasi terjadi interaksi sosial. Melalui komunikasi orang akan dapat mempengaruhi, mengubah sikap, pendapat, dan tingkah laku orang lain, komunikasi merupakan saluran untuk menyampaikan ide, gagasan, pendapat yang memiliki agar dapat diketahui khalayak (Dedy Mulyana, 2001:12).

Menurut Lasswell cara yang tepat untuk merumuskan suatu tindakan komunikasi adalah dengan cara menjawab pertanyaan : *Who* (siapa), *What* (menyatakan apa), *in wich channel* (melalui saluran apa), *to whorm* (kepada siapa), *with what effect* (dengan efek apa). Berpijak pada pendapat Lasswell, maka komuniaksi dapat diartikan sebagai proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan

melalui saluran apa (media) sehingga menimbulkan efek tertentu (Lasswell, 2004:39). Menurut Rubeni komunikasi adalah suatu proses melalui mana individu dalam hubungannya, dalam kelompok, dalam organisasi, dan dalam masyarakat menciptakan, mengirimkan, dan menggunakan informasi untuk mengkoordinasi lingkungannya dan orang lain. Komunikasi juga dikatakan sebagai suatu proses yaitu aktivitas yang mempunyai beberapa tahapan yang terpisah antara satu sama lainnya tetapi mempunyai hubungan pemakaian informasi menunjuk pada peranan informasi dalam mempengaruhi tingkah laku manusia, baik secara individual, kelompok maupun masyarakat, jadi jelas bahwa tujuan komunikasi adalah untuk mempengaruhi tingkah laku orang. Komunikasi berarti suatu upaya bersama – sama orang lain atau membangun kebersamaan dengan orang lain dan membentuk perhubungan (Brent D. Rubeni, 2000:12).

Menurut, Moekijat komunikasi dapat dibedakan dalam beberapa bentuk antara lain :

- a. Suatu perintah
- b. Suatu permintaan
- c. Suatu observasi
- d. Sebagai suatu informasi
- e. Sebagai pelajaran
- f. Sebagai pengambilan kebijakan.

Menurut , Mulyana yang termasuk dalam unsur – unsur komunikaasi adalah sebagai berikut :

- a. *Source* (Sumber) adalah dasar yang digunakan dalam menyampaikan pesan dan digunakan dalam rangka memperkuat pesan itu sendiri. Sumber dapat berupa orang, lembaga, buku, dan dokumen ataupun senejisnya.
- b. *Communicator* (Penyamapi Pesan), kelompok komunikator dapat berupa individu yang sedang berbicara, menulis, kelompok atau organisasi.
- c. *Message* (Pesan), pesan adalah keseluruhan dari pada apa yang disampaikan oleh komunikator, pesan harus mempunyai inti pesan (tema) sebagai pengarah dalam usaha menguba sikap dan tingkah laku komunikan.
- d. *Channel* (saluran), saluran komunikasi menyampaikan pesan yang dapat diterima melalui panca indra atau menggunakan media.
- e. *Komunikant* (penerima pesan), komunikasi akan berhasil dengan baik jika pesan yang disampaikan sesuai dengan kerangka pengetahuan lingkup pengalaman komunikan.
- f. *Effect* (Hasil), effect adalah hasil akhir dari komunikasi yakni sikap dan tingkah laku orang sesuai atau tidak dengan yang diinginkan komunikator.

Dari pandangan komunikasi yang telah dikemukakan, maka dapat ditarik sebuah kesimpulan bahwa komunikasi adalah suatu usaha penyampaian pesan antar manusia yang dapat mempengaruhi atau merubah tingkah laku orang lain dan juga sebagai proses pengiriman stimulus dengan tujuan menciptakan hubungan baik dan menjalin kerjasama dengan orang lain.

2.2.2 Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan berupa umpan balik seketika. Komunikasi antar pribadi merupakan proses pengalihan informasi dari satu atau sekelompok orang dengan menggunakan simbol-simbol tertentu kepada satu atau kelompok orang lainnya (Effenddy 2003:78).

Komunikasi antarpribadi mempunyai berbagai macam manfaat. Melalui komunikasi antarpribadi bisa mengenal diri sendiri dan orang lain. Melalui komunikasi antar pribadi bisa mengetahui dunia luar. Melalui komunikasi antarpribadi dapat menjalin hubungan yang lebih bermakna. Melalui komunikasi antar pribadi dapat melepaskan ketegangan. Menurut Vito definisi komunikasi antarpribadi dapat dibagi menjadi tiga yaitu sebagai berikut :

a. Definisi berdasarkan komponen (*componential*)

Definisi berdasarkan komponen menjelaskan komunikasi antarpribadi dengan mengamati komponen-komponen utamanya dalam hal ini penyampaian pesan oleh satu orang atau penerima pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera.

b. Definisi berdasarkan hubungan diadik (*relational dyadic*)

Komunikasi antar pribadi sebagai komunikasi yang berlangsung diantara dua orang yang mempunyai hubungan yang mantap dan jelas. Dengan definisi ini hampir tidak mungkin ada komunikasi diadik (dua orang) yang bukan komunikasi antarpribadi.

c. Definisi berdasarkan pengembangan (*developmental*)

Komunikasi antarpribadi dilihat sebagai akhir dari perkembangan dari komunikasi yang bersifat tak pribadi (*impersonal*) pada suatu ekstrim menjadi komunikasi pribadi atau intim pada ekstrim yang lain. (De Vito, 1997:231)

Menurut Vito keuntungan dari komunikasi jenis ini adalah :

- a. Terjadinya kontak pribadi (*personal contact*) pribadi yang menyentuh pribadi komunikasi anda.
- b. Ketika menyampaikan pendapat maka akan adanya umpan balik berlangsung seketika (*immediate feedback*).
- c. Bisa langsung mengetahui umpan balik dari komunikan, baik raut muka, dan perasaanya, gayanya.
- d. Mengetahui jika gagal menyampaikan pesan maka bisa mengubah gaya penyampaian pesan. (De Vito1997:233)

Budaya atau subbudaya yang berbeda, meskipun menggunakan bahasa yang sama, seringkali memiliki sistem komunikasi non verbal yang sangat berbeda. Bila sistem ini berbeda, komunikasi yang bermakna dan efektif tidak akan terjadi. Sebagian dari seni komunikasi adalah mengidentifikasi isyarat oranglain, mengenali bagaimana isyarat-isyarat tersebut digunakan, dan memahami apa artinya. Mereka yang hubungannya akrab akan menyadari bahwa mengenali isyarat-isyarat orang lain memerlukan waktu yang sangat lama dan sering kali membutuhkan kesabaran.

Menurut Vito efektifitas komunikasi komunikasi antarpribadi mempunyai lima ciri yaitu :

a. Keterbukaan (*openness*)

Kemauan menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima didalam memasuki hubungan antarpribadi. Keterbukaan merupakan cirri yang sangat dominan terlihat pada bentuk komunikasi antarpribadi dimana antara komunikator dan komunikan akan lebih terbuka dalam menyampaikan informasi atau pesan. Disini keterbukaan antara *Driver* dengan *Custemer* sangat diperlukan.

b. Empati (*emphaty*)

Merasakan apa yang dirasakan orang lain. Perasaan empati aka lebih terasa dalam komunikasi antar pribadi ini karena proses komunikasi akan lebih intim, sehingga akan lebih mudah untuk ikut apa yang dirasakan orang lain. Perasaan empati yang diberikan *driver* bertujuan agar menjaga hubungan baik dengan *customer*.

c. Rasa positif (*positiffeness*)

Seorang harus memiliki perasaan positif terhadap dirinya, mendorong orang lain lebih aktif berpartisipasi dan menciptakan komunikasi kondusif untuk interaksi yang efektif. Apabila dari komunikator memiliki rasa positif yang tinggi akan dirinya sendiri maka akan berpengaruh terhadap komunikan, dan hasil nya akan lebih baik. *Driver* harus menciptakan komunikasi yang kondusif agar tercipta komunikasi yang baik antara *driver* dengan *customer*.

d. Kesetaraan (*equality*)

Pengakuan secara diam-diam bahwa kedua belah pihak, menghargai, berguna, dan mempunyai sesuatu yang paling penting untuk disambungkan. Adanya rasa saling menghargai dalam bentuk komunikasi antar pribadi merupakan hal yang sangat penting. (De Vito, 2006 : 26)

Dalam membentuk hubungan antarpribadi antara konselor dan konseli, adalah sebagai media bimbingan dan konseling unruk membantu konseli dalam mencapai pertumbuhan dan perkembangan yang optimal (Suranto A.W 2011 : 32) jika diamati hubungan interpersonal memiliki beberapa cirri-ciri, yaitu:

- a. Arus pesan dua arah, artinya antara konselor dan konseli dalam posisi sejajar tidak ada yang dianggap lebih menggurui, arus pesan dua arah ini secara berkelanjutan atau kontinu.
- b. Suasana informal, artinya pelaku atau konselor dan konseli dalam kondisi tidak kaku dengan posisinya masing-masing, namun hubungan ini lebih bersifat pendekatan secara individu yang bersifat pertemanan dan kekeluargaan.
- c. Umpan balik segera, artinya pelaku dapat mengetahui umpan balik pesan yang disampaikan dengan segera, baik secara verbal maupun nonverbal.
- d. Peserta atau orang yang terlibat dalam konseling melalui hubungan antarpribadi ini berada dalam jarak dekat baik dalam arti fisik atau psikologis atau dalam satu ruang.

