

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Kajian Teoritis

2.1.1 Definisi Komunikasi

Komunikasi merupakan bentuk ekspresi yang berasal dari bahasa Latin *Communis* dan bertujuan untuk membangun persahabatan antara dua orang atau lebih. Menurut Harold D Laswell, definisi yang efektif untuk menggambarkan aktivitas komunikasi adalah "Siapa yang menyampaikan, apa yang disampaikan, melalui saluran apa, kepada siapa, dan apa pengaruhnya". Dalam komunikasi, sangat penting untuk memperhatikan siapa yang berbicara, apa yang dikatakan, melalui media apa, kepada siapa pesan tersebut ditujukan, dan bagaimana pesan tersebut mempengaruhi penerima. Semua elemen ini memiliki peran yang signifikan dalam membangun hubungan yang baik antara individu atau kelompok"(Cangara, Hafied, 2016 : 15).

Proses komunikasi difasilitasi dengan penggunaan pengidentifikasi pribadi, seperti bahasa bersama atau simbolisme artistik. Ada beberapa masalah yang dapat muncul selama komunikasi seperti:

a. Sumber

Dalam seluruh proses komunikasi, sumber juga berperan sebagai komunikator atau penyedia informasi.

b. Pesan

Fokus dari proses komunikasi adalah tujuan yang ingin dicapai oleh komunikator melalui komunikasi tersebut. Proses komunikasi dapat dilakukan dengan berbagai cara, baik melalui media yang lambat maupun cepat. Pesan yang disampaikan pun bervariasi, mulai dari konten yang bersifat hiburan, pendidikan, hingga pesan yang menunjukkan perhatian dari komunikator.

c. Media

Media memanfaatkan komunikator sebagai sarana untuk menyampaikan informasi. Penggunaan media ini bertujuan untuk mempermudah komunikator dalam proses pengiriman atau penerimaan pesan.

d. Penerima

Organisasi-organisasi yang dijadikan sebagai sasaran dalam pesan diinginkan disebut sebagai penerima pesan. Ada banyak orang yang menginginkan uang, mulai dari satu orang hingga seluruh negara. Frasa lain dari pengantar pembicara adalah “Audiens”.

e. Pengaruh

Pengaruh adalah perubahan yang terjadi sebagai akibat dari komunikasi, seperti perubahan cara menyampaikan sesuatu akibat menerima umpan balik.

f. Tanggapan Balik

Tanggapan balik merujuk pada informasi yang diberikan oleh bawahan kepada atasan. Hal ini terjadi ketika seseorang menerima pesan dari sumber

dan memberikan tanggapan setelahnya.

g. Lingkungan

Lingkungan memegang peranan yang sangat penting dalam menghambat proses komunikasi. Terdapat tiga jenis komunikasi yang berbeda, yaitu komunikasi temporal, sosial-psikologis, dan fisik. Lingkungan fisik merujuk pada lokasi di mana komunikasi paling aktif terjadi, sementara konteks sosial-psikologis mengacu pada bentuk interaksi interpersonal yang dapat mengganggu komunikasi. Sedangkan dimensi temporal berkaitan dengan waktu di mana komunikasi tersebut berlangsung. (Ruliana, Poppy. 2014 : 26-27).

a. Komunikasi Interpersonal

Menurut Joseph A. DeVito dalam Effendy (2003:30), komunikasi antarpribadi didefinisikan sebagai pertukaran informasi antara individu dengan individu lainnya, atau antara sekelompok kecil individu yang memiliki kemampuan dan keinginan untuk mengirimkan pesan dengan cepat. Bukti lainnya datang dari Mulyana (2008:81) yang menyatakan bahwa komunikasi antarpribadi adalah dua individu yang saling berbicara secara nonverbal atau lisan yang memungkinkan setiap individu merespons satu sama lain dengan lambat, dengan cara yang disengaja. Menurut DeVito (2009:4), komunikasi antarpribadi adalah proses pengiriman sejumlah besar pesan yang ditujukan untuk satu individu ke individu lainnya dan membuat individu lainnya merespons dengan efek dan bahasa tubuh yang tidak terburu-buru. Komunikasi antarpribadi antara dua individu telah terjadi karena pemahaman tentang komunikasi dan hubungan antarpribadi telah membantu

individu memahami peran komunikasi dalam proses psikologis. Setiap individu yang terlibat dalam komunikasi melalui tindakan memiliki pemahaman dan informasi pribadi tentang setiap hubungan di mana individu tersebut hadir di dalamnya. Komunikasi antarpribadi dapat dibedakan menjadi dua jenis, yaitu verbal dan nonverbal menurut Purwanto (2006). Komunikasi verbal adalah jenis komunikasi yang umum digunakan saat melakukan negosiasi bisnis dengan organisasi lain menggunakan tulisan atau bahkan lisan. Menurut teori antropologi, komunikasi nonverbal melibatkan penggunaan bahasa tubuh, seperti gerakan tubuh dan ekspresi wajah, sebagai alat komunikasi dengan individu lainnya. (Purwanto, 2006:5)

b. Telekomunikasi

Menurut Makarim (2004:97), istilah "Tele" dan "komunikasi" memiliki arti yang sama yaitu hubungan antara individu atau objek dengan tujuan untuk bertukar informasi. Menurut Saydam (2006:7), Telekomunikasi terdiri dari dua kata, yaitu tele yang berarti jarak jauh, dan komunikasi yang berarti menyampaikan berita, informasi, atau konten lainnya. Oleh karena itu, komunikasi telepon dapat dianggap sebagai sarana untuk menyebarkan berita dari satu lokasi ke lokasi lain (jarak jauh) melalui perangkat atau media tertentu. Dalam Nasrulloh (2017:30), terdapat tiga bentuk komunikasi informal yang dapat dibandingkan:

1. Komunikasi Satu Arah Pengirim dan penerima informasi yang rumit tidak dapat membangun komunikasi yang berkesinambungan melalui media yang sama dalam komunikasi satu arah (simpleks). Contoh pager, televisi, dan radio.

2. Komunikasi Dua Arah Duplex Pengirim dan penerima informasi dapat membangun komunikasi yang berkesinambungan melalui medium yang sama dalam komunikasi dua arah (*duplex*) Konteks: VOIP dan telepon.
3. Komunikasi Semi-Duplex (duplex setengah) adalah metode komunikasi di mana pengirim dan penerima informasi berkomunikasi secara bergantian namun tetap berkesinambungan dalam komunikasi dua arah. Contoh dari metode ini adalah penggunaan walkie-talkie, FAX, dan ruang obrolan..

Layanan telekomunikasi adalah salah satu bentuk layanan komunikasi yang digunakan untuk memenuhi kebutuhan masyarakat melalui penggunaan jaringan telekomunikasi. Di Indonesia, terdapat berbagai jenis layanan telekomunikasi seperti telepon tetap, telepon seluler, layanan terhubung, pesan singkat, faksimili, internet seluler, dan panggilan video. Jasa telekomunikasi merupakan bagian dari inisiatif telekomunikasi yang dikelola oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia sesuai dengan Undang-Undang Telekomunikasi No. 36 Tahun 1999, yang dipimpin oleh Nasrullah. (2017:30).

c. Komunikasi Verbal

Menurut Kusumawati (2016:86–90), komunikasi lisan atau tulisan yang digunakan oleh komunikator untuk berinteraksi dengan orang lain disebut komunikasi verbal. Namun, komunikasi verbal seringkali tidak memenuhi standar yang ada. Oleh karena itu, ide, pesan, atau penekanan yang ingin disampaikan lebih mudah dipahami ketika diungkapkan secara verbal daripada nonverbal. Dalam rangka mempermudah komunikasi antara pembicara dan pendengar, media dapat digunakan. Sebagai contoh, komunikasi verbal melalui bahasa dapat dilakukan

dengan menggunakan telepon. Di sisi lain, komunikasi verbal melalui tulisan dapat dilakukan dengan cepat antara komunikator dan penerima. Proses pengumpulan informasi juga dapat dilakukan melalui berbagai media, seperti teks, gambar, grafik, dan sebagainya. Setiap jenis simbol, baik verbal maupun simbolik, menggunakan satu kata atau lebih. Selain itu, bahasa juga dapat digunakan sebagai sistem kode vokal:

1. Bahasa, Menurut pandangan ini, bahasa adalah sistem lambang sederhana yang memungkinkan manusia berkomunikasi secara makna. Bahasa yang digunakan untuk komunikasi lisan biasanya lisan, tertulis di keyboard, atau bahkan secara elektronik. Interaksi dan koneksi antara satu warganya dengan warga lainnya inilah yang melahirkan suatu bangsa atau suku tertentu.
2. Batasan Bahasa. Ketika kita ingin menggambarkan suatu objek, kita memiliki keterbatasan dalam jumlah kata yang tersedia. Ada beberapa kategori objek yang dapat digambarkan, seperti orang, benda, peristiwa, sifat, perasaan, dan lain-lain. Namun, tidak semua kata dapat digunakan untuk menggambarkan objek tersebut. Sebuah frase hanya dapat mengakui kenyataan, dan kita harus menerima kenyataan apa adanya. (2016): 86-90.

