

# **GAYA KOMUNIKASI PENGEMUDI GO-RIDE DENGAN PELANGGAN DALAM MEMBERIKAN LAYANAN JASA TRANSPORTASI DI KOTA SAMARINDA**

**Fatimah Salma<sup>1</sup>, Erwiantono<sup>2</sup>, Kadek Dristiana<sup>3</sup>**

## **Abstrak**

*Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mendeskripsikan dan menjelaskan bagaimana gaya komunikasi yang diterapkan oleh pengemudi Go-Ride serta memberikan solusi untuk penyelesaian masalah dalam memberikan layanan jasa transportasi kepada pelanggan.*

*Setiap orang mempunyai karakteristik yang berbeda-beda dalam menyampaikan pesan kepada orang lain. Hal tersebut mempengaruhi cara berkomunikasi seseorang baik dalam bentuk perilaku maupun perbuatan atau tindakan. Cara berkomunikasi tersebut disebut dengan gaya komunikasi. Menggunakan gaya komunikasi yang tepat dapat membantu meningkatkan kualitas pelayanan dan hal tersebut mempengaruhi pelanggan atau konsumen memberikan keputusan dalam menilai tingkat layanan yang diberikan oleh pemberi jasa dalam hal ini pengemudi Go-Ride.*

*Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode deskriptif kualitatif. Sumber data yang digunakan adalah sumber data primer dan sekunder. Penelitian ini menggunakan teknik purposive sampling dalam memilih narasumber dengan kriteria tertentu.*

*Hasil Penelitian ini menunjukkan bahwa dari enam gaya komunikasi, hanya terdapat empat gaya komunikasi yang diterapkan oleh pengemudi Go-Ride di Kota Samarinda. Gaya Komunikasi tersebut yaitu : The Controlling Style, The Equalitarian Style, The Structuring Style dan The Withdrawal Style. Namun, dari keempat gaya komunikasi tersebut, penggunaan gaya komunikasi the controlling style mendapat respon negatif dari pelanggan. Sedangkan gaya komunikasi yang cenderung sering digunakan yaitu the structuring style.*

**Kata Kunci:** *Gaya Komunikasi, Pengemudi Go-Ride, Pelanggan, Layanan Jasa*

## **PENDAHULUAN**

Di Indonesia, ada beberapa perusahaan besar yang bergerak di bidang transportasi online. Namun dari beberapa transportasi berbasis aplikasi online yang terdapat di Indonesia, Go-Jek merupakan transportasi yang paling banyak digunakan oleh masyarakat. Hal tersebut berdasarkan lembaga riset global

---

<sup>1</sup> Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman. Email: Fatimahsalma26@gmail.com

<sup>2</sup> Dosen Pembimbing I dan Staf Pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.

<sup>3</sup> Dosen Pembimbing II dan Staf Pengajar Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Mulawarman.

*Growth for Knowledge* (GfK) Indonesia tahun 2016 membuktikan bahwa untuk aplikasi transportasi, Go-Jek paling banyak digunakan. Total pengguna aplikasi online Go-Jek mencapai 21,6%, sementara Grab mencapai angka pengguna 6,4%. Selain itu, berdasarkan survey DailySocial.id Tahun 2018 juga menunjukkan bahwa sebanyak 85,22% responden menggunakan layanan transportasi Go-Jek. Sementara responden yang menggunakan Grab hanya 66,24% dan Uber sekitar 50%.

Salah satu layanan dalam Go-Jek yang paling diminati masyarakat yaitu layanan Go-Ride. Go-Ride merupakan salah satu layanan ojek online yang memberikan layanan pengantaran pelanggan dari tempat penjemputan ke tempat tujuan. Walaupun Go-Ride sudah tidak asing lagi di kalangan masyarakat, jasa dibidang transportasi ini harus tetap memperhatikan kenyamanan, keamanan, serta kepuasan konsumennya. Pemberian motivasi sendiri diharapkan dapat menunjang kinerja karyawan agar bekerja lebih baik, lebih giat, lebih merasa tertantang dengan pekerjaannya, lebih keras dan sesuai dengan harapan perusahaan dan atasan, sehingga akan mampu untuk menunjukkan kemampuan yang ia miliki, dan mengembangkan kemampuan yang ia miliki, dan lebih bertanggung jawab terhadap apa yang ia kerjakan.

