

# KOMUNIKASI INTERPERSONAL PENGEMUDI TAKSI ONLINE (Studi Fenomenologi Komunikasi dengan Penumpang Di Kota Padang)

Novia Amirah Azmi, Ernita Arif, Sarmiati

[noviaamirahazmi@gmail.com](mailto:noviaamirahazmi@gmail.com), [arifernita@yahoo.co.id](mailto:arifernita@yahoo.co.id), [mia\\_cc4@yahoo.com](mailto:mia_cc4@yahoo.com)

Universitas Andalas Padang

## **Abstract**

*The presence of online taxis in the city of Padang is a source of new livelihood for the community. Hundreds of people from various backgrounds registered as Go-Car and Grab-Car partners. In the beginning everything went smoothly. Problems began to emerge when the company raised the standard points and lowered the daily bonus amount. Partners who feel incompatible with these changes choose to resign while others are forced to survive in two ways, improve service or choose cheating in order to keep getting bonuses in the midst of difficulty reaching points. This study aims to describe the interpersonal communication activities between online taxi drivers and passengers and analyze communication efforts by the driver in providing services to passengers. This type of descriptive qualitative research with constructivist paradigms and phenomenological approaches. Informants are several active Go-Car and Grab-Car drivers in Padang City who have been operating for at least one year and randomly selected passengers. Data collection techniques in the form of in-depth interviews, involved observation and documentation. Data were analyzed based on phenomenological analysis by Edmund Husserl. Data validation uses data triangulation. The results showed that interpersonal communication activities can be seen from five positive attitudes namely openness, empathy, supportiveness, positive attitude and equality. The success of interpersonal communication can be seen through three indicators, success from the point of communicator, communicant and message.*

**Keywords:** *Interpersonal Communication, Online Taxi, Phenomenology, Go-Car, Grab-Car.*

## **Abstrak**

Hadirnya taksi online di Kota Padang menjadi sumber mata pencaharian baru bagi masyarakat. Ratusan orang dari berbagai latar belakang mendaftarkan diri sebagai mitra Go-Car dan Grab-Car. Diawal semua berjalan lancar. Masalah mulai muncul saat pihak perusahaan menaikkan standar poin dan menurunkan jumlah bonus harian. Mitra yang merasa tidak sesuai dengan perubahan tersebut memilih mundur sedangkan sebagian lainnya terpaksa bertahan

dengan dua cara, meningkatkan pelayanan atau memilih berlaku curang agar tetap mendapatkan bonus ditengah sulitnya mencapai poin. Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan aktivitas komunikasi interpersonal antara pengemudi taksi online dengan penumpang serta menganalisa upaya-upaya komunikasi oleh pengemudi dalam memberikan pelayanan kepada penumpang. Jenis penelitian kualitatif deskriptif dengan paradigma konstruktivis dan pendekatan fenomenologi. Informan ialah beberapa pengemudi aktif Go-Car dan Grab-Car di Kota Padang yang telah beroperasi minimal satu tahun dan penumpang yang dipilih secara acak. Teknik pengumpulan data berupa wawancara mendalam, observasi terlibat dan dokumentasi. Data dianalisa berdasarkan analisis fenomenologi oleh Edmund Husserl. Validasi data menggunakan triangulasi data. Hasil penelitian menunjukkan aktivitas komunikasi interpersonal dapat dilihat dari lima sikap positif yaitu keterbukaan (openness), empati (empathy), sikap mendukung (supportiveness), sikap positif (positiveness) dan kesetaraan (equality). Keberhasilan komunikasi interpersonal dapat dilihat melalui tiga indikator, keberhasilan dari sudut komunikator, komunikan dan pesan.

**Kata Kunci :** Komunikasi Interpersonal, Taksi Online, Fenomenologi, Go-Car, Grab-Car.

### **A. Pendahuluan**

Perkembangan sektor transportasi khususnya transportasi online semakin pesat seiring dengan perkembangan teknologi informasi. Di Indonesia Go-Jek dan Grab menjadi dua perusahaan yang mendominasi bisnis transportasi online. Mereka beroperasi di banyak wilayah strategis. Go-Jek mulai di Kota Padang sejak 1 April 2017. Mendapat sambutan baik di masyarakat, dua bulan kemudian Go-Jek membuka pendaftaran untuk bergabung sebagai mitra Go-Car. Secara bertahap ratusan orang mulai mendaftar. Di awal semua berjalan lancar. Para mitra Go-Car merasa beruntung karena beban kerja yang rendah dan penghasilan yang diperoleh juga lebih dari cukup.

Mereka juga bisa menjadikan profesi ini sebagai profesi sampingan dan mendapat tambahan penghasilan. Disisi lain Grab sebagai perusahaan kompetitor juga sudah masuk ke Padang. Umumnya pengemudi Go-Car merangkap pengemudi Grab-Car. Satu orang memiliki dua akun sekaligus yang aktif bersamaan. Banyak promo yang diberikan kedua perusahaan untuk menarik calon penumpang menggunakan Go-Car dan Grab-Car.

Selama dua tahun beroperasi di Kota Padang, banyak perubahan yang terjadi. Mulai dari kebijakan poin dan bonus yang ditawarkan perusahaan penyedia aplikasi, pertumbuhan jumlah mitra Go-Car dan Grab-Car serta strategi-strategi yang dipakai pengemudi untuk mengumpulkan poin dan memaksimalkan pendapatan. Adapun perubahan skema poin dan bonus pada masing-masing aplikasi penulis jabarkan sebagai berikut :

Tabel 1. Perubahan Poin dan Bonus Harian Go-Car Padang<sup>1</sup>

<b><i>1 Juni 2017 - 23 Maret 2018</i></b>	<b><i>24 Maret 2018 – Sekarang</i></b>
7 poin = Rp.75.000,- 9 poin = Rp.100.000,- 12 poin = Rp.125.000,- Total bonus harian = Rp.300.000,-	8 poin = Rp.80.000,- 15 poin = Rp.120.000,- Total bonus harian = Rp.200.000,-

Sumber : [www.kumparan.com](http://www.kumparan.com)

Adanya peningkatan target poin diiringi dengan penurunan bonus harian yang selisihnya cukup jauh membuat para pengemudi protes. Ratusan pengemudi Go-Car melakukan *off-bid* atau mogok dari aplikasi selama beberapa hari. Selain melakukan aksi mogok, para pengemudi yang terdiri dari beberapa komunitas dan organisasi yang tergabung dalam Perkumpulan Angkutan Padang Online (P-APO) juga mengirimkan surat kepada perusahaan untuk mempertanyakan sekaligus menolak kebijakan penyesuaian poin dan bonus tersebut. Namun surat tersebut tidak pernah ditanggapi

<sup>1</sup> Syofyan, Almurfi. 2018. “Aturan Insentif Berubah, Pengemudi Go-Car Padang Mogok.” Dalam <https://kumparan.com/langkanid/perubahan-tarif-pengemudi-go-car-padang-mogok> diakses 6 Juni 2019.

seperti surat-surat penolakan dari daerah lainnya yang juga mengalami perubahan skema, sehingga mau tidak mau pengemudi yang harus menyesuaikan kebijakan. Jika ingin bertahan sebagai mitra, maka satu-satunya jalan ialah dengan mengikuti kebijakan perusahaan atau berhenti menjadi mitra.

Beda halnya dengan Go-Car, perubahan skema poin dan bonus cukup sering terjadi pada Grab-Car. Skema terus berubah sesuai dengan pertumbuhan pengemudi. Bahkan setiap pengemudi memiliki skema poin yang berbeda tergantung dari performa dan kepatuhan terhadap kode etik. Selain perubahan skema poin dan bonus tersebut, grab juga menerapkan program ekstra, yaitu program tanpa bonus bagi pengemudi yang terlalu sering melanggar kode etik perusahaan. Juga ada *suspend* tanpa bonus selama 3 hari, 7 hari, 15 hari dan 1 bulan tergantung tingkat kecurangan atau pelanggaran yang dilakukan yang telah dikalkulasikan secara berkala sebelumnya.

Tabel 2. Perubahan Poin dan Bonus Harian Grab-Car Padang

<i>Awal</i>	<i>Perubahan 1</i>
Berlaku Jam sibuk dari jam 06.00-09.00 wib dan 15.00-18.00 wib. Total Bonus Harian : Rp.450.000,-	Skema Poin : 4,7,12 Total Bonus Harian : Rp.350.000,-
<i>Perubahan 2</i>	<i>Perubahan 3</i>
Skema Poin : 4,7,12 Total Bonus Harian : Rp.280.000,-	Skema Poin : 4,7,12 Total Bonus Harian : ada yang Rp.250.000 dan Rp.220.000,-
<i>Perubahan 4</i>	<i>Perubahan 5</i>
Skema Poin : 4,7,12 Total Bonus Harian : Rp.200.000,-	Skema Poin : 7, 13 Total Bonus Harian : Rp.170.000,-

*Sumber : Telah Diolah Kembali*

Pertumbuhan pengemudi yang cepat mengakibatkan adanya pergesekan sosial. Jumlah pengemudi yang sudah tidak sesuai dengan jumlah penumpang membuat pengemudi semakin sulit mengumpulkan poin. Pihak ojek pangkalan dan pengusaha angkutan umum juga mengeluhkan penurunan omset yang drastis. Belum adanya regulasi yang mengatur membuat pemerintah tidak bisa berbuat banyak menanggapi demo-demo yang dilakukan masyarakat. Sampai pada akhirnya pemerintah melalui kementerian perhubungan mengeluarkan kebijakan mengenai jumlah maksimal

pengemudi ojek dan taksi online di setiap daerah. Untuk Sumatera Barat dibatasi menjadi 400 orang.<sup>2</sup> Berdasarkan pengamatan penulis di lapangan, umumnya pengemudi taksi online berkumpul dan membentuk komunitas dengan jumlah yang beragam berdasarkan daerah operasional. Lokasi yang dipilih umumnya warung kopi atau warung nasi dengan parkir yang luas dan dekat dengan tempat-tempat yang banyak orderannya. Sebagian besar dari komunitas tersebut bergabung dalam Perkumpulan Angkutan Padang Online (P-APO), sebagian kecil lainnya beroperasi secara perorangan tanpa komunitas apapun.