Dampaknya, kata-kata yang digunakan dalam tanda hubung jarang dan tidak memberikan penjelasan yang akurat. Beberapa kata dalam bahasa Inggris memiliki makna ganda, seperti baik-buruk, kaya-miskin, dan pintar-bodoh. Kata-kata merupakan unit terkecil dalam bahasa. Kata-kata adalah simbol yang merujuk

pada sesuatu yang berubah, seperti orang, objek, ide, atau informasi. Oleh karena itu, kata-kata bukanlah orang, objek, peristiwa, atau benda itu sendiri. Makna kata tidak terlihat dalam penampilan seseorang. Tidak ada hubungan langsung antara kata dan benda. Yang ada hanyalah bahasa dan gerakan tubuh manusia yang terkait secara langsung.

a) Jenis Komunikasi Verbal

1. Berbicara dan menulis adalah dua bentuk komunikasi yang berbeda. Berbicara adalah bentuk komunikasi verbal-vokal, sedangkan menulis adalah bentuk komunikasi verbal-nonverbal. Sebagai contoh, saat melakukan presentasi dalam rapat, kita menggunakan komunikasi verbal-vokal, sedangkan saat berbisnis surat-menyurat, kita menggunakan komunikasi verbal-nonvokal.
2. Mendengar dan membaca, kata yang mempunyai makna berbeda, mendengar berarti semata-mata memungut getaran bunyi, sedangkan mendengarkan adalah menerima makna dari apa yang didengar. Mendengarkan melibatkan empat unsur, yaitu mendengar, memahami, memahami, dan mengingat. Sekedar membaca apa saja merupakan salah satu metode memperoleh informasi-informasi dari berbagai sumber yang telah ditulis, Kusumawati (2016): 86-90.

d. Komunikasi Non Verbal

Menurut Kusumawati (2016: 90–92), komunikasi yang dilakukan secara

nonverbal adalah setiap komunikasi yang pesannya disampaikan tanpa menggunakan kata-kata. Dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi nonverbal lebih sering digunakan daripada komunikasi verbal. Komunikasi nonverbal digunakan di sebagian besar percakapan secara otomatis. Karena itu, komunikasi nonverbal tetap sangat efektif dan gigih. Komunikasi yang bersifat nonverbal lebih langsung dan akurat dalam menyampaikan apa yang perlu disampaikan secara spontanitas. Komunikasi nonverbal juga dapat digambarkan sebagai bahasa tubuh manusia yang dapat diamati, dipahami, dan memiliki potensi untuk memperoleh umpan balik dari penerima secara akurat. Dalam bentuk komunikasi lainnya, baik berupa percakapan maupun tulisan, Komunikasi dilakukan tanpa menggunakan kata-kata atau lambang-lambang verbal. Komunikasi nonverbal dapat melibatkan gerakan tubuh, isyarat, mimik wajah, dan alat komunikasi lainnya. Kumawati (2016:90-92).

Komunikasi nonverbal melibatkan perhatian yang cermat terhadap emosi yang terpendam.. hanya karena komunikator tidak menggunakan komunikasi nonverbal secara efektif selama waktu bersama maka banyak komunikasi vokal gagal menjadi efektif. Seseorang dapat mengungkapkan pemikiran tentang pemikiran tentang salah satu dari berbagai perasaan nonverbal yang dialami orang, termasuk kepikunan, kebencian, cinta, dan jenis perasaan lainnya. Dalam lingkungan bisnis, komunikasi nonverbal memiliki peran penting dalam meningkatkan efektivitas komunikator dalam memperbaiki pemahaman dan merespons komunikasi yang diterima. Menurut Kusumawati (2016: 90-92), terdapat beberapa cara untuk berkomunikasi secara nonverbal, antara lain melalui isyarat bahasa, ekspresi wajah, sandi, simbol, seragam pakaian, peringatan, dan intonasi vokal.

Berikut ini adalah beberapa contoh dari komunikasi nonverbal:

- a) Sentuhan dapat dilakukan dalam berbagai cara, seperti bersalaman, berpegangan tangan, mencium, mengelus punggung, mengusap, memukul, dan lain-lain.
- b) Dalam komunikasi nonverbal, gerakan tubuh atau kinesik meliputi ekspresi wajah, isyarat, dan gerakan tubuh. Gerakan tubuh sering digunakan untuk menunjukkan kata atau frasa tertentu, seperti untuk mengatakan "ya", mengilustrasikan atau menjelaskan sesuatu, atau menunjukkan perasaan.
- c) Vokalik atau paralanguage adalah aspek nonverbal dari beberapa tindakan, seperti berbicara. Ini mencakup intonasi, nada bicara, volume suara, kecepatan berbicara, dan kualitas suara.
- d) Kronemik adalah bidang yang mempelajari penggunaan waktu dalam komunikasi nonverbal. Menurut Kusumawati (2016: 90–92), penggunaan waktu dalam komunikasi nonverbal meliputi durasi yang tepat untuk suatu aktivitas tertentu, jumlah aktivitas yang dilakukan dalam waktu yang diberikan, dan ketepatan waktu.

2.1.2 Pola Komunikasi

Pola adalah suatu sistem atau proses, sehingga pola komunikasi adalah cara atau sistem yang digunakan dalam melakukan proses komunikasi agar individu di dalamnya saling bergantung. Pola komunikasi merupakan cara untuk membentuk kesamaan makna dalam penyampaian pesan atau informasi melalui simbol-simbol tertentu yang memiliki arti untuk mengubah perilaku individu lainnya. Pola

komunikasi digunakan untuk memperlancar proses komunikasi.

Menurut Soejarto, istilah "pola komunikasi" mengacu pada gambaran yang jelas tentang suatu proses komunikasi yang menekankan hubungan antara komponen-komponen komunikasi yang terkait. Agar pesan yang disampaikan dapat dipahami, komunikasi harus disajikan dalam bentuk kemitraan dua orang atau sebagai bagian dari proses penyelesaian tugas. Model adalah representasi dari fenomena, baik itu konkret maupun abstrak, yang menyoroti fitur-fitur utamanya. Model bukanlah fenomena yang berdiri sendiri. Sebagai alat untuk menjelaskan fenomena komunikasi, model menyederhanakan analisis.

