

Strategi Komunikasi Pengemudi GoRide di BALI dalam Meningkatkan Pelayanan Pengguna

Lidwina Putu Lia Elvina¹, Yulita Daru Priliantari²

Universitas Tarakanita^{1,2}

Kompleks Billy & Moon, Pondok Kelapa, Duren Sawit, Jakarta Timur 13540

e-mail : 2024141013@utarki.ac.id¹, e-mail : yulita.daru@utarki.ac.id²

Abstract

This study aims to analyze the communication strategies applied by GoRide drivers in providing services to users in Bali, particularly within the tourism context, which is characterized by cultural diversity and varying communication needs. Using a qualitative approach through interviews and observation, the study finds that the communication strategies of GoRide drivers are strongly influenced by the principles of Communication Accomodation Theory (CAT). The result indicate that drivers consistently apply convergence strategies by adjusting their speaking style, intonation, and word choice, as well as by using polite Indonesia, simple English, and refined Balinese language. Drivers also employ nonverbal expressions such as smiling and positive body language to create comfort. Divergence strategies are applied to maintain professional boundaries, including reducing conversation when passengers appear tired, wear earphone, or during heavy traffic conditions. Balinese cultural values such as politeness, friendliness, and respect further strengthen the drivers communication patterns. In addition, drivers utilize technology such as Google Translate to overcome language barriers. Overall, these adaptive communication strategies are shown to enhance passenger comfort, satisfaction, and the positive public image of GoRide services in Bali.

Keywords: *Communication Strategy, GoRide Drivers, User Service, Communication Accommodation Theory (CAT), Bali.*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis strategi komunikasi yang diterapkan oleh pengemudi GoRide dalam memberikan layanan kepada pengguna di Bali, khususnya dalam konteks pariwisata yang memiliki keberagaman budaya dan kebutuhan komunikasi. Menggunakan pendekatan kualitatif melalui wawancara dan observasi, penelitian ini menemukan bahwa strategi komunikasi pengemudi GoRide sangat dipengaruhi oleh prinsip *Communication Accommodation Theory* (CAT). Hasil penelitian menunjukkan bahwa pengemudi secara konsisten melakukan konvergensi melalui penyesuaian gaya bicara, intonasi pilihan kata, serta penggunaan bahasa Indonesia sopan, bahasa Inggris sederhana, dan bahasa Bali halus. Pengemudi juga menggunakan ekspresi nonverbal seperti senyum dan bahasa tubuh positif untuk menciptakan kenyamanan. Divergensi diterapkan untuk menjaga batas profesional, yaitu dengan mengurangi percakapan ketika penumpang tampak lelah, memakai *earphone*, atau saat kondisi jalanan macet. Nilai budaya Bali seperti kesopanan, keramahan, dan sikap hormat turut memperkuat pola komunikasi pengemudi. Selain itu, pengemudi memanfaatkan teknologi seperti *Google Translate* untuk mengatasi hambatan bahasa. Secara keseluruhan, strategi komunikasi yang adaptif ini terbukti meningkatkan kenyamanan, kepuasan, dan citra positif layanan GoRide di Bali.

Kata Kunci: Strategi Komunikasi, Pengemudi GoRide, Pelayanan Pengguna, Teori Akomodasi Komunikasi (CAT), Bali.

PENDAHULUAN

Komunikasi memiliki peran sentral dalam praktik pemasaran modern. Tidak lagi dipahami sebagai proses penyampaian pesan semata, komunikasi telah berkembang menjadi instrumen strategis yang menentukan keberhasilan sebuah organisasi dalam membangun hubungan dengan audiensnya. Dalam konteks pemasaran, komunikasi berfungsi untuk menciptakan pemahaman, memengaruhi sikap, membentuk persepsi, serta mendorong tindakan konsumen. Strategi komunikasi pemasaran disusun secara sistematis dengan mengintegrasikan tujuan organisasi, karakteristik audiens, media yang digunakan, serta pendekatan komunikasi yang relevan. Strategi komunikasi merupakan pola atau perencanaan terintegrasi yang menggabungkan berbagai elemen komunikasi untuk mencapai tujuan secara optimal. Strategi ini tidak hanya menekankan pada isi pesan, tetapi juga bagaimana pesan disampaikan, siapa yang menyampaikan, serta bagaimana efeknya diharapkan muncul pada penerima pesan.

Dalam pemasaran modern, strategi komunikasi tidak dapat dilepaskan dari kebutuhan membangun citra positif, meningkatkan pengalaman pengguna, serta menciptakan interaksi yang berkelanjutan. Fungsi strategi komunikasi mencakup pembentukan pemahaman bersama, penyebaran informasi yang akurat, pengaruh terhadap perilaku konsumen, serta penguatan hubungan antara organisasi dan audiens. Dengan demikian, strategi komunikasi bekerja sebagai pedoman terstruktur yang mengarahkan bagaimana pesan harus dirancang dan disampaikan agar tujuan komunikasi dapat dicapai secara efektif.

Pada era digital, strategi komunikasi pemasaran berkembang menjadi lebih interaktif dan dinamis. Teknologi memungkinkan komunikasi berlangsung dua arah, serta dapat dipersonalisasi berdasarkan kebutuhan konsumen. Masyarakat modern semakin mengutamakan pengalaman, sehingga strategi komunikasi tidak cukup hanya memberikan informasi, tetapi juga menciptakan nilai emosional. Perusahaan yang mampu mengomunikasikan pesan secara *persuasive*, adaptif, dan relevan cenderung lebih mampu membangun loyalitas konsumen.

Perkembangan tersebut juga berdampak pada sektor jasa, khususnya transportasi. Sebagai layanan yang bersifat tidak berwujud, kualitas sangat bergantung pada interaksi antara pemberi layanan dan pengguna. Artinya, komunikasi interpersonal antara pengemudi dan pelanggan memiliki peran yang sangat besar dalam menentukan tingkat kepuasan pengguna. Dalam konteks jasa, komunikasi bukan sekadar pelengkap, tetapi merupakan bagian inti dari kualitas layanan itu sendiri.

Dalam industri transportasi *online*, komunikasi menjadi semakin penting karena interaksi antara pengemudi dan penumpang berlangsung dan bersifat personal. Komunikasi verbal maupun nonverbal memengaruhi bagaimana penumpang menilai kenyamanan, keamanan, dan profesionalisme layanan. Di sisi lain, platform transportasi *online* juga menggunakan komunikasi pemasaran digital untuk membangun hubungan dengan pengguna melalui aplikasi, media sosial, dan fitur layanan lainnya. Penegasan mengenai peran komunikasi pemasaran digital juga terlihat pada penelitian (Salma & Dristiana, 2019) yang menyatakan bahwa strategi komunikasi perusahaan dan perilaku komunikasi pengemudi dapat berpengaruh pada persepsi dan kepuasan pelanggan.

Transportasi digital membawa perubahan besar pada pola komunikasi masyarakat terhadap layanan transportasi. Masyarakat kini lebih memilih layanan yang cepat, praktis, dan dapat diakses melalui aplikasi. Layanan transportasi *online* seperti Gojek menjadi solusi yang efisien dan relevan dalam memenuhi kebutuhan mobilitas masyarakat modern. Menurut (Aryasih et al., 2024) kehadiran transportasi berbasis aplikasi telah menjadi pilihan utama masyarakat karena efisiensi pemasaran, kemudahan akses, serta integrasi pelayanan melalui teknologi digital.

GoRide, sebagai salah satu layanan unggulan Gojek, memfasilitasi mobilitas masyarakat melalui transportasi roda dua yang cepat, fleksibel, dan mudah digunakan. Pengguna dapat memesan perjalanan, melihat identitas pengemudi, memantau lokasi penjemputan, sehingga

melakukan pembayaran secara digital. Semua tahapan layanan tersebut memerlukan komunikasi yang efektif agar interaksi antara pengguna dan pengemudi berlangsung lancar. Menurut (Sujatmiko, 2023), kehadiran transportasi *online* menekankan bahwa memberikan dampak signifikan terhadap pola komunikasi dan mobilitas masyarakat, terutama karena kemudahan dan efisiensi yang ditawarkan.