Namun kenyataannya, berdasarkan hasil survey yang telah dilakukan oleh Yayasan Lembaga Konsumen Indonesia (YLKI) tahun 2017 menyatakan bahwa sebanyak 41% pelanggan mengaku pernah dikecewakan atau kurang puas oleh pelayanan ojek online. Salah satu penyebabnya adalah komunikasi yang tidak berjalan baik antara pengemudi ojek *online* dan pelanggannya.

Berdasarkan hasil wawancara pra-penelitian terhadap beberapa pelanggan Go-Ride, beberapa pelanggan menyatakan kurang puas terhadap pelayanan Go-Ride karena beberapa alasan diantaranya, pengemudi minta dibatalkan orderannya ketika merasa jarak penjemputan pelanggan terlalu jauh, pembatalan sepihak dari pengemudi serta beberapa pengemudi tidak menyediakan jas hujan.

Peran pengemudi Go-Ride dianggap sangat penting bagi perusahaan. Dalam aktivitasnya memberikan layanan jasa transportasi tidak terlepas dari kegiatan komunikasi. Dalam melakukan aktivitas komunikasi tidak lepas dari gaya komunikasinya. Menggunakan gaya komunikasi yang tepat dapat membantu meningkatkan kualitas pelayanan dan hal tersebut mempengaruhi pelanggan atau konsumen memberikan keputusan dalam menilai tingkat layanan yang diberikan oleh pemberi jasa dalam hal ini pengemudi Go-Ride.

Berdasarkan uraian di atas, maka judul dari penelitian ini adalah **“Gaya Komunikasi Pengemudi Go-Ride Dengan Pelanggan Dalam Memberikan Layanan Jasa Transportasi di Kota Samarinda”**.

### ***Rumusan Masalah***

Berdasarkan pada latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana gaya komunikasi yang diterapkan oleh pengemudi Go-Ride dalam memberikan layanan jasa transportasi kepada pelanggan?”

### ***Tujuan Penelitian***

Berdasarkan rumusan masalah di atas, maka yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana gaya komunikasi yang diterapkan oleh pengemudi Go-Ride serta memberikan solusi untuk penyelesaian masalah dalam memberikan layanan jasa transportasi kepada pelanggan.

### ***Manfaat Penelitian***

- a. Manfaat Teoritis, diharapkan dapat memberikan kontribusi terhadap ilmu pengetahuan dalam bidang Ilmu Komunikasi khususnya mengenai gaya komunikasi. Tambahan wawasan serta pengetahuan dan kemampuan dalam membuat karya ilmiah bagi penulis.
- b. Manfaat Praktis, diharapkan berguna bagi pembaca, dimana hasil penelitian ini dapat berguna sebagai bahan informasi dan evaluasi serta dapat menambah pengetahuan yang berkaitan dengan bagaimana penerapan gaya komunikasi yang baik.

### ***Teori dan Konsep***

#### ***Komunikasi***

Secara etimologis atau menurut asal katanya, istilah komunikasi berasal dari bahasa Latin *communicatio* yang berarti ‘pemberitahuan’ atau ‘pertukaran pikiran’ dan bersumber dari kata *communis* yang berarti ‘sama’ yang disini maksudnya adalah sama makna. Jadi secara garis besar, dalam suatu proses komunikasi haruslah terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi suatu pertukaran pikiran dan pengertian antara komunikator dan komunikan.

Menurut Effendy (2008:05) komunikasi adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberi tahu atau untuk mengubah sikap, pendapat, atau perilaku, baik langsung secara lisan, maupun tak langsung melalui media. Dalam definisi tersebut tersimpul tujuan, yakni memberi tahu atau mengubah sikap (*attitude*), pendapat (*opinion*), atau perilaku (*behavior*).

#### ***Gaya Komunikasi***

Gaya komunikasi atau *communication style* yaitu tentang bagaimana perilaku orang-orang dalam suatu organisasi ketika mereka melaksanakan tindak berbagi informasi dan gagasan. Serta gaya komunikasi mengkaji jenis-jenis kekuasaan yang digunakan oleh orang-orang dalam tataran manajemen sewaktu mereka mencoba mempengaruhi bawahan. Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respon atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula (Fajar, 2009:128).