Dalam penjelasan Mulyana, Gordon Wiseman, dan Larry Barker, model komunikasi memiliki tiga fungsi: pertama, untuk memulai, fokus pada proses komunikasi; kedua, untuk beralih ke aspek visual; dan ketiga, untuk menyelesaikannya, membantu mengenali dan memperbaiki hambatan komunikasi. Namun, Deussch berpendapat dalam penjelasan Mulyana bahwa model memiliki lima fungsi: pertama, pengorganisasian (melacak data dan hubungan) yang tidak tergantung pada interpretasi; kedua, heuristik (menyajikan fakta dan metodologi baru yang belum dipahami dengan baik); ketiga, prediktif (memungkinkan proyeksi waktu dan jumlah peristiwa); dan keempat, pengukuran (mengoreksi prediksi fenomena). (Moh Amiruddin 2019:26–49)

Perluasan Kebijakan Komunikasi Ada juga pertahanan komunikasi, menurut Mufid (2012;55), yaitu antara lain:

- a. Komunikasi adalah proses dimana seorang individu, ketika menjalin hubungan dengan lain, kelompok, atau komunitas, menanggapi dan merumuskan pesan untuk memperkuat hubungan itu.
- b. Komunikasi adalah proses pertukaran informasi yang biasanya dilakukan dengan symbol-simbol yang digunakan secara informal dan berkualitas tinggi.
- c. Komunikasi meletus dengan berbagai cara, dari dua orang yang aktif melakukan percakapan hingga isyarat tangan hingga pesan melalui penggunaan infrastruktur telekomunikasi.
- d. Komunikasi adalah suatu proses yang membuka potensi bagi orang-orang saat terlihat dalam interaksi dengan orang lain. Proses membangun komunikasi kemungkinan besar tidak melibatkan berbagi pengetahuan atau pengalaman dengan orang lain. Metode yang digunakan untuk menyampaikan komunikasi dalam percakapan ini meliputi berbicara, memberi isyarat, dan menyiarkan. Menurut pendapat ahli yang bersangkutan, beberapa informasi mengenai berbagai persoalan yang bermanfaat dalam komunikasi dapat diberikan. Efektivitas komunikasi tersebut akan ditingkatkan dengan pemahaman yang lebih jelas tentang banyak hambatan komunikasi. Di bawah ini adalah garis besar komunikasi yang digambarkan Mufid (2012:56) dengan khalayak sasaran.
- e. Komunikasi antara satu orang dengan orang lain adalah bermanfaat.
- f. Non-statistik, proses komunikasi yang Panjang

- g. Pesan, seperti isyarat atau gabungan isyarat yang dapat berfungsi sebagai perangsang (pemicu) bagi yang membangkitkan isyarat
- h. Saluran adalah wahana tanda dikirim (saluran).
- i. Gangguan (kebisingan) hadir dalam semua situasi yang dapat mencegah terjadinya pesan atau dapat menyebabkan gangguan ketika pesan sedang didengar.
- j. Perubahan, juga dikenal sebagai komunikasi yang membawa perubahan, pemahaman pengetahuan, atau perilaku di antara banyak orang yang melakukan komunikasi.

Menurut Wilbur Schramm (dalam Mufid, 2012:129), ada beberapa syarat yang menunjukkan komunikasi efektif, antara lain:

- a) Perancangan dan penjelajahan dengan kata-kata dilakukan secara konsisten, yang dapat meningkatkan kesadaran komunikasi
- b) Pesan harus selalu menggunakan alat komunikasi yang mudah digunakan dan komunikasi yang jelas.
- c) Pesan harus mampu memunculkan kebutuhan komunikasi pribadi dan menawarkan pengganti untuk mengatasi kebutuhan tersebut.
- d) Pesan harus selalu dikaitkan dengan tuntutan-tuntutan yang diajukan oleh unit komunikasi keliling.

Hambatan dalam pola komunikasi, untuk memulai. Terdapat satu blok komunikasi yang diidentifikasi oleh Mufid (2012:144), yaitu sebagai berikut:

- a) Gangguan Komunikasi merupakan hambatan mekanis yang dapat terjadi pada alat atau media komunikasi.
- b) Kepentingan (ketertarikan) merupakan salah satu faktor dalam pemilihan pemenang dalam bidang bicara. Motivasi Terpendam terutama terdiri dari tolak ukur keinginan, kebutuhan, dan kekurangan dengan lawan bicara.
- c) Prasangka adalah hubungan komunikasi yang kurang baik antara lawan bicara, sehingga tidak ada komunikasi yang terjadi. Terdapat beberapa tulisan dari Langer 1989 (dalam Nurdin, 2020:104) tentang beberapa asumsi teoretis mengenai berkomunikasi dengan orang asing, antara lain sebagai berikut:
 - 1) Hubungan interpersonal dan tangensial adalah salah satu faktor yang dapat menghambat semua komunikasi.
 - 2) Identitas yang kita gunakan dalam situasi yang berbeda dapat merugikan nilai-nilai bersama kita dengan orang asing. Identitas sosial mendukung konflik interpersonal saat ini. Perbedaan utama antara kelompok orang adalah bagaimana mereka berkomunikasi, dan perbedaan antara kelompok orang ini bisa sangat penting untuk dipahami.
 - 3) Sebagian besar waktu yang dihabiskan untuk berkomunikasi tidak mengganggu arus komunikasi.

- 4) Saat berkomunikasi dengan orang asing, kita kekurangan pemahaman intersubjektif yang diperlukan untuk mengatasi kesalahpahaman.
- 5) Kemampuan kita untuk berkomunikasi secara efektif terus meningkat karena kurangnya kepasifan dan kapasitas kita untuk kognisi dan tindakan yang efektif.
- 6) Kecemasan melibatkan dialektika antara kepercayaan dan ketakutan, sedangkan kebebasan melibatkan dialektika antara hal yang sama dan prediktabilitas.

Etika Komunikasi Menurut Mufid (2012): 106–107 Terdapat konsep Ethos, Pathos, dan Logos sebagai berikut:

1. Ethos mengacu pada kemampuan seseorang untuk berkomunikasi dengan orang lain dalam bidang tertentu tanpa takut akan pembalasan.
2. Pathos adalah kapasitas emosional individu untuk berkomunikasi
3. Logo digunakan sebagai alat komunikasi oleh komunikator untuk memperoleh tanggapan yang terdengar atau tertulis.

Menurut Effendi (2003 :357) Ada beberapa etika komunikasi di dalam pandangan Humanistik sebagai berikut:

- a. Berpribadi, pandangan sebagai diri seseorang.
- b. Unik, ciri khas dari seseorang.
- c. Aktif, proses yang berkesinambungan antara tanggapan dan stimulus.
- d. Sadar diri dan keterlibatan sosial Merupakan kesadaran diri dalam proses pada setiap situasi komunikasi dihadapkan pada pilihan-pilihan

yang harus dilakukan.

Pendekatan Nurdin (2020:103) dalam komunikasi yang efektif melibatkan proses yang serupa dengan yang dijelaskan oleh komunikator. Komunikasi yang efektif dapat mengurangi stres yang sering muncul saat berbicara dengan orang asing. Menurut Joel M. Charon (dalam Efendi, 2003:390; Mufid, 2012:151), interaksi harus dianggap sebagai kegiatan sosial yang kooperatif. Beberapa orang mungkin memilih untuk berkomunikasi satu sama lain tentang apa yang mereka lakukan melalui orientasi teman sebaya dengan melakukan aktivitas bersama. Menurut George Herbert Mead (dalam Mufid, 2012:151), komunikasi sebagai pertukaran simbolik antara individu terdiri dari:

- a) Pikiran, yang merupakan hasil dari dialog internal seseorang atau percakapan dengan diri sendiri. Konsep pikiran adalah proses kesadaran yang tidak memiliki hasil langsung, tetapi hampir pasti akan mengalami perubahan dan pertumbuhan saat dikejar secara aktif. Kesadaran (mind) tidak ditawarkan, melainkan dicari. Mead menjelaskan reorganisasi linguistik dan mental berdasarkan bukti. Sebagai bentuk penghormatan kepada penerima, pikiran memfasilitasi penggunaan bahasa dalam menggambarkan peningkatan tekanan pada kapasitas, yaitu:
 1. Mengidentifikasi objek di lingkungan sosial dengan menggunakan simbol yang memiliki makna.
 2. Menggunakan simbol sebagai stimulus untuk mendapatkan respons dari orang lain.