Dalam konteks strategi komunikasi, pengemudi menjadi representasi langsung dari perusahaan di lapangan. Pengemudi bukan hanya penyedia jasa transportasi, tetapi juga komunikator yang berinteraksi langsung dengan pengguna. Dengan demikian, kemampuan pengemudi dalam menyesuaikan gaya komunikasi mereka sangat menentukan kualitas pengalaman pengguna. Penelitian (Salma & Dristiana, 2019) menunjukkan bahwa strategi komunikasi interpersonal pengemudi, seperti keramahan, penyesuaian gaya bicara, dan sikap profesional, berpengaruh langsung pada persepsi penumpang dan dapat meningkatkan loyalitas pelanggan.

Namun, komunikasi antara pengemudi dan penumpang bukanlah interaksi yang bersifat seragam. Pengguna layanan transportasi *online* memiliki latar belakang yang berbeda-beda, baik dari sisi usia, budaya, maupun preferensi komunikasi. Dalam menghadapi situasi tersebut, pengemudi harus mampu menyesuaikan gaya komunikasi mereka agar sesuai dengan kebutuhan dan kenyamanan penumpang. Di sinilah teori *Communication Accommodation Theory* (CAT) menjadi relevan. CAT menjelaskan bahwa individu melakukan konvergensi (menyesuaikan komunikasi agar mirip dengan lawan bicara) dan divergensi (menjaga jarak komunikasi dalam situasi tertentu) untuk mencapai tujuan interaksi. Konsep ini menjadi dasar dalam memahami strategi komunikasi pengemudi GoRide yang berperan secara interpersonal dalam membentuk pengalaman pengguna.

Dalam konteks layanan transportasi *online*, strategi komunikasi adaptif sangat penting untuk menjaga kenyamanan, menghindari miskomunikasi, serta meningkatkan kepuasan pelanggan. Penyesuaian komunikasi tidak hanya mencakup aspek verbal seperti penggunaan bahasa atau intonasi, tetapi juga aspek nonverbal seperti senyum, kontak mata, atau ekspresi wajah. Pengemudi yang mampu beradaptasi secara komunikatif cenderung mampu menciptakan interaksi yang lebih positif dan memuaskan.

Berdasarkan pemaparan tersebut, penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi yang diterapkan oleh pengemudi GoRide dalam memberikan pelayanan kepada pengguna. Penelitian ini mengkaji bagaimana pengemudi menyesuaikan gaya komunikasi verbal dan nonverbal mereka, bagaimana nilai budaya dan situasi memengaruhi pola komunikasi tersebut, serta bagaimana penerapan teori Akomodasi Komunikasi dalam interaksi sehari-hari antara pengemudi dan pengguna layanan.

KAJIAN PUSTAKA

Strategi komunikasi merupakan fondasi penting dalam setiap interaksi yang bertujuan untuk mencapai hasil yang diinginkan. Strategi komunikasi dapat didefinisikan sebagai pola atau perencanaan yang mengintegrasikan tujuan organisasi, kebijakan yang berlaku, dan serangkaian aksi komunikasi yang terpadu untuk mencapai tujuan komunikasi secara optimal. Ini bukan sekadar penyampaian pesan, melainkan sebuah kombinasi terencana dari berbagai elemen komunikasi, meliputi komunikator, pesan yang disampaikan, media yang digunakan, penerima pesan, hingga efek yang diharapkan. Perencanaan strategi komunikasi yang efektif dan efisien menjadi kunci keberhasilan dalam mengelola alur komunikasi. Penelitian mengenai komunikasi pemasaran digital menunjukkan bahwa strategi komunikasi yang dirancang sebagai stimulus

mampu memengaruhi respons perilaku konsumen terhadap layanan *online* (Garlan Soeyoedi et al., 2025).

Tujuan utama dari penyusunan strategi komunikasi adalah untuk mencapai hasil yang diinginkan, seperti membangun pemahaman yang sama antar pihak, menyebarkan informasi secara efektif dan akurat, memengaruhi sikap dan perilaku audiens, serta memperkuat hubungan yang positif dengan audiens. Fungsi strategi komunikasi sangatlah luas, mencakup pengaturan bagaimana sebuah pesan harus disusun, media apa yang paling tepat untuk digunakan, serta identifikasi target audiens yang spesifik agar komunikasi dapat berjalan lancar dan tujuan yang telah ditetapkan dapat tercapai. Dengan demikian, strategi komunikasi berfungsi sebagai panduan yang terstruktur dan terukur, menghindari komunikasi yang bersifat acak atau sporadis.

Penelitian menunjukkan bahwa komunikasi intrapersonal yang dikelola dengan baik melalui refleksi dan introspeksi diri mampu membentuk konsep diri yang positif. Penelitian tersebut menunjukkan bahwa komunikasi intrapersonal memiliki peran penting dalam proses adaptasi individu, terutama dalam menghadapi lingkungan dan budaya yang berbeda (Ariati & Irene, 2023). Temuan ini relevan sebagai rujukan dalam penelitian ini karena sama-sama menekankan peran komunikasi dalam membentuk sikap dan perilaku individu.

Dalam konteks penerapan pada layanan GoRide di Bali, strategi komunikasi menjadi instrumen penting yang digunakan oleh pengemudi untuk mendukung kualitas layanan dan meningkatkan kepuasan pelanggan. Pengemudi GoRide dituntut untuk memiliki kemampuan adaptif dalam gaya komunikasinya, yang disesuaikan dengan karakteristik pelanggan dan kekhasan budaya lokal di Bali. Selain komunikasi interpersonal antara pengemudi dan pelanggan, GoRide sebagai platform juga menerapkan strategi komunikasi pemasaran digital yang terpadu melalui media sosial dan aplikasi. Tujuannya adalah untuk membangun loyalitas pelanggan (Salma & Dristiana, 2019). Strategi komunikasi GoRide di Bali ini secara keseluruhan berfungsi untuk meningkatkan interaksi, responsivitas, dan membangun hubungan jangka panjang dengan pelanggan, yang pada akhirnya akan meningkatkan persepsi positif terhadap layanan GoRide.

Penerapan Teori Akomodasi Komunikasi (Giles Howard 2023)

Untuk menganalisis bagaimana pengemudi GoRide menyesuaikan komunikasinya dalam interaksi dengan pengguna, Teori Akomodasi Komunikasi yang dikembangkan oleh (Giles et al., 2023) menjadi kerangka teori yang paling relevan. Teori ini menjelaskan bagaimana individu secara sadar maupun tidak sadar melakukan penyesuaian atau modifikasi dalam cara mereka berkomunikasi saat berinteraksi dengan orang lain. Penyesuaian tersebut dapat berupa perubahan pada gaya bicara, pilihan kata, intonasi, tempo bicara, ekspresi wajah, gestur, hingga perilaku nonverbal lainnya. Tujuan utama dari penyesuaian ini adalah untuk mengakomodasi lawan bicara, sehingga tercipta komunikasi yang efektif, harmonis, dan mengurangi potensi kesalahpahaman.

Teori CAT pertama kali diperkenalkan oleh (Giles et al., 2023), meskipun konsep awalnya bernama *Speech Accommodation Theory*. Giles mengembangkan teori tersebut melalui pengamatannya terhadap variasi aksen dan pola komunikasi dalam situasi wawancara, di mana individu sering kali menyesuaikan gaya bicara untuk menunjukkan rasa hormat, solidaritas, atau bahkan dominasi terhadap lawan bicara. Seiring perkembangannya, teori ini tidak hanya mencakup penyesuaian dalam aspek verbal, tetapi juga aspek nonverbal, sehingga memberikan ruang analisis yang lebih luas terhadap interaksi manusia dalam berbagai konteks sosial dan budaya.