Adanya kebijakan pembatasan jumlah kuota pengemudi untuk setiap daerah mengakibatkan banyaknya pengemudi yang putus mitra, artinya tidak lagi menjadi bagian dari aplikasi tersebut. Pengemudi yang merasa tidak cocok pendapatan yang diperoleh dengan operasional yang dikeluarkan juga memilih alternatif pekerjaan lain. Sedangkan pengemudi yang memilih bertahan dengan berbagai pertimbangan mau tidak mau harus mengikuti regulasi yang dikeluarkan perusahaan dan berpandai-pandai di lapangan untuk memaksimalkan pendapatan.

Ada banyak cara yang biasanya dilakukan oleh pengemudi. Berdasarkan informasi awal yang penulis dapatkan di lapangan, pengemudi sebisa mungkin memberikan pelayanan maksimal kepada penumpang agar diberi ongkos lebih. Mulai dari berkomunikasi dengan baik ketika menghubungi penumpang untuk mengonfirmasi lokasi penjemputan, kemudian berkomunikasi sewajarnya sehingga penumpang nyaman selama di perjalanan serta memperhatikan kondisi kendaraan agar tetap bersih dan wangi. Biasanya penumpang memberikan ongkos lebih kepada pengemudi jika merasa mendapatkan pelayanan yang baik. Tamu-tamu dari luar daerah biasanya juga meminta rekomendasi tempat-tempat wisata yang bisa dikunjungi, pusat oleh-oleh dan kuliner. Ketika pengemudi mampu berkomunikasi dengan baik dan memberi rekomendasi yang tepat, maka umumnya tips yang mereka berikan lebih besar dari ongkos yang tertera di aplikasi. Tidak jarang mereka juga meminta untuk

---

<sup>2</sup> Erinaldi. 2018. "*Sumbar Segera Batasi Taksi Online Beredar, Berapa Kuotanya?*". Dalam <https://www.liputan6.com/regional/read/3213594/sumbar-segera-batasi-taksi-online-beredar-berapa-kuotanya> diakses 1 Juni 2019.

diantarkan kembali selama berada di Kota Padang tanpa aplikasi atau *offline*. Disaat banyak pengemudi mengeluhkan kecilnya pendapatan yang diperoleh, tetap saja ada pengemudi yang bisa mendapatkan penghasilan yang maksimal.

Persoalan lain yang muncul adalah tidak semua pengemudi taksi online memiliki kemampuan komunikasi yang baik. Perbedaan sosial budaya, pendidikan, pengalaman pekerjaan, usia, status ekonomi dan perbedaan lainnya antara sesama pengemudi menghasilkan jenis komunikasi yang sangat beragam. Ada yang hanya diam selama mengantarkan penumpang. Ada yang cepat marah ketika penumpang bersikap atau bertutur kata yang tidak sesuai dengan selera pengemudi. Ada juga yang mampu menempatkan dirinya sebagai pengemudi taksi online dan berusaha memberikan pelayanan terbaik sekalipun dalam kehidupan sehari-hari ia memiliki status sosial atau pekerjaan yang lebih baik. Banyak masalah yang muncul hanya perkara komunikasi interpersonal antara si pengemudi dengan penumpang yang tidak efektif. Pihak yang dirugikan tentu keduanya. Penumpang tidak nyaman dengan pelayanan yang diberikan pengemudi sehingga memberikan penilaian buruk. Pengemudi juga merasakan dampak yang lebih besar, mulai dari *suspend* (sejenis skorsing harian), pengurangan poin dan bonus sampai pada putus mitra. Sekarang sistemnya jauh lebih baik, pengemudi bisa memberikan penilaian berupa bintang dan komentar untuk setiap penumpang. Hal ini berfungsi sebagai antisipasi ketika si penumpang memberikan penilaian buruk kepada pengemudi. Sebelumnya komunikasi hanya berjalan satu arah. Hanya penumpang yang memberikan penilaian. Penelitian ini menarik untuk dikaji mengingat banyaknya ragam komunikasi interpersonal yang terjadi antara pengemudi taksi online dengan penumpang.

Sejauh ini penulis belum menemukan penelitian sejenis yang mengkaji komunikasi interpersonal antara pengemudi taksi online dengan penumpang di Kota Padang maupun di wilayah lainnya. Begitupun antara pengemudi Go-Ride (sepeda motor) dengan penumpang. Sebagian besar penelitian mengenai transportasi online membahas tentang kegiatan promosi yang dilakukan perusahaan, dampak penggunaan teknologi terhadap kehidupan sosial masyarakat dilihat dari sudut teori divisi inovasi serta upaya pengemudi meningkatkan penghasilan dilihat dari sisi ekonomi. Sementara

penulis memandang dari sudut komunikasi yang dilakukan pengemudi dan penumpang dari fenomena yang terjadi sehari-hari. Paradigma merupakan suatu cara pandang untuk memahami kompleksitas dunia nyata. Paradigma tertanam kuat dalam sosialisasi para penganut dan praktisinya.

Paradigma menunjukkan pada mereka apa yang penting, absah dan masuk akal. Paradigma juga bersifat normatif, menunjukkan kepada praktisinya apa yang harus dilakukan tanpa perlu melakukan pertimbangan eksistensial atau epistemologis yang panjang<sup>3</sup>. Paradigma yang digunakan dalam penelitian ini adalah paradigma konstruktivis, yaitu paradigma yang hampir merupakan antithesis dari paham yang meletakkan pengamatan dan objektivitas dalam menemukan suatu realitas atau ilmu pengetahuan. Paradigma ini memandang ilmu sosial sebagai analisis sistematis terhadap *socially meaningful action* melalui pengamatan langsung dan terperinci terhadap perilaku sosial yang bersangkutan menciptakan dan memelihara atau mengelola dunia sosial mereka<sup>4</sup>.

Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif deskriptif dengan pendekatan fenomenologi. Menurut Auerbach dan Silverstein<sup>5</sup>, penelitian kualitatif merupakan penelitian yang melakukan analisis dan interpretasi teks dan hasil interview dengan tujuan untuk menemukan makna dari suatu fenomena. Sedangkan menurut Steven Dukeshire dan Jennifer Thurlow, penelitian kualitatif berkenaan dengan data yang bukan angka, mengumpulkan dan menganalisis data yang bersifat naratif. Metode penelitian kualitatif terutama digunakan untuk memperoleh data yang kaya, informasi yang mendalam tentang isu atau masalah yang dipecahkan. Metode penelitian kualitatif menggunakan wawancara mendalam (*indepth interview*), observasi berperan dan pengumpulan dokumen-dokumen pendukung.

Pendekatan fenomenologi bertujuan untuk memperoleh interpretasi terhadap pemahaman manusia atas fenomena yang tampak dan makna dibalik yang tampak yang muncul dalam kesadaran manusia. Untuk dapat mengetahui aspek subjektif tindakan

---

<sup>3</sup> Mulyana, Deddy. 2008. *Metodelogi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosda Karya.

<sup>4</sup> HB, Sutopo. 1999. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta : UNS Press.

<sup>5</sup> Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.

orang dalam kehidupan sehari-hari kita harus masuk ke dalam dunia kesadaran (konseptual) subjek yang diteliti. Penelitian fenomenologi mencoba menjelaskan makna konsep atau fenomena pengalaman yang didasari oleh kesadaran yang terjadi pada beberapa individu. Penelitian ini dilakukan dalam situasi yang alami, sehingga tidak ada batasan dalam memaknai atau memahami fenomena yang dikaji.

Penelitian ini menggunakan tiga teknik pengumpulan data, yaitu wawancara mendalam, observasi terlibat dan studi dokumentasi. Wawancara mendalam (*indepth interview*) merupakan wawancara tanpa alternatif pilihan jawaban dan dilakukan untuk mendalami informasi dari seorang informan. Menurut Taylor<sup>6</sup> perlu dilakukan wawancara berulang kali antara informan dengan pewawancara. Berulang kali bukan diartikan dengan menanyakan hal yang sama dengan informan berbeda, tetapi menanyakan hal-hal yang berbeda dengan informan yang sama dengan maksud memastikan dan mengklarifikasi jawaban yang diberikan sebelumnya ataupun menggali lebih dalam terhadap informasi yang didapatkan sebelumnya dari informan tersebut.

Penulis mendatangi titik-titik yang menjadi posko pengemudi Go-Car dan Grab-Car saat menunggu penumpang, lalu melakukan wawancara mendalam dengan beberapa pengemudi Go-Car dan Grab-Car yang aktif hampir setiap hari dan telah bergabung minimal satu tahun. Kriteria lain seperti usia, latar belakang pekerjaan, pendidikan, jenis kelamin dan lain sebagainya lebih bersifat fleksibel sehingga informan yang penulis wawancarai semakin beragam. Sedangkan untuk mewawancarai penumpang, penulis akan bertanya seputar pengalamannya selama melakukan orderan Go-Car dan Grab-Car.

Observasi adalah metode tradisional yang digunakan sebagai sarana untuk penulis masuk ke dalam masyarakat yang diteliti. Penulis berusaha untuk menemukan peran untuk dimainkan sebagai anggota masyarakat tersebut dan mencoba untuk memperoleh perasaan dekat dengan nilai-nilai kelompok dan pola-pola masyarakat. Sehingga metode ini bisa memakan waktu berbulan-bulan lamanya. Burhan Bungin mengemukakan beberapa bentuk observasi yang dapat digunakan dalam penelitian kualitatif, yaitu observasi partisipasi, observasi tidak terstruktur dan observasi

---

<sup>6</sup> *Ibid*

kelompok tidak terstruktur. Observasi partisipasi (*participant observation*) adalah metode pengumpulan data yang digunakan untuk menghimpun data penelitian melalui pengamatan dan pengindraan dimana observer atau peneliti benar-benar terlibat dalam keseharian informan. Observasi tidak terstruktur adalah observasi yang dilakukan tanpa menggunakan guide observasi. Pada observasi ini peneliti atau pengamat harus mampu mengembangkan daya pengamatannya dalam mengamati suatu objek. Observasi kelompok adalah observasi yang dilakukan secara berkelompok terhadap suatu atau beberapa objek sekaligus<sup>7</sup>.