#### ***Macam-Macam Gaya Komunikasi***

Menurut Steward L. Tubbs dan Sylvia Moss dalam Fajar (2009:129) terdapat enam gaya komunikasi yang nampak dalam organisasi, yaitu:

1. Gaya Komunikasi Mengendalikan (*Controlling Style*)

- Gaya komunikasi ini bersifat mengendalikan, ditandai dengan adanya suatu kehendak atau maksud untuk membatasi, memaksa, dan mengatur perilaku, pikiran, dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah (Fajar, 2009:129).
2. Gaya Komunikasi Dua Arah (*Equalitarian Style*)  
Gaya komunikasi ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini memiliki sikap kepedulian yang tinggi serta mampu membina hubungan baik dengan orang lain, baik pribadi maupun dalam lingkungan hubungan kerja (Fajar, 2009: 130).
  3. Gaya Komunikasi Berstruktur (*Structuring Style*)  
Gaya komunikasi ini, memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan, guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan, penjadwalan tugas dan pekerjaan serta struktur organisasi. Pengirim pesan lebih memberi perhatian kepada keinginan untuk mempengaruhi orang lain dengan jalan berbagai informasi tentang tujuan organisasi, jadwal kerja, aturan dan prosedur yang berlaku dalam organisasi. (Fajar, 2009: 130-131).
  4. Gaya Komunikasi Dinamis (*Dynamic Style*)  
Gaya komunikasi ini memiliki kecenderungan agresif, ini disebabkan karena pengirim pesan atau *sender* memahami bahwa lingkungan pekerjaannya berorientasi pada tindakan (*action-oriented*). Tujuan utama gaya komunikasi ini adalah menstimulasi atau merangsang pekerja atau karyawan untuk bekerja lebih cepat dan lebih baik. (Fajar, 2009: 131).
  5. Gaya Komunikasi Melepaskan (*Relinquishing Style*)  
Gaya komunikasi ini lebih mencerminkan kesediaan untuk menerima pesan, pendapat atau gagasan orang lain, daripada keinginan untuk memberi perintah, meskipun pengirim pesan (*sender*) mempunyai hak untuk memberi perintah dan mengontrol orang lain. (Fajar, 2009: 131)
  6. Gaya Komunikasi Penarikan (*Withdrawal Style*)  
Akibat dari penggunaan gaya komunikasi ini adalah melemahnya tindak komunikasi. Artinya, tidak ada keinginan untuk berkomunikasi dengan orang lain, berupaya menghindari perilaku dan memberikan sedikit tanggapan secara verbal. Orang-orang dengan gaya komunikasi ini tidak mau terlibat dan mencoba melepaskan diri dari tanggung jawab. (Fajar, 2009: 132).

### ***Dimensi Kualitas Pelayanan***

Menurut Parasuraman dalam Rochaety (2006:106) diketahui bahwa terdapat lima dimensi kualitas pelayanan jasa yang dapat dijelaskan sebagai berikut :

1. Bukti Langsung (*Tangibles*), yaitu meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi. Hal ini bisa berarti penampilan fasilitas fisik, seperti kerapian, kelengkapan peralatan karyawan, dan penampilan karyawan.
2. Keandalan (*Reliability*), merupakan kemampuan memberikan layanan yang dijanjikan dengan segera, akurat dan memuaskan. Dalam hal ini berarti para

karyawan atau pegawai memberikan jasanya secara tepat. Selain itu juga berarti bahwa perusahaan yang bersangkutan memenuhi janjinya, misalnya menyampaikan jasanya sesuai dengan jadwal yang disepakati.

3. Daya Tanggap (*Responsiveness*), merupakan keinginan para staf untuk membantu para konsumen dan memberikan layanan dengan tanggap. *Responsiveness* dapat berarti tingkat respon, inisiatif, dan kesigapan karyawan dalam membantu pelanggan dan memberikan layanan yang cepat, yang meliputi kecepatan karyawan dalam menangani transaksi dan kesigapan serta kesabaran penanganan.
4. Jaminan (*Assurance*), merupakan pengetahuan, kemampuan, kesopanan, dan sifat dapat dipercaya yang dimiliki para staf, bebas dari bahaya, risiko atau keragu-raguan.
5. Empati Empati (*Empathy*), merupakan kemudahan dalam melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dan memahami kebutuhan para konsumen.

