

Komunikasi Verbal dan Nonverbal Driver Gojek dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan

Alfian Derry Jusup¹⁾, Satya Candrasari²⁾

Ilmu Komunikasi, Fakultas Industri Kreatif, Institut Teknologi dan Bisnis Kalbis
Jalan Pulomas Selatan Kav. 22, Jakarta, 13210

¹⁾ Email: alfiandj24@gmail.com

²⁾ Email: satya.candrasari@kalbis.ac.id

Abstract: *Gojek in this day and age is needed by people to facilitate access to travel and other activities practically, Gojek has a variety of origin drivers so that in serving consumers drivers Gojek has communications that vary from verbal and non-verbal so that the communication of drivers can be conveyed or not delivered, the purpose of research is to find out how verbal and nonverbal communication of the Gojek driver in building customer trust. In this study, researchers used a constructivist paradigm, a qualitative approach and types of descriptive research and collecting interview data, observation and documentation, the results showed that verbal communication that is used by drivers using Indonesian language with polite and relaxed language style to communicate to customers, nonverbal communication in the behavior of the Gojek driver is a face expression message, smell message, gestural message and paralanguage, to build customer trust the driver must provide quality and comfort to the customer, the form of language that is communicated by the driver to his customer will reflect a good or not driver, which will determine the reputation of the Gojek driver.*

Keywords: *building customer trust, Gojek drivers, nonverbal communication, verbal communication*

Abstrak: *Gojek di zaman sekarang sangat dibutuhkan oleh orang-orang untuk memudahkan akses perjalanan serta aktivitas lainnya dengan praktis, Gojek mempunyai driver yang bermacam-macam asal usulnya sehingga dalam melayani konsumen driver Gojek mempunyai komunikasi-komunikasi yang berbeda-beda dari verbal maupun nonverbal sehingga komunikasi driver tersebut bisa tersampaikan ataupun tidak tersampaikan, tujuan penelitian mengetahui bagaimana komunikasi verbal dan nonverbal driver Gojek dalam membangun kepercayaan pelanggan, Pada penelitian ini peneliti menggunakan paradigma konstruktivisme, pendekatan kualitatif dan jenis penelitian deskriptif dan pengumpulan data wawancara, observasi dan dokumentasi, hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi verbal yang digunakan driver menggunakan bahasa Indonesia dengan gaya bahasa sopan dan santai untuk berkomunikasi kepada pelanggannya, komunikasi nonverbal dalam perilaku driver Gojek adalah pesan ekspresi muka, pesan smell, pesan gestural dan pesan paralanguage, untuk membangun kepercayaan pelanggan driver harus memberikan kualitas dan kenyamanan kepada pelanggan, bentuk bahasa yang dikomunikasikan oleh driver terhadap pelanggannya akan mencerminkan seorang driver baik atau tidak, yang akan menentukan reputasi driver Gojek tersebut.*

Kata Kunci: *driver gojek, komunikasi verbal, komunikasi non verbal, membangun kepercayaan pelanggan*

I. PENDAHULUAN

Kondisi fasilitas transportasi umum di Indonesia saat ini telah mengalami perubahan, walaupun fasilitas-fasilitas yang ditawarkan tersebut masih kurang memadai, contohnya terbatasnya armada angkutan

umum sehingga membuat masyarakat enggan untuk menggunakan transportasi umum karena harus berdesak-desakan, kurang nyaman dan aman sehingga tahun 2015 terdapat perusahaan yang membuat aplikasi dengan bertujuan untuk memudahkan dalam menjalankan aktivitas tanpa khawatir akan masalah kemacetan, minimnya fasilitas yang

diberikan pada angkutan umum lainnya, dengan menggunakan jasa tersebut yang tidak mempunyai banyak proses, hanya sekali klik saja pelayanan jasa tersebut itu bisa sampai di depan rumah dan tanpa perlu mengantri dan berhimpit sesak dengan penumpang yang lain, aplikasi ini bernama GojekGojek merupakan salah satu penyedia layanan ojek online di Indonesia. Perusahaan ini berdiri sejak tahun 2010 dan sebelumnya secara eksklusif menyediakan layanan pemesanan melalui call center. (Gojek.com, diakses Pada Tanggal 17-11-19).