Pada penelitian ini penulis melakukan observasi partisipasi atau observasi terlibat. Observasi ini dilakukan dimana peneliti ikut terlibat menjadi partisipan ke dalam lingkungan yang menjadi objek penelitian, seperti halnya ikut menjadi pengemudi Go-Car dan Grab serta menjadi penumpang. Observasi terlibat ini penulis lakukan untuk mendapatkan data yang lebih dalam mengenai objek penelitian. Informasi yang didapatkan dari pengemudi dan penumpang secara terpisah, dapat dicocokkan dengan kenyataan yang peneliti rasakan di lapangan. Dengan demikian hasil penelitian diharapkan akan lebih akurat dan minim resiko kesalahan dalam penelitian. Dokumentasi merupakan salah satu metode pengumpulan data kualitatif dengan melihat atau menganalisis dokumen-dokumen yang dibuat oleh subjek sendiri atau oleh orang lain tentang subjek. Burhan bungin mengatakan dokumentasi adalah metode yang digunakan untuk menelusuri data historis. Studi dokumentasi dilakukan dengan mengumpulkan dan mencari data relevan dengan penelitian. Studi dokumentasi ini sebagai penambah bukti dengan rincian yang spesifik. Studi dokumentasi digunakan untuk memperoleh data sekunder yang merupakan pelengkap dari metode wawancara dan observasi. Dalam dokumentasi ini peneliti memanfaatkan arsip-arsip dan dokumen, buku-buku, majalah, koran serta sumber bacaan lain yang berhubungan dengan penelitian ini<sup>8</sup>.

---

<sup>7</sup> Bungin, Burhan. 2012. *Analisis Data Penelitian Kualitatif : Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arab Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.

<sup>8</sup> *Ibid*

Sumber data dalam penelitian kualitatif disebut dengan informan. Cara menentukan informan yang tepat pada penelitian ini adalah melalui dua cara, yaitu *purposive sampling* dan *snowball sampling*. *Purposive sampling* merupakan teknik pengambilan informan berdasarkan pada pertimbangan tertentu, seperti informan menguasai informasi dari objek yang diteliti. Sedangkan *snowball sampling* merupakan informan yang jumlahnya semakin lama semakin besar, tetapi juga dipilih berdasarkan *purposive*. Jumlah informan dan siapa yang akan dijadikan sebagai informan, akan berkembang selama di lapangan dan pengambilan informan akan diberhentikan saat datanya sudah jenuh.

Pada penelitian ini yang penulis jadikan informan antara lain tujuh orang pengemudi Go-Car dan Grab-Car yang berposko di beberapa titik, seperti Kedai Nasi Komenk di Jl. Diponegoro, sekitar Perpustakaan Daerah Sumatera Barat, Rumah Makan Ombak Puruih di Jl. Veteran no.24 (samping Penjahit Bobo) dan Warung Kopi di depan Hotel Havilla Maranata, Simpang Enam. Pengemudi terdiri dari enam orang pria dan satu orang wanita. Pengemudi yang dimaksud ialah pengemudi aktif yang beroperasi hampir setiap hari dan telah bergabung minimal satu tahun. Penulis memilih pengemudi dengan kriteria tersebut karena penulis mengasumsikan bahwa pengemudi tersebut mengetahui perubahan-perubahan yang terjadi pada sistem yang dikeluarkan perusahaan penyedia aplikasi dan punya banyak pengalaman dengan karakter penumpang yang beragam.

Kemudian penulis juga mewawancarai empat orang penumpang Go-Car dan Grab-Car di Kota Padang yang seluruhnya berjenis kelamin perempuan. Untuk menentukan penumpang yang akan dijadikan sebagai narasumber penulis memilih orang-orang yang pernah mengorder Go-Car dan Grab-Car lebih dari 5 kali, sehingga penumpang memiliki pengalaman yang berbeda dengan berbagai karakter pengemudi. Pada awalnya penulis ingin melengkapi informasi dengan melakukan wawancara pada kepala cabang Gojek Padang dan Grab Padang sebagai perpanjangan tangan perusahaan yang ada di daerah. Namun, ketika penulis memasukkan surat penelitian ke kantor-kantor tersebut penulis mendapati bahwa mereka tidak bisa memberikan informasi apapun kepada siapapun terkait data perusahaan. Mereka beralih ada

semacam kebijakan internal yang tidak memperbolehkan cabang-cabang memberikan data sekalipun pada penelitian ilmiah seperti yang penulis sedang lakukan.

Hasil penelitian yang didapatkan di lapangan kemudian dikumpulkan dan dianalisa berdasarkan rumusan masalah yang disusun sebelumnya. Adapun teknik analisis data pada penelitian ini menggunakan analisis fenomenologi yang dikembangkan oleh Edmund Husserl. Ada 5 tahapan yang harus dilalui, yaitu : deskripsi data, reduksi fenomenologi, pengembangan noema dan noesis korelasi, eiditic reduksi serta refleksi dan rekonstruksi.

Penelitian ini menggunakan teknik triangulasi data. Tujuannya untuk mengecek kebenaran data tertentu dengan membandingkannya dengan data yang diperoleh dari sumber lain, pada berbagai fase penelitian lapangan, pada waktu yang berlainan dan dengan menggunakan metode yang berlainan. Untuk menguji keabsahan datanya maka peneliti akan membandingkan jawaban dari pengemudi Go-Car dan Grab yang satu dengan yang lainnya, penumpang yang satu dengan penumpang yang lainnya, serta membandingkan informasi yang didapatkan di lapangan dengan standar operasional prosedur yang ditetapkan kedua perusahaan.

Lokasi penelitian penulis ialah Kota Padang, tepatnya lokasi-lokasi yang diketahui banyak pengemudi Go-Car dan Grab-Car menunggu orderan. Beberapa diantaranya Kedai Nasi Komenk di Jl. Diponegoro, sekitar Perpustakaan Daerah Sumatera Barat. Kemudian Rumah Makan Ombak Puruih di Jl. Veteran no.24 (samping Penjahit Bobo) dan warung kopi depan Hotel Havilla Maranata, Simpang Enam. Penulis memilih tiga lokasi tersebut karena penulis cukup intens mengamati aktivitas sosial yang terjadi antara sesama pengemudi, sehingga informasi yang didapatkan akan lebih dalam dan lebih luas. Penulis juga memandang, pemilihan tiga lokasi tersebut telah mampu mewakili pengemudi lainnya di lokasi berbeda, karena secara umum pengemudi akan berputar-putar mencari orderan dengan lokasi yang berbeda-beda, baru kemudian berkumpul di *basecamp* masing-masing. Penulis juga telah mendatangi dan bergaul dengan beberapa kelompok kecil pengemudi Go-Car dan Grab-Car di lokasi berbeda dan penulis mendapati adanya kesamaan aktivitas sosialnya.

Penelitian ini dilaksanakan selama 5 bulan, mulai dari Februari hingga Juni 2019, dengan rincian adanya observasi, wawancara mendalam dengan narasumber, pengumpulan dokumen pendukung, analisis hasil penelitian serta penyajian data. Rentang waktu tersebut dirasa cukup untuk mengumpulkan informasi dari para pengemudi Go-Car dan Grab-Car dan penumpang.

## **B. Pembahasan**

### **1. Komunikasi Interpersonal yang Dilakukan Pengemudi Taksi Online pada Penumpang**

#### **1.1 Keterbukaan Pengemudi Taksi Online pada Penumpang**

Pada prakteknya di lapangan, aktivitas komunikasi dimulai sejak masuknya orderan pada aplikasi pengemudi Go-Car dan Grab-Car. Pengemudi menghubungi penumpang melalui telepon atau *chat* di aplikasi untuk mengonfirmasi lokasi penjemputan serta menginformasikan identitas diri dan kendaraan. Sampai di lokasi penjemputan, pengemudi kembali menghubungi penumpang untuk memberi tahu bahwa ia telah sampai pada titik yang dimaksud. Biasanya pengemudi taksi online lebih sering menelfon saat konfirmasi karena lebih praktis dan informasi yang disampaikan lebih jelas, sehingga penumpang tidak menunggu terlalu lama dan pengemudi juga tidak susah menuju lokasi penjemputan. Namun bila penumpang sulit ditelepon, pengemudi kemudian mengirimkan *chat* pada aplikasi. Bila masih tidak bisa dihubungi dan pengemudi takut membatalkan orderan karena akan mempengaruhi performa, maka pengemudi biasanya menghubungi CS (*Customer Service*) untuk membatalkan orderan melalui sistem.

Berdasarkan Standar Operasional Prosedur (SOP) yang ditetapkan perusahaan khususnya Go-Car, mereka menghimbau pengemudi untuk tidak menghubungi penumpang, cukup gunakan fitur navigasi untuk sampai di lokasi penjemputan. Pengemudi hanya perlu *chat* setelah sampai di lokasi. Namun SOP ini sepertinya kurang cocok bila dilakukan di Kota Padang. Driver umumnya tetap mengonfirmasi via telepon terutama untuk memastikan alamat. Masih banyak penumpang yang salah saat menetapkan lokasi penjemputan, sehingga dibutuhkan petunjuk manual agar

pengemudi tidak tersesat. Begitu pula dengan *chat*, respon dari penumpang lebih lambat dan jarang dibaca.

Pada dasarnya perusahaan aplikasi tidak menganjurkan pengemudi berbicara banyak dengan penumpang selama di perjalanan. Hal ini bertujuan untuk membuat penumpang merasa nyaman dan terjaga privasinya. Obrolan hanya dibenarkan seputar penggantian rute apabila terjadi kemacetan, isi bensin atau kondisi darurat yang akan membahayakan pengemudi dan penumpang. Namun karakter sosial dan budaya warga Kota Padang yang umumnya "pacarito" membuat mereka lebih memilih membuka topik-topik pembicaraan di awal, apalagi untuk perjalanan yang cukup jauh dan memakan waktu yang lama.

