

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

---

**OPINI MASYARAKAT TERHADAP LAYANAN GO-RIDE  
DI KECAMATAN BUKIT RAYA  
KOTA PEKANBARU**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Islam Riau

**DESKY PRADENTA**

**NPM : 139110087  
KONSENTRASI : MEDIA MASSA  
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
PEKANBARU**

**2020**



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

**Perpustakaan Universitas Islam Riau**

UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PERSETUJUAN TIM PEMBIMBING

Nama : Desky Pradenta  
NPM : 139110087  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Media Massa  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)  
Hari/Tanggal Komprehensif : Rabu / 18 November 2020  
Judul Penelitian : "Opini Masyarakat Terhadap Layanan GO-RIDE DI Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru"

Format sistematika dan pembahasan materi masing-masing bab dan sub-sub dalam skripsi ini, telah dipelajari dan dinilai relative telah memenuhi ketentuan-ketentuan normative dan kriteria metode penelitian ilmiah. Oleh karena itu dinilai layak serta dapat disetujui untuk disidangkan dalam ujian komprehensif.

Pekanbaru, 18 November 2020

Pembimbing I

  
Dyah Pithaloka, M.Si

Pembimbing II

  
Tessa Shasrini, B.Comm, M.Hrd

Menyetujui

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

  
Benni Handayani, M.I.Kom

Kuasa No : 874/A-UIR/5-FIKOM/2020

Tanggal : 23 Nov-05 Des 2020

**UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

**PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI**

Nama : Desky Pradenta  
NPM : 139110087  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Media Massa  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)  
Hari/Tanggal Komprehensif : Rabu, 18 November 2020  
Judul Penelitian : "Optimasi Masyarakat Terhadap Layanan Go-Ride Di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru"

Naskah ini secara keseluruhan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu tim penguji ujian Komprehensif Fakultas Ilmu Komunikasi dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

Pekanbaru, 18 November 2020

Ketua



Dyah Pitaloka, M.Si

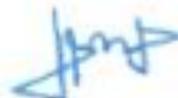
Anggota



Harry Sitawati, M.I.Kom

Mengetahui

Wakil Dekan I



Cutra Aslinda, M. I. Kom

Anggota



Dr. Muhd. AR. Iman Riasan, M.I.Kom

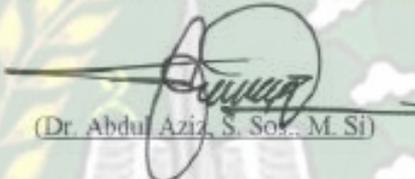
"Opini Masyarakat Terhadap Layanan Go-Ride Di Kecamatan Bukit Raya  
Kota Pekanbaru"

Yang diajukan oleh:

Desky Pradenta  
139110087

Pada Tanggal:  
18 November 2020

UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
Mengesahkan  
DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

  
(Dr. Abdul Aziz, S. Sos., M. Si)

Dewan Penguji,

Tanda Tangan,

Ketua Dyah Pithaloka, M.Si

Anggota Harry Setiawan, M.I.Kom

Anggota Dr. Muhd. AR. Imam Riau, M.I.Kom


**UNIVERSITAS ISLAM RIAU**  
**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

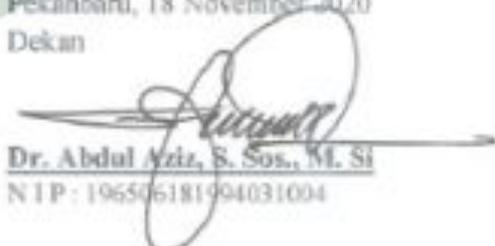
**BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI**

Berdasarkan surat keputusan Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Nomor:0858/UIR-Fikom/Kpts/2020 tanggal 11 November 2020, maka dihadapan tim penguji pada hari ini, **Rabu Tanggal 18 November 2020 jam : 10.00-11.00 WIB** bertempat di ruang Seminar Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan ujian skripsi mahasiswi atas:

Nama : Desky Pradenta  
NPM : 139110087  
Bidang Konsentrasi : Media Massa  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)  
Judul Skripsi : "Opini Masyarakat Terhadap Layanan Go-Ride Di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru"  
Nilai Ujian : Angka : "65,56"; Huruf : "C+"  
Keputusan Hasil Ujian : Lulus  
Tim Penguji :

No	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Dyah Pitaloka, M.Si	Ketua	1. 
2.	Tessa Shasna, B.Commu, M.Hrd	Sekretaris	2. 
3.	Dr. Muhd. AR. Imam Risuan, M.I.Kom	Penguji	3. 
4.	Harry Setiawan, M.I.Kom	Penguji	4. 

Pekanbaru, 18 November 2020  
Dekan

  
**Dr. Abdul Aziz, S. Sos., M. Si**  
NIP : 196506181904031004

## SURAT PERNYATAAN

Nama : Desky Pradenta  
Tempat/Tanggal Lahir : Bangkinang / 03 Desember 1995  
NPM : 139110087  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Konsentrasi : Media Massa  
Alamat/No. Telp/HP : Karya III RT04 RW06 Air Dingin / 082228229925  
Judul Penelitian : "Opini Masyarakat Terhadap Layanan CO-RIDE Di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru"

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (skripsi) adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Riau maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali pengarahan Tim Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam daftar pustaka.
4. Bersedia untuk mempublikasikan karya tulis saya di jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
5. Pernyataan ini sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dari apa yang saya nyatakan diatas, maka saya bersedia menerima sanksi pembatalan nilai skripsi dan pencabutan gelar akademik keserjanaan saya dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, 18 November 2020

Yang Menyatakan



6000

Desky Pradenta

## Motto

*Barang siapa berjalan untuk menuntut ilmu ALLAH  
Akan memudahkan baginya jalan kesurga.  
(HR. Muslim)*

*Jangan pernah putus asa, karena selalu ada jalan  
Bagi orang yang mau berusaha  
(Desky Pradenta)*



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

### **Persembahan**

*Puji syukur kehadirat Allah SWT dan Nabi Muhammad SAW atas kemudahan dan kelancaran-Nya, saya persembahkan karya tulis ini kepada:*

- 1. Kedua orangtuaku tercinta yang selalu mendoakan, memberikan kasih sayang, dan selalu memberikan semangat. Terimakasih atas semua yang telah diberikan kepada ananda.*
- 2. Almamaterku Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.*

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Dengan mengucapkan puji syukur Kehadirat Allah SWT, karena dengan rahmat-Nya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan judul, “Opini Masyarakat Terhadap Layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru”. Penyelesaian skripsi ini penulis banyak mendapatkan bantuan, dan pada kesempatan ini penulis mengucapkan terima kasih kepada yang terhormat:

1. Dyah Pithaloka, M.Si, selaku dosen pembimbing I yang telah banyak meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk dapat membimbing penulis dari awal hingga selesainya skripsi ini;
2. Tessa Shsrini, M.Hrd selaku pembimbing II yang banyak memberikan bimbingan serta pengetahuan dalam penulisan skripsi ini hingga selesai;
3. Bapak dan Ibu dosen Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau yang telah banyak memberikan ilmu pengetahuan kepada penulis selama menimba ilmu di Universitas Islam Riau;
4. Kedua orang tua yang selalu mendoakan dan memberikan dorongan demi terselesaikannya skripsi ini;
5. Rekan-rekan penulis yang tidak dapat disebutkan satu persatu, atas dukungannya diucapkan terima kasih banyak.