Gojek di zaman sekarang sangat dibutuhkan oleh orang-orang untuk memudahkan akses perjalanan serta aktivitas lainnya dengan praktis, dan juga seperti orang-orang yang tidak mempunyai kendaraan atau orang yang malas membawa kendaraan pribadiGojek telah dimanfaatkan oleh kalangan muda, dewasa, dan anak-anak. Gojek menawarkan, selain layanan ojek online/Goride, Go-food, Go-send, dan Go-med. Layanan itu semua diberikan agar memudahkan pelanggan tidak perlu keluar rumah dan hanya memesan lewat aplikasi Gojek. (Gojek.com, diakses pada tanggal 17-11-19).

Gojek mempunyai driver yang bermacam-macam asal usulnya, sehingga Gojek menerima siapa saja yang ingin mendaftar dengan syarat mereka mempunyai SIM, STNK dan kendaraan (Gojek.com, diakses pada tanggal 17-11-19). Sehingga dalam melayani konsumen *driver* Gojek mempunyai komunikasi-komunikasi yang berbeda-beda dari verbal maupun nonverbal sehingga komunikasi *driver* tersebut bisa tersampaikan ataupun tidak tersampaikan.

Komunikasi linguistik adalah komunikasi yang menggunakan lambang-lambang verbal secara lisan dan tulisan. Satu atau lebih isyarat lisan yang terdiri dari semua jenis simbol (Mulyana, 2011:260). Pengemudi

menggunakan komunikasi verbal primer dan tambahan, komunikasi verbal sekunder dimulai dengan chat atau pesan elektronik kepada pelanggan dengan memulai sapaan dan menanyakan titik jemput setelah sampai di lokasi yang ditentukan, kemudian driver akan berkomunikasi verbal primer kepada pelanggannya yaitu memperkenalkan diri terlebih dahulu mengobrol dengan pelanggan saat di perjalanan biasanya *driver* menanyakan profesi, ngobrolin topik-topik hangat dan lain-lain.

Komunikasi nonverbal terjadi bersamaan dengan komunikasi verbal. Komunikasi nonverbal adalah penyampaian pesan tanpa menggunakan bahasa lisan. Komunikasi nonverbal mencakup semua jenis komunikasi selain kata-kata, seperti gerak tubuh dan bahasa tubuh, serta bagaimana kita mengucapkan kata-kata: infleksi, jeda, nada, volume, dan aksen. Ekspresi pada wajah dan gerakan tangan mengungkapkan komunikasi nonverbal. Memanfaatkan tanda-tanda nonverbal untuk memperkuat tanda-tanda verbal (Kurniati, 2014:35). Komunikasi nonverbal terdiri dari komunikasi antisipatif, sinyal gestural, pesan penciuman, dan pesan parabahasa, menurut sumbernya.

Banyak sekali *driver* yang melakukan kesalahan-kesalahan terhadap penumpangnya sehingga membuat *driver* tersebut mendapat teguran tegas atau *suspend* dari pihak Gojek, walaupun pengemudi sudah diberi teguran tetapi masih saja kelakuan-kelakuannya masih di ulangi kembali.

Menurut informan yang penulis teliti bahwa ia pernah mengalami sesuatu hal yang tidak menyenangkan dengan *driver* Gojek, bahwa ia pernah memesan *driver*, lalu mendapatkan *driver* aroma yang tidak sedap, memasang muka arogan dan sama sekali tidak memberikan interaksi sehingga membuat bingung penumpangnya,

bahwa *driver* telah membayarnya namun *driver* tidak memberikan sebuah layanan yang memuaskan. Dan juga masih banyak komunikasi verbal dan nonverbal yang terjadi sesuai dengan yang saya paparkan yang dialami oleh banyak penumpang dan pelanggan juga masih ada saja yang kurang puas dengan pelayanan pengemudi Gojek di luar sana.

Menurut berita internet Tribune, pengemudi ojek online terlibat dalam perilaku seksual. Menurut akun penumpang wanita, seorang pengemudi yang tidak bermoral berinisial MH dari platform ojek online terkenal sengaja menahan bagian tersebut. (Eko, 2019, Tribunnews.com, 17 November 2019).