### ***Layanan Jasa***

Menurut Kotler dalam Wijaya (2011:150) menyebutkan bahwa jasa atau pelayanan adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangibile* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu. Pendapat yang sama juga dilontarkan oleh Sumayang dalam Wijaya (2011:150), yang menyatakan bahwa jasa adalah sesuatu yang diproduksi dan dikonsumsi secara bersamaan, sehingga jasa merupakan akibat yang dapat dirasakan setelah tindakan dilakukan. Ia juga mengatakan bahwa jasa terdiri dari aktivitas kerja sama yang berupa hubungan sosial antara produsen dan konsumen. Dengan demikian, keluaran dari usaha jasa pada dasarnya tidak berwujud. Jasa juga bukan merupakan barang. Jasa merupakan proses atau aktivitas kerja sama yang tidak berwujud dan merupakan perbuatan yang ditawarkan oleh satu orang atau kelompok kepada orang lain.

### ***Transportasi***

Transportasi adalah pemindahan manusia atau barang dengan menggunakan wahana yang digerakkan oleh manusia atau mesin. Transportasi digunakan untuk memudahkan manusia dalam melakukan aktivitas sehari-hari. Banyak ahli telah merumuskan dan mengemukakan pengertian transportasi. Para ahli memiliki pandangannya masing-masing yang mempunyai perbedaan dan persamaan antara yang satu dengan yang lainnya.

Menurut Salim (2013) transportasi adalah kegiatan pemindahan barang (muatan) dan penumpang dari suatu tempat ke tempat lain. Dalam transportasi ada dua unsur yang terpenting yaitu pemindahan/pergerakan (*movement*) dan secara fisik mengubah tempat dari barang (*comoditi*) dan penumpang ke tempat lain.

### ***Definisi Konseptual***

Definisi konseptual merupakan pembatasan pengertian tentang suatu konsep atau pengertian ini merupakan unsur pokok dari suatu penelitian.

1. Gaya Komunikasi (*communication style*) di definisikan sebagai seperangkat perilaku antar pribadi yang terpesialisasi yang digunakan dalam suatu situasi tertentu. Gaya komunikasi merupakan cara penyampaian dan gaya bahasa yang baik. Gaya yang dimaksud sendiri dapat bertipe verbal dan non verbal berupa vokalik, bahasa badan, penggunaan waktu dan penggunaan ruang dan jarak.
2. Jasa atau pelayanan adalah setiap tindakan atau perbuatan yang dapat ditawarkan oleh satu pihak kepada pihak lain, yang pada dasarnya bersifat *intangible* (tidak berwujud fisik) dan tidak menghasilkan kepemilikan sesuatu.

### **Metode Penelitian**

#### ***Jenis Penelitian***

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan jenis penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Blogan dan Taylor dalam Moleong (2009:3) mengemukakan bahwa metodologi kualitatif merupakan prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis maupun lisan dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Kualitatif merupakan data yang ditampilkan dalam bentuk verbal, menekankan pada persoalan kontekstual, dan tidak terikat secara ketat dengan hitungan, angka dan ukuran yang bersifat empiris. Data kualitatif dapat di kumpulkan dengan berbagai cara seperti wawancara, observasi, intisari dokumen atau rekaman. Penelitian deskriptif kualitatif hanya memaparkan situasi atau peristiwa.

#### ***Fokus Penelitian***

Adapun fokus penelitian yang diambil oleh penulis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. *The Controlling Style*
2. *The Equalitarian Style*
3. *The Structuring Style*
4. *The Dynamic Style*
5. *The Relinquishing Style*
6. *The Withdrawal Style*

#### ***Jenis dan Sumber Data***

##### **a. Data Primer**

Data primer yaitu data yang diperoleh melalui responden dengan cara melakukan tanya jawab secara langsung kepada *key informan* dan *informan* dipandu melalui pertanyaan yang sesuai dengan fokus penelitian yang dipersiapkan oleh peneliti secara langsung.

