

STRATEGI KOMUNIKASI DRIVER PADA PELAYANAN CUSTOMER MAXIM CAR DI KOTA BENGKULU

Desvi Yanti, Mely Eka Karina

Universitas Muhammadiyah Bengkulu

Email.desviyanti84@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengkaji tentang Pola Komunikasi Driver Maxim Car pada pelayanan customer di Kota Bengkulu. Pada dasarnya pengemudi merupakan pusat utama persaratan dalam melayani pelanggan. maka dari itu diperlukan komunikasi yang baik. Komunikasi sering menjadi kendala bagi pengemudi dalam melayani pelanggan adapun rumusan masalah dalam penelitian ini ialah bagaimana pola komunikasi yang dilakukan pengemudi Maxim Car pada pelayanan customer di Kota Bengkulu.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif dan Teori yang digunakan yaitu Pola Komunikasi Windahl dan McQuail (1995) sebagai pisau analisis peneliti guna melihat bagaimana pola komunikasi yang dilakukan sama driver Maxim car pada pelayanan konsumen maxim car di Kota Bengkulu, Data yang didapatkan dari penelitian ini yakni wawancara, observasi, dan dokumentasi. Dari hasil penelitian ini terbukti bahwa model komunikasi yang diterapkan oleh pengemudi Maxim dalam pelayanan customer yaitu pertama model komunikasi satu arah, model komunikasi ini berjalan namun tidak banyak yang menerapkan model komunikasi satu arah. Kedua, pola komunikasi dua arah, pola komunikasi ini dirasa lebih efektif digunakan oleh driver ataupun pelanggan maxim car.

Ketiga, pola komunikasi helical/spiral, pola komunikasi yang jarang terjadi antara pengemudi dan customer maxim car, tetapi juga tidak menutupi kemungkinan untuk beberapa driver dan customer mengalami pola komunikasi ini.

Kata Kunci : Pola Komunikasi, Maxim Car, Pelayanan Customer

PENDAHULUAN

Suatu strategi pada dasarnya yakni suatu rencana dan pengelolaan (management) demi menapapai suatu tujuan.

Maka demi telcapainya tujuwan tersebut, stlstrategi tidak bertindak sebagai pe ta jalan yng hanya menu njukan arah, tapi menunjukkan bberapa tak tik operasional (Effendy, 2005).

Stralegi komuneikasi juga menjadi dasar perencanaan komuenikasi (commun ication planning) dengan manajemen komunihkasi (communication management) untuk mecapai tujuan yang talah ditetapkan (Effendy, 2011:32).

Komunikasi yakni suatu aktivitas yang sangat melekat dalam keidupan individu baik sebagai individu atau hubungaya dengan manusia lainnya. Karena komunikasi merupakan alat penghubung dalam hubungan timbal balik dalam kehidupan bermasyarakat.

Dalam konteks abad 21, (Amajida, 2016) bahwa tenologi saat ini telah mendorong berkembangya masyarakat digital (digital society). Dengan semakin majunya tekhnologi saat ini, memberikan banyak kemudhan bagi kehidupan umat manusia. Conto kemajuan teknologi saat ini yaitu hadinya taransportasi berbasis

aplikasih yaitu transhportasi online, sehingga dapat mempermudah masyarakat saat berpergian, dengan ini memberikan perubahan yang sigmifikan pada penggunaan transportasi umum di masyarakat. (Dwiningrum, 2012, p.171).

Perusahaan transportasi online berbasis aplikasi ini telah masuk di Indonesia, dan melakukan transaksi tidak hannya di kota-kota besar aja, akan tetapi juga melakukan transaksi di setiap daera. Daerah yang menjadi salah satu munculnya transportasi online ini yaitu Kota Bengkulu. Transportasi online yang ada di Kota Bengkulu tidak hanya tranportasi online yang berasal dari internasional saja seperti Grab, Gojek, tetapi juga ada yang berasal dari Kota Bengkulu sendiri, contohnya Bloon dll.

Banyaknya perusahaan transportasi online di Bengkulu, serta masyartakat yang memberikan tangapan positif dalam menyabut tranportasi online yang telah adah, hingga saat ini kembali hadir transportasi online berbasis aplikasih yaitu Maxim. Maxim ialah pendatang baru transportasi online yang berasal dari negara Rusia, dan telah membuka banyal cabanng di bebrapa kota maupun daera di Indonesia sejak tahun 2018.