3. Mempelajari dan menginterpretasikan gerakan orang lain saat menggunakan stimulus ini sebagai respons.
4. Menawarkan berbagai imajinasi dalam merespons rangsangan dan respons dari lingkungan.

b. Self Konsep

Self (diri) mengacu pada proses yang terjadi di dalam interaksi sosial yang membentuk identitas seseorang. Perkembangan diri mengacu pada bagaimana seseorang individu mengambil peran (pengambilan peran) dari individu lain. Esensi diri adalah fleksibilitas, atau bagaimana kita menjalin dan menjaga hubungan dengan orang lain sebelum kemudian mengadopsi nilai-nilai mereka.

c. *Society*

Kumpulan diri yang berinteraksi dengan lingkungan yang lebih luas sambil mempertahankan hubungan yang intim. Kelompok mesra, bersyukur. Peradaban intuitif dicirikan oleh fokus pada respons yang identik. Masyarakat terganggu oleh alat yang dimiliki setiap orang untuk mulai bermain peran dan menggeneralisasi orang lain. Menurut analisis garis putus-putus dari kutipan berikut oleh George Herbert Blumer, pendapat ahli yang dimaksud adalah sebagai berikut:

1. Umat manusia mengalami hal-hal ini menurut makna yang memiliki hal-hal

ini khusus untuk mereka

2. Makna-makna itu dikelola dan diubah melalui proses pencarian yang digunakan oleh orang-orang yang berhubungan dengan hal-hal yang dijumpai.
3. Makna hal-hal tersebut berasal dari atau muncul dari interaksi sosial yang pernah dilakukan dengan orang lain. Berdasarkan garis putus-putus dari esai yang dimaksud, Blumer menguraikan prinsip-prinsip berikut:

Artinya, itu berfungsi sebagai panduan untuk menghadapi setiap situasi.

- 1) Bahasa merupakan faktor kunci dalam interaksi sosial yang melibatkan penggunaan Bahasa.
- 2) Pemikiran, juga dikenal sebagai minding, adalah interpretasi individu terhadap suatu simbol yang telah dimodifikasi melalui tindakan interpretasi diri. Permohonan Roger (dalam nurdin, 2020:31)

Terdapat beberapa ciri-ciri umum yang dimiliki oleh semua orang, termasuk ciri-ciri fisik seperti penampilan, bakat, kondisi emosi, nilai-nilai, keterampilan, dan juga ciri-ciri sosial seperti keterbatasan. Semua ini membentuk keyakinan inti individu. Menurut Nurdin, pernyataan ini memiliki pentingnya dalam membangun interaksi simbolik antar individu. Selain itu, Nurdin (2020) juga mengemukakan dua hipotesis mengenai konsep diri. Pertama, individu dapat mengembangkan konsep diri mereka melalui interaksi dengan orang lain. Kedua, konsep diri memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari.

2.1.3 Prilaku Sosial

Teori ini mengemukakan bahwa manusia, sebagai makhluk sosial, sering

Bahkan selalu Butuh orang lain untuk menjalankan kehidupan sehari-hari. Sebagai anggota masyarakat tertentu, Orang-orang tidak hidup sebagai seorang individu atau satu makhluk. Oleh karena itu, komunikasi memiliki peran penting dalam memenuhi kebutuhan setiap individu. Interaksi yang terjadi merupakan proses komunikasi yang bertujuan untuk mencapai suatu tujuan atau memenuhi kebutuhan. Dalam proses ini, terdapat risiko ganjaran, pengorbanan, dan keuntungan finansial. Teori pertukaran sosial menjadi dasar dalam memahami masalah ini, yang akan membantu dalam penyelidikan subjek dan analisis penelitian. Teori ini menyatakan bahwa aktor dan jaringan sosial di sekitarnya terlibat dalam hubungan timbal balik. Secara umum, karena jejaring sosial berasal dari populasi, kita dan populasi lain memiliki hubungan yang kompleks dengan jaringan ini yang ditandai oleh distribusi biaya, keuntungan segitiga, dan imbalan.

Menurut George Homans, dalam teori mata uang ini, ketidakseimbangan dan biaya digunakan untuk menjelaskan tingkah laku sosial. Perilaku sosial adalah aktivitas yang dapat dihitung, dan tidak ada yang lebih baik atau lebih buruk. Teori ini menyatakan bahwa interaksi sosial dan transaksi ekonomi serupa. Karena hal-hal yang dipertukarkan adalah benar dan salah, teori tukaran mengatakan bahwa uang tidak cukup untuk menjelaskan tukaran sosial. Misalnya, karyawan di perusahaan tertentu dinasihati untuk tidak bergantung pada sinyal dari luar, seperti upah. Namun, ada juga motivasi intrinsik, seperti kebahagiaan, kegembiraan, dan kebahagiaan yang terkait dengan pekerjaan.

Sedangkan menurut Harold Kelley dan John Thibaut mengembangkan teori pertukaran sosial mereka, yang menganggap kekuatan utama hubungan interpersonal adalah kepuasan yang diberikan kepada seseorang dalam suatu hubungan. Teori ini

menjelaskan bagaimana orang menilai suatu hubungan sosial di mana ada imbalan, atau imbalan. Hubungan ekonomi dan hubungan manusia dianalogikan dalam teori pertukaran sosial. Asumsi-asumsi mendasar teori ini berasal dari karakteristik dasar manusia dan karakteristik dasar hubungan.:

1. Orang-orang termotivasi untuk menyimpan sesuatu yang bernilai (hadiah) ketika mereka harus menyerahkan sesuatu (biaya), menurut pekerjaan sosial.
2. Kami melanjutkan pertukaran sosial di mana mereka menerima lebih banyak manfaat daripada biaya.
3. Manfaat dan biaya dapat berupa manfaat materi atau bentuk lain seperti jam kerja atau fasilitas.
4. Mereka umumnya mengharapkan untuk menerima biaya yang sama dengan membayar biaya yang sama (modal kerja).
5. Orang-orang putus ketika mereka percaya biayanya lebih besar daripada manfaatnya.
6. Ketika mengukur manfaat dan biaya, orang membandingkan harapan mereka, pengalaman masa lalu, atau alternatif lain, seperti efek relasional.

2.1.4 Kualitas Pelayanan

Pelayanan yang berkualitas tinggi dapat memberikan keunggulan kompetitif bagi perusahaan jasa, dan kualitas pelayanan juga merupakan faktor penting untuk mencapai keberhasilan. Tidak selalu kualitas barang atau jasa yang dijual tergantung pada kemampuan produsen untuk memenuhi permintaan

konsumen dengan baik. Kualitas pelayanan didefinisikan sebagai sama atau bahkan lebih baik jika produk atau jasa yang ditawarkan memiliki kehandalan, responsivitas, keramahan, kesopanan, empati, dan kepatuhan terhadap standar perusahaan yang diharapkan oleh konsumen. Ketika konsumen mengalami masalah atau ketidaknyamanan, mereka cenderung lebih mendengarkan rekomendasi dari pelanggan lain dan bahkan dapat membantu perusahaan mencapai kesuksesan di pasar mereka. Oleh karena itu, untuk dapat memahami harapan pelanggan dengan akurat, fokus utama organisasi haruslah pada kualitas pelayanan yang diberikan. (Dwi Nailla Putri and Munir 2022:13–21)

Daftar ini mencakup semua fitur dan karakteristik barang atau jasa yang disediakan untuk memenuhi berbagai kebutuhan yang telah diidentifikasi atau yang jelas tidak terpenuhi. Banyak karakteristik perusahaan yang tercantum di atas sangat penting dalam menentukan kualitas produk dan layanan mereka. Oleh karena itu, Parasuraman et al merekomendasikan tiga topik berikut ini saat membahas kualitas produk mereka.:

1. Bagi konsumen, kualitas produk lebih tinggi jika dibandingkan dengan kualitas pelayanan
2. Hasil membandingkan apa yang diharapkan konsumen dan pekerjaan aktual yang dilakukan itulah yang disebut dengan kualitas produk.
3. Evaluasi pelayanan tidak terbatas pada melihat hasil akhir pelayanan, tetapi juga menekankan pada evaluasi proses penyampaian pelayanan.