- e. Orang yang terlibat dalam hubungan antarpribadi ini mengirim dan menerima pesan secara spontan, baik secara verbal maupun nonverbal.

Berbeda dengan pendapat diatas, adapun ciri-ciri hubungan antarpribadi menurut (Suranto AW 2011 : 37) yaitu :

- a. Mengenal secara dekat bahwa pihak-pihak yang terlibat dalam hubungan antarpribadi saling mengenal secara dekat. Dikatakan mengenal secara dekat, karena tidak hanya saling mengenal identitas dasar saja, namun lebih dari itu.
- b. Saling memerlukan hubungan antarpribadi diwarnai oleh pola hubungan yang saling menguntungkan secara dua arah dan saling menguntungkan.
- c. Hubungan antarpribadi juga ditandai oleh pemahaman sifat-sifat pribadi diantara kedua belah pihak.
- d. Kerjasama akan timbul apabila orang menyadari bahwa mereka mempunyai kepentingan-kepentingan yang sama dan pada saat yang bersamaan mempunyai cukup pengetahuan dan pengendalian terhadap diri sendiri.

Dari beberapa pendapat para ahli diatas tentang ciri-ciri hubungan antarpribadi adalah, dimulai dengan diri pribadi (self), bersifat transaksional atau saling mengisi, menyangkut aspek isi pesan, adanya kedekatan fisik dan antar komunikasi saling bergantung satu dengan yang lainnya.

Berdasarkan teori dari Coleman dan hammen dalam Jalaludin Rahmat , ada empat teori atau model hubungan antarpribadi, yaitu :

a. Model Pertukaran Sosial

Model ini memandang bahwa pola hubungan antarpribadi menyerupai transaksi dagang, hubungan interpersonal berlangsung mengikuti kaidah transaksional, yaitu apakah seseorang memperoleh keuntungan atau malah merugi, jika merasa memperoleh keuntungan maka hubungan antarpribadi berjalan mulus, tetapi jika merasa rugi maka hubungan antarpribadi itu akan terganggu. Teori ini menyatakan bahwa rasa suka kita kepada orang lain didasarkan pada penilaian kita terhadap kerugian dan keuntungan yang diberikan seseorang kepada kita. Keuntungan itu, menurut perspektif teori ini ada enam bentuk yaitu cinta, uang, status, informasi, barang dan jasa. Orang berhubungan dengan orang lain karena mengharapkan sesuatu yang memenuhi kebutuhannya. Asumsi dasar bahwa yang mendasari teori ini adalah setiap individu secara sukarela memasuki dan tinggal dalam hubungan sosial hanya selama hubungan tersebut cukup memuaskan.

b. Model peranan

Asumsi teori ini mengatakan bahwa hubungan antarpribadi akan berjalan harmonis mencapai kadar hubungan yang baik ditandai dengan adanya kebersamaan, apabila setiap individu bertinak esuai dengan ekspektasi peranan, tuntutan peranan, dan terhindar dari konflik peranan, artinya hubungan antarpribadi berjalan baik apabila masing-masing individu dapat memainkan peranan sebagaimana yang diharapkan. Tuntutan peranan

adalah desakan keadaan yang memaksa individu memainkan peranan tertentu meskipun tidak menginginkannya. Ekspetasi peranan mengacu pada kewajiban, tugas dan hal yang berkaitan dengan posisi tertentu dalam kelompok. Tuntutan peranan adalah desakan sosial yang memaksa individu untuk memenuhi peranan yang telah dibebankan padanya. Desakan sosial dapat berwujud sebagai sanksi sosial dan dikenakan bila individu menyimpang dari peranannya. Dalam hubungan antarpribadi, desakan halus atau kasar dikenakan pada orang lain agar ia melaksanakan peranannya.

c. Model permainan

Model ini berasal dari prikiater Eric Berner yang menceritakannya dalam buku *games people play*. Analisis kemudian dikenal sebagai analisis transaksional. Dalam model ini, orang-orang berhubungan dalam berbagai macam-macam permainan. Mendasari permainan ini adalah tiga bagian kepribadian manusia yaitu orang tua, orang dewasa, anak (*parent, adult, child*).

Ada tiga strategi komunikasi yang dapat digunakan untuk mengembangkan interaksi dinamis antara *driver* Go-jek dengan *customernya* :

a. Komunikasi sebagai aksi atau komunikasi satu arah

Komunikasi sebagai aksi atau komunikasi satu arah, Komunikator berperan aktif sebagai pemberi aksi dan komunikasi sebagai penerima aksi. Bentuk ini adalah ceramah yang pada dasarnya adalah komunikasi satu arah, atau komunikasi sebagai aksi. Dalam komunikasi ini *driver* berperan sebagai pemberi aksi dan *customer*

berperan sebagai penerima aksi. *Driver* aktif dan *customer* pasif. Ceramah pada dasarnya adalah komunikasi satu arah atau komunikasi sebagai aksi.

b. Komunikasi sebagai interaksi atau komunikasi dua arah

Komunikasi sebagai interaksi atau komunikasi dua arah, komunikator dan komunikan dapat berperan sama yakni pemberi aksi dan penerima aksi. Keduanya dapat saling memberi dan menerima aksi. Pada komunikasi ini *driver* dan *customer* berperan sama yaitu pemberi aksi dan penerima aksi.

c. Komunikasi banyak arah atau komunikasi sebagai transaksi

Komunikasi ini tidak hanya melibatkan interaksi yang dinamis antara *driver* dan *customer* tetapi juga melibatkan interaksi yang dinamis antara *customer* dan *customer* lainnya. Komunikasi banyak arah atau komunikasi sebagai transaksi, Komunikasi tidak hanya melibatkan interaksi dinamis antara komunikator dan komunikan tetapi juga dapat melibatkan interaksi dinamis antara unsur-unsur komunikan lainnya.

d. Jaringan Komunikasi

Secara sederhana, definisi jaringan komunikasi adalah “siapa berbicara dengan siapa atau kepada siapa”. Selanjutnya Vito mendefinisikan jaringan komunikasi sebagai satu saluran atau jalan tertentu yang digunakan untuk meneruskan pesan dari satu orang ke orang lain. Kemudian Gonzales mengatakan bahwa hubungan siapa dengan siapa dapat diilustrasikan dalam sebuah sosiogram yang berguna untuk menelusuri jaringan informasi ataupun difusi suatu inovasi. Roger dan

Kincaid membedakan pola atau model Jaringan Komunikasi ke dalam Jaringan Personal Jari-jari (*Radial Personal Network*) dan Personal Jaringan Saling mengunci (*Interlocking Personal Network*). Model jaringan demikian bersifat memusat dan menyebar. Jaringan personal yang memusat (*interlocking*) mempunyai derajat integrasi yang tinggi. Sementara suatu Jaringan personal yang menyebar (radial) mempunyai derajat integrasi yang rendah, namun mempunyai sifat keterbukaan terhadap lingkungannya. Selanjutnya Rogers dan Kincaid menegaskan, individu yang terlibat dalam Jaringan komunikasi interlocking terdiri dari individu-individu yang homopili, namun kurang terbuka terhadap lingkungannya.

2.2.3 Tahap-tahap dan Proses Komunikasi Antarpribadi

Hubungan antar pribadi berlangsung melalui dua tahap, yaitu :

1. Pembentukan Hubungan Antar Pribadi

Tahap ini disebut juga dengan tahap perkenalan dengan ditandainya proses penyampaian informasi, seperti adanya fase kontak permulaan, kemudian kedua belah pihak untuk saling menangkap reaksi lawan bicaranya. Masing-masing pihak berusaha menggali secepatnya identitas, sikap, dan nilai pihak yang lain. Bila mereka merasa berbeda, mereka akan saling menyembunyikan dirinya. Sehingga hubungan interpersonal mungkin akan segera diakhiri. Para psikolog sosial menemukan bahwa penampilan fisik, apa yang diucapkan pertama, apa yang dilakukan pertama menjadi penentu

yang penting terhadap pembentukan citra pertama tentang orang itu (Brooks dan Emmert dalam Rakhmat 2003:126).