Dalam aplikasinya Maxim ada salah satu fitur yaitu Maxim Car, pengemudi mereupakan pusat utamah dlam

persyaratan melayani pelanggannya, agar pelanggan merasa aman, dan nyaman dalam menggunakan transportasi online Maxim ini, maka diprlukannya komunikasi yang baik antara pengemudi dan pelanggan.

Ada kalanya komunikasi menjadi kendala bagi driver dalam melayanin pelnggannya, contohnya seperti kurangnya keramahn pengemudi ketika berbicara dengan customernya.

setiap manusia memiliki polah tersendiri dalam melakukan komunikasi ke setiap lawan bicaranya, karena pola komunikasi merupakan bagian dari proses komunikasi sehingga menghasilkan feedback dari penerima pesan. Maka dari itu penting untuk mengetahui pola komunikasi yang di gunakan oleh pengemudi ke pelanggan dalam memberikan pelayanan yang baik.

KAJIAN TEORI

Teori Pola Komunikasi

Pola komunikasi dapat dipahami dengan baik sebagai pola hubungan diantara dua orang atau lebih pada saat mengirim dan menerima pesan, sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. (Djamarah, 2004:1).

Menurut (Effendy, 1986) yang di maksud dengan pola komunikasi merupakan proses yang dibuat untuk mewakili keaslian keterpawutan

komponen yang dicakup serta keberlangsungannya, agar memudahkan pemikiran secara sistematis dan logis. Komunikasi merupakan proses suatu bagian hubungan diantara insan, baik individu ataupun kelompok di dalam aktivitas sehari-hari.

Windahl dan McQuail (1995) dalam Nurudin mengatakan ada sekitar 40 model komunikasi. Dengan begitu banyak model ini dimungkinkan karena setiap insan juga memiliki hak membuat model. dengan demikian dengan begitu banyaknya model komunikasi itu bisa dikelompokkan menjadi 3 jenis besar, yaitu:

Asumsi Teori Pola Komunikasi menurut Windahl dan McQuail (1995) dalam Nurudin:

- 1) Pola Komunikasi Linear atau Satu Arah
- 2) Pola Komunikasi Sirkuler atau Dua Arah
- 3) Pola Komunikasi spiral atau helical

METODE PENELITIAN

Penulis dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pandangan Moleong (2011:6) penelitian kualitatif yakni penelitian yang bertujuan untuk mengetahui fenomena apa yang dirasakan oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan. Secara komprehensif dan melalui uraian

dalam bentuk kalimat dan bahasa, dalam konteks alamiah yang khusus dan menggunakan berbagai metode alami.

Penelitian deskriptif kualitatif yang digunakan pada penelitian ini dimaksudkan untuk mengungkap fenomena atau memperoleh informasi mengenai bagaimana pola komunikasi yang dilakukan driver transportasi online Maxim car pada pelayananan customer di Kota Bengkulu. Peneliti menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif pada metode teori pola komunikasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan wawancara mendalam yang peneliti lakukan dan peneliti menghubungkan penelitian ini dengan teori Pola Komunikasi menurut (Windahl dan Mc Quail (1995) yang peneliti gunakan sebagai pisau analisis. Teori ini menghimpun ada 3 unsur yang dikaitkan dengan fokus penelitian ini, yaitu Pola Komunikasi Satu arah, Pola Komunikasi Dua Arah, dan Pola Komunikasi spiral/helical. Selain dari pada itu peneliti juga menghimpun dari keseluruhan hasil wawancara dari informan penelitian. Berikut ini merupakan hasil dari pembahasan penelitian ini.

1. Pola komunikasi Linear atau Satu Arah

dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teori Pola Komunikasi menurut (Windahl dan McQuail (1995) sebagai pisau analisis dan peneliti menghubungkannya pada point pertama ini. Dalam penelitian ini, Pola komunikasi satu arah ini, dilaksanakan oleh pengemudi transportasi online Maxim dalam pelayananan pelanggan di Kota Bengkulu. Tak semua driver ataupun customer dari informan pada penelitian ini yang menggunakan pola komunikasi satu arah ini, tergantung dengan bagaimana kondisi dan situasi driver Maxim Car ataupun customer Maxim Car.