Dalam teori ini, terdapat dua strategi akomodasi utama konvergensi adalah strategi ketika individu berusaha membuat perilaku komunikasinya menjadi lebih mirip dengan lawan bicara. Tujuannya untuk mengurangi jarak psikologis, meningkatkan pemahaman, menciptakan kedekatan interpersonal, serta membangun hubungan yang lebih harmonis. Dalam praktiknya, konvergensi dapat berupa menyesuaikan intonasi, tempo bicara, penggunaan bahasa tertentu, hingga memberikan respon nonverbal yang lebih akrab dan bersahabat. Kedua divergensi merupakan kebalikan dari konvergensi, yaitu strategi ketika individu justru menonjolkan perbedaan dalam komunikasi. Strategi ini digunakan untuk mempertahankan identitas diri, menunjukkan profesionalitas, menegaskan perbedaan peran atau status, atau menjaga jarak sosial dalam situasi tertentu. Divergensi bukan berarti komunikasi menjadi negatif, tetapi sering kali digunakan untuk menjaga batas profesional, mengatur kenyamanan, atau memastikan situasi tetap kondusif. Penerapan CAT dalam konteks layanan telah digunakan untuk menganalisis gaya komunikasi pelaku layanan dalam menyesuaikan perilaku verbal dan nonverbalnya. Penelitian (Garlan Soeyoedi et al., 2025) menunjukkan bahwa strategi konvergensi dan divergensi digunakan secara situasional untuk membangun kenyamanan, profesionalisme, serta efektivitas interaksi dalam konteks layanan.

Penerapan CAT dalam penelitian ini adalah mengenai strategi komunikasi pengemudi GoRide di Bali, teori ini digunakan sebagai landasan analisis utama untuk memahami bagaimana pengemudi beradaptasi dengan beragam karakter pengguna layanan. Pengemudi GoRide berhadapan dengan berbagai tipe penumpang wisatawan asing, wisatawan domestik, masyarakat lokal, pelajar, hingga lansia sehingga strategi komunikasi mereka sangat dipengaruhi oleh kebutuhan adaptasi dalam interaksi. Melalui teori ini CAT, penelitian ini menganalisis bagaimana pengemudi menggunakan konvergensi untuk membuat penumpang merasa nyaman, mengurangi jarak sosial antara pengemudi dan pengguna, menunjukkan sikap ramah, sopan, dan profesional, serta membangun pengalaman layanan yang positif. Strategi komunikasi yang ditunjukkan oleh para informan antara lain adalah menyesuaikan bahasa (Bahasa Indonesia, Inggris sederhana, atau Bahasa Bali halus), mengubah gaya komunikasi menjadi lebih santai untuk penumpang muda, memberikan senyum atau sapaan ramah ketika menjemput penumpang, atau menjelaskan rute dengan cara yang perlahan dan jelas kepada wisatawan asing. Sementara itu, divergensi dianalisis untuk melihat bagaimana pengemudi menjaga profesionalisme, mengatur jarak dengan penumpang yang tampak ingin privasi, mengurangi percakapan saat penumpang menggunakan *earphone* atau fokus pada kondisi jalan yang padat demi keamanan.

Melalui kerangka CAT, penelitian ini akan menghasilkan temuan-temuan seperti bentuk konvergensi yang digunakan pengemudi GoRide termasuk penyesuaian bahasa, perubahan nada, intonasi, penggunaan senyuman, gestur ramah, penyesuaian gaya komunikasi berdasarkan usia dan budaya penumpang. Situasi dan alasan pengemudi melakukan konvergensi misalnya, untuk meningkatkan kenyamanan penumpang, menghindari miskomunikasi dengan turis asing, menjaga hubungan interpersonal positif, dan memperbaiki rating layanan. Bentuk divergensi yang digunakan pengemudi GoRide seperti, mengurangi percakapan saat penumpang tampak lelah, menjaga jarak profesional ketika penumpang tidak responsif, fokus pada keselamatan ketika kondisi jalan ramai. Strategi akomodasi terhadap kepuasan pengguna yaitu, penyesuaian komunikasi meningkatkan kenyamanan, mengurangi kesalahpahaman, meningkatkan persepsi profesionalitas pengemudi, menciptakan citra pelayanan Gojek yang lebih baik.

Dalam penelitian ini, teori Akomodasi Komunikasi digunakan sebagai alat analisis untuk memahami bagaimana pengemudi GoRide menyesuaikan perilaku komunikatif mereka selama

berinteraksi dengan pengguna. Hasil analisis teori ini akan menunjukkan bagaimana bentuk konvergensi dan divergensi diterapkan pengemudi, faktor yang mempengaruhi pilihan strategi komunikasi, serta bagaimana penyesuaian tersebut berkontribusi pada peningkatan kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna. Dengan demikian, kerangka teori ini akan secara langsung menjadi dasar utama menghasilkan temuan penelitian tentang strategi komunikasi pengemudi GoRide.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, karena penelitian berupaya memahami secara mendalam fenomena komunikasi yang berlangsung antara pengemudi GoRide dan pengguna secara natural dalam konteks kehidupan sehari-hari. Pendekatan kualitatif memungkinkan penelitian mengeksplorasi makna, pengalaman, dan strategi komunikasi yang digunakan pengemudi secara kontekstual, sehingga temuan yang dihasilkan tidak hanya bersifat deskriptif, tetapi juga interpretatif terhadap dinamika komunikasi yang terjadi di lapangan. Penelitian kualitatif juga memberikan ruang bagi peneliti untuk memahami persepsi, interaksi, dan pola komunikatif yang membentuk kualitas pelayanan, sehingga menghasilkan gambaran yang utuh mengenai praktik komunikasi pengemudi GoRide dalam memberikan layanan kepada pengguna.

Penelitian ini berfokus pada strategi komunikasi pengemudi GoRide di Bali dalam meningkatkan kualitas pelayanan. Untuk memperoleh pemahaman mendalam, penelitian memanfaatkan data primer yang diperoleh secara langsung dari informan melalui wawancara, observasi lapangan dan dokumentasi. Wawancara digunakan untuk menggali pengalaman dan strategi komunikasi pengemudi dalam menghadapi beragam karakter pengguna, sedangkan observasi dilakukan untuk melihat secara langsung bagaimana interaksi tersebut berlangsung selama proses pelayanan.

Lokasi penelitian berada di wilayah Bali, khususnya di Canggu dan Legian yang dikenal sebagai area dengan intensitas tinggi interaksi pengemudi dan penumpang. Pemilihan lokasi ini dilakukan secara *purposive* karena wilayah tersebut tidak hanya ramai dikunjungi wisatawan, tetapi juga memiliki variasi tipe pengguna yang memungkinkan penelitian menggali pola komunikasi yang lebih kaya.

Informan dalam penelitian ini adalah lima orang pengemudi GoRide yang dipilih menggunakan teknik *purposive* sampling. Informan memiliki rentang pengalaman bergabung dengan Gojek antara tahun 2017 hingga 2024, sehingga mencerminkan variasi lamanya bekerja dan adaptasi dalam komunikasi. Mereka juga berasal dari latar belakang yang heterogen, mulai dari masyarakat lokal Bali hingga perantau dari Jawa Timur. Keragaman ini memberikan perspektif yang luas mengenai pola komunikasi pengemudi dalam menghadapi wisatawan asing, wisatawan domestik, hingga masyarakat lokal. Selain itu, wilayah operasional informan meliputi kawasan wisata yang padat aktivitas sehari-hari, sehingga pola interaksi komunikatif yang diamati lebih beragam.