2. Peneguhan Hubungan Antar Pribadi

Menurut Rakhmat hubungan antar pribadi tidak bersifat statis, tetapi selalu berubah. Untuk memelihara dan memperteguh hubungan interpersonal, perubahan memerlukan tindakan – tindakan tertentu yang mengembalikan keseimbangan. Ada empat faktor yang teramat penting dalam memelihara keseimbangan ini yaitu :

1) Keakraban

Keakraban merupakan pemenuhan kebutuhan akan kasih sayang. Hubungan antar pribadi akan terpelihara apabila kedua belah pihak sepakat tentang tingkat keakraban yang diperlukan.

2) Kesepakatan

Tentang siapa yang akan mengontrol siapa dan bilamana jika dua orang mempunyai pendapat yang berbeda sebelum mengambil kesimpulan, siapakah yang harus berbicara lebih banyak, siapa yang menentukan, siapakah yang dominan. Konflik terjadi pada umumnya bila masing – masing mempertahankan ego dan ingin berkuasa, atau juga tidak ada pihak yang mau mengalah.

3) Ketepatan respons

Artinya respon si A harus diikuti oleh respon si B yang sesuai. Dalam percakapan misalnya, pertanyaan harus disambut dengan jawaban, lelucon dengan tertawa, permintaan keterangan dengan penjelasan. Respon ini bukan saja berkenaan dengan pesan – pesan

verbal, tetapi juga pesan – pesan non verbal. Jika pembicaraan yang serius dijawab dengan main – main, ungkapan wajah yang sungguh-sungguh diterima dengan air muka yang menemukan sikap tidak percaya, hubungan interpersonal mengalami keretakan. Ini berarti adanya suatu respon yang tidak tepat.

- 4) Keserasian suasana emosional ketika berlangsungnya komunikasi
- Walaupun mungkin saja terjadi dua orang berinteraksi dengan suasana emosional yang berbeda, tetapi interaksi tidak akan stabil. Besar kemungkinan salah satu pihak mengakhiri interaksi atau mengubah suasana emosi. Bila saya turut sedih ketika anda mengungkapkan penderitaan anda, saya akan menyamakan suasana emosional saya dengan suasana emosional anda. Anda akan menganggap saya “dingin” ketika saya menanggapi perasaan anda dengan perasaan yang netral (Rakhmat, 2003: 128).

2.2.4 Faktor Keberhasilan Komunikasi Antar Pribadi

Dibandingkan dengan bentuk – bentuk komunikasi lainnya, komunikasi antar pribadi dinilai paling ampuh dalam kegiatan mengubah sikap, kepercayaan, opini, dan perilaku komunikasi. Untuk menciptakan keberhasilan komunikasi antar pribadi, perlu dikembangkan sikap – sikap positif sebagai berikut (Suranto, 2011: 82-84) :

- a) Membuka pintu komunikasi, misalnya dengan cara lambaian tangan, senyum yang tulus dan simpatik, mengucapkan kata

sapaan, mengajak berjabat tangan, menanyakan keadaan, meminta maaf dan permisi, dan mengucapkan terima kasih.

- b) Sopan dan ramah dalam berkomunikasi tidak hanya dalam berbicara, tetapi juga dalam berpenampilan.
- c) Jangan sungkan meminta maaf apabila melakukan kesalahan. Dengan begitu kita menaruh rasa hormat pada orang lain yang diajak berbicara, dan pada gilirannya kita akan dihormati pula.
- d) Penuh perhatian, hal ini dapat diketahui dari seberapa jauh komunikator mengetahui karakteristik komunikan atau seberapa jauh wali kelas menghafal nama – nama siswanya, apa saja yang disukai atau tidak, dan lain – lain.
- e) Bertindak jujur dan adil, hal ini akan mengantarkan komunikator pada keprofesionalan karena kejujuran merupakan prinsip profesional yang sangat penting.

Dalam komunikasi dialogis, baik komunikator maupun komunikan, keduanya aktif dalam proses pertukaran informasi yang berlangsung dalam interaksi. Inilah yang menjadi tolak ukur penelitian ini, seperti seberapa intens komunikasi yang dilakukan kedua belah pihak (*driver* dan *customer*) maupun seperti apa hasil dari komunikasi yang dilakukan *driver* terhadap *customernya*. Dan apakah dari komunikasi yang dilakukan adalah komunikasi yang baik atau belum.

2.2.5 Efektifitas Komunikasi Antar Pribadi

Komunikasi antar pribadi, sebagai suatu bentuk perilaku, dapat berubah dari sangat efektif ke sangat tidak efektif. Dalam hal ini dibutuhkan pembelajaran tentang karakteristik dari efektifitas komunikasi antar pribadi. Sehingga akan didapatkan gambaran bagaimana dan faktor yang dapat membuat komunikasi menjadi efektif (Widjaja, 2000:127).

Karakteristik efektifitas komunikasi antar pribadi tersebut dilihat dari dua perspektif, yakni (Devito, 1997: 259) :

1. Perspektif Humanistik

Perspektif ini menekankan keterbukaan, empati, perilaku, suportif dan kesamaan. Pada umumnya sifat – sifat ini akan membantu interaksi menjadi lebih berarti, jujur dan memuaskan. Beberapa sifat yang tercakup dalam perspektif humanistik yaitu :

a) Keterbukaan

Kualitas keterbukaan mengacu pada sedikitnya tiga aspek dari komunikasi antar pribadi. Pertama, komunikator antar pribadi yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajak berinteraksi. Aspek yang kedua mengacu pada kesediaan komunikator untuk berinteraksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Aspek ketiga menyangkut kepemilikan perasaan dan pikiran, maksudnya bahwa perasaan dan pikiran yang dilontarkan adalah memang milik anda dan anda bertanggung jawab atasnya.

b) Empati

Empati adalah kemampuan seseorang untuk menempatkan dirinya pada peranan atau posisi orang lain. Dalam arti, bahwa seseorang secara emosional maupun intelektual mampu memahami apa yang dirasakan dan dialami orang lain.

c) Perilaku Suportif dan Sifat Mendukung

Komunikasi yang terbuka dan empatik tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung. Kita memperlihatkan sikap mendukung dengan bersikap deskriptif bukan evaluatif, spontan bukan strategik dan provisional bukan sangat yakin.

d) Sikap Positif

Kita mengkomunikasikan sikap positif dalam komunikasi antar pribadi dengan sedikitnya dua cara dengan menyatakan sikap positif dan secara positif mendorong orang yang menjadi teman kita berinteraksi.

e) Kesetaraan

Komunikasi antar pribadi akan lebih efektif bila suasanya setara. Artinya, harus ada pengakuan secara diam – diam bahwa kedua pihak sama – sama bernilai dan berharga, dan bahwa masing – masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan.

2. Perspektif Pragmatis

Perspektif ini memusatkan pada perilaku spesifik yang harus digunakan komunikator untuk mendapatkan hasil yang diinginkan.

Model ini juga menawarkan lima kualitas efektivitas, yakni :

a) Kepercayaan diri

Komunikator yang efektif selalu merasa nyaman bersama orang lain dan merasa nyaman dalam situasi komunikasi pada umumnya.

b) Kebersatuan

Kebersatuan mengacu pada penggabungan antara pembicara dan pendengar atau tercipta rasa kebersamaan dan kesatuan. Komunikator yang memperlihatkan kebersatuan mengisyaratkan minat dan perhatian. Kebersatuan menyatukan pembicara dan pendengar.

c) Manajemen Interaksi

Komunikator yang efektif mengendalikan interaksi untuk kepuasan kedua pihak. Dalam manajemen interaksi yang efektif, tidak seseorangpun merasa diabaikan atau merasa menjadi tokoh penting. Masing – masing pihak berkontribusi dalam keseluruhan komunikasi.

d) Daya Ekspresi

Mengacu pada keterampilan mengkomunikasikan keterlibatan tulus dalam interaksi antar pribadi. Kita mendemonstrasikan daya ekspresi dengan menggunakan variasi dalam kecepatan, nada,

volume dan ritme suara untuk mengisyaratkan keterlibatan dan perhatian.

e) Orientasi Kepada Orang Lain

Orientasi ini mengacu pada kemampuan kita untuk menyesuaikan diri dengan lawan bicara selama perjumpaan antar pribadi.

Orientasi ini mencakup pengomunikasian perhatian dan minat terhadap apa yang dikatakan lawan bicara.

Intinya komunikasi antar pribadi dapat dikatakan sebagai salah satu komunikasi yang penting karena dalam prosesnya diutamakan untuk bertatap muka atau secara langsung. Hal ini sedikit banyaknya dapat mengurangi kesalahpahaman dalam memberi dan menerima pesan yang disampaikan. Bila dibandingkan dengan komunikasi yang lain. Komunikasi antar pribadi dianggap paling berguna dalam mengubah sikap, kepercayaan, opini dan perilaku komunikasi. Dengan adanya pembelajaran tentang karakteristik dari efektifitas komunikasi antar pribadi maka komunikasi antar pribadi menjadi sangat efektif.