Selain penumpang lokal, pengemudi Go-Car dan Grab-Car juga sering mendapatkan penumpang dari luar Sumatera Barat. Mereka umumnya bertanya dan meminta rekomendasi seputar tempat makan yang enak, lokasi wisata terkenal, pusat oleh-oleh dan souvenir. Pengemudi dituntut untuk mampu menjelaskan informasi yang dibutuhkan oleh penumpang. Cara penyampaian juga tidak kalah penting untuk merangsang keinginan penumpang berkunjung ke lokasi wisata yang dijelaskan ataupun makan di tempat-tempat yang enak. Persoalannya adalah tidak semua pengemudi Go-Car dan Grab-Car tahu informasi yang dibutuhkan penumpang, sehingga tetap dibutuhkan wawasan yang luas dan kemampuan intelektual walaupun hanya berprofesi sebagai seorang supir. Jika penumpang tertarik dengan informasi yang diberikan pengemudi, umumnya mereka minta diantarkan dan ditemani. Tentu saja pengemudi akan mendapatkan ongkos lebih dari yang tertera di aplikasi, serta tips dari pusat oleh-oleh dan souvenir. Namun bila pengemudi kebanyakan tidak tahu atau hanya diam, maka ia hanya akan mendapatkan uang dari ongkos saja. Dalam perjalanan banyak juga penumpang yang memberikan masukan atau permintaan kepada pengemudi. Seperti misalnya meminta pengemudi lebih cepat atau lebih pelan dalam berkendara, minta memperbesar atau memperkecil AC dan hal-hal lainnya. Pengemudi dituntut untuk bisa sabar dan ramah dalam memberikan pelayanan kepada penumpang.

Informasi yang diberikan kepada penumpang juga harus sesuai dengan faktanya. Pengemudi dituntut untuk jujur dalam setiap penyampaian, terutama yang

berkaitan dengan identitas diri. Hal ini berdampak langsung pada tingkat kepercayaan penumpang pada pengemudi. Di Kota Padang, mayoritas akun yang dipakai oleh pengemudi tidak lagi sama dengan aslinya. Ketika penumpang order yang datang justru tidak sesuai dengan yang tertera di aplikasi, seperti foto pengemudi, jenis kendaraan dan nomor kendaraan. Riski Ihsan, salah seorang pengemudi mengatakan bahwa akun asli mereka telah mati, sehingga mereka memilih untuk menggunakan identitas berbeda atau akun joki. Penumpang Kota Padang umumnya tidak keberatan dengan hal ini. Mereka menilai sejauh ini Kota Padang masih aman untuk tindakan kejahatan di taksi online, tidak seperti di ibukota. Sehingga mereka tidak begitu khawatir dengan adanya perbedaan identitas tersebut. Para pengemudi biasanya juga mengonfirmasi terlebih dahulu tentang akunnya yang berbeda sebelum menjemput penumpang. Jika penumpang keberatan, maka orderan di batalkan. Namun jika mereka bersedia, orderan akan tetap diteruskan.

## **1.2 Rasa Empati Antara Pengemudi Taksi Online dengan Penumpang**

Empati merupakan kemampuan untuk merasakan seandainya menjadi orang lain, dapat memahami sesuatu yang sedang dialami orang lain, dapat merasakan apa yang dirasakan orang lain serta memahami suatu persoalan dari sudut pandang orang lain atau kacamata orang lain. Contoh paling sering di lapangan yang dialami pengemudi diantaranya penumpang minta mampir ke ATM atau minimarket yang searah dengan lokasi tujuan. Pengemudi diminta untuk menunggu selama beberapa menit. Biasanya penumpang memberikan ongkos lebih atau tip kepada pengemudi sebagai ucapan terima kasih. Tapi tidak semua pengemudi nyaman dengan permintaan penumpang yang suka mampir, apalagi kalau harus menunggu dengan waktu yang cukup lama. Mereka menilai dengan estimasi waktu tunggu tersebut bisa mendapatkan beberapa orderan dengan tambahan poin dan ongkos.

Cara penumpang menyampaikan juga sangat mempengaruhi keputusan pengemudi untuk mau mengikuti keinginan penumpang atau tidak. Begitu pula dengan pertimbangan poin dan ongkosnya. Jika ongkosnya sesuai dengan waktu tunggu, biasanya pengemudi bersedia mengikuti permintaan penumpang. Namun jika harganya

tidak sesuai, pengemudi memilih untuk mencari orderan lainnya. Jumaidil Fajrio, seorang pengemudi mengaku tidak selalu memenuhi permintaan penumpang. Sedangkan Riski Ihsan mengaku cukup sering mendapatkan orderan yang penumpangnya minta tunggu khususnya dengan tujuan pasar raya. Ia masih mempertimbangkan bila harga yang ditawarkan penumpang dirasa cukup dengan waktu tunggu maka ia bersedia menunggu.

Pengemudi juga harus tahu kapan waktu yang tepat untuk memulai pembicaraan dengan penumpang dan kapan harus diam. Bisa jadi penumpang tersebut mengantuk dan ingin istirahat atau sedang mengalami masalah sehingga lebih nyaman untuk diam. Pengemudi biasanya melihat respon awal dimenit pertama bersama penumpang. Jika penumpang antusias menjawab pertanyaan pengemudi atau bahkan balik bertanya, biasanya obrolan bisa berlanjut sepanjang jalan. Begitu pula dengan apa yang dirasakan penumpang. Apalagi bila penumpang yang naik membawa anak-anak. Pengemudi dituntut untuk mampu memberikan pelayanan lebih kepada penumpang agar anak tidak rewel selama perjalanan dan mengganggu pengemudi. Mulai dari mengajak anak tersebut ngobrol jika usianya sudah cukup memahami obrolan, atau memutar musik yang disukai anak-anak. Bisa juga dengan mengatur suhu di kendaraan sehingga anak tidak kepanasan dan lebih nyaman.

### **1.3 Sikap Mendukung Pengemudi Taksi Online dengan Penumpang**

Sikap mendukung artinya memiliki komitmen untuk mendukung terselenggaranya interaksi secara terbuka, respon yang diberikan bersifat spontan dan lugas, tidak menunjukkan respon bertahan dan berkelit, pola pengambilan keputusan bersifat akomodatif, serta tidak melakukan intervensi yang disebabkan rasa percaya diri yang berlebihan. Rentang waktu pertemuan pengemudi dengan penumpang umumnya relatif singkat, hitungan menit. Sehingga komunikasi yang terjalin tidak begitu dalam dan hubungan kedua belah pihak juga tidak begitu dekat. Masing-masing pihak hanya perlu memposisikan diri sebagaimana mestinya. Dalam memberikan pelayanan kepada penumpang, pengemudi memastikan kendaraan dalam kondisi yang prima, seperti AC

nyala, ada musik, memastikan kondisi mobil dalam keadaan bersih dan harum. Pengemudi juga berpakaian yang rapi, memakai celana panjang dan tidak sembrawat.

Selain memberikan pelayanan yang maksimal, menyampaikan keluhan seputar sepiunya orderan atau poin yang masih rendah ternyata cukup sering dilakukan pengemudi untuk menyentuh perasaan penumpang agar mendapatkan ongkos lebih, salah satunya yang dilakukan Dedi Mustiqa. Ia mengaku cukup sering mendapatkan tip dengan trik seperti itu. Ia bercerita hampir kepada setiap penumpang yang ia dapatkan, bahwa orderan sangat susah dan pendapatan jauh berkurang dari biasanya. Ia berusaha menyentuh sisi kemanusiaan dan belas kasihan penumpang. Cara ini sangat ampuh untuk digunakan.

Sekalipun pengemudi memiliki kepentingan tertentu, pengemudi dilarang melakukan intervensi dalam bentuk apapun, baik verbal maupun sikap. Ada fitur rating dan komentar sebagai wadah bagi penumpang memberikan penilaian terhadap pelayanan pengemudi. Dari pengakuan beberapa pengemudi kepada penulis, mereka tidak berani memaksa penumpang, bagaimana pun kondisinya tetap harus ramah dan sopan. Mereka khawatir jangan sampai akun mereka rusak gara-gara komentar dari penumpang. Umumnya mereka hanya meminta penumpang memberikan bintang lima ketika sampai di lokasi tujuan.

Perubahan skema pada kedua aplikasi mempengaruhi pendapatan dan pola kerja pengemudi. Pengemudi harus menyesuaikan diri dengan kondisi tersebut. Ada yang memilih tetap mengikuti permainan sesuai ketentuan aplikasi, mencari orderan seperti biasa, dan melayani penumpang dengan maksimal. Ada juga pengemudi memilih menggunakan alternatif lain yang sebenarnya tidak dibolehkan perusahaan seperti penggunaan FakeGPS, sejenis aplikasi memanipulasi GPS. Maksudnya, pengemudi bisa meletakkan titik lokasinya pada tempat-tempat keramaian sekalipun tidak berada persis di titik tersebut. Sebagai contoh pengemudi meletakkan titik di Plaza Andalas, sedangkan pengemudi berada di depan Hotel Rangkayo Basa. Ketika orderan masuk, pengemudi meminta penumpang menunggu sambil menuju lokasi tersebut. Sekalipun jarak tidak terlalu jauh, tapi tetap saja tidak adil bagi pengemudi yang benar-benar menunggu di Lobi Plaza Andalas.

Lebih parahnya lagi ketika makin banyak pengemudi yang menggunakan "tuyul". Artinya GPS pengemudi tetap jalan seperti layaknya mengantarkan penumpang biasa, padahal hanya duduk saja tidak melakukan perjalanan. Pengemudi beralih hal ini dilakukan hanya untuk mendapatkan bonus dari poin yang dikumpulkan, bukan dari ongkos penumpang. Dari pengamatan penulis selama di lapangan, praktek kecurangan ini banyak dilakukan para pengemudi. Mulai dari hanya menggunakan FakeGPS, sampai yang menjalankan "tuyul". Untuk bisa menggunakan aplikasi tambahan tersebut, pengemudi harus *me-root* handponenya terlebih dahulu. Ada beberapa tempat dan oknum yang penulis ketahui membuka praktek kecurangan tersebut. Umumnya informasi ini bersifat rahasia dan tersebar dari pengemudi satu ke pengemudi lainnya. Mereka tidak sembarangan memberikan informasi ini karena takut akan ditangkap polisi karena menyalahi ketentuan yang ditetapkan perusahaan dan dinilai sebagai bentuk tindakan pidana.