*Key informan* merupakan narasumber yang kompeten dan berpengaruh dalam pengambilan keputusan. *Informan* merupakan orang yang dimanfaatkan untuk

memberikan informasi tentang situasi dan kondisi latar belakang penelitian, Moleong (2009:132). Dalam penelitian ini yang menjadi *key* informan adalah Bapak Wawan Darmawan salah satu mitra Go-Ride senior di Kota Samarinda. Sedangkan yang menjadi informan dalam penelitian ini adalah Rama Dewantara, Fathur Rahman, Yusi Indriyani, Dyah Puji dan Santi Nirwana.

b. Data Sekunder

Yaitu data tambahan peneliti dalam melakukan penelitian dengan menggunakan kepustakaan (*library research*) untuk mendukung penelitian dengan cara mengumpulkan data dari literatur dan mempelajari buku-buku petunjuk teknis maupun teori yang dapat digunakan sebagai bahan penelitian skripsi.

### ***Teknik Pengumpulan Data***

1. Observasi
2. Wawancara
3. Dokumentasi

### ***Teknik Analisis Data***

Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis data Miles dan Huberman yang disebut sebagai model interaktif. Data kualitatif menggunakan analisis data model interaktif terdiri atas empat komponen.

1. Pengumpulan Data
2. Reduksi Data
3. Penyajian Data
4. Penarikan Kesimpulan atau verifikasi

### ***Lokasi Penelitian***

Pengumpulan data lapangan dalam penelitian ini akan dilakukan di kantor Go-Jek yang beralamat di Jl. Wahid Hasyim 2 No.27 Sempaja Selatan, Kota Samarinda.

### **Hasil Penelitian**

Identifikasi yang dilakukan penulis dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui gaya komunikasi pengemudi Go-Ride dengan pelanggan dalam memberikan layanan jasa transportasi di Kota Samarinda. Peneliti melakukan observasi dan wawancara kepada *key* informan dan informan terkait gaya komunikasi pengemudi Go-Ride.

### ***Gaya Komunikasi***

#### ***The Controlling Style***

Gaya komunikasi pengemudi yang mencerminkan gaya komunikasi *the controlling style* adalah dari cara adanya kehendak dari pengemudi untuk mengatur perilaku pelanggan. Dalam hal ini adalah menyuruh pelanggan untuk membatalkan pesanan. Pengemudi tidak khawatir dengan pandangan negatif dari

pelanggan. Maksud dari penggunaan gaya komunikasi ini lebih untuk menjelaskan kepada pelanggan apa yang harus dilakukannya. Gaya komunikasi *the controlling style* yang bersifat mengendalikan ini menyebabkan pelanggan memberi respon atau tanggapan yang negatif.

### ***The Equalitarian Style***

Gaya komunikasi pengemudi Go-Ride yang merujuk pada gaya komunikasi *the equalitarian style* yaitu adanya kemauan untuk menjalin komunikasi yang bersifat dua arah dengan pelanggan. Dalam melayani pelanggan, pengemudi selalu mengawasi komunikasi supaya tercipta suasana yang santai dan nyaman selama perjalanan. Adanya kemauan dari pengemudi untuk membina hubungan yang baik dengan pelanggan dan pelanggan bebas mengungkapkan gagasan atau pendapat. Penggunaan gaya komunikasi *the equalitarian style* ini mendapat respon positif dari pelanggan.

### ***The Structuring Style***

Gaya komunikasi *the structuring style* dalam penelitian ini merujuk pada penerapan standar pelayanan pengemudi Go-Ride. Penggunaan gaya komunikasi *the structuring style* pengemudi Go-Ride dapat dilihat ketika pengemudi telah menerapkan standar pelayanan dalam melayani pelanggan. Pengemudi menerapkan aturan-aturan yang berlaku pada saat memberikan layanan jasa transportasi. Standar pelayanan yang sering diterapkan oleh pengemudi diantaranya menggunakan jaket identitas, menggunakan helm, menyediakan helm untuk pelanggan, komunikasi dengan pelanggan perihal orderan seperti menanyakan lokasi penjemputan dan pengantaran, dan yang paling utama adalah *safety*. Hal ini sesuai dengan apa yang dijelaskan dalam gaya komunikasi *the structuring style* yaitu komunikator memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan, penjadwalan tugas dan pekerjaan serta struktur organisasi.