Instrumen utama dalam penelitian ini adalah peneliti sendiri, sebagaimana karakteristik penelitian kualitatif. Peneliti berperan penuh dalam mengumpulkan data, menganalisis, serta menafsirkan temuan. Untuk mendukung proses pengumpulan data, peneliti menggunakan beberapa instrumen pendukung yaitu, pedoman wawancara semi-terstruktur berisi pertanyaan terbuka yang disusun berdasarkan rumusan masalah dan tujuan penelitian, namun tetap memberikan fleksibilitas agar percakapan dapat berkembang secara natural. Lembar observasi,

digunakan untuk mencatat perilaku, ekspresi nonverbal, pola komunikasi, dan situasi interaksi antara pengemudi dan pengguna selama proses pelayanan berlangsung. Format dokumentasi, untuk mencatat data pendukung seperti catatan lapangan dan temuan penting lainnya.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui tiga tahapan. Pertama, observasi nonpartisipatif, di mana peneliti tidak terlibat langsung dalam aktivitas pengemudi, tetapi hanya mengamati proses komunikasi selama penjemputan, perjalanan, dan pengantaran, observasi ini bertujuan mengidentifikasi bagaimana pengemudi melakukan konvergensi (penyesuaian gaya komunikasi terhadap pengguna) atau divergensi (ketika harus menjaga jarak komunikasi sesuai situasi tertentu). Kedua, wawancara mendalam dengan lima informan utama untuk menggali strategi komunikasi yang mereka gunakan, pengalaman mereka berinteraksi dengan berbagai tipe penumpang, serta faktor-faktor yang mempengaruhi cara mereka berkomunikasi. Ketiga, dokumentasi digunakan sebagai pelengkap untuk memperkuat data yang diperoleh melalui wawancara dan observasi.

Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Reduksi data mencakup proses memilih, memfokuskan, serta menyederhanakan data mentah dari wawancara dan observasi agar sesuai dengan fokus penelitian. Pada tahap ini, penelitian melakukan transkripsi wawancara, mengidentifikasi informasi penting mengenai strategi komunikasi, serta mengelompokkan data ke dalam kategori seperti konvergensi, divergensi, penggunaan bahasa, komunikasi nonverbal, serta situasi khusus yang memengaruhi pola komunikasi. Selanjutnya, penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif, tabel tematik hasil *coding*, kutipan wawancara, dan bagan hubungan temuan dengan teori *Communication Accommodation Theory* (CAT). Tahap terakhir adalah penarikan kesimpulan, yaitu proses menginterpretasikan pola komunikasi pengemudi GoRide, bagaimana mereka melakukan penyesuaian komunikasi, serta bagaimana strategi komunikasi tersebut memengaruhi pengalaman dan kepuasan pengguna.

Dengan struktur metode yang sistematis dan terarah, penelitian ini diharapkan mampu menghasilkan gambaran komprehensif mengenai strategi komunikasi pengemudi GoRide dalam memberikan pelayanan yang adaptif dan profesional kepada pengguna layanan di Bali.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Informan dalam penelitian ini berjumlah 5 (lima) pengemudi GoRide yang beroperasi di beberapa wilayah di Bali. Tabel berikut berisi rangkuman profil informan penelitian.

No	Informan	Usia	ASAL	Domisili	Tahun Bergabung GoRide	Kegiatan Informan	Periode Wawancara
1	AF	24	Banyuwangi, Jawa Timur	Kediri, Kabupaten Tabanan	2021	Beroperasi wilayah Tabanan, Legian, dan Kuta; terbiasa menghadapi penumpang lokal dan wisatawan asing. Informan tinggal di bali sejak lahir	November 2025

2	KR	27	Bali (lokal)	Canggu, Kabupaten Badung	2024	Beroperasi di wilayah Canggu, sering melayani wisatawan mancanegara	November 2025
3	NA	45	Bali (lokal)	Pandak Gede, Kabupaten Tabanan	2022	Beroperasi di wilayah Canggu, Tabanan, Kuta; melayani penumpang lokal dan wisatawan asing.	November 2025
4	HL	48	Bali (lokal)	Dalung, Kabupaten Badung	2021	Beroperasi di wilayah Canggu dan Legian	November 2025
5	NY	40	Bali (lokal)	Kerobokan, Kabupaten Badung	2017	Beroperasi di wilayah Denpasar, Canggu, dan Gianyar	November 2025

Dari tabel tentang profil informan didapat informasi 1 (satu) informan berasal dari Jawa Timur sedangkan 4 (empat) informan lainnya merupakan penduduk asli Bali. Data tersebut juga menunjukkan bahwa seluruh informan berdomisili di Bali. Berdasarkan kedua informasi tersebut dapat disimpulkan bahwa para informan memiliki pemahaman terhadap budaya lokal Bali, sekurang-kurangnya mengerti bagaimana bersikap dan berkomunikasi di wilayah Bali.

Temuan Penelitian

Bagian ini akan menyajikan temuan-temuan dari penelitian mengenai strategi komunikasi pengemudi GoRide di Bali, yang kemudian akan dianalisis dan dibahas secara mendalam dengan merujuk pada teori Akomodasi Komunikasi (CAT).

Berdasarkan wawancara mendalam dan observasi yang dilakukan, ditemukan beberapa strategi komunikasi yang diterapkan oleh pengemudi GoRide dalam meningkatkan pelayanan kepada pengguna. Temuan ini akan dianalisis berdasarkan konsep konvergensi, divergensi, serta pengaruh budaya Bali.

Konvergensi dalam Komunikasi Pengemudi GoRide:

Konvergensi, sebagai strategi penyesuaian perilaku komunikatif agar lebih mirip dengan lawan bicara, terlihat jelas dalam praktik komunikasi para pengemudi GoRide. Penyesuaian ini dilakukan untuk menciptakan kedekatan, kenyamanan, dan pemahaman yang lebih baik dengan penumpang.

Penyesuaian gaya bicara dan nada suara, sebagian besar informan menyatakan bahwa mereka berusaha menyesuaikan gaya bicara dan nada suara mereka dengan karakter penumpang.

“Saya berusaha menyesuaikan nada suara dan cara berbicara sesuai karakter penumpang. Misalnya, berbicara ringan dengan penumpang muda dan lebih formal dengan penumpang yang lebih tua”. Hal ini sejalan dengan konsep konvergensi di mana pengemudi berusaha menyelaraskan komunikasinya agar lebih diterima oleh penumpang. (Informan 1)

“Saya kerap menggunakan bahasa Inggris sederhana untuk berinteraksi, serta berusaha menyesuaikan intonasi dan ekspresi wajah agar lebih mudah diterima penumpang”. Ini menunjukkan upaya konvergensi melalui penyesuaian bahasa dan nonverbal. (Informan 2)

“Dalam berinteraksi, saya berusaha menyesuaikan nada bicara dan bahasa tubuh dengan karakter penumpang, seperti berbicara santai dengan wisatawan muda dan lebih formal dengan penumpang berusia lebih tua”. (Informan 3)

“Dalam setiap perjalanan, saya selalu menyapa penumpang terlebih dahulu serta berusaha menyesuaikan gaya bicara dan ekspresi dengan situasi percakapan”. (Informan 4)

“Saya sering menyesuaikan gaya bicara dan intonasi berdasarkan tipe penumpang. Misalnya, ia menggunakan bahasa yang lebih santai kepada penumpang muda, lebih formal kepada orang yang lebih tua”. (Informan 5)

Temuan ini menunjukkan bahwa penyesuaian gaya bicara dan nada suara yang dilakukan pengemudi GoRide merupakan bentuk konvergensi komunikasi yang dilakukan secara sadar dan kontekstual. Pengemudi menyesuaikan cara berbicara berdasarkan karakteristik penumpang, seperti usia, latar belakang, dan situasi interaksi, sehingga komunikasi tidak bersifat seragam.

Dalam Teori Akomodasi Komunikasi, konvergensi berfungsi untuk mengurangi jarak sosial dan meningkatkan penerimaan dari lawan bicara. Ketika pengemudi menggunakan bahasa yang lebih santai kepada penumpang muda dan lebih formal kepada penumpang yang lebih tua, hal tersebut mencerminkan upaya menghormati norma sosial serta membangun rasa nyaman dalam interaksi.

Selain aspek verbal, penyesuaian juga tampak pada intonasi dan ekspresi wajah, yang membantu memperjelas pesan dan menghindari kesalahpahaman, terutama dalam konteks keragaman penumpang. Dengan demikian, konvergensi komunikasi dapat dimaknai sebagai strategi pelayanan interpersonal yang berperan penting dalam menciptakan hubungan yang lebih baik dan meningkatkan kualitas pengalaman penumpang.