Perang sesama pengemudi juga sempat terjadi akibat adanya "tuyul" ini. Para pengemudi yang bermain bersih merasa sangat dicurangi. Mereka mulai memerangi tuyul dengan melakukan orderan pada titik-titik yang diketahui banyak tuyulnya. Kemudian ketika orderan tersebut dijalankan tanpa menjemput penumpang, para pengemudi ini akan memberikan penilaian buruk sehingga berakibat pada putus mitranya akun-akun yang melakukan kecurangan. Saat ini praktek seperti itu sudah sangat berkurang sekalipun masih ada. Pelaku yang bermain curang umumnya sudah kehabisan akun terutama saat pihak perusahaan meningkatkan keamanan pada aplikasi dan membatasi aktivasi akun. Harga jual akun juga sangat tinggi, berkisar antara 2-4 juta rupiah. Sebagian besar pengemudi Go-Car dan Grab-Car saat ini main bersih, hanya sebagian kecil yang masih menggunakan FakeGPS untuk mempermudah mendapatkan orderan asli. Penulis mencoba untuk meminta tanggapan dari pengemudi mengenai hal ini. Tapi mereka tidak berani berkomentar banyak.

Praktek yang masih banyak dilakukan oleh pengemudi paling seputar meminta penumpang mengorder pada aplikasi kompetitor. Lebih kepada mencari poin. Sekali jalan dua aplikasi terpakai. Atau meminta sesama pengemudi melakukan orderan fiktif.

Umumnya di malam hari saat poin masih kurang sementara waktu tidak cukup untuk menunggu orderan asli.

Kerjasama antara pengemudi dan penumpang juga dibutuhkan saat menjemput dan mengantarkan ke Bandara. Saat pengantaran, pengemudi harus berpandai-pandai seolah dia adalah anggota keluarga tamu. Jangan sampai terlihat sebagai pengemudi taksi online. Pengemudi biasanya meminta penumpang untuk membayar di dalam mobil, bukan pada saat turun. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir kecurigaan pihak bandara terutama saat awal-awal pihak taksi bandara protes dengan hadirnya taksi online. Apalagi pada saat menjemput penumpang di Bandara. Ketika orderan masuk, biasanya pengemudi bertanya ciri-ciri penumpang, berapa orang dan meminta penumpang untuk menunggu pada titik yang dianggap aman oleh pengemudi atau meminta menghampirinya di parkir. Umumnya penumpang sudah paham dengan kondisi ini dan bisa diajak kerjasama. Mata-mata dari pihak keamanan bandara cukup banyak, mulai dari AURI itu sendiri, supir taksi, supir travel, dan potter bandara.

#### **1.4 Sikap Positif Antara Pengemudi Taksi Online dengan Penumpang**

Sikap positif berarti mampu menghargai orang lain, berpikiran positif terhadap orang lain, tidak menaruh curiga secara berlebihan, meyakini pentingnya orang lain, memberikan pujian dan penghargaan, dan komitmen menjalin kerja sama. Sejauh ini Kota Padang masih relatif aman dari tindakan kriminal yang berkaitan dengan taksi online. Belum ada informasi yang menunjukkan tindakan kejahatan yang melibatkan penumpang maupun pengemudi. Meskipun begitu, kedua pihak tetap harus waspada. Para penumpang mengaku belum pernah mendapatkan pengemudi yang mencurigakan. Mereka cukup percaya dengan para pengemudi di Kota Padang.

Pengalaman berbeda justru dirasakan oleh pengemudi. Umumnya mereka pernah mendapatkan penumpang yang mencurigakan. Ada yang tetap berani mengantarkan penumpang dengan alasan poin yang masih kurang atau ongkos yang besar, namun ada juga yang akhirnya membatalkan orderan karena takut. Saat mendapatkan orderan, pengemudi biasanya melakukan konfirmasi pemesanan dan lokasi terlebih dahulu pada penumpang via telepon. Jika respon yang diberikan dirasa

cukup mencurigakan pengemudi lebih memilih untuk membatalkan orderan, seperti yang diutarakan Ahmad Febrianta. Ia mengaku takut mengantarkan penumpang dengan lokasi penjemputan dan pengantaran yang tidak jelas dan mencurigakan terlebih pada malam hari.

Pengalaman menarik sekaligus menakutkan pernah dialami Firnando Putra, salah seorang pengemudi taksi online yang sering menunggu orderan di kawasan Veteran. Saat itu ia mendapatkan orderan dari penumpang laki-laki di malam hari di kawasan Jembatan Siti Nurbaya. Ia melihat ada bungkus mencurigakan di balik punggung penumpang tersebut, namun tidak berani bertanya. Saat diperjalanan semua terasa aman. Namun pada saat penumpang membayar ongkos dan akan turun ia berkata, "*Panek nak bang baok barang ampek kilo ko?*". Lalu penumpang itu turun. Sesaat ia tidak mengerti maksud pembicaraan penumpang tersebut. Ia kemudian sadar arah pembicaraan dan menduga sepertinya barang yang dimaksud ialah narkoba jenis ganja. Setelah penumpang turun dan ia jalan sedikit ke tempat yang lebih terang, ia mengecek bangku belakang takut jika ada yang tertinggal.

Apalagi untuk pengemudi wanita, tingkat kewaspadaan juga harus lebih tinggi. Bentuk pengamanan diri berupa hindari penjemputan atau pengantaran di lokasi yang tidak kita kenali betul atau terkenal cukup rawan, hindari jam operasional yang kurang wajar seperti tengah malam. Untuk pengemudi laki-laki banyak juga yang aktif sampai pagi atau *ngalong*. Orderan umumnya lebih banyak dari tempat hiburan malam dengan kondisi penumpang yang mabuk.

Pengemudi yang sering menerima orderan tengah malam juga punya banyak pengalaman menarik. Orderan umumnya dari tempat-tempat hiburan malam dengan kondisi penumpang yang mabuk. Ada juga pengemudi yang minta ditemani jika orderannya cukup jauh atau mencurigakan. Pengemudi meminta persetujuan penumpang terlebih dahulu sebelum penjemputan. Jika penumpang bersedia, maka pengemudi akan melanjutkan orderan. Selain penumpang yang mencurigakan, pengemudi juga sering mendapatkan penumpang yang kurang sopan. Pengemudi mengaku lebih bersabar dalam menghadapi berbagai karakter penumpang. Pengemudi lebih memilih diam daripada menegur penumpang, sekalipun dalam hati sudah tidak

nyaman. Pengemudi takut penumpang akan memberikan penilaian buruk jika ditegur. Padahal saat ini pihak perusahaan sudah memperbaharui aplikasi sehingga tidak hanya penumpang yang bisa memberikan penilaian, tetapi para pengemudi juga bisa memberikan penilaian. Namun di lapangan, tetap saja pengemudi lebih banyak mengalah. Mereka menilai fitur tersebut tidak cukup kuat dibandingkan dengan laporan penumpang.

Bagi pengemudi terutama yang menggunakan akun joki, dibutuhkan kemampuan meyakinkan penumpang terlebih soal jaminan keselamatan dan keamanan. Pesan disampaikan sedemikian rupa agar respon yang diberikan penumpang tetap positif. Sebagian besar penumpang memang tidak keberatan, namun tetap ada beberapa penumpang apalagi yang dari luar daerah lebih memilih melakukan perjalanan dengan pengemudi yang sama identitasnya. Umumnya pengemudi mengonfirmasi terlebih dahulu bahwa kendaraan yang digunakan berbeda dengan yang tertera pada aplikasi. Jika penumpang bersedia, maka pengemudi segera menjemput. Hal ini dinilai lebih efektif dibandingkan setelah datang di lokasi penjemputan dan penumpang terkejut karena perbedaan tersebut. Ahmad Febrianta, salah seorang pengemudi mengaku lebih suka jujur menyampaikan alasan kenapa akun yang digunakan berbeda dengan aslinya. Ia mengutarakan bahwa akun asli miliknya telat mati dan membeli akun lainnya agar tetap bisa beroperasi. Ia menilai jujur lebih baik dibandingkan harus mencari-cari alasan seperti mobil sedang rusak, akun dipinjam teman dan alasan lainnya yang ia nilai tidak masuk akal. Menurutnya saat ini jumlah pengemudi yang menggunakan akun joki juga lebih banyak dari akun asli, sehingga penumpang kota Padang sudah terbiasa.

### **1.5 Kesetaraan Antara Pengemudi Taksi Online dengan Penumpang**

Kesetaraan artinya mampu menempatkan diri setara dengan orang lain, menyadari akan adanya kepentingan yang berbeda, mengakui pentingnya kehadiran orang lain, tidak memaksakan kehendak, komunikasi dilakukan dua arah, perasaan saling memerlukan dan suasana komunikasi yang akrab dan nyaman. Berdasarkan hasil wawancara dengan pengemudi dan penumpang serta observasi yang penulis lakukan di

lapangan, pada dasarnya pelayanan yang diberikan sama untuk setiap penumpang. Tetap ramah dan sopan kepada siapa saja, baik penumpang laki-laki maupun perempuan, muda ataupun tua. Semua sama. Hanya saja perbedaan perlakuan terjadi apabila respon yang diberikan oleh penumpang juga baik ketika pengemudi memberikan stimulus di awal pembicaraan. Seperti membantu memasukkan koper atau barang bawaan ke bagasi serta menurunkan setelah sampai di lokasi. Penumpang pun mengaku tidak ada pelayanan istimewa yang selama ini mereka dapatkan.

Secara umum, baik penumpang maupun pengemudi juga tidak pernah mendapatkan tindakan diskriminatif ataupun pelecehan dalam bentuk apapun, verbal dan sikap. Mereka mengaku aktivitas taksi online di Kota Padang cukup aman sekalipun dilakukan pada malam hari. Namun beberapa pengemudi mempunyai pengalaman menarik, khususnya bagi laki-laki yang mendapatkan penumpang bencong atau banci. Mereka kerap digoda dan dibelai. Sekalipun geli dan ingin marah, pengemudi rupanya lebih memilih diam dan pasrah daripada mendapatkan penilaian buruk dari penumpang tersebut.