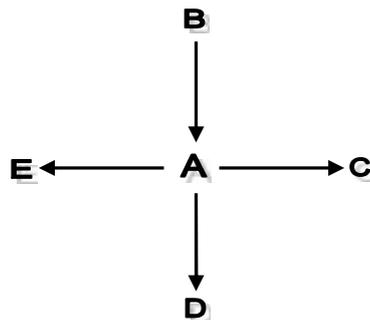
2.3 Tinjauan Tentang Pola Komunikasi

Pola komunikasi merupakan pengoperan perangsang untuk mengubah tingkah laku individu yang lain. Pola komunikasi menurut Djamarah mengatakan bahwa pola komunikasi dapat dipahami sebagai pola hubungan antara dua orang atau lebih dalam pengiriman dan penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami (Wiryanto, 2004:1).

Menurut Goldberg dan Larson pola komunikasi adalah model komunikasi yang dilakukan perorangan atau kelompok secara berulang. Pola komunikasi dapat terbentuk dari komunikasi antar individu atau kelompok (Foryst, 2004:43). Pola komunikasi merupakan model dari proses komunikasi, sehingga dengan adanya berbagai macam model komunikasi dan bagian dari proses komunikasi dapat ditentukan pola yang cocok dan mudah digunakan dalam berkomunikasi. Pola komunikasi identik dengan proses komunikasi, proses komunikasi merupakan rangkaian dari aktivitas menyampaikan pesan, sehingga diperoleh feedback dari penerima pesan. Dari proses komunikasi tersebut maka akan timbul pola komunikasi yang berkaitan erat dengan proses komunikasi.

Mudjito (Usmara, 206:102) membagi pola komunikasi menjadi empat macam yang terdiri dari :

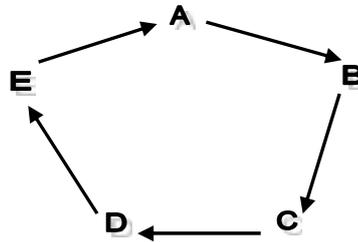
- a. Pola Roda : seseorang dapat berkomunikasi pada banyak orang.



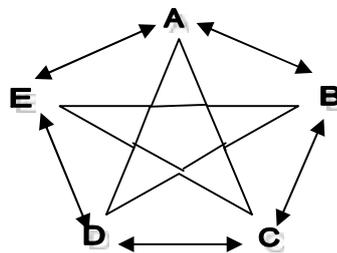
- b. Pola Rantai : seseorang berkomunikasi pada seseorang yang lain dan seterusnya.



- c. Pola Lingkar : hampir sama pada pola rantai namun orang terakhir berkomunikasi pada orang pertama.



- d. Pola Bintang : semua anggota berkomunikasi dengan semua anggota.



Berdasarkan pengertian pola komunikasi diatas, pola komunikasi yang dimaksud disini adalah gambaran tentang bentuk atau cara yang digunakan seseorang pimpinan dalam menyampaikan pesan baik secara langsung.

Dari semua uraian mengenai pola komunikasi diatas menunjukkan bahwa proses komunikasi memiliki pola, model dan bentuk yang beraneka ragam bahkan tidak menuntut kemungkinan akan adanya pola, model dan bentuk baru yang dapat di jadikan acuan bagi peneliti untuk dapat membahas pola komunikasi dikalangan *driver* dan *customernya*.

2.4 Tinjauan Tentang Gojek

Go-jek merupakan perusahaan ojek online yang sedang meningkat pesat, Gojek merupakan perusahaan yang didirikan oleh anak bangsa yang bernama Nadiem Makarim bersama temannya Michaelangelo Moran pada bulan Maret

2014. Perusahaan yang menyediakan transportasi berbasis online tersebut memberikan pelayanan utama yaitu GO-Ride melayani pengantaran penumpang, selain pengantaran penumpang, Gojek juga memberikan pelayanan seperti GO-Send melayani pengiriman barang, GO-Food melayani pemesanan makanan, GO-Mart melayani pemesanan di outlet seperti Indomaret, AlfaMart dan sejenisnya, GOBusway, GO-Tix melayani pemesanan tiket konser, dan sejenisnya, GO-Box melayani pengiriman barang dengan skala yang besar, GO-Clean melayani pembersihan rumah atau kantor, GO-Glam, serta GO-Massage melayani pemijatan. Setiap pengendara gojek akan mendapatkan masing-masing dua buah jaket, helm, dan perlengkapan masker serta tutup kepala untuk penumpang. Pelanggan dapat menentukan tempat penjemputan dan tempat pengantaran, kemudian tampil tarif yang perlu dibayar untuk layanan ini. Tarif yang ditetapkan juga tidak terlalu berbeda dengan tarif ojek pada umumnya. Dengan ditampilkannya tarif langsung saat memesan, maka pelanggan akan lebih mudah dan tahu berapa biaya yang harus disiapkan.

Sebagai perusahaan yang sedang berkembang pesat, Gojek sedang meningkatkan pelayanan dengan cara memberikan promosi harga yang terjangkau. Setiap waktu yang telah ditentukan oleh pihak Gojek termasuk jam ramai atau tidak akan memiliki perbedaan harga dan adanya fitur baru Gojek Credit yang mudah diakses oleh pelanggan melalui aplikasi Gojek yang ada di smartphone. (www.go-jek.com, diakses pada 7 Agustus 2017)

2.5 Landasan Teori

2.5.1 Teori Pertukaran Sosial (Social Exchange Theory)

Pada dasarnya, manusia sebagai makhluk sosial selalu membutuhkan orang lain dalam menjalani kehidupannya. Manusia hidup tidak sebagai makhluk tunggal atau individu melainkan sebagai bagian dari sebuah masyarakat. Oleh karena itu, diperlukan interaksi untuk memenuhi kebutuhan masing-masing individu. Interaksi yang terjadi menjadi sebuah proses komunikasi untuk mencapai tujuan atau kebutuhannya tersebut. Dalam proses ini terdapat unsur ganjaran, pengorbanan dan keuntungan. Unsur – unsur ini muncul dalam teori pertukaran sosial (Social Exchange) yang akan membantu peneliti dalam menemukan dan menganalisis penelitian ini.

Teori ini melihat hubungan antara perilaku dengan lingkungan hubungan yang saling mempengaruhi (*reciprocal*). Pada umumnya, hubungan sosial terdiri dari pada masyarakat, maka kita dan masyarakat lain dilihat mempunyai perilaku yang saling mempengaruhi dalam hubungan tersebut, yang terdapat unsur ganjaran (*reward*), pengorbanan (*cost*) dan keuntungan (*profit*).

Dalam teori pertukaran sosial (Little John: 2012, 292)., interaksi manusia layaknya sebuah transaksi ekonomi : anda mencoba untuk memaksimalkan manfaat dan memperkecil biaya Jadi perilaku sosial terdiri atas pertukaran paling sedikit antar dua orang berdasarkan perhitungan untung – rugi dengan orang lain disebut *comparison levels* (Burhan Bungin:2006, 263).

Misalnya, pola – pola perilaku di tempat kerja, percintaan, perkawinan, jasa, persahabatan – hanya akan langgeng manakala kalau semua pihak yang

terlibat merasa teruntungkan. Jadi perilaku seseorang dimunculkan karena berdasarkan perhitungannya, akan menguntungkan bagi dirinya, demikian pula sebaliknya jika merugikan maka perilaku tersebut tidak ditampilkan.

Teori ini bisa digunakan untuk meneliti fenomena hubungan sosial seseorang atau kelompok yang pindah atau berganti teman atau afiliasi kelompok. Tinggal di kelompok kemudian keluar dan masuk. Dengan menggunakan konsep – konsep dasar tersebut sebagai variabel independen dan tindakan pindah atau berganti sebagai variabel dependen (Hamiddi 2007:76).

Asumsi – asumsi dasar teori ini berasal dari sifat dasar manusia dan sifat dasar hubungan. Asumsi – asumsi ini yang dibuat oleh teori pertukaran sosial mengenai sifat dasar manusia adalah sebagai berikut :

- 1) Manusia mencapai penghargaan dan menghindari hukuman.

Pemikiran bahwa manusia mencari penghargaan dan menghindari hukuman sesuai dengan konseptualisasi dari pengurangan dorongan (Roloff, 1981). Pendekatan ini berpendapat bahwa perilaku orang dimotivasi oleh suatu mekanisme dorongan internal. Ketika orang, merasakan dorongan ini, mereka termotivasi untuk menguranginya, dan proses pelaksanakannya merupakan hal yang menyenangkan.