Kasus pemukulan terjadi juga kepada seorang calon penumpang yang memesan Gojek, pengemudi berjaket Gojek itu tiba di Stasiun Cawang untuk menjemput penumpang setelah cukup lama menunggu, tetapi tidak kunjung bertemu dengan sang penumpang, pengemudi itu sudah memanggil nama penumpang tersebut dari depan stasiun, akhirnya penumpang tersebut muncul, ketika penumpang tersebut menghampiri pengemudi Gojek tersebut, pengemudi Gojek tersebut terlanjur kesal, *driver* tersebut meminta penumpangnya membatalkan orderan tersebut. Ketika mendapat pengemudi Gojek yang baru dan ingin berangkat, pengemudi Gojek yang sebelumnya kecewa lalu kembali menghampiri penumpangnya dan melakukan pemukulan beberapa kali. (Walda, 2019, megapolitan.kompas.com, diakses pada tanggal 17-11-19).

Pengemudi GO-CAR bernama Aris Suhandini didakwa menculik penumpangnya selain kasus dan penyerangan. Korban melakukan reservasi pada pukul 22:01 WIB untuk perjalanan dari Plaza Indonesia ke Bay Walk Mall. Namun, pengemudi berhasil menahan dan membawa korban ke

Kabupaten Bogor (kumparan.com, diakses 17-11-19).

Banyak kasus yang dilakukan oleh para oknum driver Gojek yang membuat kecewa para pengguna aplikasi Gojek, seperti kasus yang sudah penulis jelaskan diatas, sehingga membuat penulis tertarik lebih dalam bagaimana cara-cara mereka berkomunikasi dengan pelanggannya. Apakah ada komunikasi dan tindakan yang salah yang digunakan oleh para *driver* sehingga mempengaruhi pelanggannya atau driver juga masih menggunakan bahasa yang digunakan sesama *driver* Gojek terhadap pelanggannya.

II. METODE PENELITIAN

Penelitian ini mengadopsi paradigma penelitian konstruktivisme, yaitu relativisme realitas yang dibangun, yaitu semacam komunikasi yang telah dibangun sebelumnya namun diberi makna yang setara berdasarkan istilah-istilah tersebut. (Fuad dan Nugroho, 2014: 53). Dari sini, topik komunikasi verbal dan nonverbal dipelajari oleh peneliti verbalisme dan nonverbalisme driver Gojek kepada pelanggan dalam mengembangkan kepercayaan pelanggan melalui studi konstruktivisme. Alasan peneliti menggunakan konstruktivisme adalah agar penulis dapat mengkomunikasikan pendapat yang diperoleh dari wawancara dengan informan tentang topik saat ini. diteliti.

Dalam penelitian ini, metodologi kualitatif digunakan. Penelitian ini tidak mengutamakan ukuran populasi atau sampling, tetapi lebih menitikberatkan pada masalah kedalaman data (kualitas) dibandingkan dengan jumlah data (kuantitas) (Kriyantono, 2012: 56-57).

Penelitian kualitatif ini bertujuan untuk memahami suatu fenomena atau fenomena sosial dengan memberikan suatu jenis deskripsi yang menjelaskan suatu fenomena atau fenomena sosial melalui rangkaian kata-kata yang membentuk suatu teori (Sujarweni, 2014:20).

Alasan peneliti menggunakan kualitatif adalah karena teknik pencarian dan pengambilan data yang dilakukan penulis adalah melakukan wawancara dan observasi lapangan. Dengan teknik kualitatif penelitian akan menjadi rinci dan jelas.

Metode yang digunakan peneliti adalah deskriptif inkuiri. Menurut perspektif responden dan sesuai dengan topik penelitian, penelitian dideskripsikan dengan kata-kata kemudian dievaluasi dengan menggunakan kata-kata latar (Fuad dan Nugroho, 2014: 130).

A. Tinjauan Pustaka

1. Komunikasi Verbal

Penggunaan satu atau lebih kata untuk menyampaikan berbagai simbol adalah komunikasi verbal. Selain itu, bahasa dapat dianggap sebagai sistem verbal dengan aturan untuk menggabungkan simbol yang digunakan untuk berkomunikasi dengan masyarakat. (mulyana, 2011:260).

