



Judul Skripsi:

**POLA KOMUNIKASI ANTARA PENGEMUDI OJEK *ONLINE*
DENGAN *CUSTOMER* MELALUI APLIKASI (Studi Kasus Pada *Shelter*
Poins Square Lebak Bulus)**

Skripsi ini diajukan untuk memenuhi persyaratan kelulusan Sarjana Ilmu
Komunikasi

Muhammad Harits

1710411120

Pembimbing: Dr. Ana Kuswanti, M.Si



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS PEMBANGUNAN NASIONAL
VETERAN JAKARTA**

PERNYATAAN ORISINALITAS

PERNYATAAN ORISINALITAS

Skripsi ini adalah hasil karya sendiri dan semua sumber yang dikutip maupun yang dirujuk telah saya nyatakan dengan benar:

Nama : Muhammad Harits
NIM : 1710411120
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Bilamana di kemudian hari ditemukan ketidaksesuaian dengan pernyataan ini maka, saya bersedia dituntut dan diproses sesuai dengan ketentuan yang berlaku.

Jakarta, 27 September 2024

Yang menyatakan,

A handwritten signature in black ink is written over a yellow 5000 Rupiah postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '5000', 'METRAY', 'TEMPER', and '76AALX433041854'.

(Muhammad Harits)

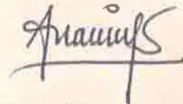
PENGESAHAN SKRIPSI

PENGESAHAN SKRIPSI

NAMA : Muhammad Harits
NIM : 1710411120
PROGRAM STUDI : S-1 Ilmu Komunikasi
JUDUL : Pola Komunikasi Antara Pengemudi Ojek *Online* dengan
Customer Melalui Aplikasi (Studi Kasus Pada *Shelter* Poin Square Lebak Bulus)

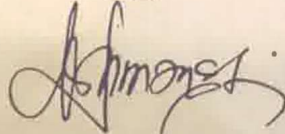
Telah berhasil dipertahankan dihadapan Tim Penguji dan diterima sebagai bagian persyaratan yang diperlukan untuk memperoleh gelar sarjana pada Program Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta.

Pembimbing



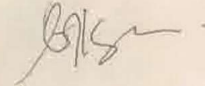
Dr. Ana Kuswanti, M.Si

Penguji 1



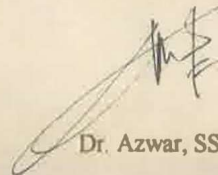
Dr. Kusumajanti, S.Sos., M.Si.
MA

Penguji 2



Uljanatunnisa, S.Sos.,

Ketua Program Studi
Ilmu Komunikasi



Dr. Azwar, SS., M.Si

Ditetapkan di : Jakarta
Tanggal Ujian : 19 Juli 2024

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI / TUGAS AKHIR UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS

Sebagai civitas akademik Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta,
saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Muhammad Harits
NIM : 1710411120
Fakultas : Ilmu Sosial dan Ilmu Politik
Program Studi : S1 Ilmu Komunikasi

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta Hak Bebas Royalti Non eksklusif (*Non-exclusive Royalty Free Right*) atas karya ilmiah saya yang berjudul:

"POLA KOMUNIKASI ANTARA PENGEMUDI OJEK *ONLINE* DENGAN *CUSTOMER* (Studi Kasus Pada *Shelter Poin Square Lebak Bulus*)"

Beserta perangkat yang ada (jika diperlukan). Dengan Hak Bebas Royalti ini. Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta berhak menyimpan, mengalih media/formatkan, mengelola dalam bentuk pangkalan data (*database*), merawat dan mempublikasikan Skripsi saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan sebagai pemilik Hak Cipta.

Demikian pernyataan ini saya buat dengan
sebenarnya;

Dibuat di : Jakarta,

Pada tanggal : 27 September 2024

Yang menyatakan,



(Muhammad Harits)

**POLA KOMUNIKASI ANTARA PENGEMUDI OJEK *ONLINE* DENGAN
CUSTOMER MELALUI APLIKASI (Studi Kasus Pada *Shelter Poin Square Lebak
Bulus*)**