- 2) Manusia adalah makhluk rasional.

Bahwa manusia adalah makhluk rasional merupakan asumsi yang penting bagi teori pertukaran sosial.

- 3) Standar yang digunakan manusia untuk mengevaluasi pengorbanan dan penghargaan bervariasi seiring berjalannya waktu dan dari satu orang lainnya.

Asumsi ketiga, menunjukkan bahwa teori ini harus mempertimbangkan adanya keanekaragaman. Tak ada satu standar yang dapat digunakan pada semua orang untuk menentukan apa pengorbanan dan penghargaan itu.

Asumsi – asumsi yang dibuat oleh teori pertukaran sosial mengenai sifat dasar dari suatu hubungan :

a) Hubungan memiliki sifat ketergantungan

Dalam suatu hubungan ketika seorang partisipan mengambil suatu tindakan, baik partisipan yang satu maupun hubungan mereka secara keseluruhan akan terkena akibat.

b) Kehidupan berhubungan adalah sebuah proses

Pentingnya waktu dan perubahan dalam kehidupan suatu hubungan. Secara khusus waktu mempengaruhi pertukaran karena pengalaman – pengalaman masa lalu menuntut penilaian mengenai penghargaan dan pengorbanan, dan penilaian ini mempengaruhi pertukaran – pertukaran selanjutnya.

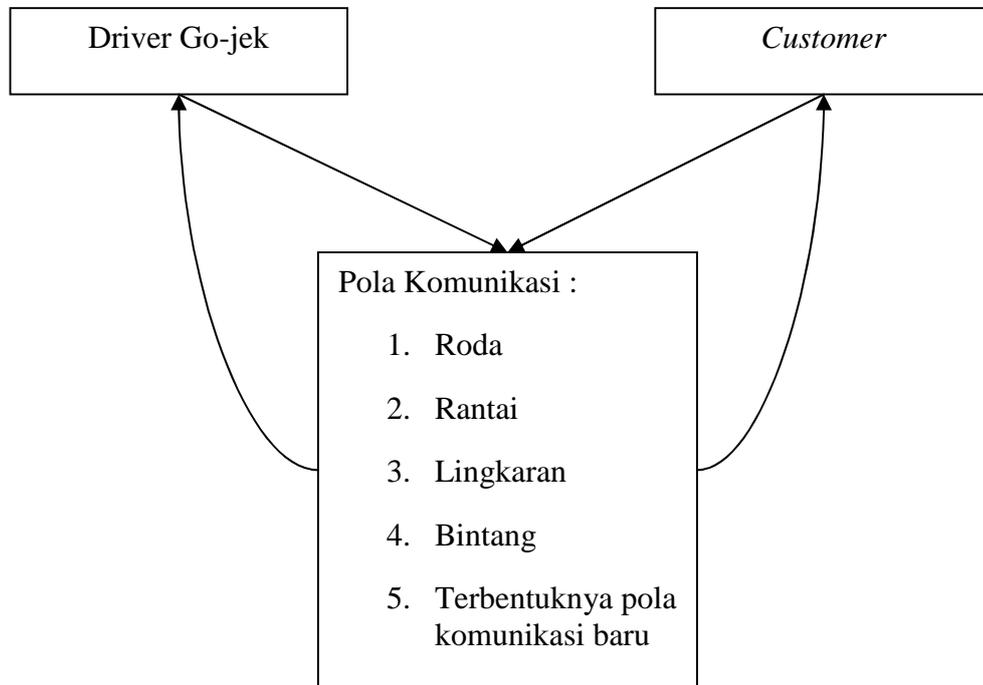
Alasan pemilihan teori ini adalah karena dalam teori pertukaran sosial terdapat elemen penting yang tidak ada dalam teori lain, yaitu asumsi – asumsi mengenai sifat dasar dari suatu hubungan, yaitu hubungan memiliki sifat ketergantungan dan kehidupan berhubungan adalah sebuah proses. Hal tersebut dapat membantu kajian penelitian mengenai pola komunikasi yang dilakukan oleh *driver* terhadap *customernya*.

2.6 Kerangka Pikir

Sudah sejatinya manusia dikodratkan sebagai makhluk sosial yaitu makhluk yang tidak dapat hidup sendiri tanpa adanya bantuan dari orang lain. Hubungan antar individu manusia memerlukan sebuah komunikasi sebagai piranti dalam berinteraksi satu sama lain.

Dalam suatu lingkungan dibutuhkan suatu bentuk komunikasi yang berguna untuk mencapai kesamaan makna agar dapat memberikan suatu stimulus kepada masyarakat untuk mempererat dan memperjelas tujuan komunikasi dalam lingkungan suatu masyarakat.

Proses komunikasi yang terjalin antara *driver* Go-jek Bandar Lampung dengan *customer* membentuk suatu pola komunikasi. Pola komunikasi tersebut merupakan bentuk atau cara yang digunakan dalam menyampaikan pesan dalam konteks hubungan dan interaksi yang berlangsung. Untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada bagan kerangka pikir sebagai berikut :

Komunikasi Antar Pribadi (KAP)**Gambar 2. Kerangka Pikir**

BAB III METODE PENELITIAN

3.1 Tipe penelitian

Penelitian ini menggunakan tipe penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan dan lain-lain. Secara holistic dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode ilmiah (Moleong, 2005:6).

Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati. Penelitian kualitatif adalah tradisi tertentu dalam ilmu pengetahuan sosial yang secara fundamental bergantung pada pengamatan manusia dan kawasannya dan dalam peristilahannya.

Penelitian kualitatif digunakan untuk meneliti objek dengan cara menuturkan, menafsirkan data yang ada, ada pelaksanaannya melalui pengumpulan, penyusunan, analisa dan interpretasi data yang diteliti pada masa sekarang. Tipe peneliti ini dianggap sangat relevan untuk dipakai karena menggambarkan keadaan

objek yang ada pada masa sekarang secara kualitatif berdasarkan data yang diperoleh dari penelitian.

Penelitian kualitatif dalam penelitian ini dimaksudkan untuk mendapatkan gambaran dan keterangan-keterangan secara jelas dan faktual. Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis dan menggambarkan mengenai pola komunikasi antar pribadi *driver* gojek dalam meningkatkan nilai elektabilitas terhadap *customer* di Bandar Lampung. Menurut Bogdan dan Taylor dalam Moelong (Moelong 2005:7), kualitatif adalah sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tulisan atau lisan dari orang lain atau perilaku yang dapat diamati.

Penelitian kualitatif merupakan penelitian yang berusaha melihat kebenaran-kebenaran atau membenarkan kebenaran, namun di dalam melihat kebenaran tersebut, tidak selalu dapat dan cukup didapat dengan melihat sesuatu yang nyata, akan tetapi kadangkala perlu pula melihat sesuatu yang nyata, akan tetapi kadangkala perlu pula melihat sesuatu yang bersifat tersembunyi, dan harus melacaknya lebih jauh ke balik sesuatu yang nyata tersebut.

3.2 Fokus penelitian

Pada penelitian kualitatif, fokus penelitian memegang peranan yang sangat penting. Menurut Strauss dan Corbin (Moleong 2004:43) fokus penelitian bertujuan untuk membatasi peneliti, sehingga terhindar dan tidak terjebak dalam pengumpulan data pada bidang yang sangat umum dan luas atau kurang relevan

dengan perumusan masalah dan tujuan penelitian. Selain itu, penentuan fokus penelitian berfungsi untuk memilih data yang relevan dan tidak relevan meskipun menarik maka tidak perlu dimasukkan ke dalam data yang sedang dikumpulkan.

Fokus penelitian ini sangat penting dijadikan sarana untuk memandu dan mengarahkan jalannya penelitian, berpedoman kepada fokus penelitian, maka peneliti membatasi bidang-bidang temuan dengan arahan fokus penelitian, peneliti akan mengetahui dengan pasti data mana yang perlu dimasukkan kedalam sejumlah data yang sedang dikumpulkan.

Fokus dalam penelitian ini adalah sesuai dengan pengertian Pola komunikasi menurut Face dan Faules yaitu “bagaimana kebiasaan dari suatu kelompok untuk berinteraksi, bertukar informasi, pikiran dan pengetahuan. Pola komunikasi juga dapat dikatakan sebagai cara seseorang atau kelompok berinteraksi dengan menggunakan simbol-simbol yang telah disepakati sebelumnya” (Faules 2002:171). Berdasarkan penjelasan tersebut, fokus penelitian dalam penelitian ini sesuai dengan rumusan masalah dan tujuan penelitian yaitu mengetahui Model Komunikasi efektif yang dilakukan oleh *driver* Go-Jek dalam meningkatkan nilai elektabilitas Go-Jek di Bandar Lampung.