Selain itu, komunikasi verbal menyumbang porsi yang cukup besar. Karena pada kenyataannya, konsep, ide, dan keputusan. Lebih mudah mengirim komunikasi verbal daripada komunikasi nonverbal. Tujuannya agar komunikator (baik pendengar maupun pembaca) lebih mudah memahami pesan yang disampaikan. Definisi bahasa adalah teknik bersama untuk mengkomunikasikan ide. Bahasa digunakan bersama karena penggunaan bahasa membutuhkan konsensus di antara anggota kelompok sosial. Secara formal, bahasa diartikan sebagai keseluruhan frase potensial yang dapat diciptakan menurut kaidah gramatikal.

Setiap bahasa memiliki aturan yang memandu urutan kata yang tepat untuk mengungkapkan makna. (Kusumawati, Jurnal Pendidikan dan Penyuluhan, Vol. 2, No. 2, Juli-Desember 2016: 86)

2. Komunikasi Nonverbal

Manusia berkomunikasi melalui perilaku vokal dan nonverbal. Petunjuk nonverbal dapat mengungkapkan keadaan emosional individu, seperti apakah mereka sedih, senang, bingung, atau marah. Ketika seseorang diperkenalkan, perilaku nonverbalnya akan memberikan kesan pertama. Baik simbol nonverbal maupun verbal, menurut Knapp dan Hall, memiliki satu makna denotatif yang kental. (Mulyana. 2011:342). Komunikasi nonverbal adalah pertukaran informasi tanpa menggunakan kata-kata. Komunikasi nonverbal mendominasi komunikasi verbal dalam kehidupan sehari-hari. Komunikasi nonverbal digunakan dengan relatif mudah dalam berkomunikasi. Karena komunikasi nonverbal bersifat permanen dan terus menerus hadir. Komunikasi nonverbal menyampaikan keinginan lebih akurat karena secara spontan dikirim, ditafsirkan, dan berpotensi menimbulkan reaksi dari penerima. Menurut definisi lain, setiap jenis komunikasi yang tidak termasuk penggunaan simbol vokal, seperti kata-kata lisan atau tertulis. Komunikasi nonverbal dapat mencakup gerak tubuh, warna, ekspresi wajah, dan indikasi lainnya. Komunikasi nonverbal merupakan proporsi yang signifikan. Banyak keterlibatan verbal tidak produktif karena penggunaan komunikasi nonverbal yang tidak efektif oleh komunikator. Orang dapat menyimpulkan berbagai emosi melalui komunikasi nonverbal, termasuk kesenangan, murka, cinta, dan kerinduan, antara lain. Komunikasi nonverbal dapat membantu komunikator korporat dalam memahami reaksi komunikan terhadap pesan, sehingga meningkatkan pesan yang

dikomunikasikan. (Kusumawati, Jurnal pendidikan dan konseling, vol. 2, no. 2, hlm. 90-91)

3. Komunikasi

Kita harus berkomunikasi untuk mengembangkan hubungan dalam situasi tertentu. Menurut para ahli yang dikutip dalam buku Mulyana (Mulyana, 2011:68-69), definisi komunikasi adalah:

Pertama, Theresa M. Newcomb

“Komunikasi adalah transmisi informasi yang terdiri dari rangsangan yang dapat dibedakan dari sumber ke penerima.”

2. Karel. I. Hovland

“Komunikasi adalah teknik yang memungkinkan seseorang (komunikator) untuk mempengaruhi perilaku orang lain (berkomunikasi) dengan mengirimkan rangsangan (biasanya simbol linguistik).”

Gerald R. Miller menyatakan, "Komunikasi terjadi ketika sumber menyampaikan pesan ke tujuan dengan maksud mempengaruhi perilaku penerima."

4. Everett M. Rogers

Komunikasi adalah proses transmisi ide dari sumber ke satu atau lebih penerima untuk mempengaruhi perilaku mereka.

Raymond S. Ross, dkk. 5.

