

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Dari hasil penelitian yang sudah dijabarkan di bab sebelumnya, pola komunikasi antara *driver* ojek *online* Maxim dengan konsumen, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Pola Komunikasi Primer: Pola ini terwujud dalam interaksi langsung antara *driver* dan konsumen, baik secara lisan maupun tulisan (chat). Komunikasi primer sangat esensial pada tahap awal, di mana *driver* atau konsumen melakukan konfirmasi penting seperti lokasi penjemputan untuk menghindari kesalahpahaman. Selama perjalanan, intensitas komunikasi primer bervariasi tergantung preferensi individu, sementara di akhir perjalanan seringkali berupa ucapan terima kasih. Sikap (kesopanan dan keramahan) dalam komunikasi primer ini sangat signifikan dalam memengaruhi pengalaman konsumen.
2. Pola Komunikasi Sekunder: Pola ini terjadi melalui penggunaan media perantara, yang secara dominan diwakili oleh aplikasi Maxim itu sendiri. Aplikasi berfungsi sebagai saluran komunikasi vital (via fitur chat atau panggilan) untuk koordinasi dan pertukaran informasi antara *driver* dan konsumen di sepanjang proses layanan, mulai dari pemesanan hingga konfirmasi akhir.
3. Pola Komunikasi Linear: Pola komunikasi satu arah ini teridentifikasi ketika salah satu pihak (seringkali *driver*) menyampaikan pesan atau informasi kepada pihak lain

(konsumen), tanpa adanya umpan balik langsung, terutama saat konsumen bersikap pasif atau diam selama perjalanan. Meskipun bersifat satu arah, pola ini tetap berperan dalam memastikan penyampaian informasi penting.

4. Pola Komunikasi Sirkular: Pola komunikasi dua arah yang melibatkan umpan balik ini merupakan interaksi yang paling dinamis dan responsif. Pola ini terjadi ketika *driver* dan konsumen aktif terlibat dalam dialog, saling bertanya dan menjawab, yang menciptakan suasana lebih akrab, nyaman, dan membangun kepercayaan. Pola komunikasi sirkular berkontribusi signifikan pada pengalaman positif konsumen.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan diatas, maka bagian ini peneliti memberikan saran kepada *driver* ojek *online* Maxim dan konsumen, khususnya di kota Serang:

1. Bagi *driver* ojek *online* Maxim, hendaknya meningkatkan keterampilan dalam berkomunikasi serta menggunakan bahasa yang sopan dan ramah kepada konsumen.
2. Bagi perusahaan/pihak Maxim: hendaknya memberikan pelatihan dasar bagaimana berkomunikasi yang baik dengan konsumen.
3. Bagi peneliti selanjutnya, disarankan untuk memperluas objek penelitian serta membandingkan pola komunikasi dengan jasa ojek *online* lainnya, seperti Gojek dan Grab.