3.3 Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif. Metode deskriptif bertujuan untuk menggambarkan keadaan atau fenomena serta untuk mengetahui hal-hal yang berhubungan dengan sesuatu keadaan. Seperti dikemukakan oleh Arikunto bahwa penelitian ini bertujuan menggali secara luas

tentang hal-hal atau sebab-sebab yang mempengaruhi terjadinya sesuatu (Arikunto 2006:46)

3.4 Sumber Data

Sumber data dalam penelitian ini meliputi :

- a. Data Primer yaitu data yang diperoleh dengan cara mengenali dari sumber secara langsung terhadap informan dengan cara bertatap muka dan wawancara. Sumber data primer ini berupa data catatan peneliti tentang pengalaman dan pengetahuan informan, karena dianggap sebagai orang yang berkaitan atau mengetahui seluk beluk permasalahan. Data informan dalam penelitian ini diperoleh dari wawancara kepada informan.
- b. Data Sekunder, adalah data yang digunakan untuk mendukung data primer, serta data tambahan dari berbagai sumber, seperti buku literatur, data-data dari sekolah dan sumber lain yang terkait dengan penelitian
- c. Observasi, adalah proses memahami pengetahuan dari sebuah fenomena berdasarkan pengetahuan dan gagasan yang sudah diketahui sebelumnya, untuk mendapatkan informasi-informasi yang dibutuhkan untuk melakukan suatu penelitian.

3.5 Informan Penelitian

Menurut Moleong penelitian kualitatif pada umumnya mengambil jumlah informan yang lebih kecil dibandingkan dengan bentuk penelitian lainnya. Untuk memperoleh informasi yang diharapkan, peneliti terlebih dahulu menentukan informan yang akan dimintai informasinya.

Adapun informan penelitian ini dipilih menggunakan teknik *sampling snowball* dan informan merupakan *driver* aktif (tidak bekerja di perusahaan lain) sesuai dengan karakteristik yang telah ditentukan peneliti adalah sebagai berikut :

Tabel 3. Informan Penelitian

No.	NAMA	P/L	USIA
1	Suwandi	L	28tahun
2	Maulana	L	32tahun
3	Fery Aryesta	L	26tahun
4	Herry	L	24tahun
5	Handy	L	30tahun
6	Edwin Agung	L	36tahun
7	Heriyanto	L	21tahun
8	Indra Wahyudi	L	35tahun
9	Wahyu	L	29tahun
10	Roby Satriadi	L	27tahun
11	M. Toha Rony	L	44tahun
12	Bima Ajie Perwira	L	24tahun

(sumber data : kantor gojek, 11 Mei 2017 pukul 14.00 WIB)

3.6 Teknik Pengumpulan Data

Untuk memperoleh data yang benar-benar akurat dan sesuai dengan yang diharapkan maka penelitian ini menggunakan proses dan tehnik pengumpulan data sebagaimana disebutkan Moelong sebagai berikut :

a. Proses Memasuki Lokasi Penelitian

Sebelum memasuki lokasi penelitian untuk memperoleh berbagai data, maka pada tahap ini terlebih dahulu peneliti meminta izin dan memperkenalkan diri kepada informan penelitian dan aparat pemerintah setempat dengan membawa surat izin formal penelitian.

b. Proses Ketika Berada di Lokasi Penelitian (*Getting Along*)

Pada proses ini, peneliti berusaha melakukan hubungan secara pribadi yang akrab dengan para informan, mencari informasi dan berbagai sumber data yang lengkap dan berusaha menangkap makna inti dari berbagai informasi yang diterima serta masalah yang diamati. Peneliti berusaha sebijak mungkin sehingga tidak menyinggung informasi terkait pertanyaan yang diajukan dalam proses wawancara.

c. Proses Pengumpulan Data (*Logging Data*)

Pada proses ini, peneliti melakukan proses pengumpulan data yang telah ditetapkan berdasarkan fokus penelitian yang telah ditetapkan sebelumnya. Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a). Interview (wawancara), yaitu tehnik yang digunakan untuk memperoleh data melalui percakapan langsung dengan para informan yang berkaitan dengan masalah penelitian, dengan menggunakan pedoman wawancara.
- b). Observasi (pengamatan), yaitu tehnik yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan dan pencatatan terhadap objek yang diteliti.
- c). Dokumentasi, yaitu tehnik yang digunakan untuk mengumpulkan data dengan cara melakukan pengamatan dan pencatatan terhadap objek yang diteliti.

3.7 Teknik Analisis Data

Analisis data adalah proses penyederhanaan data kedalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan diinterpretasikan. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis deskriptif kualitatif, yaitu menggambarkan secara terperinci, menginterpretasikan dan menilai data serta kondisi objek yang ada dilapangan digambarkan dalam bentuk kalimat-kalimat yang dilengkapi dengan keterangan-keterangan yang mendukung sehingga dapat dibaca dan dimengerti dengan permasalahan yang akan diangkat memungkinkan dan dapat dijelaskan dengan menggunakan metode penelitian pendekatan deskriptif.

Menurut Sukiono , aktivitas dalam analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan berlangsung secara terus menerus sampai tuntas, aktivitas dalam analisis data tersebut akan melalui proses sebagai berikut :

a. Reduksi data (*data reduction*)

Reduksi data diartikan sebagai proses pemilihan, pemusatan perhatian pada penyederhanaan, pengabstrakan dan transformasi data "kasar" yang muncul dari catatan tertulis dilapangan.

b. Penyajian data (*data display*)

Kegiatan penyajian data dalam bentuk yang disesuaikan atau diklarifikasi untuk mempermudah peneliti dalam menguasai data dan tidak terbenam dengan setumpuk data.

c. Penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verification*)

Peneliti berusaha mencari arti, pola-pola, penjelasan, konfigurasi-konfigurasi dan alur sebab-akibat serta proposisi. Kesimpulan harus senantiasa diuji selama penelitian berlangsung, dengan cara penambahan data baru.

BAB IV

GAMBARAN UMUM LOKASI PENELITIAN

4.1 Sejarah Singkat Kota Bandar Lampung

Sebelum tanggal 18 maret propinsi Lampung merupakan keresidenan. Berdasarkan peraturan pemerintah pengganti undang – undang No. 3 tahun 1964, yang kemudian menjadi undang – undang No. 14 tahun 1964. Keresidenan lampung ditingkatkan menjadi provinsi Lampung dengan Ibu Kotanya Tanjungkarang – Telukbetung. Selanjutnya berdasarkan Peraturan pemerintah No. 24 tahun 1983, kotamadya Daerah Tingkat ii Bandar Lampung terhitung sejak tanggal 17 juni 1983, dan sejak tahun 1999 berubah nama menjadi Kota Bandar Lampung.

Dengan undang – undang No. 5 tahun 1075 dan Peraturan pemerintah No. 3 tahun 1982 tentang perubahan wilayah maka kota Bandar Lampung diperluas dengan pemekaran dari 4 kecamatan 30 kelurahan menjadi 9 kecamatan dengan 58 kelurahan. Berdasarkan surat keputusan Gubernur KHD Tingkat I Lampung No. G/185.B.111/Hk/1988 tanggal 6 juli 1988 serta surat persetujuan MENDAGRI Nomor 140/1799/POUD tanggal 19 Mei 1987 tentang pemekaran kelurahan di wilayah Kota Bandar Lampung Nomor 4 tahun 2001 tentang pembentukan, penghapusan, dan penggabungan kecamatan dan kelurahan dalam Kota bandar

Lampung, maka Kota Bandar Lampung menjadi 13 Kecamatan dengan 98 kelurahan.

4.2 Keadaan Geografi Kota Bandar Lampung

Kota Bandar Lampung merupakan Ibu Kota Provinsi Lampung oleh karena itu Ibu Kota Bandar Lampung selain merupakan pusat kegiatan pemerintah, sosial, politik, pendidikan, dan kebudayaan, juga merupakan pusat kegiatan perekonomian daerah Lampung. Kota Bandar Lampung terletak pada tempat yang strategis karena dijadikan sebagai daerah transit antara pulau Sumatera dan Pulau Jawa. Sehingga menguntungkan bagi pertumbuhan dan perkembangan Kota Bandar Lampung sebagai pusat perdagangan, industri, dan pariwisata.

Secara geografis Kota Bandar Lampung terletak pada 5°20' sampai 5°30' lintang selatan dan 105°28' sampai dengan 105°37' bujur timur, letak tersebut berada pada Teluk Lampung di ujung selatan pulau Sumatera. Kota Bandar Lampung memiliki luas wilayah 192 Km² terdiri dari 13 kecamatan dan 96 kelurahan.