“Komunikasi internasional adalah proses memilah, memilih, dan mengomunikasikan simbol-simbol untuk membangkitkan dalam benak penerima makna atau tanggapan yang serupa dengan yang dikirimkan oleh komunikator.”

Keenam adalah Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante.

“(Komunikasi adalah) penyebaran informasi dengan tujuan mempengaruhi khalayak”

7. Harold Laswell

(Cara yang efektif untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) Siapa mengatakan apa, melalui saluran apa, kepada siapa, dan dengan hasil apa? Atau, siapa

mengatakan apa kepada siapa dengan rute apa dan dengan dampak apa?.

4. Komunikasi Antarpribadi

Hubungan interpersonal yang memainkan peran penting dalam membentuk kehidupan masyarakat, terutama ketika mereka dapat memberikan dorongan kepada individu tertentu mengenai perasaan, pemahaman, informasi, dukungan, dan berbagai bentuk komunikasi yang mempengaruhi citra diri orang dan membantu mereka memahami harapan. Hubungan sangat penting untuk dipahami karena mereka berkembang dan hancur melalui ucapan (Bungin, 2017:266).

5. Kepercayaan

Komunikasi merupakan aktivitas manusia yang esensial karena memungkinkan manusia untuk terhubung dalam suatu komunitas. Komunikasi adalah langkah pertama dalam membangun kepercayaan, tetapi pengembangan kepercayaan pada akhirnya akan mengarah pada komunikasi yang lebih baik. Semakin besar frekuensi interaksi antara bisnis dan pelanggan, semakin banyak data yang akan dikumpulkan, yang akan mengurangi kebingungan dan ambiguitas. Selain itu, komunikasi adalah pertukaran formal atau informal informasi permanen dan tepat waktu di antara para pihak. Menurut sejumlah peneliti, komunikasi merupakan salah satu faktor terpenting dalam membina kerjasama antar pihak. Komunikasi mempengaruhi stabilitas suatu hubungan karena mengurangi konflik. Seringkali, dalam hubungan, kesalahpahaman atau ambiguitas menyebabkan konflik, mengikis kepercayaan. Hal ini dapat dimitigasi dengan komunikasi yang baik untuk menjaga kepercayaan (Sari, EKOBIS, No. 2, Juli 2009: 345-346).

6. Ojek Online

Transportasi adalah perpindahan orang dan barang dari satu lokasi ke lokasi lain. Pemindahan fisik barang atau penumpang dari satu tempat ke tempat lain, dengan atau tanpa menggunakan alat transportasi. Ojek online merupakan angkutan umum yang menggunakan sepeda motor seperti halnya ojek pada umumnya. Namun ojek online lebih kekinian karena termasuk kemajuan teknologi. Ojek online adalah ojek yang menggunakan teknologi dengan memanfaatkan aplikasi pada smartphone yang memudahkan pengguna jasa untuk memanggil tukang ojek tidak hanya dalam hal angkutan orang dan/atau barang, tetapi juga dapat digunakan untuk membeli barang dan melakukan pemesanan. , sehingga dalam masyarakat global khususnya di kota-kota yang sangat padat aktivitasnya dan tidak dapat dipungkiri masalah kemacetan selalu menjadi isu yang diperdebatkan, layanan ojek online ini semakin populer (Amirudin, Jurnal Riset Ilmiah Itaj, No. 2, September 2019: 34).

III. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan temuan penelitian “Komunikasi Verbal dan Nonverbal Pengemudi Gojek dalam Membangun Kepercayaan Pelanggan” yang dilakukan di lapangan melalui observasi dan wawancara mendalam, penulis dapat mengkaji masalah ini. Penulis lebih fokus pada komunikasi verbal, komunikasi nonverbal, dan membangun kepercayaan konsumen; dalam komunikasi, bahasa adalah salah satu peran yang paling penting untuk dimainkan, dan bahasa adalah aspek fundamental dari komunikasi verbal. Bahasa pada dasarnya adalah sistem tanda untuk pertukaran makna. Bagaimana pola komunikasi pengemudi Gojek dengan pengguna jasa transportasi online di kawasan kelapa sawit? Self-Disclosure adalah tindakan

berbagi informasi pribadi seseorang dengan orang lain atau sebaliknya. Penulis penelitian ini menganalisis interaksi antara pengemudi dan pelanggan hingga Self Disclosure. Keterbukaan diri diperlukan bagi seorang individu untuk mengatasi hambatan yang dihadapinya. Pengungkapan diri dilakukan, terdiri dari seseorang mengungkapkan informasi pribadi kepada orang lain secara terselubung melalui ekspresi dan perilaku. (Bungin, 2017: 266) Tidak semua pengemudi akan langsung menampakkan diri, tetapi jika ada pelanggan yang menanyakan tentang pengemudi, pengemudi akan bereaksi.

