

## BAB V

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### 5.1 Kesimpulan

Hasil kesimpulan penelitian pola komunikasi antara pengemudi ojek *online* dengan *customer* digunakan untuk mengetahui cara serta hambatan dalam berkomunikasi di antara kedua pihak yang dimaksud berdasarkan aspek dan karakteristik dari Teori CMC.

Teori *Computer Mediated Communication* (CMC) memiliki karakteristik ataupun aspek yang dapat dikaitkan maupun digunakan dalam berlangsungnya komunikasi antara pengemudi ojek *online* dengan *customer* melalui aplikasi, karakteristik tersebut adalah interaktivitas, mediasi teknologi, anonimitas, dan multimodalitas. Sedangkan aspek-aspeknya terdiri dari waktu dan ruang, kontrol dan penyimpanan, kurangnya isyarat non-verbal, *richness media*, dan kehadiran sosial.

Komunikasi antara pengemudi ojek *online* dan *customer* dipengaruhi oleh berbagai faktor yang berkaitan dengan kemampuan berkomunikasi, teknologi yang digunakan, serta pengalaman kerja. Dengan menggunakan teknik triangulasi data dan mengaitkannya dengan Teori *Computer Mediated Communication* (CMC), penelitian ini berhasil mengidentifikasi hambatan-hambatan utama dan memberikan solusi yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan efektivitas komunikasi dalam layanan ojek *online*.

Dengan adanya pemahaman yang lebih baik tentang faktor-faktor tersebut, diharapkan layanan ojek *online* dapat menjadi lebih efisien dan memuaskan bagi kedua belah pihak, yaitu pengemudi dan *customer*.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Teoritis

#### a. Pengembangan Model Komunikasi Ojek Online:

Mengembangkan model komunikasi yang khusus untuk layanan ojek online dengan mempertimbangkan faktor-faktor seperti kemampuan komunikasi, kinerja aplikasi, dan pengalaman pengemudi. Model ini dapat digunakan sebagai acuan dalam penelitian-penelitian selanjutnya untuk memahami dinamika komunikasi yang terjadi dalam layanan transportasi online.

#### b. Studi Lanjutan Mengenai Hambatan Komunikasi:

Melakukan penelitian lebih lanjut mengenai hambatan komunikasi yang dihadapi pengemudi ojek online dari perspektif Teori Computer Mediated Communication (CMC). Fokus pada bagaimana media digital mempengaruhi kualitas komunikasi dan interaksi antara pengemudi dan customer.

#### c. Analisis Komparatif dengan Layanan Transportasi Lain:

Melakukan studi komparatif antara pola komunikasi dalam layanan ojek online dan layanan transportasi lainnya seperti taksi online atau carpooling. Hal ini dapat memberikan wawasan lebih luas mengenai keunikan dan tantangan komunikasi dalam setiap jenis layanan.

#### d. Pengaruh Faktor Budaya dalam Komunikasi Ojek Online:

Meneliti bagaimana faktor budaya mempengaruhi pola komunikasi antara pengemudi dan customer. Memahami perbedaan budaya dapat membantu dalam mengembangkan strategi komunikasi yang lebih efektif dan mengurangi potensi konflik.

## 5.2.2 Saran Praktis

### a. Edukasi dan Pelatihan Pengemudi:

Mengadakan pelatihan berkala bagi pengemudi ojek online tentang teknik komunikasi efektif dan cara menangani situasi sulit. Pelatihan ini juga harus mencakup bagaimana menggunakan aplikasi dengan baik dan memahami kebutuhan customer.

### b. Panduan Penggunaan Aplikasi untuk Customer:

Menyediakan panduan penggunaan aplikasi yang lebih jelas dan mudah dipahami oleh customer. Edukasi ini dapat dilakukan melalui tutorial dalam aplikasi atau kampanye edukasi melalui media sosial.

### c. Peningkatan Fitur Aplikasi:

- **Verifikasi Pesanan:** Menambahkan fitur verifikasi ganda untuk pesanan makanan/minuman sebelum pengemudi mengambil pesanan dari restoran. Ini dapat mengurangi kesalahan pesanan dan meningkatkan kepuasan customer.
- **Penyempurnaan Peta dan Lokasi:** Memperbaiki fitur peta dan penentuan titik lokasi di aplikasi untuk memudahkan customer dalam memilih titik penjemputan yang akurat dan mengurangi kesalahpahaman.
- **Sistem Kompensasi yang Lebih Adil:** Menerapkan kebijakan kompensasi yang lebih adil bagi pengemudi ketika terjadi pembatalan pesanan secara tiba-tiba oleh customer. Kompensasi ini dapat berupa pengembalian biaya bahan bakar atau pemberian insentif tambahan untuk mengurangi kerugian pengemudi.

### d. Peningkatan Infrastruktur Shelter:

Menambah jumlah shelter ojek online di lokasi strategis lainnya. Shelter yang nyaman dan mudah diakses dapat meningkatkan efisiensi dan kepuasan pengemudi dan customer, serta memfasilitasi penjemputan yang lebih cepat.

**e. Pengembangan Komunikasi Berkelanjutan:**

Mendorong pengemudi dan customer untuk menjaga komunikasi yang baik dan saling menghormati. Aplikasi dapat menyediakan fitur chat atau call yang lebih user-friendly untuk memudahkan komunikasi yang cepat dan efektif.

**f. Penilaian dan Umpan Balik yang Lebih Adil:**

Menerapkan sistem penilaian yang lebih komprehensif, di mana customer harus memberikan alasan yang jelas dan relevan ketika memberikan rating rendah. Ini dapat membantu pengemudi memahami area yang perlu diperbaiki dan memberikan umpan balik yang lebih konstruktif.

Dengan mengimplementasikan saran-saran di atas, peneliti tentunya berharap agar komunikasi antara pengemudi ojek *online* dengan *customer* ke depannya dapat berjalan lebih lancar, efektif, dan menguntungkan bagi kedua belah pihak. Penelitian ini juga menunjukkan betapa pentingnya kolaborasi dan pemahaman bersama untuk menciptakan pengalaman yang lebih baik dalam layanan transportasi berbasis *online* yang menggunakan *platform* aplikasi.