Secara administratif batas daerah Kota Bandar Lampung adalah :

1. Sebelah utara berbatasan dengan kecamatan Natar Kabupaten Lampung Selatan.
2. Sebelah selatan berdasarkan dengan kecamatan Padang Cermin dan kecamatan Ketibung kabupaten Lampung Selatan serta Teluk Lampung.
3. Sebelah barat perbatasan dengan kecamatan Gedung Tataan dan Padang cermin Kabupaten Pesawaran.
4. Sebelah timur berbatasan dengan kecamatan Tanjung Bintang kabupaten Lampung Selatan.

4.3 Keadaan Topografi Kota Bandar Lampung

Kota Bandar Lampung terletak pada ketinggian 0 sampai 700 meter di atas permukaan laut dengan topografi yang terdiri dari :

1. Daerah pantai yaitu sekitar Teluk Betung bagian selatan dan Panjang.
2. Daerah perbukitannya yaitu sekitar Teluk Betung bagian Utara.
3. Daerah dataran tinggi serta sedikit bergelombang terdapat disekitar Tanjung karna bagian barat yang dipengaruhi oleh gunung Balau serta perbukitan Batu Serampok bagian timur selatan.
4. Teluk Lampung dan pulau – pulau Kecil bagian selatan.

Ditengah – tengah mengalir sungai – sungai yaitu Way Halim, Way Balau, Way Awi, Way Simpur di wilayah Tanjung Karang, dan Way Kuripan, Way Kupang, Way Garuntang, Way Kuwala mengalir di wilayah Teluk Betung. Daerah hulu sungai berada di bagian barat. Daerah hilir sungai berada di selatan yaitu pada daerah pantai. Luas wilayah datar sampai lantai 60 persen, landau sampai miring 35 persen sangat miring sampai curah 4 persen.

Wilayah Kota Bandar Lampung sebagian merupakan wilayah perbukitan, yaitu diantaranya bernama: Gunung Kuyit, Gunung Kulutum, Gunung Baten, Gunung Kucing, dan Gunung Kapuk.

4.4 Keadaan Penduduk Kota Bandar Lampung

Kota Bandar Lampung memiliki penduduk yang heterogen, hal ini mengakibatkan tumbuhnya bermacam – macam budaya asli daerah. Heterogen ini pula menimbulkan perbedaan dalam hal budaya, kebiasaan, bahasa, serta perilaku masyarakatnya. Demikian pula pertumbuhan penduduk yang terus meningkat dari tahun ke tahun. Berdasarkan sensus BPS. Kota ini memiliki populasi penduduk sebanyak 1.446.160 jiwa (sensus 2012), dengan luas wilayah sekitar 197,22 km², maka Bandar Lampung memiliki kepadatan penduduk 8.546 jiwa/km² dan tingkat pertumbuhan penduduk 1,79% per tahun. (sumber data : Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil Provinsi Lampung)

4.5 Logo Go-jek



Gambar 3 . Logo Go-jek

Logo tersebut memiliki arti kecepatan akses pelayanan yang lebih cepat. Dengan jargon “An Ojek For Every Need” yang berarti “Ojek untuk segala kebutuhan”, yang mana ketika kita menggunakan aplikasi Go-jek kita dapat mengakses beberapa pelayanan khusus diantaranya pelayanan GO-Send melayani pengiriman barang, GO-Food melayani pemesanan makanan, GO-Mart melayani pemesanan di outlet seperti Indomaret, AlfaMart dan

sejenisnya, GOBusway, GO-Tix melayani pemesanan tiket konser, dan sejenisnya, GO-Box melayani pengiriman barang dengan skala yang besar, GO-Clean melayani pembersihan rumah atau kantor, GO-Glam, serta GO-Massage melayani pijatan.

4.6 Kepemilikan Go-jek

Gojek merupakan perusahaan yang didirikan oleh anak bangsa yang bernama Nadiem Makarim bersama temannya Michaelangelo Moran pada bulan Maret 2014. Perusahaan yang menyediakan transportasi berbasis online tersebut memberikan pelayanan utama yaitu GO-Ride melayani pengantaran penumpang, selain pengantaran penumpang, Gojek juga memberikan pelayanan seperti GO-Send melayani pengiriman barang, GO-Food melayani pemesanan makanan, GO-Mart melayani pemesanan di outlet seperti Indomaret, AlfaMart dan sejenisnya, GOBusway, GO-Tix melayani pemesanan tiket konser, dan sejenisnya, GO-Box melayani pengiriman barang dengan skala yang besar, GO-Clean melayani pembersihan rumah atau kantor, GO-Glam, serta GO-Massage melayani pijatan. Setiap pengendara gojek akan mendapatkan masing-masing dua buah jaket, helm, dan perlengkapan masker serta tutup kepala untuk penumpang. Pelanggan dapat menentukan tempat penjemputan dan tempat pengantaran, kemudian tampil tarif yang perlu dibayar untuk layanan ini. Tarif yang ditetapkan juga tidak terlalu berbeda dengan tarif ojek pada umumnya. Dengan ditampilkannya tarif langsung saat memesan, maka pelanggan akan lebih mudah dan tahu berapa biaya yang harus disiapkan.

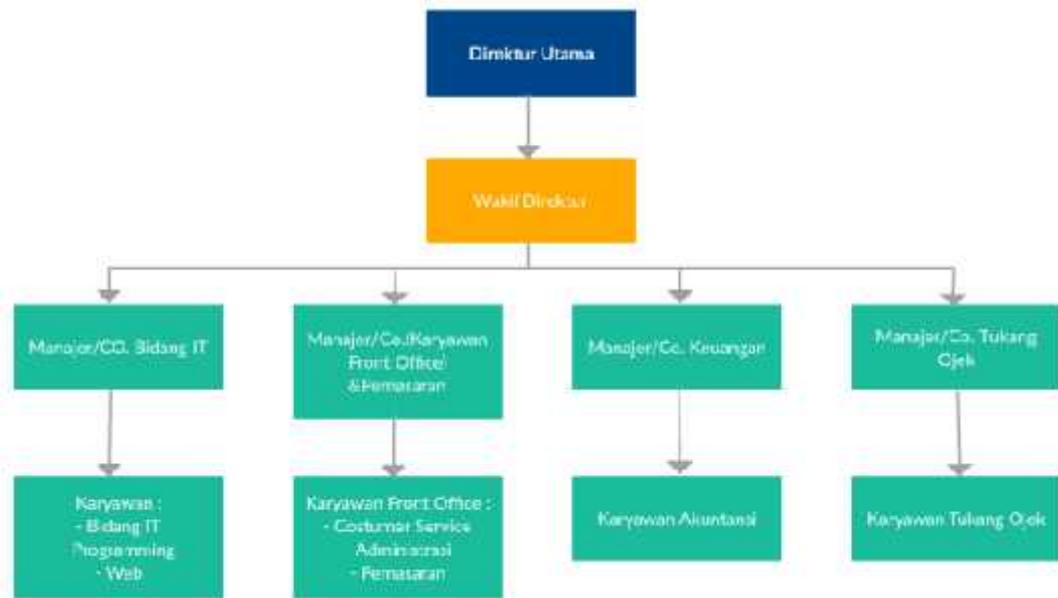
Setiap waktu yang telah ditentukan oleh pihak Gojek termasuk jam ramai atau tidak akan memiliki perbedaan harga dan adanya fitur baru Gojek Credit yang mudah diakses oleh pelanggan melalui aplikasi Gojek yang ada di smartphone. (www.go-jek.com, diakses pada 7 Agustus 2017)

4.7 Struktur Organisasi Go-jek Pusat



Gambar 4. Struktur organisasi Go-jek pusat

4.8 Struktur Organisasi Gojek Area Bandar Lampung



Gambar 5. Struktur organisasi Go-jek area Bandar Lampung

4.9 Lokasi Kantor Go-jek di Kota Bandar Lampung

Kantor ini menjadi tempat berkumpul para *driver* Go-jek untuk mengambil *accessories* pelayanan untuk *customer* yaitu Helm dan masker. Kantor Go-jek Lampung beralamat di Jalan M. Husni Thamrin No. 57E Teluk Betung Bandar Lampung.

4.10 Visi dan Misi PT. Gojek Indonesia

- Visi :

“Membantu memperbaiki struktur transportasi di Indonesia, mmberikan kemudahan bagi masyarakat dalam melaksanakan pekerjaan sehari-hari seperti pengiriman dokumen, belanja harian, dengan menggunakan layanan fasilitas kurir, serta turut mensejahterakan kehidupan tukang ojek di Jakarta dan Indonesia kedepannya”

- Misi :

1. Menjadikan PT Go-Jek Indonesia sebagai jasa transportasi tercepat dalam melayani kebutuhan masyarakat Indonesia.
2. Menjadikan PT Go-Jek Indonesia sebagai acuan pelaksanaan kepatuhan dan tata kelola struktur transportasi yang baik dengan menggunakan kemajuan teknologi.
3. Meningkatkan kepedulian dan tanggung jawab terhadap lingkungan dan sosial.
4. Memberikan layanan prima dan solusi yang bernilai tambah kepada pelanggan. (www.go-jek.com, diakses pada 8 januari 2018)

BAB VI SIMPULAN DAN SARAN

6.1 Simpulan

Kesimpulan yang diperoleh dalam penelitian Pola Komunikasi *Driver* Go-jek di Bandar Lampung adalah sebagai berikut :

1.) Gojek merupakan sebuah perusahaan asal Indonesia yang melayani angkutan umum melalui jasa ojek berbasis online, didirikan pada tahun 2010 di Jakarta oleh Nadiem Makarim, namun di Bandar Lampung Gojek baru beroperasi di awal tahun 2017.