MUHAMMAD HARITS

ABSTRAK

Ojek *online* saat ini merupakan salah satu layanan transportasi yang menjadi andalan masyarakat di berbagai kota-kota besar di Indonesia, khususnya Kota Jakarta. Akan tetapi dalam kesehariannya tidak sedikit kendala yang terjadi dalam layanan ojek *online* khususnya dalam konteks komunikasi melalui aplikasi. Baik dari pengemudi ataupun *customer* ojek *online* itu sendiri sering mengalami kesalah pahaman serta hambatan saat berkomunikasi melalui aplikasi. Kesalahpahaman dan hambatan yang muncul tersebut disebabkan oleh berbagai faktor secara internal ataupun eksternal. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana pola komunikasi yang berjalan dalam proses komunikasi antara pengemudi ojek *online* dengan *customer* dan apa hambatan yang terjadi dalam komunikasi tersebut berdasarkan Teori *Computer Mediated Communication* (CMC) beserta karakteristik atau aspek-aspek yang terdapat di dalam teori tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus dan jenis penelitian riset lapangan. Pengumpulan data dilakukan dengan cara melakukan wawancara mendalam kepada subjek penelitian yang terdiri dari beberapa orang yang merupakan *informant*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa dalam komunikasi yang berlangsung antara pengemudi ojek *online* dengan *customer* melalui aplikasi belum memenuhi aspek-aspek ataupun karakteristik yang terdapat pada Teori *Computer Mediated Communication* (CMC). Aspek-aspek tersebut dikatakan belum terpenuhi karena pada kenyataannya sebagian pengemudi ataupun *customer* ojek *online* belum memiliki kemampuan berkomunikasi yang baik, kinerja aplikasi ataupun *smartphone* yang digunakan tidak optimal, kualitas koneksi internet yang terkadang tidak stabil, dan pesan yang disampaikan oleh pengemudi ataupun *customer* melalui aplikasi terkadang sulit untuk dipahami.

Kata kunci: Pola Komunikasi, *Computer Mediated Communication*, Pengemudi Ojek *Online*, *Customer*, Aplikasi.

**COMMUNICATION PATTERN BETWEEN *OJEK* ONLINE DRIVER AND
CUSTOMER THROUGH APPLICATION (Case Study on Poins Square Lebak Bulus
Shelter)**

MUHAMMAD HARITS

ABSTRACT

Ojek online today is one of the transportation services that has become a public trust in various major cities in Indonesia, especially in Jakarta City. However, in the day-to-day there are a few obstacles that occur in online services, especially in the context of communication through applications. Both the driver and the customer of ojek online themselves are frequently experienced misunderstandings and barriers when communicating through the application. The misunderstandings and obstacles that arise are caused by various internal and external factors. This study aims to explain how the communication patterns run in the process of communication between ojek online driver and customer and what barriers occur in such communication based on the Computer Mediated Communication (CMC) Theory as well as the characteristics or aspects which contained in the theory. This research uses a qualitative approach with case study methods and field research types. Data collection is carried out by conducting in-depth interviews with research subjects consisting of several people who are informants. The results show that the ongoing communication between drivers and customers of ojek online through applications does not-yet fully to meet the aspects or characteristics contained in the Computer Mediated Communication Theory. (CMC). Those aspects are said to be unsatisfied because in fact some drivers or customers of ojek online still do not have a good communication ability, the performance of the application or the smartphone used is not optimal, the quality of the internet connection is sometimes unstable, and the message delivered by the driver or customer through the application is sometimes difficult to understand.

Key words: Communication Pattern, Computer Mediated Communication, Ojek Online Driver, Customer, Application.

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala kasih dan karunia-Nya yang telah melancarkan, memudahkan, serta memberikan kasih sayang-Nya yang tidak terbatas sehingga penelitian dengan judul “POLA KOMUNIKASI ANTARA PENGEMUDI OJEK *ONLINE* DENGAN *CUSTOMER* MELALUI APLIKASI (Studi Kasus Pada *Shelter Poin Square Lebak Bulus*)” dapat diselesaikan dengan baik. Penggunaan layanan ojek *online* yang kini semakin meningkat di berbagai daerah memuat penulis sadar bahwa sesungguhnya di balik itu semua ada peranan penting dari komunikasi. Pengemudi ataupun *customer* ojek *online* yang diwawancara oleh penulis membuktikan bahwa dengan semakin meningkatnya penggunaan ojek *online* maka aspek-aspek dari komunikasi harus turut diperbaiki dan ditingkatkan demi kelancaran dalam pelayanan.

Hadirnya kesempatan ini, penulis ingin mengucapkan terima kasih kepada pihak-pihak yang ikut berpartisipasi pada penelitian ini terutama kedua orang tua, keluarga, para *informant* terlampir yang telah bersedia menjadi wadah dan *informan* untuk penelitian ini, Dosen Pembimbing, Dosen Penguji, Rektor UPNVJ, serta seluruhteman-teman yang tidak dapat penulis sebutkan satu persatu.

Penulis sadar akan banyaknya kekurangan dalam penulisan penelitian ini dan jauh dari kata sempurna. Maka dari itu, penulis mengharapkan para pembaca dapat memberikan saran dan kritik yang membangun untuk penelitian yang lebih baik lagi kedepannya nanti.