Penggunaan Bahasa Inggris Sederhana dan Nonverbal:

Mengingat Bali adalah destinasi wisata internasional, penggunaan bahasa Inggris menjadi salah satu bentuk konvergensi yang penting.

“Jika menemui kendala bahasa, ia menggunakan bahasa Inggris sederhana atau isyarat nonverbal”. (Informan 1)

“Saya kerap menggunakan bahasa Inggris sederhana untuk berinteraksi”. (Informan 2)

“Jika menghadapi penumpang yang tidak bisa bahasa Indonesia, saya menggunakan bahasa Inggris dasar atau *Google Translate* sebagai alat bantu komunikasi”. (Informan 4)

Makna penggunaan bahasa Inggris sederhana oleh pengemudi GoRide menunjukkan adanya upaya konvergensi komunikasi untuk mengatasi perbedaan bahasa antara pengemudi dan penumpang, khususnya wisatawan asing. Dalam konteks Bali sebagai destinasi wisata internasional, kemampuan menyesuaikan bahasa menjadi kebutuhan penting agar interaksi tetap berjalan efektif. Pemanfaatan bahasa Inggris dasar dan alat bantu seperti *Google Translate* mencerminkan sikap adaptif pengemudi dalam menjembatani kesenjangan linguistik sehingga informasi dapat tersampaikan dengan baik.

Dalam kerangka Teori Akomodasi Komunikasi, penyesuaian bahasa ini berfungsi untuk mengurangi jarak sosial dan meningkatkan rasa diterima oleh penumpang asing. Ketika pengemudi berusaha menggunakan bahasa yang dipahami penumpang, mereka tidak hanya menyampaikan pesan, tetapi juga menunjukkan sikap terbuka dan menghargai latar belakang budaya lawan bicara. Hal ini berkontribusi pada terciptanya rasa aman dan kenyamanan selama perjalanan.

Selain aspek verbal, penggunaan isyarat nonverbal seperti senyuman, anggukan, dan gestur sederhana juga merupakan bentuk konvergensi yang efektif. Unsur nonverbal ini berperan sebagai pelengkap komunikasi verbal, terutama ketika keterbatasan bahasa menjadi hambatan. Dengan demikian, konvergensi melalui bahasa dan nonverbal dapat dimaknai sebagai strategi komunikasi interpersonal yang mendukung kualitas layanan dan menciptakan suasana interaksi yang ramah serta positif bagi penumpang.

Kesopanan, Keramahan, dan Senyum

Nilai budaya Bali seperti kesopanan, keramahan, dan senyuman menjadi elemen kunci dalam strategi komunikasi pengemudi.

“Kesopanan adalah kunci utama dalam komunikasi pelayanan. Informan menilai bahwa pengemudi yang menjaga sikap, berbicara dengan hormat, dan tidak memaksa percakapan kepercayaan dan rating baik dari penumpang”. (Informan 1)

“Saya menekankan pentingnya nilai-nilai budaya Bali seperti keramahan dan kesantunan sebagai ciri khas pelayanan yang baik”. (Informan 2)

“Kesopanan dan kesabaran menjadi kunci utama menjaga hubungan baik selama perjalanan”. (Informan 3)

“Kesopanan dan empati adalah elemen utama dalam komunikasi”. (Informan 4)

Informan 5, selalu mengusahakan untuk menerapkan nilai kesopanan khas Bali, “Seperti senyum, bahasa halus, dan menjaga etika dalam berinteraksi”. (Informan 5)

Makna temuan ini menunjukkan bahwa nilai-nilai budaya Bali, seperti kesopanan, keramahan, kesabaran, dan senyuman, menjadi landasan penting dalam strategi komunikasi pengemudi GoRide. Penerapan nilai-nilai tersebut tidak hanya berfungsi sebagai etika pribadi, tetapi juga sebagai bentuk konvergensi komunikasi yang disesuaikan dengan norma sosial dan budaya yang berlaku di Bali. Melalui sikap sopan, bahasa yang halus, serta ekspresi ramah, pengemudi berupaya menyelaraskan perilaku komunikasinya dengan harapan penumpang terhadap layanan yang santun dan beretika.

Dalam perspektif Teori Akomodasi Komunikasi, tindakan menyapa, tersenyum, dan menjaga kesantunan dapat dimaknai sebagai strategi untuk mengurangi jarak sosial dan membangun kedekatan emosional dengan penumpang. Konvergensi ini memperkuat rasa diterima dan dihargai oleh penumpang, sehingga interaksi menjadi lebih nyaman dan positif. Dengan demikian, nilai budaya lokal berperan sebagai sumber acuan pengemudi dalam menyesuaikan gaya komunikasi mereka.

Temuan ini mengindikasikan bahwa identitas budaya Bali tidak terlepas dari praktik komunikasi dalam layanan transportasi berbasis aplikasi. Keramahan dan kesopanan yang ditampilkan pengemudi menjadi representasi budaya Bali di ruang interaksi modern, sekaligus berkontribusi pada pembentukan citra layanan yang baik. Oleh karena itu, konvergensi komunikasi yang berakar pada nilai budaya lokal dapat dipahami sebagai strategi penting dalam menjaga kualitas hubungan interpersonal dan meningkatkan pengalaman penumpang.

Divergensi dalam Komunikasi Pengemudi GoRide

Selain konvergensi, strategi divergensi juga diterapkan oleh pengemudi GoRide dalam situasi-situasi tertentu, terutama untuk menjaga profesionalisme atau merespons kondisi tertentu.

Menjaga Jarak Profesional dan Mengurangi Percakapan

“Dalam situasi jalanan macet, saya memilih untuk tidak banyak bicara, menjaga fokus dan menghormati kenyamanan penumpang”. Ini adalah contoh divergensi untuk menjaga fokus dan menghormati kebutuhan penumpang akan ketenangan. (Informan 1)

“Ketika menghadapi penumpang yang pendiam atau tidak ingin berbicara, ia memilih menjaga suasana tetap nyaman dengan tidak memaksakan interaksi ketika penumpang tidak menginginkannya. (Informan 2)

“Saya juga selalu menjaga etika dengan tidak berbicara berlebihan, terutama saat penumpang terlihat lelah atau tidak ingin berbincang”. (Informan 4)

“Dalam kondisi tertentu ia sengaja memilih untuk tidak terlalu banyak bicara, terutama jika penumpang menunjukkan tanda ingin menyendiri atau sedang fokus misalnya memakai *earphone*, telepon atau lelah”. (Informan 5)

Makna temuan ini menunjukkan bahwa keputusan pengemudi untuk membatasi percakapan dalam situasi tertentu merupakan bentuk divergensi komunikasi yang dilakukan secara sadar. Pengemudi memilih untuk tidak menyesuaikan gaya komunikasinya secara berlebihan dengan penumpang, terutama ketika penumpang menunjukkan keinginan untuk diam, lelah, atau fokus pada aktivitas pribadi. Strategi ini mencerminkan kemampuan pengemudi dalam membaca isyarat verbal maupun nonverbal penumpang.

Dalam kerangka Teori Akomodasi Komunikasi, divergensi dipahami sebagai upaya mempertahankan perbedaan gaya komunikasi guna mencapai tujuan tertentu. Pada konteks ini, divergensi berfungsi untuk menghormati privasi dan ruang personal penumpang. Dengan tidak memaksakan interaksi, pengemudi menjaga kenyamanan penumpang sekaligus menunjukkan sikap profesional dalam memberikan layanan.

Pembatasan percakapan juga berperan dalam menjaga fokus pengemudi, khususnya dalam kondisi lalu lintas yang padat atau menuntut konsentrasi tinggi. Hal ini menunjukkan bahwa divergensi tidak selalu berdampak negatif, melainkan dapat menjadi strategi komunikasi yang adaptif dan bertanggung jawab. Dengan demikian, menjaga jarak profesional melalui pengurangan percakapan dapat dimaknai sebagai bentuk penyesuaian komunikasi yang berorientasi pada keselamatan, kenyamanan, dan kualitas layanan secara keseluruhan.