2.) Dalam proses pemesanan layanan aplikasi Go-jek membentuk tahapan tahapan. yaitu 1). Download aplikasi Go-jek di App store, Play Store, atau alat pengunduh aplikasi lainnya, 2). Masuk aplikasi Go-jek, 3). Registrasi awal sebagai identitas pengguna layanan Go-jek, 4). masukkan alamat penjemputan di kolom “set lokasi jemput”, 5). masukkan alamat tujuan di kolom “tujuan anda”, 6). pilih opsi pembayaran (tunai/nontunai(cashless), 7). Setelah melengkapi data informasi aplikasi akan mencarikan *driver* terdekat, 8). *Driver* akan menghubungi *customer*, 9). *driver* akan menjemput dan mengantar *customer* sesuai tujuan, dan yang terakhir 10). *customer* membayar tarif yang tertera di aplikasi.

3.) Komunikasi antara *driver* dan *customer* merupakan salah satu proses dari pelayanan Go-jek. Komunikasi tersebut meliputi

pembicaraan mengenai lokasi penjemputan, arah tujuan, penawaran fasilitas, dan pembicaraan terkait hubungan antara *driver* dan *customer* lainnya. Dilatar belakangi hal tersebut maka didapatkan pola komunikasi yang terjalin antara *driver* dan *customer*. Pola komunikasi tersebut adalah pola komunikasi aplikatif *driver* Go-jek pada *Customer* di Bandar Lampung.

4). Pola komunikasi tersebut bermula dari *driver* sebagai (*source*) menghubungi *customer* (*receiver*) melalui aplikasi Go-jek (*channel*) ataupun sebaliknya *customer* sebagai (*source*) menghubungi *driver* (*receiver*) melalui aplikasi Go-jek (*channel*). Setelah itu *driver* ataupun *customer* akan memberikan pesan (*massagge*) sebagai bentuk konfirmasi . Setelah pesan telah diterima, maka komunikasi antar pribadi (antara *driver* dan *customer*) akan terjalin. Komunikasi tersebut meliputi pembicaraan mengenai arah tujuan yang *customer* inginkan, penawaran fasilitas seperti helm, masker, atau jas hujan jika hujan, penawaran pengisian Go-pay (pembayaran non tunai/*cashless*) dan pembicaraan terkait hubungan antara *driver* dan *customer* lainnya sebagai bentuk pendekatan diri. Dalam berkomunikasi sesuai standar layanan *driver* dituntut untuk bersikap ramah dan sopan, maka disebabkan hal tersebut *driver* tidak perlu menanyakan hal yang kurang penting, dikarenakan tidak semua *customer* memberikan *feedback* (umpan balik) yang baik kepada *driver*. Melalui komunikasi antar pribadi yang terjadi maka akan menimbulkan efek. Dengan kata lain, jika *driver* melayani dengan

baik *customer* pun akan memberikan *feedback* (umpan balik) yang baik pula dan tetap memilih Go-jek sebagai ojek online pilihannya. Efek tersebut akan dirasakan oleh *driver* dan *customer* kembali, *customer* merasa nyaman maka *driver* akan mendapatkan keuntungan.

5). Dalam hubungan driver pada customernya terdapat hubungan yang saling mempengaruhi (*reciprocal*). Artinya, hubungan antara driver dan customernya terdapat unsur imbalan (*reward*), pengorbanan (*cost*) dan keuntungan (*profit*). Dalam teori pertukaran sosial ini terdapat istilah *comparison levels* yaitu ukuran bagi keseimbangan pertukaran antara untung dan rugi dalam hubungan dengan orang lain, seperti misalnya hubungan antara driver dan customernya. Apabila hubungan ini mengacu pada teori perspektif pertukaran sosial (*social exchange*) ada dua kemungkinan yang dapat diprediksi yaitu hubungan yang baik atau hubungan yang tidak baik. Dikatakan driver dan customernya menjalin hubungan, jika driver memberikan ganjaran yang positif maka hubungan mereka akan baik. Ganjaran tersebut misalnya driver memberikan pelayanan dengan tulus, berkomunikasi dengan sopan serta ramah dan ganjaran positif lainnya. Akan tetapi akan berbeda jika driver memberikan sebuah kerugian terhadap customernya, hubungan antara driver dan customer kemungkinan besar tidak akan berjalan dengan baik.

6.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan, peneliti mengajukan beberapa saran sebagai berikut :

- 1) Dengan adanya sidak dadakan yang dilakukan oleh PT. Gojek Indonesia maka dapat mengurangi kecurangan – kecurangan yang dilakukan oleh driver Go-jek. Salah satunya yaitu driver yang menggunakan akun palsu, yang mana driver – driver yang menggunakan akun palsu ini dapat terindikasi melakukan kejahatan. Jika terbukti adanya driver yang menggunakan akun palsu, pemutusan hubungan kerja (PHK) merupakan hal yang perlu PT. Go-jek Indonesia lakukan guna menjaga kualitas layanan kepada pelanggan sekaligus untuk menghargai mitra – mitra lain yang bekerja secara baik dan jujur.
- 2) Dengan adanya sikap saling menghormati antara *driver* dan *customer*, maka interaksi yang terjadi akan memberikan hasil yang baik. *Driver* akan mendapatkan penilaian yang tinggi, dan *customer* akan mendapatkan pelayanan yang terbaik.
- 3) Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya yang berkaitan dengan pola komunikasi *driver* Go-jek pada *customernya*.
- 4) Bagi peneliti selanjutnya, diharapkan dapat menambah tinjauan pustaka dengan teori – teori yang lebih lengkap. Selain itu, subjek yang digunakan bisa lebih bervariasi agar hasil yang didapatkan

semakin kuat dan diharapkan bagi peneliti selanjutnya, dapat mengembangkan penelitian melalui sudut pandang yang berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Arifin, Anwar. 2006. *Ilmu Komunikasi : sebuah pengantar ringkas*. Jakarta. PT. Raja Grafindo Persada
- Arikunto, Suharsimi. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta. Rineka Cipta
- A.W, Widjaja. 2000. *Ilmu Komunikasi Pengantar Studi*. Jakarta : PT RinekaCipta
- Beebe, Steven & Redmond, Mark, 2008. *Interpersonal Communication*. USA: Pearson Education
- Cangara, Hafield. 1998. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- Devito, Joseph. A. 2007. *Communicology: An Introductio to The Study of Communication*. Harper & Row, Publishing, New York-London
- Effendy, Onong Uchjana. 2000. *Dimensi-Dimensi Komunikasi, Mandar Maju*. Bandung
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Komunikasi Teori & Praktek*. Bandung : PT. Remaja Rosdakarya
- Harold D, Laswell. 2009. *Structure an Function of Communication in Societdalam*. Wilbur Schramm
- Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Rosda
- Mulyana, Deddy. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT RemajaRosdakarya
- Moleong, L.J. 2001. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nasution, S. 2009. *Metode Reseach*. Bandung: Bumi Aksara
- Rakhmat, Jalaludin. 2001. *Metode Penelitian Komunikasi. Bandung* : Remaja Rosdakarya
- Sugiyono, 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung. Alfabeta
- Fuji, Astri. (2016). *Analisis Kepuasan Konsumen Gojek di Wilayah Kota Bandung*. Politeknik Negeri Bandung. Bandung.
- Walgito, B. 2000. *Bimbingan dan Konseling (Studi dan karier)* : Andi Offset. Yogyakarta.

Irman. *Pola-pola Komunikasi*. Irmanfsp.tk, diakses tanggal 05 April 2017

Nawawi, Zoel. 2011. Teori Komunikasi Antar Pribadi dan Relationship. Blogspot.co.id, dikases pada tanggal 05 April 2017

Pengertian Komunikasi Antar Pribadi. 2012. Dittanisa.blogspot.co.od, diakses pada tanggal 12 April 2017

Pendaftaran Gojek lampung. 2017. www.senikoding.com, diakses pada tanggal 13 April 2017

Logo Go-jek. www.ftijayabaya.ac.id, diakses pada tanggal 20 September 2017

www.go-jek.com, diakses pada 22 & 23 Desember 2017