Menurut hasil penelitian lapangan penulis, ada dua proses komunikasi yang terlibat dalam komunikasi verbal: proses komunikasi sekunder dan proses komunikasi primer. Saat pengemudi dan penumpang belum bertemu, fase komunikasi sekunder terdiri dari media chat di aplikasi Gojek untuk diskusi verbal. Dalam skenario ini, ada driver yang memberikan obrolan yang menyenangkan dan komunikatif, seperti menanyakan lokasi penjemputan dan merinci perkiraan waktu kedatangan, dan pengemudi yang telah menyiapkan obrolan di catatan sehingga tidak perlu membuat yang lain.

Selain itu, ketika pengemudi telah bertemu dengan pengguna jasa atau penumpang, sedang dalam perjalanan untuk menurunkan penumpang, atau sedang dalam perjalanan untuk menjemput penumpang, komunikasi verbal adalah sarana utama keterlibatan. Dalam hal ini, bahasa yang digunakan oleh driver Gojek bagus; Namun, ada beberapa pengemudi yang berbicara omong kosong pengemudi sepanjang hari, yang belum dipahami oleh konsumen. Bahasa yang disukai adalah bahasa Indonesia, tetapi jika Anda menjumpai orang asing yang tidak bisa berbahasa Indonesia, pengemudi akan

menggunakan isyarat tangan karena bahasa Inggrisnya tidak terlalu bagus.

Jika penumpangnya adalah orang yang lebih tua atau menggunakan gaya bahasa kasual, pengemudi biasanya akan menggunakan bahasa Inggris yang sopan dan standar. Hal ini dimaksudkan untuk membuat klien merasa lebih diterima. Faktanya, Gojek Indonesia tidak memiliki norma yang jelas tentang bagaimana pengemudi harus berinteraksi dengan penumpang. Namun, pengemudi hanya diharapkan bersikap sopan kepada penumpang. Sebagai hasil dari variabel-variabel ini dan interaksi antara pengemudi dan pelanggan, nilai kinerja dan peringkat pengemudi akan terpengaruh.

Sopir juga punya bahasa yang dibuat oleh rekan-rekan mereka, seperti gacor, pesanan ramai penumpang, bingung, tidak ada pesanan yang diterima, kilat di satu lokasi ramai penumpang, odong-odong istilahnya untuk menjemput penumpang, tuyul adalah teknik curang yang digunakan oleh pengemudi, dan optik adalah perintah fiktif. Ini masih bahasa yang digunakan pengemudi Gojek.

Menurut bukti pelanggan layanan transportasi online Gojek, pengemudi sopan dan menggunakan bahasa Inggris yang baik; Namun, masih ada beberapa pengemudi yang bahasa Inggrisnya lemah. Pengguna layanan transportasi berbasis internet Gojek mengaku puas dengan keramahan para pengemudi. Namun, mereka menolak intrusi konstan pengemudi ke dalam privasi mereka. Mereka percaya bahwa pengemudi hanya perlu memberikan informasi penting. Karena komunikasi yang terus menerus dengan penumpang selama perjalanan tidak membuat semua orang senang.