Definisi kualitas dapat bervariasi tergantung pada individu; hal ini disebabkan oleh fakta bahwa kualitas memiliki kriteria yang luas dan sangat

bergantung pada konteks. Banyak ahli di bidang kualitas yang mendefinisikan kualitas menurut sudut pandang individu, diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Menurut W. Edward Deming, kualitas adalah segala sesuatu yang memuaskan kebutuhan dan keinginan konsumen.
2. Kualitas tidak ada, dengan fokus pada kesesuaian dengan aturan (Phili B. Crosby)
3. Kualitas adalah fungsi dari spesifikasi (Joseph M. Juran)

Menurut Goetsch & Davis, "Kualitas pelayanan adalah kondisi yang terus berubah yang terkait dengan produk jasa, manusia, proses, dan lingkungan yang mampu memenuhi atau bahkan melebihi harapan konsumen." Ketika seorang pengemudi Gojek online menawarkan bantuan kepada pelanggan selama negosiasi aktif, dapat dikatakan bahwa kualitas pekerjaan yang dilakukan akan dinilai oleh klien apakah sesuai dengan standar yang ditetapkan. Kualitas layanan dapat diukur melalui empat dimensi berikut ini:

1) Keandalan

Dimensi keandalan atau kemampuan untuk memberikan informasi yang akurat adalah faktor penting dalam membangun kepercayaan pelanggan terhadap perusahaan barang dan/atau jasa. Ketika pelanggan merasa yakin bahwa perusahaan dapat diandalkan dalam memberikan informasi yang benar dan akurat, maka kepercayaan mereka terhadap perusahaan akan meningkat.

2) Daya tanggap

Ukuran daya tanggap atau daya tanggap dengan kemauan pegawai dalam

memberikan pelayanan yang cepat dan akurat kepada pelanggan. Hal ini sesuai dengan profesionalisme. Dalam melakukan suatu pekerjaan, seseorang disebut profesional jika mampu bekerja sesuai dengan kemampuan atau pekerjaan itu, pekerjaan dapat dilakukan dan diselesaikan secara efisien dan legal.

Kepercayaan yang diberikan kepada penerima hanyalah manah. Jika amanah tersebut benar maka akan menyebabkan kondisi keuangan perusahaan tertentu menderita. Dalam hal ini kepercayaan klien adalah nilai yang tidak bisa diterima begitu saja. Untuk mencapai tingkat kepercayaan yang tinggi, kami memberikan pelayanan yang profesional dan tepat waktu melalui tim pegawai yang ahli di bidangnya masing-masing.

a) *Assurance* (jaminan)

Jaminan, atau dimensi jaminan, bergantung pada pemahaman atau penerimaan terhadap penggunaan layanan oleh klien, serta penghormatan terhadap hak-hak klien. Klausul yang telah disebutkan sebelumnya akan meningkatkan persepsi positif dan loyalitas masyarakat terhadap suatu perusahaan tertentu. Kepastian yang dimaksud cenderung meningkatkan rasa percaya, kepastian, dan keamanan klien terhadap risiko atau bahaya, sehingga klien merasa terlindungi.

b) Empati

Kemampuan untuk merasakan penderitaan orang lain dan memberi mereka perhatian penuh Anda dikenal sebagai empati (empati). Fenomena ini dipicu

oleh relasi, komunikasi, kesadaran, dan kapasitas untuk memahami kebutuhan dan identitas individu. Pernyataan di atas mungkin membuat pembaca merasa bahwa mereka membutuhkan karena telah diperlakukan dengan adil. Sikap empati dari pegawai ini dapat diwujudkan melalui pelayanan yang ramah kepada pelanggan, membantu mereka saat menghadapi kesulitan, serta memberikan informasi dan menangani keluhan pelanggan.

c) *Tangibles*

Aspek fisik atau elemen fisik dari sebuah bangunan mencakup hal-hal seperti geysir, ruangan yang nyaman, dan fasilitas lainnya. Menurut ajaran Islam, pelayanan yang disediakan melalui fasilitas fisik cenderung lebih fokus pada peningkatan kesejahteraan klien daripada menimbulkan ancaman.

2.1.5 Pola komunikasi Sirkular (Dua arah)

Penggunaan huruf tebal merupakan metode yang tepat untuk berkomunikasi secara harfiah. Selama proses komunikasi, Mungkin ada tanggapan atau respons, menandakan bahwa proses komunikasi sedang berlangsung. Hal ini juga menunjukkan adanya jarak antara komunikator dan komunikan. Kebijakan komunikasi sirkular ini berfokus pada interaksi di mana seorang komunikator atau responden memberikan tanggapan timbal balik kepada komunikator lain. Hal ini menunjukkan peran simbolik yang signifikan dalam proses komunikasi manusia, terutama dalam konteks internasional. Ketika terjadi interaksi antara komunikator

dan komunikasi, atau sumber dan penerima, terdapat mekanisme yang dikenal sebagai umpan balik dalam komunikasi simbiosis. Pada tahun 1954, Osgood dan Schramm menanggapi pentingnya keterampilan komunikasi dan peran utama komunikator. Deddy Mulyana mengutip Rodolph F. Verderber yang menyatakan bahwa komunikasi memiliki dua tujuan. Salah satu fungsi utama komunikasi adalah pengambilan keputusan, di mana individu memutuskan untuk melakukan atau tidak melakukan sesuatu pada suatu saat tertentu.

2.1.6 Kepuasan Pelanggan

Teori-teori kepuasan pelanggan yang dikutip oleh Tjipono yang meliputi teori mikro, perspektif psikologi dari kepuasan pelanggan berdasarkan perspektif TQM.

1. Teori Ekonomi Mikro

Teori kepuasan pelanggan yang dikembangkan oleh Tjipono terdiri dari dua teori, yaitu teori ekonomi mikro dan perspektif psikologis dari perspektif karyawan. Teori ekonomi mikro merupakan teori pertama yang menyatakan bahwa orang akan melakukan investasi jangka panjang hanya jika terdapat perbandingan antara harga all-inclusive dan utilitas marjinal. Sementara itu, perspektif psikologis melihat kepuasan pelanggan dari sudut pandang pelanggan itu sendiri.

2. Model Kognitif Karena persepsi mereka dan apa yang mereka lakukan sesuai dengan harapan mereka, orang memiliki atribut yang sempurna Variabel kognitif harapan pembelian dan perbedaan antara harapan pembelian dan persepsi purna beli digunakan untuk menentukan kebutuhan klien.

3. Model Afektif

Model yang efektif menyatakan bahwa sikap seseorang terhadap perusahaan tertentu tidak ditentukan oleh tujuan, aspirasi, atau karakternya. Prinsip Fokus Pelanggan dari perspektif TQM Dimungkinkan untuk mendefinisikan Total Quality Management (TQM) menggunakan tiga istilah berikut: total (keseluruhan), kualitas (kualitas produk atau kualitas layanan), dan manajemen (tindakan, cara, pengendalian, dan pengarahan).

Kepuasan konsumen merupakan faktor yang sangat penting bagi keberadaan, kelangsungan, dan perkembangan perusahaan. Saat ini banyak perusahaan yang semakin memahami arti penting dari kepuasan konsumen dan menjalankan strategi guna memberikan kepuasan bagi konsumennya. Menurut Engel kepuasan konsumen merupakan evaluasi purnabeli di mana sekurang-kurangnya memberikan hasil (*outcome*) sama atau melampaui harapan pelanggan. Sedangkan ketidakpuasan timbul apabila hasil yang diperoleh tidak memenuhi harapan pelanggan. Dengan adanya peningkatan kualitas pelayanan, pendapatan ojek meningkat dan konsumen merasakan kepuasan. Kepuasan pelanggan ini disebabkan oleh adanya peningkatan kualitas pelayanan. Sebagai akibatnya, terjadi peningkatan volume order yang pada gilirannya akan memberikan kesejahteraan kepada pengemudi. (Dwi Nailla Putri and Munir 2022:13–21)

Penting bagi perusahaan untuk memahami kebutuhan pelanggan dan fokus

pada kepuasan mereka. Dalam bidang pengemasan, kepuasan pelanggan menjadi tujuan utama. Dengan meningkatkan kualitas produk dan layanan yang ditawarkan kepada pelanggan, perusahaan dapat membangun loyalitas pelanggan. Keberhasilan suatu layanan dapat diukur berdasarkan sejauh mana layanan tersebut memenuhi kebutuhan dan harapan pelanggan. Pengukuran pelanggan menjadi elemen penting dalam memberikan kepuasan dan mendorong pelayanan yang lebih efektif dan efisien. Jika pelanggan merasa tidak puas dengan layanan tertentu, hal ini menunjukkan bahwa layanan tersebut tidak efektif dan efisien. Tingkat kepuasan pelanggan juga berperan penting dalam mengembangkan sistem penyediaan produk yang responsif terhadap kebutuhan pelanggan, serta dapat mengurangi biaya dan waktu yang diperlukan. Menurut Kotler, terdapat beberapa teknik yang dapat digunakan untuk meningkatkan kepuasan pelanggan:

a. Sistem Keluhan

Sistem keluhan dan Cara ini dapat dilakukan dengan membuka kotak saran sehingga dapat menerima keluhan, saran dan kritik dari pelanggan. Selain kotak saran, keluhan, saran dan kritik juga dapat disampaikan melalui kartu informasi dan hotline pelanggan. Hal tersebut dimaksudkan agar perusahaan lebih mengantisipasi dan cepat tanggap terhadap kritik dan saran tersebut.