### ***The Relinquishing Style***

Gaya komunikasi pengemudi Go-Ride yang merujuk pada gaya komunikasi *the relinquishing style* yaitu ketersediaan pengemudi dalam menerima saran, pendapat, atau keluhan dari pelanggan. Selain itu, penggunaan gaya komunikasi *the relinquishing style* ini juga dapat dilihat dari bagaimana pengemudi menyikapi saran, pendapat, ataupun keluhan dari pelanggan. Dalam hal ini, pengemudi Go-Ride menyikapi keluhan pelanggan dengan baik dan memberikan penjelasan kepada pelanggan mengenai keluhan-keluhannya secara baik pula. Hal ini sesuai dengan apa yang dijelaskan dalam *the relinquishing style* yaitu pesan-pesan dalam gaya komunikasi ini akan efektif ketika pengirim pesan atau *sender* sedang bekerja sama dengan orang-orang yang berpengetahuan atas semua tugas atau pekerjaan yang dibebankannya.

### ***Dimensi Kualitas Pelayanan***

#### ***Tangible***

Penampilan dan perlengkapan pengemudi mempengaruhi kualitas pelayanan. Hal ini juga termasuk dalam standard layanan pengemudi Go-Ride. Menurut beberapa pelanggan, pengemudi yang tidak mengenakan identitas seperti jaket dan helm Go-Jek masih sering dijumpai. Hal ini membuat pelanggan kurang nyaman terhadap pelayanan yang diberikan oleh pengemudi.

#### ***Reliability***

Berdasarkan hasil wawancara dengan pelanggan, dapat diketahui bahwa pelanggan lebih menyukai pelayanan yang cepat seperti, waktu penjemputan yang cepat dan sesuai dengan lokasi. Selain itu, pelanggan kurang menyukai jika pengemudi terlalu sering menghubungi pelanggan hanya untuk menanyakan lokasi penjemputan. Hal tersebut perlu diperbaiki karena berpengaruh terhadap kualitas pelayanan.

#### ***Responsiveness***

Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelanggan Go-Ride dapat disimpulkan bahwa komunikasi antara pengemudi dan pelanggan dalam memberikan layanan jasa berjalan dengan baik. Pengemudi Go-Ride aktif berkomunikasi dengan pelanggan khususnya dalam hal pelayanan. Namun juga terdapat beberapa pengemudi yang kurang aktif berkomunikasi dengan pelanggan. Hal itu sangat mempengaruhi kualitas pelayanan. Banyak pelanggan yang memberi penilaian buruk pengemudi karena pengemudi kurang ramah dan kurang menjalin komunikasi dengan pelanggan selama memberikan layanan jasa.

#### ***Assurance***

Dalam memberikan pelayanan khususnya jasa transportasi, keselamatan merupakan hal yang paling utama. Dalam hal ini, pengemudi Go-Ride selalu menyediakan helm untuk pelanggan. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelanggan dapat disimpulkan bahwa belum pernah ditemui masalah yang berhubungan dengan keselamatan pelanggan. Namun mengenai hal keterampilan dan pengetahuan, masih terdapat beberapa pengemudi yang belum mengetahui atau memahami jalanan Kota Samarinda dengan baik. Pelanggan masih menjumpai beberapa pengemudi yang menanyakan arah jalan pada saat memberikan layanan jasa. Hal itu tentu saja membuat pelayanan menjadi terhambat. Sebagai pengemudi, sudah seharusnya mempunyai keterampilan dan pengetahuan lebih baik guna memperlancar pelayanan.

#### ***Emphaty***

Keluhan atau saran dari pelanggan sangat dibutuhkan untuk memperbaiki kualitas pelayanan. Hal ini sangat berpengaruh terhadap kualitas pelayanan. Berdasarkan hasil wawancara dengan beberapa pelanggan dapat disimpulkan bahwa pengemudi Go-Ride sangat terbuka dalam menerima keluhan dari

pelanggan. Selain itu, pengemudi juga bersedia memberikan penjelasan kepada pelanggan mengenai keluhan yang dihadapinya.