Sinyal wajah adalah komunikasi nonverbal pertama yang dapat diperiksa

dalam perilaku komunikasi pengemudi Goride. Pesan lanjutan terdiri dari foto ekspresi wajah tertentu, seperti kemarahan, kebahagiaan, atau kesedihan. Saat pengemudi Goride pertama kali menyapa penumpang, ekspresi wajahnya tersenyum. Senyuman itu mengungkapkan karakteristik pengemudi Gojek. Kenyataannya, tidak semua pengemudi nyengir saat menyapa penumpang. Selain itu, mereka tersenyum saat mengangkut penumpang ke tujuan akhir mereka. Wajah jutek disini menunjukkan wajah yang tidak ramah terhadap pelanggan; wajah ini akan terlihat ketika pelanggan hendak menegur pengemudi, karena ekspresi wajah juga dapat mempengaruhi penilaian pelanggan, dan Anda akan sangat jarang menemukan pengemudi dengan wajah sedih karena mereka akan berusaha untuk memberinya senyuman sesering mungkin.

Pesan gestur/gerakan driver Gojek merupakan komunikasi nonverbal kedua yang terungkap. Isyarat isyarat adalah gerakan bagian tubuh, seperti tangan atau mata, untuk mengkomunikasikan berbagai arti. Informasi dapat diperoleh dengan mengidentifikasi informan pendukung sebagai pengguna layanan transportasi online atau penumpang Gojek; ketika pengemudi menggunakan rem tulis selama perjalanan, itu akan secara otomatis dijalankan. Pungggung pengemudi kemudian dibanting oleh dada kapal, area sensitif bagi wanita. Diklaim bahwa pengemudi telah mulai membuat gerakan canggung atau minta maaf atau gerakan ke arah penumpang dalam situasi ini. Selama pengamatan, penulis melihat seorang pengemudi mengangkat tangannya untuk memberi isyarat kepada pelanggan.

Komunikasi non verbal yang ketiga yaitu penciuman atau penciuman manusia dapat mengirim dan menerima

pesan kimiawi dari luar, setiap orang memiliki penciuman yang berbeda-beda sesuai dengan lingkungan dan tergantung kepribadiannya, oleh karena itu pengemudi memiliki penciuman yang berbeda-beda seperti bau yang harum yang artinya pengemudi dapat menjaga dirinya sendiri sehingga memberikan kenyamanan bagi pelanggan saat dilayani oleh pengemudi dapat menjadi keuntungan bagi pelanggan, namun tidak bagi pengemudi yang baunya tidak sedap menurut survey pengemudi. Mobil atau peralatan yang mengeluarkan bau busuk juga dapat membuat pelanggan merasa tidak nyaman; oleh karena itu, pengemudi harus mendapatkan kepercayaan pelanggan.

Paralanguage, jenis keempat dari komunikasi nonverbal, menjelaskan bagaimana sebuah pesan dikomunikasikan. Ini terdiri dari kenyaringan, pengucapan, nada, tekanan, dan kecepatan saat berbicara. Karena setiap pengemudi memiliki sejarah yang unik, termasuk budaya, lingkungan, dan lain-lain, ia memiliki dialek dan intonasi yang berbeda, menurut sumber pendukung. Pengemudi dengan suara keras akan terdengar oleh pelanggan terutama saat mengendarai sepeda motor, tetapi berbicara dengan nada marah akan membuat pelanggan tidak nyaman. Saat berbicara di dalam kendaraan bermotor, suara rendah pengemudi ini menghalangi kejelasan kata-kata mereka. Komunikasi yang baik dengan nada suara yang menyenangkan dan pesan yang ringkas akan menyampaikan pesan yang dimaksud dengan benar dan memberikan kemudahan bagi konsumen.

Untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan, komunikasi verbal harus menggunakan bahasa Indonesia yang baik dan benar dengan menggunakan gaya bahasa yang sesuai dengan pelanggan. Pelanggan orang tua lebih menyukai gaya bahasa yang sopan dan

standar, sedangkan remaja menggunakan gaya bahasa yang santai. Saat menggunakan komunikasi sekunder menurut informan pelanggan lebih seperti obrolan yang jelas dan ringkas.

Tindakan nonverbal juga berkontribusi pada kepercayaan konsumen, sehingga pelanggan memberikan penghargaan bintang lima. Menurut para informan, sebaiknya selalu berkirim pesan dengan wajah tersenyum karena senyum menyiratkan dan mencegah jutek. Kirim pesan dengan bau yang enak dan hindari bau.