Survei Kepuasan Pelanggan

Bisnis yang bertanggung jawab yang melakukan survei pelanggan melalui telepon, pos, atau wawancara pribadi untuk mengurangi kecemasan pelanggan. Dalam melakukan tindakan tersebut pelaku usaha juga dapat memberikan uang kepada yang bersangkutan. Pengukuran kepuasan pelanggan melalui metode survei dapat dilaksanakan pada banyak cara tersebut, yakni:

1. Melaporkan kepuasan secara langsung, yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan secara perlahan.
2. Ketidakpuasan turunan, dalam hal ini didasarkan pada dua faktor utama, yaitu sejauh mana harapan klien terhadap atribut yang relevan dan sejauh mana pekerjaan yang telah mereka
3. Analisis masalah: Dalam metode ini, responden diminta untuk memberikan dua poin utama, yaitu masalah yang mereka temui dan bagaimana kaitannya dengan manajemen perusahaan dan perlunya perbaikan segera.
4. Analisis kinerja kepentingan digunakan dengan cara ini untuk memberikan tanggapan terhadap berbagai elemen dari suatu rencana berdasarkan seberapa penting masing-masing elemen tersebut. Selain itu, responden diwajibkan untuk memberikan informasi mengenai beberapa aspek terkait bisnis yang berbeda dari masing-masing elemen.

Beberapa manfaat tambahan yang dapat diperoleh dari penggunaan sistem umpan balik adalah sebagai berikut:

- a) Mengajarkan pandangan setiap peserta tentang jenis pelayanan yang telah diterima, diakui, dan/atau ditolak;
- b) Mempelajari kebutuhan dan aspirasi setiap peserta untuk saat ini dan masa depan;
- c) Meningkatkan kualitas pelayanan sesuai dengan harapan peserta.
- d) Menyusun rencana kerja dan meningkatkan mutu pelayanan yang diberikan.

4. Kesejahteraan sosial

Kondisi historis kesejahteraan sosial merujuk pada keadaan saat ini yang melibatkan kebutuhan material dan non-material. Menurut Midgley, kesejahteraan sosial didefinisikan sebagai "keadaan atau keberadaan kesejahteraan manusia." Dalam situasi sekarang, kehidupan manusia menjadi aman dan tenteram karena kebutuhan dasar seperti makanan, tempat tinggal, pendidikan, dan keuangan dapat terpenuhi. Selain itu, manusia juga dilindungi dari risiko utama yang dapat membahayakan cara hidupnya. Hal ini penting untuk memahami lebih lanjut tentang faktor-faktor yang terkait dengan ketidakstabilan sosial.

- a. Menurut ahli, kemajuan sosial diantisipasi. Menurut definisinya, terorisme dibagi menjadi tiga kelompok, yaitu:
 1. Keadaan sosial sebagai kriteria utama
 2. Kesejahteraan sosial sebagai tujuan atau strategi tertentu
 3. Interaksi sosial sebagai bentuk pengajaran

Menurut Friedlander, dalam Suud yang dimaksud dengan "kesejahteraan" adalah suatu sistem yang terorganisir dari pelayanan-pelayanan dan lembaga-lembaga sosial, yang bertujuan untuk membantu individu dan kelompok orang mencapai tingkat tertentu dalam hal kesehatan dan kesejahteraan. Konsep ini juga merujuk pada jaringan sosial dan pribadi yang memberikan kesempatan kepada individu untuk mengoptimalkan potensi pribadi dan sosial mereka guna meningkatkan kualitas hidup.

- b. Kesejahteraan dalam perspektif Undang-Undang

Dengan demikian, individu-individu tersebut dapat mengembangkan

identitas pribadi mereka dan melaksanakan peran sosial yang dapat dilakukan oleh pemerintah, pemerintah daerah, dan masyarakat umum melalui berbagai bentuk bantuan sosial seperti rehabilitasi sosial, jaminan sosial, pemberdayaan sosial, dan perlindungan sosial (UU No. 11 Tahun 2009 Pasal 1 dan 2). Kesejahteraan merupakan hal yang bersifat subjektif, sehingga setiap kelompok atau individu dalam kelompok tersebut yang memiliki tujuan, sasaran, dan gaya hidup yang berbeda akan memberikan informasi yang berbeda mengenai faktor-faktor yang mempengaruhi tingkat kesejahteraan. (BKKBN 1992; Nuryani 2007).

2.1.7 Transportasi Ojek

Transportasi adalah proses perpindahan orang dan barang dari satu tempat ke tempat lain. Dalam proses pengangkutan ini, terdapat beberapa pergerakan yang terjadi. Secara fisik, ada kemungkinan terjadi pemisahan antara muatan atau penumpang di satu tempat menuju tempat lain dengan atau tanpa menggunakan alat angkut. Pejalan kaki adalah contoh orang yang berpindah tempat tanpa menggunakan alat angkut.

Ojek online merupakan salah satu jenis transportasi sehari-hari yang memiliki kesamaan dengan kendaraan sehari-hari yang menggunakan motor sebagai alat penggerakannya. Namun, berbeda dengan kendaraan biasa, ojek online telah terintegrasi dengan teknologi mutakhir sehingga bisnisnya lebih matang. Ojek online menggunakan sepeda motor matic yang dilengkapi dengan aplikasi smartphone yang memudahkan pengguna dalam mengatur pengoperasian kendaraan. Aplikasi ini tidak hanya digunakan untuk membeli barang, tetapi juga

untuk mengangkut makanan di seluruh kota besar di dunia, terutama di kota-kota yang memiliki sistem transportasi yang baik dan tidak mengalami masalah kemacetan.(Moh Amiruddin 2019:26–49).

2.2 Penelitian Terdahulu

Berdasar teori yang dijabarkan, maka dapat memperkuat teori-teori dari jurnal berikut ini:

2.1.1 Nadia Dwi Naila Putri, Misbahul Munir (2021). Analisa Kualitas Pelayanan melalui Pola Komunikasi Driver Go-Ride dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Kesejahteraan Pengemudi (Studi Kasus Ojek Online Gojek di Kabupaten Jember) Jurnal MEYARSA VOL. 2 NO.2 (2021)

Penelitian yang dilakukan oleh Nadia Dwi Naila Putri dan Misbahul Munir pada tahun 2021 berjudul "Analisis Kualitas Layanan yang Diberikan Melalui Komunikasi Driver Go-Ride Dalam Meningkatkan Kepuasan Klien dan Keamanan Klien" (Studi Kasus Go-Jek Online di Kabupaten Jember). Penelitian ini bertujuan untuk memahami dan mendeskripsikan beberapa hal, yaitu: 1) bagaimana pengemudi taksi online berkomunikasi dengan pelanggan menggunakan GoRide?, 2) bagaimana taksi online melakukan pengujian terhadap jaminan kualitas?, 3) bagaimana pengguna taksi online menangani keluhan pelanggan?, dan 4) bagaimana pengemudi taksi online menghadapi pelecehan. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan melakukan studi perbandingan terhadap saluran komunikasi dengan setiap pelanggan.