Jakarta, 27 September 2024



Muhammad Harits

DAFTAR ISI

PERNYATAAN ORISINALITAS.....	ii
PENGESAHAN SKRIPSI.....	iii
PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI SKRIPSI.....	iv
ABSTRAK	v
ABSTRACT	vi
KATA PENGANTAR.....	vii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	9
1.3 Tujuan Penelitian	9
1.4 Manfaat Penelitian	9
1.5 Sistematika Penelitian	10
BAB II	13
TINJAUAN PUSTAKA	13
2.1 Penelitian Terdahulu	13
2.2 Teori Penelitian	18
2.3 Konsep Penelitian.....	20
2.3.1 Pola Komunikasi	20
2.3.2 Pengemudi.....	22
2.3.3 Pelanggan / <i>Customer</i>	22
2.3.4 Komunikasi Melalui Aplikasi	23
2.4 Kerangka Pemikiran.....	24
BAB III.....	25
METODOLOGI PENELITIAN	25
3.1 Subjek Penelitian.....	25
3.2 Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	26
3.3 Teknik Pengumpulan Data	27
3.3.1 Wawancara Mendalam (<i>In-depth Interview</i>).....	27
3.3.2 Sumber Data.....	28
3.4 Teknik Analisis Data	29
3.4.1 Catatan Lapangan.....	29
3.4.2 Reduksi Data	30

3.4.3 Display Data.....	30
3.4.4 Verifikasi Data dan Penarikan Kesimpulan	30
3.5 Teknik Keabsahan Data	30
3.6 Waktu Penelitian	32
BAB IV	33
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	33
4.1 Hasil Penelitian	33
4.1.1 Alasan Memilih Untuk <i>Standby</i> di <i>Shelter</i> Points Square	34
4.1.2 Cara Utama Untuk Dapat Berkomunikasi Dengan <i>Customer</i>	35
4.1.3 Pesanan Makanan atau Minuman Yang Diantarkan Tidak Sesuai dengan Permintaan <i>Customer</i> di Aplikasi	35
4.1.4 <i>Customer</i> Memilih Titik Penjemputan Yang Berbeda Jauh	36
4.1.5 Pengemudi Mendapatkan Rating Rendah di Aplikasi dari <i>Customer</i> Dengan Alasan Yang Tidak Relevan	38
4.1.6 Pengemudi Mengalami Pembatalan Pesanan Secara Tiba-tiba	39
4.1.7 Dampak Keberadaan <i>Shelter</i> Ojek <i>Online</i> Terhadap Berlangsungnya Komunikasi Antara Pengemudi dengan <i>Customer</i>	40
4.1.8 Kesan dan Pesan Terkait Komunikasi Melalui Aplikasi	41
4.1.9 Tanggapan Seorang <i>Customer</i> Terkait Masalah dalam Komunikasi Antara Pengemudi dengan <i>Customer</i>	42
4.1.10 Pengalaman Berkomunikasi <i>Customer</i> dengan Pengemudi	43
4.1.11 Saran dari <i>Customer</i> untuk Pengemudi Terkait Cara Berkomunikasi	43
4.1.12 Tanggapan Pegiat Transportasi Terkait Masalah Komunikasi Antara Pengemudi Ojek <i>Online</i> dengan <i>Customer</i>	44
4.1.13 Cara Berkomunikasi Pengemudi Ojek <i>Online</i> Menurut Pandangan Pegiat Transportasi	45
4.1.14 Siapa Yang Lebih Cenderung Memicu Adanya Masalah Komunikasi di Antara Pengemudi Ojek <i>Online</i> Maupun <i>Customer</i>	46
4.1.15 Opsi Yang Digunakan Dalam Berkomunikasi Dengan Pengemudi Ojek <i>Online</i> Saat Menggunakan Aplikasi	47