## **PENUTUP**

### ***Kesimpulan***

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, maka dapat disimpulkan bahwa dari enam gaya komunikasi yang telah diungkapkan oleh Stewart L. Tubbs dan Sylvia Moss, hanya terdapat empat gaya komunikasi yang diterapkan oleh pengemudi Go-Ride di Kota Samarinda. Gaya komunikasi tersebut adalah *the controlling style*, *the equalitarian style*, *the structuring style* dan yang terakhir adalah gaya komunikasi *the relenquishing style*.

Namun, penggunaan gaya komunikasi *the controlling style* mendapat respon negatif dari pelanggan. Pelanggan merasa kecewa atas sikap pengemudi yang sering membatalkan ataupun menyuruh untuk membatalkan pesanan dikarenakan pesanan tidak sesuai dengan kemauan pengemudi.

### ***Saran***

Menggunakan gaya komunikasi yang tepat dapat membantu meningkatkan kualitas pelayanan dan hal tersebut mempengaruhi pelanggan atau konsumen memberikan keputusan dalam menilai tingkat layanan yang diberikan oleh pemberi jasa dalam hal ini pengemudi Go-Ride. Sudah seharusnya seorang pengemudi Go-Ride itu memiliki kemampuan komunikasi yang baik sehingga tidak menimbulkan kesan negatif atau rasa kecewa dari pelanggan karena sebagai seseorang yang tugasnya menyediakan layanan jasa, kepuasan pelanggan sudah seharusnya menjadi hal yang paling utama.

### ***Daftar Pustaka***

- Cangara, Hafied. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada
- Effendy, Onong Uchjana. 2008. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Effendy, Onong Uchjana. 2013. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Jakarta: Graha Ilmu
- Kriyantono, Rachmat. 2012. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Liliweri, Alo. 2011. *Komunikasi Serba Ada Serba Makna*. Jakarta : Kencana
- Miles, Mattew B. & A. Michael Huberman. 2007. *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Universitas Indonesia Press
- Moleong, Lexy. 2009. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung. PT. Remaja Rosdakarya
- Mulyana, Deddy. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasution, M. Nur. 2008. *Manajemen Transportasi edisi ketiga*. Bogor: Ghalia Indonesia.

- Rochaety, Ety, dkk. 2006. *Sistem Informasi Manajemen Pendidikan*. Jakarta: Bumi Aksara
- Salim, Abbas. 2013. *Manajemen Transportasi*. Jakarta : Raja Grafindo Persada.
- Sendjaja, S. Djuarsa. 2016. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Universitas Terbuka.
- Suprpto, Tommy. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Caps
- Wijaya, Tony. 2011. *Manajemen Kualitas Jasa*. Jakarta : PT. Indeks
- Wood, Julia T. 2013. *Komunikasi Teori dan Praktek (Komunikasi Dalam Kehidupan Kita) edisi 6*. Jakarta: Salemba Humanika.

**Jurnal Online :**

- Arnus, Sri Hadijah. 2015. *Computer Mediated Communication (CMC), Pola Baru Berkomunikasi*. IAIN Kediri: Al-Munzir Vol. 8 No. 2 (diakses 21 Agustus 2019)
- Maulida, Heidar Nisa. 2017. *Gaya Komunikasi Kepala Stasiun Dalam Membangun Kinerja Karyawan Metro TV Jawa Timur*. Digital Library (online): UIN Sunan Ampel Surabaya (diakses 7 September 2018)

**Sumber Internet :**

- <http://wartakota.tribunnews.com/2017/05/12/ini-hasil-lengkap-survei-transportasi-online-ylki-41-persen-pengguna-pernah-dikecewakan> (diakses 2 September 2018)
- <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2018/02/12/go-jek-aplikasi-transportasi-online-paling-banyak-digunakan> (diakses 2 September 2018)
- <https://driver.go-jek.com/s/> (di akses 7 Maret 2019)
- [https://en.wikipedia.org/wiki/Transportation\\_network\\_company](https://en.wikipedia.org/wiki/Transportation_network_company) (diakses 2 September 2018)
- <https://library.binus.ac.id/eColls/eThesdoc/Bab2/2013-1-01189-MC%20Bab2001.pdf> (diakses 21 Agustus 2019)
- <https://www.go-jek.com> (diakses 2 September 2018)