Menjaga Batas Profesional

Dalam konteks tertentu, pengemudi mungkin perlu menjaga batas profesional mereka, yang dapat diwujudkan melalui gaya komunikasi yang sedikit berbeda.

“Kesopanan dan kesabaran menjadi kunci utama menjaga hubungan baik selama perjalanan”. Meskipun tidak secara eksplisit menyatakan divergensi, penekanan pada kesabaran dan menjaga hubungan baik dapat diartikan sebagai upaya menjaga profesionalisme. (Informan 3)

Contoh “Fokus saat macet, tidak mengobrol” mengindikasikan adanya strategi divergensi untuk mempertahankan fokus pada tugas mengemudi.

Makna temuan ini menunjukkan bahwa menjaga batas profesional melalui pembatasan interaksi verbal merupakan bentuk divergensi komunikasi yang dilakukan secara situasional. Pengemudi tidak selalu berupaya menyesuaikan gaya komunikasi dengan penumpang, tetapi pada kondisi tertentu justru mempertahankan jarak komunikatif demi menjalankan peran profesionalnya secara optimal. Penekanan pada kesabaran dan sikap sopan dapat dimaknai sebagai cara pengemudi menjaga hubungan tetap baik tanpa harus terlibat dalam percakapan yang intens.

Dalam perspektif Teori Akomodasi Komunikasi, divergensi berfungsi untuk mempertahankan perbedaan gaya komunikasi guna mencapai tujuan tertentu. Pada konteks ini,

tujuan tersebut berkaitan dengan keselamatan dan efektivitas kerja pengemudi, khususnya saat menghadapi situasi lalu lintas yang padat atau membutuhkan konsentrasi tinggi. Dengan membatasi percakapan, pengemudi memprioritaskan fokus pada aktivitas mengemudi, sehingga risiko gangguan dapat diminimalkan.

Temuan ini menegaskan bahwa divergensi tidak selalu bermakna negatif atau menciptakan jarak sosial. Sebaliknya, strategi ini dapat dipahami sebagai bentuk tanggung jawab profesional dalam pelayanan transportasi. Dengan menjaga batas komunikasi yang wajar, pengemudi mampu menyeimbangkan antara keramahan dan profesionalisme, sehingga kualitas layanan tetap terjaga tanpa mengorbankan keselamatan dan kenyamanan penumpang.

Pengaruh Budaya Bali dalam Komunikasi

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, keramahan dan kesantunan adalah ciri khas budaya Bali yang tercermin dalam interaksi pengemudi.

“Agar pengemudi baru selalu menjaga etika berbicara dan keramahan, karena hal itu menjadi cerminan profesionalisme dalam layanan transportasi *online* di Bali”. (Informan 1)

Saya menilai bahwa komunikasi adalah aspek penting dalam pelayanan karena “Membantu menciptakan kenyamanan dan meningkatkan kepercayaan pengguna. Ia selalu menyapa dan tersenyum kepada penumpang sebagai bentuk keramahan awal”. (Informan 3)

Informan lima, selalu mengusahakan untuk menerapkan nilai kesopanan khas Bali, “seperti senyum, bahasa halus, dan menjaga etika dalam berinteraksi”. (Informan 5)

Temuan ini menunjukkan bahwa nilai-nilai budaya Bali, khususnya keramahan, kesantunan, dan kebiasaan memberikan salam serta senyuman, menjadi kerangka acuan utama dalam praktik komunikasi pengemudi GoRide. Penerapan nilai-nilai tersebut tidak hanya berfungsi sebagai norma sosial, tetapi juga sebagai strategi komunikasi yang membentuk kesan awal dan membangun hubungan positif dengan penumpang sejak awal interaksi.

Dalam konteks Teori Akomodasi Komunikasi, praktik menyapa dan tersenyum dapat dimaknai sebagai bentuk konvergensi yang selaras dengan ekspektasi sosial dan budaya penumpang di Bali. Dengan menyesuaikan perilaku komunikasinya pada nilai budaya lokal, pengemudi berupaya menciptakan rasa nyaman, meningkatkan kepercayaan, serta menunjukkan profesionalisme dalam pelayanan transportasi berbasis aplikasi. Hal ini memperlihatkan bahwa komunikasi tidak dipahami sekadar sebagai penyampaian informasi, tetapi sebagai bagian integral dari pengalaman layanan.

Kesesuaian temuan wawancara dengan hasil tabel tematik pada kategori Budaya Bali yang menekankan praktik “selalu memberikan salam dan senyuman” menguatkan konsistensi data penelitian. Konsistensi ini menunjukkan bahwa budaya lokal memiliki pengaruh nyata terhadap pola komunikasi pengemudi dan menjadi identitas layanan yang membedakan konteks Bali dengan wilayah lain. Dengan demikian, budaya Bali dapat dimaknai sebagai sumber nilai yang membentuk gaya komunikasi pengemudi sekaligus berkontribusi pada kualitas interaksi dan kepuasan penumpang.

Bahasa Halus

Penggunaan bahasa yang halus dan santun juga merumuskan bagian dari etika komunikasi dalam budaya Bali.

“Saya selalu mengusahakan untuk menerapkan nilai kesopanan khas Bali seperti senyum, bahasa halus, dan menjaga etika dalam berinteraksi”. (Informan 5)

Contoh “Menggunakan bahasa Bali halus untuk orang tua”, yang menunjukkan penyesuaian komunikasi berdasarkan norma budaya.

Makna temuan ini menunjukkan bahwa penggunaan bahasa yang halus dan santun merupakan bagian penting dari etika komunikasi yang berakar pada budaya Bali. Praktik penggunaan bahasa halus, khususnya kepada penumpang yang lebih tua, mencerminkan adanya penyesuaian komunikasi berdasarkan norma kesopanan dan hierarki sosial yang berlaku dalam budaya lokal. Dengan demikian, bahasa tidak hanya berfungsi sebagai alat penyampaian pesan, tetapi juga sebagai simbol sikap hormat dan penghargaan terhadap lawan bicara.

Dalam perspektif Teori Akomodasi Komunikasi, penggunaan bahasa halus dapat dimaknai sebagai bentuk konvergensi yang disesuaikan dengan nilai budaya setempat. Pengemudi berusaha menyelaraskan gaya komunikasinya dengan ekspektasi sosial penumpang agar interaksi berlangsung lebih harmonis dan diterima secara sosial. Penyesuaian ini membantu menciptakan suasana yang nyaman sekaligus memperkuat hubungan interpersonal selama perjalanan.

Temuan ini mengindikasikan bahwa pengaruh budaya Bali membentuk dasar dari strategi komunikasi pengemudi GoRide. Kesopanan, keramahan, dan sikap hormat menjadi standar informal dalam pelayanan, yang membedakan praktik komunikasi pengemudi di Bali dengan konteks wilayah lain. Dengan demikian, penggunaan bahasa halus dapat dipahami sebagai wujud internalisasi nilai budaya lokal dalam praktik layanan transportasi berbasis aplikasi, yang berkontribusi pada kualitas interaksi dan pengalaman positif penumpang.

Pembahasan Hasil Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif untuk memahami secara mendalam strategi komunikasi yang diterapkan oleh pengemudi GoRide di Bali, dalam memberikan pelayanan kepada pengguna. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti untuk tidak hanya mendeskripsikan perilaku komunikasi yang tampak di permukaan, tetapi juga memahami makna di balik perilaku tersebut, menggali pengalaman subjektif para pengemudi, menemukan pola-pola komunikasi yang berulang, serta membangun pemahaman baru mengenai peran komunikasi dalam meningkatkan kualitas layanan transportasi *online*.

Melalui wawancara dan observasi lapangan, penelitian ini mengungkap bahwa komunikasi bagi pengemudi GoRide bukan sekadar alat penyampaian informasi, melainkan strategi penting dalam membangun hubungan dengan penumpang. Pengemudi memaknai komunikasi sebagai bagian dari pelayanan itu sendiri. Cara berbicara, sikap, dan respons terhadap penumpang dipahami sebagai faktor yang menentukan kenyamanan, keamanan, dan kepuasan pengguna selama perjalanan. Pemahaman makna ini menjadi dasar bagi pengemudi dalam menyesuaikan strategi komunikasi mereka di berbagai situasi layanan.