Dalam penelitian ini, terdapat tiga jalur komunikasi yang digunakan, yaitu jalur komunikasi satu arah, jalur komunikasi dua arah, dan jalur komunikasi spiral. Kualitas layanan yang diberikan oleh pengecer online dinilai berdasarkan beberapa kriteria, antara lain kepatuhan, ketahanan, daya tanggap, jaminan, empati, dan bukti fisik. Kepuasan pelanggan pengguna jasa ojek online dapat dilihat melalui sistem keluhan dan saran serta pengawasan terhadap kepuasan pelanggan. Seiring dengan peningkatan tingkat layanan pelanggan, prevalensi karyawan toko online juga akan meningkat. Hal ini akan berdampak pada peningkatan volume order yang pada akhirnya akan meningkatkan kesejahteraan pengemudi..

2.1.2 Moh. Amiruddin (2019) Pola Komunikasi Driver Ojek OnlineGrabbike pada Pelayanan Customer di Kota Malang. Jurnal Penelitian Ilmiah Intaj Vol.03 No.02 2019 : 26 – 49 ISSN 2549-2624 | eISSN 2580-4650

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Moh. Amiruddin pada tahun 2019, berjudul "Pola Komunikasi Driver Ojek Online Grabbike pada Pelayanan Customer di Kota Malang", peneliti menggunakan metode wawancara dan pengamatan untuk menggambarkan serta menganalisis fenomena, peristiwa, dan sikap driver ojek online terhadap pelanggan sebagai data atau informasi yang digunakan untuk memperoleh pola komunikasi antara driver ojek online dan pelanggan. Penelitian ini melibatkan delapan orang sebagai subjek penelitian, yang terdiri dari empat orang driver ojek online GrabBike dan empat orang pelanggan GrabBike di Kota Malang. Subjek penelitian dipilih secara acak dan data juga dikumpulkan melalui observasi langsung serta referensi literatur yang relevan dengan masalah yang

diteliti. Data yang telah diperoleh kemudian dianalisis menggunakan teknik pengumpulan data kualitatif. Dengan demikian, data yang diperoleh dapat dianalisis dan dideskripsikan secara rinci untuk membentuk gambaran mengenai pola komunikasi antara driver ojek online GrabBike dan pelanggan di Kota Malang..

2.1.3 Yoga Murdianto, Retno Indah Rochmawati, Andi Reza Perdanakusuma (2019), Analisis Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual (Studi Kasus Go-Jek Kota Malang). Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer e-ISSN: 2548-964X Vol. 3, No. 1, Januari 2019, hlm. 603-612

Penelitian yang dilakukan oleh Yoga Murdianto, Retno Indah Rochmawati, dan Andi Reza Perdanakusuma pada tahun 2019 bertujuan untuk menganalisis pengalaman pengguna dalam menggunakan metode Servqual melalui studi kasus Go-Jek di Kota Malang. Penelitian ini menggunakan metodologi kualitas layanan yang mencakup faktor-faktor seperti ketergantungan, daya tanggap, jaminan, empati, serta satu variabel independen yang terkait dengan kepuasan pelanggan. Teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling yang dikombinasikan dengan nonprobability sampling. Data penelitian ini dikumpulkan dari dua responden dengan rentang demografi usia antara 17 hingga 54 tahun. Analisis data penelitian ini menggunakan Regresi Linier Berganda. Untuk menguji hipotesis, dilakukan uji F dan uji T. Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa variabel assurance memiliki hubungan negatif dengan setiap variabel dalam metode Servqual, yang secara simultan memberikan efek peredam terhadap variabel yang bergantung pada input dari pengguna.

2.1.4 Jaka Tomi Ronaldo Siringo Ringo , Leo Nardo Hutasoit, Rio Farrona Evta Indra, Okta Jaya Harmaja, Stiven Hamonangan Sinurat (2022). Analisis Rasio Persepsi Konsumen Pada Kualitas Pelayanan Ojek Online Dengan Metode Service Quality JUSIKOM PRIMA (Jurnal Sistem Informasi dan Ilmu Komputer Prima) Vol. 5 No. 2, Februari 2022 E-ISSN : 2589 – 2879

Penelitian yang dilakukan oleh Jaka Tomi Ronaldo Siringo Ringo, Leo Nardo Hutasoit, Rio Farrona Evta Indra, Okta Jaya Harmaja, dan Stiven Hamonangan Sinurat pada tahun 2020 menggunakan metode penelitian pustaka kuantitatif. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis persepsi konsumen terhadap kualitas toko online dengan menggunakan metode Service Quality. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dari layanan taksi online yang ada, Grab menduduki posisi pertama dengan skor sekitar 25,56%, diikuti oleh Gojek yang menempati posisi kedua dengan skor sekitar 24,45%, dan In-Driver menempati posisi ketiga dengan skor sekitar 24,43%.

2.1.5 Bustanul Hadi, Tessa Shasrini (2023) Perilaku Komunikasi Driver Gofood Terhadap Pengguna Jasa Transportasi Online Gojek Di Kota Pekanbaru Indonesia. Journal of Social and Economics Research Volume 5, Issue 1, June 2023 P-ISSN: 2715-6117 E-ISSN: 2715-6966 Open Access at: <https://idm.or.id/JSER/index.php/JSER>

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Tessa Shasrini pada tahun 2023, berjudul "Perilaku Komunikasi Driver Gofood Terhadap Pengguna Jasa Transportasi Online Gojek Di Kota Pekanbaru Indonesia", digunakan metode desk research essay yang berfokus pada kualitas dan teknik analisis data seperti observasi, wawancara, dan dokumentasi. Metode analisis data yang digunakan melibatkan redaksi data dan analisis keimpulan. Penelitian ini dilakukan di Kota Pekanbaru.

Hasil investigasi menunjukkan bahwa driver Gofood menggunakan tiga jenis komunikasi verbal dalam berinteraksi dengan pelanggan. Pertama, mereka menggunakan bahasa lisan saat berbicara langsung dengan pelanggan. Kedua, mereka juga menggunakan bahasa lisan melalui telepon ketika berkomunikasi dengan pelanggan secara jarak jauh. Terakhir, driver Gofood juga menggunakan bahasa tulisan yang dikirim melalui pesan teks untuk berkomunikasi dengan pelanggan. Dalam penelitian ini, penulis menemukan bahwa driver Gofood memiliki beragam cara dalam berkomunikasi dengan pelanggan mereka. Hal ini menunjukkan bahwa driver Gofood memiliki kemampuan komunikasi yang baik dalam memenuhi kebutuhan pelanggan mereka. Dengan menggunakan berbagai jenis komunikasi verbal, driver Gofood dapat memberikan pelayanan yang lebih baik kepada pelanggan mereka di Kota Pekanbaru, Indonesia..

2.1.6 Yoga Murdianto, Retno Indah Rochmawati, Reza Perdanakusuma Analisis Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual (Studi Kasus Go-Jek Kota Malang). Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer e-ISSN: 2548-964X Vol. 3, No. 1, Januari 2019, hlm. 603-612 <http://j-ptiik.ub.ac.id>

Pada tahun 2019, Murdianto, Retno, dan Reza Perdanakusuma membahas mengenai analisis dampak sistem hukum terhadap perilaku pengguna menggunakan metodologi Servqual dalam makalah mereka yang berjudul "Studi Kasus Go-Jek Kota Malang". Dalam studi ini, mereka menggunakan metodologi kualitas layanan yang mencakup faktor-faktor seperti ketergantungan, daya tanggap, jaminan, empati, dan satu variabel independen yang terkait dengan

kepuasan pelanggan. Hasil analisis penelitian ini menunjukkan bahwa variabel assurance memiliki hubungan negatif yang lebih signifikan dengan ketergantungan variabel pada responden.