Pengemudi juga jarang memilih-milih orderan. Umumnya setiap orderan yang masuk tetap mereka jalankan asalkan penumpang bisa dikonfirmasi, titik map bisa dipahami oleh pengemudi, jumlah penumpang sesuai kapasitas mobil, dan pengemudi tidak menaruh curiga dengan penumpang yang akan diantar. Mereka mengaku mendapatkan orderan saja sudah sangat bersyukur apalagi saat kondisi seperti sekarang yang orderannya relatif sepi. Untuk harga pun pengemudi tidak pilih-pilih. Ongkos murah ataupun mahal tetap mereka terima. Apalagi untuk Grab-Car sangat sulit memilih orderan saking sepi. Dalam satu hari biasanya orderan asli hanya berkisar 5-6 buah. Sementara titik aman untuk mendapatkan bonus ada pada poin ketujuh. Jika tidak ada juga penumpang yang mereka dapatkan, umumnya pengemudi melakukan orderan fiktif untuk mencukupkan poin tersebut. Salah seorang penumpang yang penulis wawancarai pernah punya pengalaman di *cancel* pengemudi. Lokasi rumah yang cukup sulit dipahami melalui map rupanya membuat pengemudi lebih memilih membatalkan orderan daripada pusing mencari lokasi yang dimaksud.

Pengemudi taksi online wanita di Kota Padang tidak begitu banyak sekitar 5-15%. namun cukup aktif beroperasi, Jumlah pastinya memang tidak penulis dapatkan karena pihak perusahaan tidak bisa merilis informasi tersebut kepada siapapun termasuk peneliti. Angka tersebut penulis asumsikan dari jumlah yang pernah penulis temui di lapangan dan pendapat dari beberapa orang pengemudi. Untuk keamanan sebenarnya relatif tinggi bagi pengemudi wanita. Tindakan kriminal yang melibatkan pengemudi atau penumpang sejauh ini belum pernah terdengar. Pengemudi wanita yang penulis wawancarai pun mengaku cukup aman saat mengaktifkan aplikasi. Mereka tidak pernah mendapatkan tindakan pelecehan selama di lapangan. Bahkan banyak juga penumpang yang akhirnya berlangganan karena merasa lebih nyaman, khususnya bagi penumpang wanita.

Pada pelaksanaannya komunikasi tidak selalu berjalan efektif. Ada kalanya pengorbanan yang dilakukan pengemudi sesuai dengan penghargaan yang diharapkan. Namun terkadang banyak juga kendala yang ditemui di lapangan. Berdasarkan hal tersebut, penulis merangkum hasil wawancara keberhasilan dan hambatan komunikasi interpersonal antara pengemudi taksi online dengan penumpang di Kota Padang sebagai berikut :

### *1. Keberhasilan dari Sudut Komunikator*

Keberhasilan dari sudut komunikator meliputi : (a) Pengemudi bersikap supel, ramah dan tegas. (b) Kematangan tingkat emosi. (c) Berorientasi kepada kondisi psikologis penumpang. (d) Daya tarik fisik dan non fisik. (e) Kepekaan Sosial. (f) Kemampuan Intelektual. (g) Kreadibilitas pengemudi. (h) Keterpercayaan.

### *2. Keberhasilan dari Sudut Komunikan*

Keberhasilan dari sudut komunikan meliputi : (a) Penumpang yang bersahabat dengan pengemudi. (b) Penumpang yang bersikap ramah, supel dan pandai bergaul. (c) Penumpang yang memahami dengan siapa ia berbicara. (d) Penumpang yang pengetahuannya luas. (e) Penumpang yang cakap dalam menerima informasi.

### *3. Keberhasilan dari Sudut Pesan*

Keberhasilan dari sudut pesan meliputi : (a) Pesan yang disampaikan jelas, tidak menimbulkan multi interpretasi dan lambang-lambang yang dipakai harus dipahami kedua belah pihak. (b) Informasi menarik. (c) Informasi praktis dan berguna bagi penumpang, sesuai fakta dan berisi rekomendasi yang membantu penumpang menyelesaikan masalah.

Meskipun pengemudi telah mengupayakan pelayanan terbaik kepada penumpang, tetap saja ada kelemahan dalam aktivitas komunikasi interpersonal yang membuat komunikasi tidak efektif dan merugikan satu atau kedua belah pihak. Secara konsep ada delapan hambatan komunikasi interpersonal. Namun dalam topik penelitian ini, tidak semua yang mempengaruhi, hanya beberapa poin saja. Adapun analisa penulis berdasarkan hasil wawancara dan observasi di lapangan, penulis paparkan dalam bentuk tabel sebagai berikut :

*a. Prasangka buruk.*

Faktor ini umumnya yang paling sering dirasakan pengemudi saat mendapatkan orderan. Prasangka buruk bisa diartikan juga menaruh curiga pada penumpang. Bisa pada saat mendapatkan orderan merasa khawatir dengan titik penjemputan yang tidak aman hingga akhirnya memilih membatalkan orderan. Atau pada saat menelfon penumpang tetapi responnya tidak baik dan membuat kurang nyaman dan akhirnya curiga. Bisa juga dari gerak-gerik tubuh penumpang yang mencurigakan sehingga membuat pengemudi tidak nyaman berkomunikasi. Hal ini berlaku juga bagi penumpang yang menaruh curiga terhadap pengemudi.

*b. Perbedaan bahasa.*

Perbedaan bahasa sering dialami pengemudi saat mendapatkan tamu asing atau bule. Kebanyakan pengemudi taksi online tidak memiliki kemampuan berbahasa inggris yang baik. Umumnya mereka lebih banyak diam atau menggunakan bahasa tubuh. Proses komunikasi yang terjadi sangat terbatas akibat adanya perbedaan bahasa tersebut.

*c. Kredibilitas pengemudi yang rendah.*

Kredibilitas berkaitan dengan wibawa dalam penyampaian pesan, cara berkomunikasi, pemilihan bahasa, gestur tubuh. Kredibilitas juga diartikan dengan wibawa bersikap dan berperilaku dengan sebagaimana mestinya hingga menarik perhatian penumpang dan mereka mempercayainya. Faktor ini tidak begitu penting bagi pengemudi dan penumpang. Khususnya pada pengemudi dan penumpang yang lebih memilih untuk diam selama perjalanan. Hanya sebagian yang menganggap penting hal ini. Tapi paling tidak, faktor kredibilitas pengemudi yang rendah juga termasuk salah satu yang menghambat proses komunikasi terutama yang dirasakan oleh penumpang.

*d. Kurang memahami latar belakang sosial dan budaya.*

Tidak banyak kasus yang terungkap di lapangan terkait adanya masalah dari sisi sosial dan budaya. Umumnya pengemudi lebih banyak memaklumi karakter penumpang. Pengemudi yang lebih menyesuaikan diri, sehingga pergesekan tidak begitu terjadi. Namun salah satu penumpang punya pengalaman cukup buruk dengan pengemudi karena faktor ini.

## **2 Upaya- upaya Komunikasi yang Dilakukan Pengemudi Taksi Online dalam Memberikan Pelayanan kepada Penumpang**

Setiap pengemudi taksi online punya cara tersendiri dalam memberikan pelayanan terbaiknya pada penumpang. Cara-cara tersebut diperoleh dari pengalaman mereka di lapangan yang dirasa efektif dalam melayani penumpang yang dilakukan secara berulang. Hasil wawancara pada tujuh orang pengemudi taksi online, penulis rangkum berdasarkan keunikan upaya-upaya yang mereka lakukan. Selain efektif mendapatkan penilaian baik dari penumpang berupa komentar dan rating bintang, cara ini juga berdampak pada peningkatan penghasilan yang diperoleh. Adapun upaya-upaya komunikasi yang dilakukan pengemudi taksi online dalam memberikan pelayanan kepada penumpang ialah sebagai berikut :

1. *Konfirmasi pemesanan dengan ringkas dan jelas*

Pengemudi umumnya menelfon penumpang untuk mengonfirmasi pesanan. Hal ini bertujuan untuk memastikan titik lokasi penjemputan, agar pengemudi tidak salah dalam memahami peta dan penumpang tidak menunggu terlalu lama. Kata-kata yang dipakai cukup beragam, namun secara umum yang sering digunakan pengemudi adalah kalimat di bawah ini :

“Halo Pak/Buk, dari Go-Car / Grab-Car. Jemputnya di ..... ya Pak / Buk ? Oke Pak / Buk, saya pakai mobil merek ..... warna ..... dengan plat .....Ditunggu ya Pak/Buk”

Jika pengemudi masih ragu menuju lokasi penjemputan, pengemudi biasanya kembali menelfon penumpang. Sekalipun dalam SOP perusahaan taksi online pengemudi sebaiknya tidak menghubungi penumpang, cukup menggunakan aplikasi GPS, namun faktanya hal ini tetap dilakukan. Pengemudi mengaku masih banyak penumpang yang belum pas dalam memilih lokasi di peta karena ketidakmampuan ataupun disengaja agar ongkos pada aplikasi lebih murah dari yang seharusnya.

2. *Membangun suasana komunikasi yang nyaman*

Setiap pengemudi juga berusaha membuat penumpang nyaman selama perjalanan. Ada yang memilih memulai pembicaraan singkat seputar keseharian penumpang, pekerjaan dan obrolan ringan lainnya. Mereka kemudian melihat dan menilai respon yang diberikan penumpang. Jika penumpang tidak antusias menjawab, pengemudi memilih untuk diam dan fokus berkendara. Namun bila penumpang tertarik berbicara, maka topik pembicaraan akan lebih dalam dan lebih luas. Pengemudi mengaku sering mendapatkan ongkos lebih dari penumpang yang nyaman selama perjalanan.

3. *Menyentuh sisi humanis / empati penumpang*

Cara ini juga sering dilakukan pengemudi. Setiap kali penumpang bertanya berapa poin yang sudah di dapat, pengemudi akan bercerita sulitnya mendapatkan orderan, susahny mencapai poin dan bonus lengkap. Lebih memelas dan berkeluh

kesah. Ketika suasana komunikasi yang dibangun telah membuat penumpang nyaman, biasanya cara ini efektif untuk menyentuh sisi humanis penumpang. Biasanya, penumpang dengan suka rela memberikan ongkos lebih pada pengemudi tersebut. misalkan, jika ongkosnya 12 ribu, penumpang memberikan uang 15 ribu dan mengatakan, “kembaliannya ambil aja bang”. Atau bahkan bisa mendapatkan lebih, tergantung bagaimana kemampuan si pengemudi bercerita.