Pemahaman makna komunikasi dalam perspektif pengemudi GoRide, hasil penelitian menunjukkan bahwa pengemudi GoRide memandang komunikasi sebagai sarana utama untuk menciptakan pengalaman layanan yang positif. Bagi para pengemudi komunikasi tidak hanya berfungsi untuk mengonfirmasi lokasi penjemputan atau tujuan perjalanan, tetapi juga sebagai media untuk membangun kepercayaan dan rasa aman penumpang. Dalam layanan berbasis aplikasi, efektivitas komunikasi antarpribadi tetap menjadi faktor penting meskipun interaksi difasilitasi oleh teknologi digital.

Dalam konteks ini, komunikasi dimaknai sebagai bentuk pelayanan personal. Pengemudi berupaya menyesuaikan cara berbicara agar penumpang merasa dihargai dan dipahami. Makna komunikasi yang dibangun pengemudi ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi tidak

dilakukan secara kebetulan, melainkan berdasarkan pengalaman dan refleksi mereka terhadap respons penumpang selama bekerja. Dalam penelitian ini ditemukan bahwa strategi konvergensi merupakan bentuk akomodasi komunikasi yang paling sering diterapkan oleh pengemudi GoRide (Hidayat et al., 2023). Strategi ini dilakukan melalui penyesuaian gaya komunikasi verbal dan nonverbal sesuai dengan karakteristik penumpang. Konvergensi verbal dari pilihan bahasa, seperti penggunaan bahasa Indonesia yang sopan, bahasa Bali halus untuk penumpang lokal tertentu, dan bahasa Inggris sederhana untuk wisatawan asing. Nada dan tempo bicara, dengan berbicara lebih perlahan dan jelas kepada penumpang yang tidak fasih berbahasa Indonesia. Gaya komunikasi, yang dibuat lebih santai saat melayani penumpang muda, namun lebih formal ketika berinteraksi dengan penumpang yang lebih tua sedangkan konvergensi nonverbal yaitu, senyuman saat menjemput penumpang, kontak mata yang sopan, gestur tubuh yang ramah, serta ekspresi wajah yang menunjukkan kesiapan melayani. Pengemudi memaknai bahasa tubuh sebagai bagian dari konfirmasi yang tidak kalah penting dibandingkan kata-kata. Dari pengalaman mereka, sikap nonverbal yang positif sering kali membuat penumpang merasa lebih tenang, terutama wisatawan yang baru pertama kali menggunakan layanan GoRide.

Dari berbagai pengalaman yang diungkapkan informan, dalam penelitian ini ditemukan pola komunikasi konvergensi yang digunakan oleh para informan penelitian. Pola tersebut menunjukkan bahwa pengemudi cenderung menyesuaikan komunikasi mereka pada tahap awal interaksi, lalu mempertahankan gaya komunikasi yang sesuai sepanjang perjalanan. Pola ini memperlihatkan bahwa konvergensi penggunaan bahasa Indonesia yang sopan, bahasa Bali halus, dan bahasa Inggris sederhana, penyesuaian nada dan tempo bicara, perbedaan gaya komunikasi antara penumpang muda (santai) dan penumpang lebih tua (formal), serta praktik senyum, kontak mata sopan, dan gestur ramah di awal interaksi. Menurut Teori Akomodasi Komunikasi (Giles et al., 2023) dalam penelitian ini konvergensi dimaknai oleh pengemudi sebagai, strategi membangun kesan pertama yang positif, upaya menciptakan kenyamanan dan kepercayaan, cara mengurangi jarak sosial antara pengemudi dan penumpang. Perbandingan dengan penelitian terdahulu (Nadia, 2022) menekankan pentingnya komunikasi dua arah terhadap kepuasan pelanggan. Selaras dengan penelitian ini berfungsi untuk membangun interaksi dua arah yang nyaman dan bermakna.

Selain konvergensi, penelitian ini juga menemukan penerapan strategi divergensi dalam situasi tertentu. Divergensi muncul sebagai bentuk adaptasi komunikasi yang bersifat situasional dan profesional. Pengemudi memilih untuk melakukan divergensi ketika penumpang terlihat lelah atau tidak ingin berbicara, penumpang menggunakan *earphone*, kondisi jalanan padat atau berbahaya, atau situasi membutuhkan konsentrasi tinggi. Pengalaman pengemudi menunjukkan bahwa mengurangi percakapan dalam kondisi tersebut bukan berarti tidak ramah, melainkan bentuk penghormatan terhadap kebutuhan penumpang dan prioritas keselamatan. Divergensi dipahami sebagai strategi menjaga jarak sosial yang tepat, sesuai dengan prinsip Teori Akomodasi Komunikasi (CAT).

Penelitian ini menunjukkan bahwa pola divergensi cenderung diterapkan pada pertengahan perjalanan, dalam situasi lingkungan yang menuntut fokus, atau ketika pengemudi membaca sinyal nonverbal penumpang yang tidak menginginkan interaksi. Pola ini memperlihatkan bahwa divergensi, mengurangi percakapan saat kondisi jalanan macet, tidak memaksakan interaksi ketika penumpang pendiam, dan menjaga fokus mengemudi daripada mengobrol. Dalam teori CAT divergensi bukan bentuk penolakan sosial, bukan komunikasi negatif, melainkan strategi profesional dan etis. Makna divergensi, menghormati privasi dan ruang personal penumpang, menjaga keselamatan dan konsentrasi, menunjukkan kematangan komunikasi pengemudi.

Perbandingan dengan penelitian terdahulu oleh (Brama Kumbara & Andri Wijaya, 2020) menekankan pentingnya komunikasi profesional antara pengemudi dan sistem Gojek, sejalan dengan penelitian ini mencerminkan profesionalisme pengemudi di lapangan.

Temuan penting lainnya adalah peran nilai-nilai budaya Bali dalam membentuk strategi komunikasi pengemudi. Keramahan, kesopanan, penggunaan bahasa halus, sikap hormat dan kebiasaan tersenyum merupakan nilai budaya yang secara alami terintegrasi dalam interaksi pelayanan. Pengemudi tidak selalu menyadari bahwa mereka sedang menerapkan strategi komunikasi berbasis budaya, namun perilaku tersebut telah menjadi standar informal dalam pelayanan GoRide di Bali. Hal ini menguatkan pandangan bahwa komunikasi tidak terlepas dari konteks budaya tempat interaksi berlangsung. Nilai budaya Bali memberikan sentuhan personal dan otentik pada pelayanan, yang membedakan pengalaman pengguna di Bali dibandingkan daerah lain. Integrasi budaya ini memperkaya praktik konvergensi dan membuat komunikasi terasa lebih manusiawi. Ungkapan informan, antara lain “keramahan dan etika berbicara mencerminkan profesionalisme (Informan 1), “saya selalu menyapa dan tersenyum kepada penumpang” (Informan 3), “saya menerapkan senyum, bahasa halus, dan etika dalam berinteraksi”. (Informan 5). Dalam perspektif CAT, integrasi nilai budaya lokal ini memperkuat praktik konvergensi karena perilaku komunikasi pengemudi diselaraskan dengan ekspektasi sosial penumpang di Bali. Perbandingan dengan penelitian terdahulu oleh (Handijaya Dewantara, 2019) yang menyoroti peran GoRide dalam konteks pariwisata dan ekonomi lokal Bali.