IV. SIMPULAN

Bagian ini menyelidiki praktik komunikasi pengemudi Gojek dalam hal membangun kepercayaan dengan konsumen layanan transportasi online. Oleh karena itu, penulis dapat memberikan berbagai deduksi yang dapat ditarik dari uraian sebelumnya, sebagai berikut:

1. Komunikasi verbal yang digunakan oleh driver menggunakan bahasa Indonesia dengan gaya bahasa sopan dan santai. Bentuk bahasa yang dikomunikasikan oleh driver terhadap pelanggannya akan mencerminkan seorang *driver* baik atau tidak, yang akan mempengaruhi rating mereka sebagai *driver*.
2. Nonverbal communication contained in the communication behavior of Gojek drivers includes, among other things, advance messages or facial expressions, such as giving customers a smile or a hostile face, gesturing messages or body movements made during the journey, namely the journey of smell or human smell. externally transmit and receive chemical communications, bau yang diciptakan oleh driver bermacam-

macam , paralanguage adalah istilah mendeskripsikan bagaimana sebuah pesan disampaikan. Hal ini meliputi volume, pelafalan, nada, tekanan dan kecepatan saat berbicara. Segala bentuk komunikasi nonverbal yang dilakukan oleh driver dapat memberikan rasa puas atau tidak bagi pengguna yang akan tergambar pada pemberian rating.

3. Untuk meningkatkan kepercayaan pelanggan *driver* harus memberikan kualitas dan kenyamanan kepada pelanggan. Agar pelanggan memberikan rating yang bagus terhadap *driver*.

DAFTAR RUJUKAN

- Aan Komariah, Djam'an Satori. (2014). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta
- "About Gojek" <https://www.go-jek.com/about/> (Diakses Pada Tanggal 17-11-19).
- Amirudin. Moh "Pola Komunikasi Driver Ojek Online Grabbike pada Pelayanan Customer di Kota Malang" *Jurnal Penelitian Ilmia Intaj*, Vol. 3, No 2 tahun 2019, hal. 26-29.
- Bungin, Burhan. (2017). *Sosiologi Komunikasi Teori, Paradigma, dan Diskusi Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana
- Eko.(2019)"Korban Rekam Aksi Pelecehan Seksual Oknum Pengemudi Ojek Online" <https://www.tribunnews.com/nasional/2019/08/01/korban-rekam-aksi-pelecehan-seksual-oknum-pengemudi-ojek-online-begini-respon-warganet> (Diakses Pada Tanggal 17-11-19).
- Fuad, Anis dan Kandung Sapto Nugroho. 2014. *Panduan Praktis Penelitian Kualitatif*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- "GOJEK Setop Kemitraan Driver GO-CAR yang Terlibat Kasus Penculikan" <https://kumparan.com/kumparantech/gojek-setop-kemitraan-driver-go-car-yang-terlibat-kasus-penculikan-1rMj0lgtQJ8/full> (Diakses Pada Tanggal 17-11-19)
- Kriyantono, Rachmat. (2012). *Teknik Praktis Riset Komunikasi Cetak ke-6*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Mulyana, Deddy. 2011. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja.
- Mulyana, Sari "Pengaruh Komunikasi Dan Kepuasan Terhadap Kepercayaan Dan Komitmen Untuk Melakukan Hubungan Pemasaran Jangka Panjang" *Jurnal EKOBIS*, vol.10, no.2, Juli 2009: 344 – 353.
- Kurniaati, Rd. Nia Kania. 2014. *Komunikasi Antar Pribadi: Konsep dan Teori Dasar*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Kusumawati, Tri Indah "Komunikasi Verbal Dan Nonverbal" *Jurnal Pendidikan Dan Konserling*, Vol. 6, No. 2, Edisi Juli-Desember 2016.
- Sujarweni, V. Wiratna. (2014). *Metodologi Penelitian: Lengkap, Praktis dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: PUSTAKABARUPRESS.
- Walda. (2019)"Viral Pengemudi Gojek Pukul Calon Penumpangnya Karena Kesal" <https://megapolitan.kompas.com/read/2019/08/13/12250901/viral-pengemudi-gojek-pukul-calon-penumpang-karena-kesal> (Diakses Pada Tanggal 17-11-19).