#### *4. Menyanggupi permintaan penumpang*

Setiap penumpang memberikan kesan yang berbeda satu sama lain bagi pengemudi. Ada yang tidak banyak permintaan, langsung menuju lokasi tujuan. Namun ada juga penumpang yang suka banyak permintaan, seperti mampir di ATM, minimarket, menunggu teman yang kebetulan satu rute dengannya, dan permintaan lainnya. Selagi permintaan tersebut wajar dan tidak memakan waktu yang lama, pengemudi umumnya menyanggupi. Atau ada juga penumpang yang minta AC nya dimatikan karena tidak terbiasa dan mengecilkan musik. Pengemudilah yang menyesuaikan diri dengan keinginan penumpang. Bahkan sampai mengantarkan penumpang di jalan gang sempit. Sekali pengemudi bisa, ia akan memenuhinya. Cara ini biasanya efektif juga untuk mendapatkan komentar baik dan rating tinggi dari penumpang serta tambahan ongkos.

#### *5. Meyakinkan penumpang tetap aman sekalipun menggunakan akun joki*

Mayoritas akun pengemudi taksi online di Kota Padang tidak lagi asli. Artinya identitas pada aplikasi berbeda dengan aslinya, baik identitas diri maupun kendaraan. Mereka menggunakan akun dengan identitas orang lain agar tetap bisa beroperasi sebagai pengemudi taksi online. Pengemudi menyebutnya dengan akun joki. Umumnya mereka menggunakan akun joki karena akun asli miliknya telah mati akibat kesalahan sendiri maupun orang lain. Kesalahan sendiri seperti melakukan orderan fiktif sehingga terdeteksi oleh perusahaan aplikasi dan menggunakan aplikasi tambahan yang dilarang oleh perusahaan. Kesalahan dari orang lain seperti laporan dari penumpang pada kolom komentar dan rating bintang yang diberikan rendah. Berdasarkan informasi yang disampaikan pengemudi, komentar yang buruk namun masih pada batas kewajaran dan

bintang yang rendah tidak beresiko fatal asalkan tidak sering dan kesalahan yang dilakukan tidak begitu besar. Ada juga penumpang yang memberikan komentar baik tapi bintang yang diberikan rendah. Maka perlu bagi pengemudi menginformasikan pada penumpang betapa pentingnya komentar baik dan bintang yang tinggi bagi mereka.

Saat mendapatkan orderan, pengemudi umumnya menginformasikan bahwa kendaraan yang mereka pakai berbeda dengan yang tertera di aplikasi. Kemudian mereka menanyakan kesediaan penumpang. Ketika penumpang bersedia, orderan akan dilanjutkan dan penumpang dijemput. Namun bila penumpang enggan, pengemudi meminta penumpang untuk membatalkan orderan. Penumpang juga sering bertanya, kenapa akun yang dipakai berbeda. Ada pengemudi yang menjawab dengan alasan yang mengada-ada, namun banyak yang memilih menyampaikan alasan yang jujur seperti akun yang lama sudah mati sementara kredit mobil masih jalan setiap bulan. Penumpang lebih berempati pada pengemudi yang jujur dalam menyampaikan informasi. Namun pengemudi harus tetap berhati-hati saat menggunakan akun joki, jangan sampai penumpang yang naik adalah karyawan taksi online. Bisa-bisa akun pengemudi bisa langsung mati.

#### *6. Memberikan rekomendasi yang dibutuhkan penumpang*

Penumpang dari luar daerah juga sering meminta rekomendasi dari pengemudi, baik pusat kuliner, pusat oleh-oleh maupun lokasi wisata. Ini kesempatan besar bagi pengemudi untuk mendapatkan tambahan penghasilan. Pengemudi hanya perlu menjelaskan informasi yang mereka butuhkan dan meyakinkan mereka untuk mau diantarkan ke lokasi-lokasi yang dimaksud. Jika penumpang merasa teryakinkan dan nyaman dengan pengemudi, mereka umumnya minta ditemani dan ditunggu. Ongkos yang diberikan biasanya lebih besar. Begitu pula saat membawa penumpang ke pusat souvenir dan oleh-oleh. Pengemudi bisa mendapatkan tip dari tempat tersebut. caranya cukup gampang, saat penumpang berbelanja, pengemudi mendatangi kasir dan menginformasikan bahwa pengunjung tersebut adalah tamu yang mereka bawa.

Tempat oleh-oleh dan souvenir umumnya sudah paham. Mereka biasanya akan memberikan tip sebesar 10-20 persen dari total belanja pengunjung. Cara memberikan tip pun juga menarik dan tidak terkesan pengemudi sengaja membawa mereka kesana agar mendapatkan tip. Ada yang memberikan amplop secara sembunyi-sembunyi saat pengemudi akan keluar dari toko, ada juga yang melalui sms konfirmasi. Pengemudi hanya perlu kembali setelah selesai mengantarkan penumpang atau keesokan harinya dan memperlihatkan SMS tersebut pada kasir. Cara ini paling ampuh kalau pengemudi mau mendapatkan tambahan pendapatan yang lumayan besar. Penumpang senang diberi rekomendasi tempat yang tepat, pengemudi senang mendapatkan uang tambahan dari penumpang dan tempat oleh-oleh.

7. *Mengalihkan orderan online menjadi offline*

Cara ini umumnya dilakukan pengemudi saat mendapatkan orderan dengan jarak yang jauh. Artinya, saat orderan masuk dan penumpang dijemput, pengemudi meminta ijin untuk membatalkan orderan secara online dan tetap mengantarkan penumpang ke tujuan yang dimaksud. Hal ini dilakukan untuk menghindari potongan pendapatan dari aplikasi sebesar 20%. Layanan yang diberikan tetap sama. Pengemudi hanya perlu meyakinkan penumpang bahwa mereka tetap aman selama perjalanan.

8. *Tetap berkomunikasi dengan lembut dan sopan sekalipun sakit hati dengan penumpang.*

“Lunak gigi pado lidah”. Pepatah ini cocok menggambarkan betapa harus sabarnya pengemudi menghadapi sikap penumpang. Seperti pintu yang dibanting saat naik dan turun kendaraan. Pengemudi umumnya memilih tetap diam dan bersabar, atau minimal memilih kata-kata yang paling halus bagaimana seharusnya menutup pintu dengan benar agar penumpang tidak tersinggung, sekalipun dalam hati mereka tetap dongkol dengan ulah tersebut. Begitu juga saat penumpang membawa anak-anak yang suka memainkan kaca, menekan tombol-tombol pada AC dan radio. Atau anak-anak yang sibuk mondar mandir dari bangku depan ke belakang selama perjalanan.

9. *Memakai bahasa tubuh dan Google Translate saat berkomunikasi dengan penumpang turis*

Mendapatkan penumpang turis seakan mendapat durian runtuh bagi pengemudi taksi online. Biasanya mereka lebih royal saat memberikan ongkos. Seperti perjalanan ke Bandara, mereka paham ada biaya karcis dan rute yang dilalui cukup jauh. Turis biasanya memberikan ongkos lebih kepada penumpang. Sebagian pengemudi ada yang basa-basi memberikan kembalian, namun umumnya turis menolak. Ada juga pengemudi yang terang-terangan mengatakan “No Change” dengan maksud mereka tidak memiliki kembalian. Cara ini cukup efektif juga dilakukan oleh pengemudi jika ingin ongkos lebih.

Saat berkomunikasi di perjalanan juga menjadi kesan tersendiri bagi pengemudi. Mayoritas dari mereka tidak fasih menggunakan bahasa Inggris. Ada yang benar-benar tidak paham dan memilih untuk diam selama perjalanan. Ada juga yang paham namun tidak pandai membalas percakapan, sehingga lebih banyak menggunakan bahasa tubuh. Ada juga yang menggunakan aplikasi Google Translate agar komunikasi antara keduanya berjalan dengan lebih baik. Cara yang dipilih tergantung dari mana yang membuat pengemudi lebih nyaman saat berkomunikasi.

### **C. Kesimpulan**

#### *1. Komunikasi Interpersonal Pengemudi Taksi Online dengan Penumpang*

Komunikasi interpersonal dimulai saat orderan masuk pada aplikasi pengemudi, kemudian berlanjut selama perjalanan hingga sampai di lokasi tujuan. Aktivitas komunikasi terjadi antara lain adanya keterbukaan dari pengemudi dalam penyampaian informasi kepada penumpang, memiliki rasa empati satu sama lain, adanya sikap mendukung antara pengemudi dengan penumpang, sikap positif dan kesetaraan satu sama lain. Keberhasilan dari sudut komunikator dilihat dari pengemudi yang ramah dan supel, pengemudi dengan tingkat kematangan emosi yang tinggi, pengemudi yang berorientasi pada psikologi penumpang, adanya daya tarik fisik dan non fisik pengemudi, kepekaan sosial pengemudi, kemampuan intelektual dan kredibilitas pengemudi serta keterpercayaan penumpang pada pengemudi.

Keberhasilan dari sudut komunikasi dilihat dari penumpang yang bersahabat dengan pengemudi, penumpang yang ramah, supel dan pandai bergaul, penumpang yang paham dengan siapa ia berbicara, berpengetahuan luas dan cakap dalam menerima informasi. Keberhasilan dari sudut pesan dilihat dari pesannya jelas, tidak menimbulkan multi interpretasi, lambang-lambang yang dipakai dipahami oleh kedua belah pihak, informasi yang diberikan menarik, praktis dan berguna bagi penumpang, sesuai dengan fakta dan berisi rekomendasi yang membantu penumpang menyelesaikan masalah yang sedang dihadapi. Sedangkan hambatan komunikasi interpersonal diantaranya adanya prasangka buruk umumnya dari pihak pengemudi, perbedaan bahasa ketika mendapatkan tamu turis mancanegara, kredibilitas pengemudi yang rendah sehingga membuat penumpang tidak tertarik, serta kurang memahami latar belakang sosial dan budaya sehingga terjadinya permasalahan di lapangan.