2. Pola Komunikasi Sirkuler atau Dua Arah

Pola komunikasi dua arah merupakan pola komunikasi dimana adanya timbal balik antara komunikator dan komunikan, dalam penelitian ini, bentuk pola komunikasi Dua Arah ini yang kerap digunakan oleh pengemudi transportasi online Maxim saat melakukan pelayanan kepada customer Maxim Car di Bengkulu.

Komunikasi dua arah dianggap lebih efektif daripada komunikasi lainnya ketika pengemudi melayani pelanggan, pengemudi atau pelanggan lebih nyaman berbicara dalam pola komunikasi dua arah ini berdasarkan umpan balik pelanggan. Suatu komunikasi bisa dikatakan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator dapat dipahami serta dapat ditanggapi dengan baik oleh komunikan.

3. Pola Komunikasi Spiral atau Helical

Pola komunikasi spiral atau helical merupakan proses komunikasi yang terjadi secara terus menerus atau berkelanjutan dan saling mempengaruhi. Dalam penelitian ini, Pola komunikasi helical atau spiral ini merupakan pola komunikasi yang jarang terjadi diantara driver Maxim Car dan customer, akan tetapi juga tidak menutupi kemungkinan untuk beberapa driver ataupun customer mengalami pola komunikasi ini.

Faktor yang dapat menunjang terjadinya pola komunikasi helical ini ialah adanya ke-ramahan, sopan dan

memberikan kenyamanan yang diciptakan oleh driver Maxim Car kepada customernya, hingga membuat driver atau customer untuk melakukan atau melanjutkan komunikasi yang berkelanjutan.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, dapat ditarik kesimpulan bahwa Pola Komunikasi Driver Maxim Car Pada Pelayanan Customer di Kota Bengkulu, dari pihak kantor Maxim Pola Komunikasi yang dapat menunjang pelayanan yang baik, tapi berbeda dengan yang peneliti temukan di lapangan, dimana jika dikaitkan dengan teori Pola Komunikasi menurut Windahl dan McQuail (1995) yaitu:

Pola komunikasi yang diterapkan oleh pengemudi transportasi online Maxim dalam pelayanan pelanggan Maxim di Kota Bengkulu ialah ketiga pola komunikasi menurut Windahl dan McQuail (1995). Dimana pola komunikasi yang pertama yakni pola komunikasi linier atau satu arah. Pola satu arah ini dilaksanakan oleh driver Maxim Car, akan tetapi tidak banyak yang menerapkan pola komunikasi satu arah ini. Kedua yaitu pola komunikasi sirkuler atau dua arah. Pola komunikasi dua arah ini merupakan pola komunikasi yang efektif dan kerap

dilakukan oleh driver Maxim Car saat memberikan pelayanan kepada customernya, karena dinilai lebih tepat. Pola komunikasi dua arah ini dianggap bisa menciptakan sebuah kesan baik kepada customer, sehingga customer merasa nyaman saat di atas kendaraan .

Pola komunikasi dua arah inilah yang nantinya akan membantu terjadinya pola komunikasi helical atau spiral. Tidak banyak driver yang melakukan pola komunikasi helical atau spiral ini. Faktor yang dapat menunjang terjadinya pola komunikasi helical atau spiral ini yakni adanya keramahan, dan kenyamanan yang diciptakan oleh driver Maxim Car kepada customernya, sehingga membuat driver atau customer untuk melakukan atau melanjutkan komunikasi yang berkelanjutan.

DAFTAR PUSTAKA

Dwiningrum, S. I. A (2012). Ilmu sosial dan budaya dasar. Yogyakarta: UNY Pres.

Efendy, Onong Uchana, (1993) Dhinamika Komunikasi. Bandung; PT Remaja Rosdakarya.

----- (1986). *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Kalya.

<http://journal.wima.ac.id/index.php/KOMUNIKATIF/article/view/1588/1476> (diakses tanggal 14 Maret 2021 pukul 11.45 WIB)

<https://id.taximaxim.com/about/> (diakses tanggal 23 Februari 2021 pukul 10.45 WIB)

McQuail, Windahl, 1995, *Communications Model*, Longman, England.

Moleong, L. J. (2011). *Metodeologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung; PT. Remaja Rosdakarya.