Melalui analisis kualitatif, penelitian ini membangun pemahaman baru bahwa strategi komunikasi pengemudi GoRide di Bali bersifat, adaptif karena pengemudi secara aktif menyesuaikan cara berkomunikasi dengan karakter penumpang, bersifat situasional karena dipengaruhi kondisi perjalanan, berbasis budaya karena dipengaruhi nilai lokal, emosional karena melibatkan empati dan kepekaan sosial. Komunikasi yang efektif dalam konteks transportasi *online* tidak semata-mata bergantung pada kemampuan teknis atau kepatuhan terhadap standar operasional prosedur (SOP), melainkan pada kecerdasan emosional serta kemampuan pengemudi dalam membaca dan menyesuaikan diri dengan situasi sosial yang dihadapi.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa pengemudi GoRide sebagai ujung tombak layanan memiliki peran strategis dalam membentuk persepsi pengguna terhadap Gojek secara keseluruhan. Interaksi komunikasi yang positif menciptakan pengalaman yang berkesan bagi pengguna, yang kemudian berdampak pada kepuasan, loyalitas, dan rekomendasi dari mulut ke mulut. Penelitian ini sejalan dengan temuan (Kurniawan & Fajarini, 2020; Wisnu Wirawan et al., 2022) yang menunjukkan bahwa komunikasi positif mendorong rekomendasi dari mulut ke mulut, serta diperkuat oleh temuan (Ilyas et al., 2023) strategi komunikasi pelayanan berperan penting dalam membangun kepercayaan pengguna.

Dengan demikian, strategi komunikasi pengemudi bukan hanya berdampak pada interaksi individual, tetapi juga berkontribusi pada citra merek dan keberhasilan bisnis Gojek di Bali.

SIMPULAN DAN SARAN

Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, bahwa strategi komunikasi pengemudi GoRide memiliki peran penting dalam meningkatkan kualitas pelayanan dan kepuasan pengguna. Komunikasi tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi perjalanan, tetapi juga menjadi bagian utama dari pengalaman layanan yang dirasakan penumpang. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, pengemudi GoRide menerapkan prinsip *Communication Accomodation Theory* (CAT)

melalui dua strategi utama, yaitu konvergensi dan divergensi. Strategi konvergensi dilakukan dengan menyesuaikan gaya bicara, pilihan bahasa, intonasi, serta perilaku nonverbal sesuai dengan karakteristik penumpang. Penyesuaian ini tampak melalui penggunaan bahasa Indonesia yang sopan, bahasa Inggris sederhana untuk wisatawan asing, serta bahasa Bali halus kepada penumpang tertentu, khususnya yang lebih tua. Selain itu, ekspresi nonverbal seperti senyum, sikap ramah, dan bahasa tubuh positif turut memperkuat kenyamanan dan rasa aman penumpang selama perjalanan.

Strategi divergensi diterapkan secara situasional untuk menjaga profesionalisme dan keselamatan. Pengemudi memilih membatasi percakapan ketika penumpang terlihat lelah, tidak ingin berinteraksi, menggunakan *earphone*, atau kondisi lalu lintas padat. Strategi ini menunjukkan bahwa pengemudi mampu membaca situasi dan kebutuhan penumpang, serta memahami bahwa komunikasi yang efektif tidak selalu berarti banyak berbicara, melainkan menyesuaikan diri dengan konteks interaksi. Nilai-nilai budaya, seperti kesopanan, keramahan, sikap hormat, dan kebiasaan tersenyum, terbukti menjadi landasan penting dalam membentuk pola komunikasi pengemudi. Nilai budaya tersebut secara alami terintegrasi dalam praktik komunikasi pelayanan dan berkontribusi pada terciptanya interaksi yang hangat, santun, dan profesional. Pemanfaatan teknologi seperti *Google Translate* membantu pengemudi mengatasi hambatan bahasa, khususnya dalam melayani wisatawan mancanegara.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa strategi komunikasi pengemudi GoRide bersifat adaptif, kontekstual, dan berbasis budaya lokal. Penerapan strategi komunikasi yang tepat terbukti mampu meningkatkan kenyamanan, kepuasan pengguna, serta membangun citra positif layanan GoRide.

Saran

Berdasarkan temuan penelitian, disarankan penelitian selanjutnya memperluas cakupan subjek dan wilayah penelitian agar memperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai strategi komunikasi pengemudi transportasi *online* di berbagai konteks sosial dan budaya. Penelitian ke depan dapat melibatkan perspektif pengguna layanan sebagai informan guna memperkaya pemahaman mengenai efektivitas komunikasi dari sudut pandang penerima layanan. Gojek disarankan untuk mengembangkan pelatihan sederhana bagi pengemudi, sehingga kemampuan adaptasi komunikasi dapat terus ditingkatkan secara berkelanjutan sesuai dengan kebutuhan pengguna yang beragam.

DAFTAR PUSTAKA

- Ariati, Y., & Irene, C. S. (2023). Komunikasi Intrapersonal dan Konsep Diri pada Mahasiswa Rantau Studi Kasus: Mahasiswa Sekolah Tinggi Ilmu Komunikasi dan Sekretari Tarakanita. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 8(2), 205–214. <https://doi.org/10.36914/jikb.v8i2.941>
- Aryasih, P. A., Ruhati, D., Puja, I. B. P., Darmiati, M., Widiana, I. W., & Mahendra, P. F. K. (2024). Investigation of Tourist Satisfaction with the Public Transportation in Bali. *Jurnal Kepariwisata Indonesia: Jurnal Penelitian Dan Pengembangan Kepariwisata Indonesia*, 18(1), 117–140. <https://doi.org/10.47608/jki.v18i12024.117-140>
- Brama Kumbara, V., & Andri Wijaya, R. (2020). *ANALISIS STRATEGI PEMASARAN PADA PT GOJEK INDONESIA*. 1(6). <https://doi.org/10.31933/JIMT>

- Garlan Soeyoedi, S., Oktivera, E., Wisnu Wirawan, F., Tinggi Ilmu Komunikasi dan Sekretari Tarakanita, S., & Billy Moon, K. (2025). *Analisis Gaya Komunikasi Irwanteam Hairdesign dalam Perspektif Communication Accomodation Theory*.
- Giles, H., Edwards, A. L., & Walther, J. B. (2023). Communication accommodation theory: Past accomplishments, current trends, and future prospects. *Language Sciences*, 99. <https://doi.org/10.1016/j.langsci.2023.101571>
- Handijaya Dewantara, M. (2019). PERAN GOJEK SEBAGAI AKSES PUBLIK WISATAWAN DI BALI DAN PELOPOR EKONOMI KREATIF. In *JUMPA* (Vol. 6, Issue 1).
- Hidayat, D., Aliya Azrifatin, A., & Gusdianto, A. (2023). The Communication Patterns between Online Transportation Applicators and Driver Partners in Bandung. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 16(2), 321–334. <https://doi.org/10.29313/mediator.v16i2.2565>
- Ilyas, M., Niyu, N., & Purba, H. (2023). Strategi Komunikasi Pemasaran Digital dalam Membangun Customer Trust @Ricellystore Via Instagram. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Bisnis*, 8(2), 172–185. <https://doi.org/10.36914/jikb.v8i2.898>
- Kurniawan, R., & Fajarini, D. (2020). *POLA KOMUNIKASI PEMASARAN JASA TRANSPORTASI ONLINE (STUDI PADA GRAB DI KOTA BENGKULU)*.
- Nadia, D. (2022). *ANALISA KUALITAS PELAYANAN MELALUI POLA KOMUNIKASI PELAKU DRIVER GO-RIDE DALAM MENINGKATKAN KEPUASAN PELANGGAN DAN KESEJAHTERAAN SOSIAL*.
- Salma, F., & Dristiana, K. (2019). *GAYA KOMUNIKASI PENGEMUDI GO-RIDE DENGAN PELANGGAN DALAM MEMBERIKAN LAYANAN JASA TRANSPORTASI DI KOTA SAMARINDA*. 7(4), 103–113.
- Sujatmiko, A. (2023). Pengaruh Kualitas Pelayanan Terhadap Citra Go-Jek Pada Mahasiswa FIKOM Universitas Islam Riau. *Journal of Communication Management and Organization Juni, 2023*(1), 29–40.
- Wisnu Wirawan, F., Oktivera, E., Tinggi Ilmu Komunikasi dan Sekretari Tarakanita, S., Billy, K., & Kelapa - Jakarta Timur, P. (2022). *Komunikasi Word-of-Mouth dalam Keputusan Pemilihan Perguruan Tinggi Swasta di Jakarta*.