## *2. Upaya-upaya komunikasi yang dilakukan pengemudi taksi online dalam memberikan pelayanan kepada penumpang*

Adapun upaya yang dilakukan diantaranya mengkonfirmasi pemesanan dengan ringkas dan jelas, membangun suasana komunikasi yang nyaman, menyentuh sisi humanis atau empati penumpang, menanggapi permintaan penumpang, meyakinkan penumpang tetap aman sekalipun menggunakan akun joki, memberikan rekomendasi yang dibutuhkan penumpang, mengalihkan orderan online menjadi offline, tetap berkomunikasi dengan lembut dan sopan sekaliun sakit hati dengan penumpang, serta memakai bahasa tubuh dan Google Translate saat berkomunikasi dengan penumpang turis.

Disamping itu, kedepannya penulis merasa perlu dilakukan penelitian lanjutan mengenai topik-topik yang lebih dalam seperti kaitan adanya taksi online terhadap sektor pariwisata khususnya dilihat dari perspektif komunikasi. Penelitian mengenai pengemudi taksi online wanita di Kota Padang dilihat dari perspektif komunikasi. Kehidupan pengemudi taksi online yang menerima orderan tengah malam yang identik dengan penumpang berbahaya ditinjau dari sudut komunikasi dan penelitian lainnya. Pengemudi juga diharapkan mampu meningkatkan kualitas diri dan kemampuan dalam

melayani penumpang, seperti meningkatkan kemampuan berbahasa asing, mampu menyesuaikan diri terhadap setiap penumpang agar tidak terjadi kesalahpahaman sosial dan budaya. Berpenampilan menarik dan rapi sesuai ketentuan dari perusahaan aplikasi. Serta meningkatkan kredibilitas diri agar semakin meyakinkan dan dipercaya oleh penumpang. Pengemudi juga diharapkan dapat mengurangi kegiatan yang curang dan tidak sesuai dengan kode etik pada kedua perusahaan aplikasi. Aktifitas tersebut selain merugikan perusahaan, juga akan membahayakan penumpang dan pengemudi sendiri. Serta yang tak kalah penting ialah usahakan semaksimal mungkin mencari rejeki yang halal dan baik bagi diri dan keluarga.

### **Daftar Pustaka**

- Afrizal. 2016. *Metode Penelitian Kualitatif : Sebuah Upaya Mendukung Penggunaan Penelitian Kualitatif Dalam Berbagai Disiplin Ilmu*. Jakarta : PT. RajaGrafindo Persada.
- Amajida, Fania Darma. 2016. "Kreativitas digital dalam masyarakat risiko perkotaan : studi tentang ojek online Go-Jek di Jakarta". *Jurnal Informasi, Kajian Ilmu Komunikasi* vol.46 No.1
- Anindhita, Wiratri. 2016. "Analisis penerapan teknologi komunikasi tepat guna pada bisnis transportasi ojek online". *Prosiding Seminar Nasional INDOCOMPAC*, Universitas Bakrie, Jakarta.
- Arisandi, Olga. 2017. "Grab Kian Gencar Promosi Layanan Mereka di Kota Padang". Dalam <https://www.covesia.com/techno/baca/43032/grab-kian-gencar-promosi-layanan-mereka-di-kota-padang> diakses 14 Januari 2019.
- AW, Suranto. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta : Graha Ilmu.
- Badan Pusat Statistik Kota Padang. 2017. "Jumlah Penduduk Menurut Kecamatan dan Jenis Kelamin di Kota Padang 2010-2017." Dalam <https://padangkota.bps.go.id/dynamictable/2018/10/29/247/jumlah-penduduk-menurut-kecamatan-dan-jenis-kelamin-di-kota-padang-2010---2017-jiwa-.html> diakses 1 Juni 2019
- Batubara, Ira Syafira. 2018. *Persepsi Mahasiswa terhadap Transportasi Online (Studi Deskriptif Kuantitatif tentang Persepsi Mahasiswa terhadap Layanan Grab di Kalangan Mahasiswa*

- Fisip USU*). Skripsi. Departemen Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sumatera Utara Medan.
- Budyatna, Muhammad. 2015. *Teori-Teori Mengenai Komunikasi Antar-Pribadi*. Jakarta : Kencana.
- Bungin, Burhan. 2012. *Analisis Data Penelitian Kualitatif : Pemahaman Filosofis dan Metodologis ke Arab Penguasaan Model Aplikasi*. Jakarta : PT. Rajagrafindo Persada.
- Damayanti, Slaudiya Anjani Septi. *Transportasi Berbasis Aplikasi Online : Go-Jek Sebagai Sarana Transportasi Masyarakat Kota Surabaya*. Skripsi. Program Studi Sosiologi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Airlangga Surabaya.
- Dewa, Chriswardana Bayu. 2018. "Pengaruh kualitas pelayanan dan promosi penjualan jasa Grab-Car terhadap kepuasan pelanggan (Studi kasus pada wisatawan di Yogyakarta)". *Jurnal Perspektif* Vol XVI No.1 AMIK BSI Yogyakarta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2002. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung : PT. AdityaBakti.
- \_\_\_\_\_. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. Bandung : PT. AdityaBakti.
- Eriansyah, 2014. *Komunikasi Interpersonal Dinas Kependudukan dan Pencatatan Sipil dalam Pelayanan Publik (Studi Kasus pada Pelayanan Pencatatan Akta kelahiran di Kabupaten Tanjung Jubung Barat Jambi)*. Tesis. Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas Padang.
- Erinaldi. 2018. "Sumbar Segera Batasi Taksi Online Beredar, Berapa Kuotanya?". Dalam <https://www.liputan6.com/regional/read/3213594/sumbar-segera-batasi-taksi-online-beredar-berapa-kuotanya> diakses 1 Juni 2019.
- Firmalinda, Wira. 2014. *Efektifitas Komunikasi Interpersonal Petugas Pelayanan di Instansi Rawat Jalan R.S. Jiwa Prof. HB. Sa`anin Padang*. Tesis. Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas Padang.
- Fiska, Yushar. 2018. *Persepsi Pemanfaatan Taxi Online di Bandar Lampung menggunakan Metode UTAUT (Unified Theory of Acceptance and Use of Technology)*. Skripsi.

- Jurusan Ilmu Komputer, Fakultas Matematika dan Ilmu Pengetahuan Alam,  
Universitas Lampung.
- HB, Sutopo. 1999. *Metode Penelitian Kualitatif*. Surakarta : UNS Press.
- Ikhwan. 2017. "Gojek luncurkan Go-Car di Padang, Begini Cara Daftar Drivernya!". Dalam <http://www.kabarpadang.com/gojek-luncurkan-gocar-di-padang-begini-cara-daftar-drivernya/> diakses 27 September 2018 .
- Kabarpadang. 2017. "Go-Jek Luncurkan Go-Car di Padang, Begini Cara Daftar Drivernya !". Dalam <http://www.kabarpadang.com/gojek-luncurkan-go-car-di-padang-begini-cara-daftar-drivernya/>) diakses 27 September 2018.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta : Kencana.
- Liliweri, Alo. 2015. *Komunikasi Antar Personal*. Jakarta: Kencana.
- Littlejohn, Stephen W dan Karen A. Foss. 2016. *Ensiklopedia Teori Komunikasi*. Jakarta : Kencana
- Moleong, Lexy J. 2010. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. PT. Remaja Rosda Karya.
- \_\_\_\_\_. 2015. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- Novilah. 2017. "Aktivitas Komunikasi Customer Relations dalam layanan Pengemudi Gojek Srikandi terhadap Pengguna Jasa". *Jurnal Visi Komunikasi* Vol.16 No.01 hal.131-150
- Pangaribuan, Nora Ronia dkk. 2016. "Faktor-faktor yang Mempengaruhi Keputusan Wisatawan Menggunakan Transportasi Berbasis Aplikasi di PT. Gojek Indonesia". *Jurnal IPTA* Vol.4 N0.2
- Primasiwi, Andika. 2018. "Grab Jalin Kerja Sama dengan Kementerian Pariwisata". Dalam <https://www.suaramerdeka.com/news/baca/134303/grab-jalin-kerja-sama-dengan-kementerian-pariwisata> diakses 3 Januari 2019
- Putri, Sevly Eka. 2015. *Komunikasi Interpersonal yang Efektif oleh Pemandu Museum kepada Pengunjung sebagai Proses Edukasi dalam Menyampaikan Nilai Sejarah Museum Goedang Ransoem*. Tesis. Program Studi Magister Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Andalas Padang.

- Rakhmat, Jalaluddin. 2012. *Psikologi Komunikasi*, Bandung : PT. Remaja Rosda Karya.
- Septanto, Henri. 2016. “*Ekonomi kreatif dan inovatif berbasis TIK ala Go-Jek dan Grabbike*”.  
Bina Insani ICT Journal, Vol. 3 No.1 Juni hal 213-219.
- Sugiyono. 2017. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta.
- Syofyan, Almurfi. 2018. “*Aturan Insentif Berubah, Pengemudi Go-Car Padang Mogok*.”  
Dalam <https://kumparan.com/langkanid/perubahan-tarif-pengemudi-go-car-padang-mogok> diakses 6 Juni 2019.
- TimGo-Car. 2018. “*Cara Menggunakan Go-Car*”. Dalam <https://www.go-jek.com/go-car/> diakses 9 Januari 2019
- TimGo-Car. 2018. “*Standar Layanan Go-Car*”. Dalam <https://driver.go-jek.com/s/article/Standar-Layanan-GO-CAR-1536805564131> diakses 10 Januari 2019
- TimGo-Car. 2018. “*Tanggal Tua Tenang Keluarga Senang : Jadi Mitra Go-Car Sekarang, Kuota Terbatas!*”. Dalam <https://daftar.go-car.co.id/> diakses 10 Januari 2019
- TimGrab. 2018. “*Cara Pesan Grab-Car*”. Dalam <https://www.grab.com/id/car/> diakses 11 Januari 2019
- TimGrab. 2018. “*Kode Etik*”. Dalam <https://www.grab.com/id/driver/hitchcar/code-of-conduct/> diakses 14 Januari 2019
- TimGrab. 2018. “*Selamat Datang di Rent!*” dalam <https://www.grab.com/id/blog/driver/car/rent/> diakses 7 Januari 2019
- Waruwu, Jenis Jaya dan Akbar Adhiutama. 2017. “*Analysis of motor sharing (online transportation) customer in Bandung case study : Go-Jek in Bandung*”. Journal of Business and Management Vol.6 No.1 : 143-159.
- Wiryanto. 2005. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta : PT.Grasindo.