Tabel. 2.1 Tabel Perbedaan Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti/Tahun	Judul Penelitian	Metode	Hasil
1.	Nadia Dwi Nailla Putri Dr. H. Misbahul Munir, M.M. (2021)	Analisa Kualitas Pelayanan melalui Pola Komunikasi Driver Go-Ride dalam Meningkatkan Kepuasan Pelanggan dan Kesejahteraan Pengemudi (Studi Kasus Ojek Online Gojek di Kabupaten Jember)	Metodologi yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif dengan studi perbandingan khusus subjek	Berdasarkan hasil penelitian, pengemudi Go-Ride menggunakan tiga jalur komunikasi yang berbeda saat berbicara dengan penumpang: linear atau penangkapan tunggal, melingkar atau penangkapan ganda, dan spiral atau spiral. Kualitas layanan yang diberikan oleh Ojek online dinilai dengan kriteria sebagai berikut: kepatuhan (compliance), ketahanan (reability), daya tanggap (responsivess), jaminan (assurance), empati (empathy), dan bukti fisik (tangible). Dengan menggunakan sistem keluhan dan saran serta melakukan survey

				kepuasan pelanggan dapat diketahui kepuasan pelanggan pada pengguna aplikasi online
2.	Moh. Amiruddin (2019)	Pola Komunikasi Driver Ojek Online Grabbike pada Pelayanan Customer di Kota Malang	Untuk memperoleh data kualitatif untuk penelitian ini, wawancara dan observasi digunakan.	Temuan menunjukkan bahwa pengemudi ojek online GrabBike menggunakan tiga pola komunikasi, yaitu pola komunikasi linier atau satu arah, pola komunikasi melingkar atau dua arah dan pola komunikasi heliks atau spiral, saat memberikan layanan kepada konsumen
3	Yoga Murdianto, Retno Indah Rochmawati, Andi Reza Perdanakusuma (2019)	Analisis Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual (Studi Kasus Go-Jek Kota Malang)	Penelitian ini menggunakan metode servqual yang memuat variable tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy serta satu variabel independen kepuasan pelanggan	Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan variable assurance memiliki nilai pengaruh yang paling signifikan terhadap variable dependen kepuasan pelanggan. Dari uji F diketahui bahwa semua variable dalam metode servqual memberikan dampak yang simultan terhadap variable dependen

				kepuasan pelanggan
4	Jaka Tomi Ronaldo Siringo Ringo , Leo Nardo Hutasoit, Rio Farrona Evta Indra, Okta Jaya Harmaja, Stiven Hamonangan Sinurat (2022)	Analisis Rasio Persepsi Konsumen Pada Kualitas Pelayanan Ojek Online Dengan Metode Service Quality	Menggunakan jenis <i>desk research</i> kuantitatif	Hasil menunjukkan bahwa dari keempat Ojek Online yang digunakan Grab, posisi pertama dipegang oleh Gojek dengan skor per kalimat sekitar 25,56%, posisi kedua oleh Maxim dengan skor per kalimat sekitar 24,45%, dan posisi terakhir dipegang oleh In-Driver dengan skor per kalimat sekitar 24,43%
5.	Bustanul Hadi, Tessa Shasrini (2023)	Perilaku Komunikasi Driver Gofood Terhadap Pengguna Jasa Transportasi Online Gojek Di Kota Pekanbaru Indonesia	Menggunakan metode deskriptif kualitatif untuk mendapatkan pemahaman terhadap kenyataan sosial dari perspektif yang diteliti	Hasil penelitian perilaku komunikasi driver Gofood kepada costumers menunjukkan bahwa komunikasi verbal terdiri dari bahasa lisan langsung, bahasa lisan via telepon, dan bahasa tulisan via message
6.	Yoga Murdianto, Retno Indah Rochmawati, Andi Reza Perdanakusuma (2019)	Analisis Pengaruh Layanan Terhadap Kepuasan Pelanggan Menggunakan Metode Servqual (Studi Kasus Go-Jek Kota	Penelitian ini menggunakan metode servqual yang memuat variable tangible, reliability, responsiveness, assurance dan empathy serta satu variabel	Hasil analisis pada penelitian ini menunjukkan variable assurance memiliki nilai pengaruh yang paling signifikan terhadap variable dependen kepuasan

		Malang)	indepent kepuasan pelanggan	pelanggan
--	--	---------	-----------------------------------	-----------

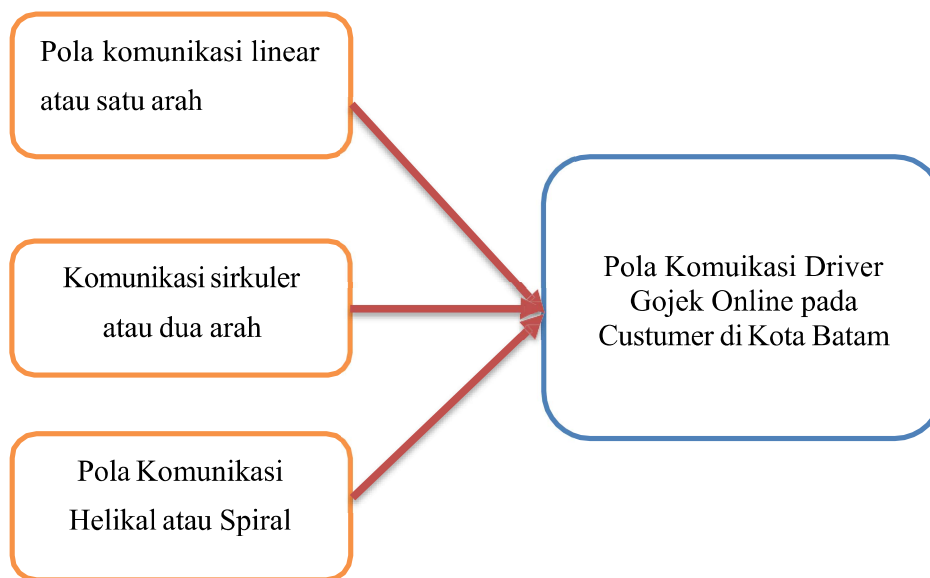
2.3 Kerangka Konseptual

Selama pemikiran ini, para pihak yang bersengketa berusaha untuk memahami masalah yang telah mereka ciptakan. Isu lain yang akan dibenahi adalah putusnya komunikasi antara driver Go-rid dan pengguna layanan transportasi online Go-Jek Kota Batam. Komunikasi tidak diragukan lagi merupakan aspek yang sangat penting dalam kehidupan manusia karena sangat penting dalam proses interaksi. Komunikasi merupakan faktor kunci dalam membina hubungan antar orang, baik itu dalam komunikasi pribadi maupun saat memberikan dukungan. Begitupula yang terjadi selamat berlangsungnya komunikasi antara driver Go-ride dan pengguna Go-Jek di Kota Batam.

Komunikasi di sini tidak terbatas pada interaksi antara driver dan pelanggan layanan transportasi online Go-Jek. Namun, efektivitas komunikasi ini akan berdampak buruk pada kemampuan pengguna dalam menjalankan tugasnya. Karena keseriusan driver dan interaksi yang berkesinambungan dengan pengguna jasa. Berdasarkan temuan studi pendahuluan, banyak terjadi gangguan komunikasi antara pengemudi dan pengguna layanan transportasi online Go-Jek. Keberagaman tersebut di atas memicu berbagai reaksi yang berbeda serta perasaan yang khas pada penggunaanya, yang mungkin termasuk atau tidak termasuk perasaan puas pada akhir kejadian. Menurut Lapierre, komunikasi berada pada ambang ekspresi verbal dan nonverbal, atau yang lebih umum dikenal, komunikasi berada pada ambang

ekspresi verbal dan nonverbal.

Umat manusia telah lama dianggap sebagai spesies yang canggung secara sosial yang tidak dapat hidup mandiri tanpa bantuan orang lain. Interaksi manusia antar individu membutuhkan semacam komunikasi yang bertindak sebagai penghalang selama interaksi lainnya. Untuk mencapai kenyamanan makna di lingkungan tertentu dan memberikan stimulus bagi penduduk untuk menyadari dan memahami tujuan komunikasi di lingkungan tersebut, maka harus ada jenis komunikasi tertentu. Komunikasi antara driver Go-Jek Batam dengan pelanggan dilakukan melalui saluran komunikasi tertentu.



Gambar. 2.2 Kerangka Konseptual
Sumber: Hasil Olahan Peneliti (2023)