4.1.16 Pilihan Yang Sering Digunakan di Antara Pesan Teks, Panggilan Telepon, atau Yang Lainnya Dalam Aplikasi	49
4.1.17 Keefektifan Komunikasi melalui aplikasi dalam memastikan perjalanan atau pengiriman berjalan lancar	51
4.1.18 Contoh Situasi di Mana Komunikasi Melalui Aplikasi Sangat Membantu atau Tidak Membantu	51
4.1.19 Pernah Mengalami Kesalahpahaman Dengan Pengemudi Ojek <i>Online</i>	52
4.1.20 Cara <i>Customer</i> Menyelesaikan Kesalahpahaman Dengan Pengemudi Ojek <i>Online</i>	53
4.1.21 Kemampuan Komunikasi Pengemudi Ojek <i>Online</i> Secara Umum Menurut <i>Customer</i>	54
4.1.22 Aspek Tertentu Yang Perlu Ditingkatkan	55
4.1.23 Hambatan Komunikasi Antara Pengemudi Ojek <i>Online</i> dan <i>Customer</i>	55
4.1.24 Bagaimana <i>Customer</i> Mengatasi Hambatan Komunikasi Tersebut	58
4.1.25 Seberapa Sering Pesan Yang Disampaikan Melalui Aplikasi Tidak Diterima Dengan Baik oleh Pengemudi	58
4.1.26 Apa Yang Bisa Dilakukan oleh Perusahaan Ojek <i>Online</i> Untuk Mengurangi Hambatan Komunikasi Antara Pengemudi dan <i>Customer</i>	59
4.1.27 Seberapa Penting Untuk Mengetahui Pola Komunikasi Yang Efektif Antara Pengemudi Ojek <i>Online</i> dan <i>Customer</i>	60
4.1.28 Bagaimana Komunikasi Yang Efektif Dapat Membantu Dalam Mengurangi Kesalahpahaman	61
4.1.29 Perbedaan Pola Komunikasi Antara Pengemudi Yang Lebih Berpengalaman Dengan Yang Baru	61
4.1.30 Manfaat Penelitian Dalam Konteks Akademis, Terutama Dalam Bidang Ilmu Komunikasi	62
4.1.31 Dapatkah Penelitian Ini Memberikan Kontribusi Signifikan	63

4.1.32	Dapatkah Penelitian Tentang Pola Komunikasi Ojek <i>Online</i> Dapat Memberikan Manfaat Praktis Bagi Masyarakat Luas	63
4.1.33	Harapan <i>Customer</i> dari Penelitian Ini Dalam Hal Memperbaiki Komunikasi Antara Pengemudi Ojek Online dan <i>Customer</i>	64
4.1.34	Dampak Positif Dari Implementasi Hasil Penelitian Ini di Lapangan Menurut Sudut Pandang <i>Customer</i>	65
4.2	Pembahasan	65
4.2.1	Kemampuan Berkomunikasi Komunikator dan Komunikan	66
4.2.2	Kinerja Aplikasi dan <i>Smartphone</i>	67
4.2.3	Konektivitas Jaringan Internet	68
4.2.4	Pengalaman Pengemudi Ojek <i>Online</i>	69
4.2.5	Hambatan Teknologis	70
4.2.6	Hambatan Personil	70
4.2.7	Hambatan Kontekstual	71
4.3	Perbandingan dengan Penelitian Terdahulu	72
4.4	Realita	75
4.4.1	Kemampuan Berkomunikasi	75
4.4.2	Kinerja Aplikasi dan <i>Smartphone</i>	76
4.4.3	Konektivitas Jaringan Internet	77
4.4.4	Pengalaman Pengemudi Ojek <i>Online</i>	77
BAB V		79
KESIMPULAN DAN SARAN		79
5.1	Kesimpulan	79
5.2	Saran	80
DAFTAR PUSTAKA		83
LAMPIRAN A		85
LAMPIRAN B		101

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Penelitian Terdahulu...	13
Tabel 1.2 Jadwal Penelitian...	32

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Logo Grab	3
Gambar 1.2 <i>Screenshot</i> Yang Menunjukkan Percakapan Pengemudi Ojek <i>Online</i> dengan <i>Customer</i> Terkait Titik Alamat Yang Cenderung Menjadi Perdebatan	5
Gambar 1.3 <i>Screenshot</i> Yang Menunjukkan Percakapan Antara Pengemudi dengan <i>Customer</i> Yang Membatalkan Pesanan	6
Gambar 1.4 <i>Screenshot</i> Yang Menunjukkan <i>Rating</i> Rendah dari <i>Customer</i> untuk Pengemudi Tanpa Ada Alasan Tertentu	7
Gambar 4.1 Tampilan Peta Navigasi di Aplikasi <i>Grab</i> (untuk pengemudi).....	37
Gambar 4.2 Tampilan Peta di Aplikasi <i>Grab</i> (untuk <i>customer</i>)	37
Gambar 4.3 Opsi Pembatalan Pemesanan di Aplikasi <i>Grab</i>	39
Gambar 4.4 Tampilan Fitur <i>Voice Call</i> di Aplikasi <i>Grab</i>	50
Gambar 4.5 <i>Chat</i> Yang Berhasil Terkirim di Aplikasi <i>Grab</i>	56

DAFTAR LAMPIRAN

LAMPIRAN A.....	85
LAMPIRAN B.....	101