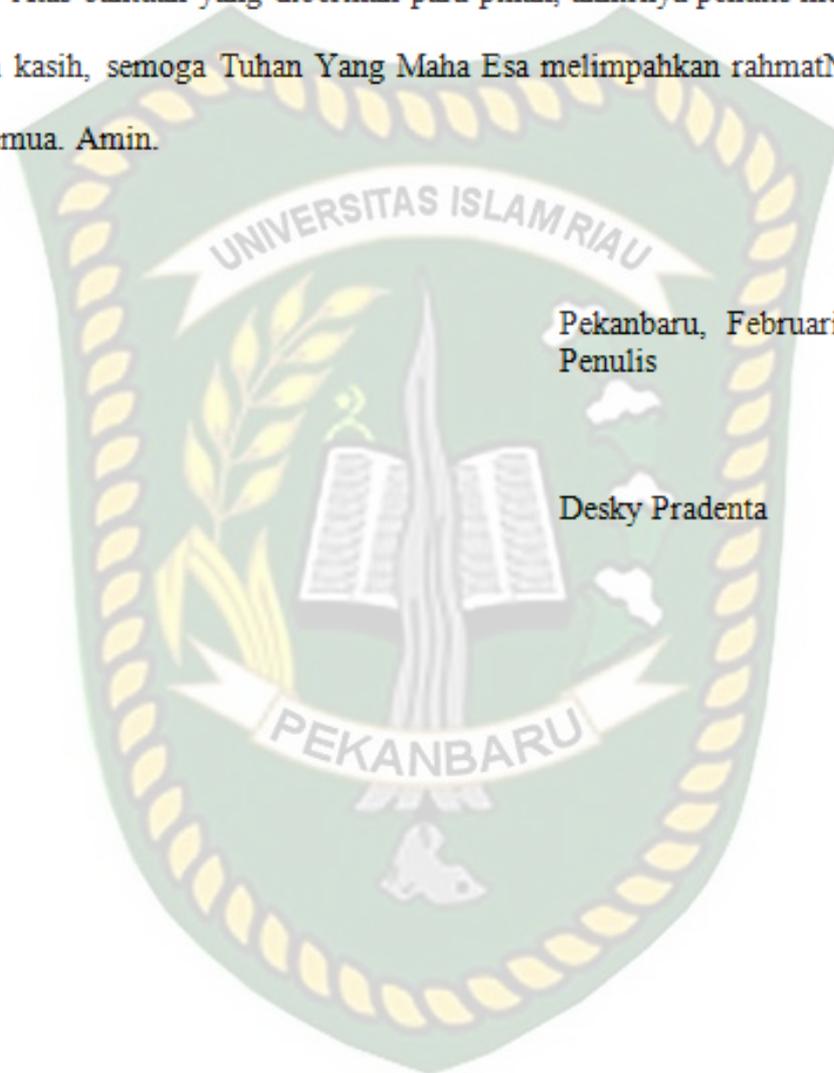
Penulis menyadari bahwa dalam penulisan skripsi ini masih terdapat banyak kekurangan yang disebabkan oleh kemampuan dan pengetahuan yang ada

pada diri penulis, untuk itu penulis mengharapkan kritikan dan saran yang membangun demi sempurnanya skripsi ini.

Atas bantuan yang diberikan para pihak, akhirnya penulis mengucapkan terima kasih, semoga Tuhan Yang Maha Esa melimpahkan rahmatNya kepada kita semua. Amin.

Pekanbaru, Februari 2020  
Penulis

Desky Pradenta



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## DAFTAR ISI

Cover	
Persetujuan Tim Pembimbing Skripsi	
Persetujuan Tim Penguji Skripsi	
Lembar Pernyataan	
Motto.....	i
Persembahan.....	ii
Kata Pengantar.....	iii
Daftar Isi.....	v
Daftar Tabel.....	vii
Daftar Gambar dan Lampiran.....	viii
Abstrak.....	ix
<i>Abstract</i> .....	x
<b>BAB I PENDAHULUAN</b>	
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Identifikasi Masalah.....	6
C. Fokus Penelitian.....	6
D. Rumusan Masalah.....	7
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian.....	7
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b>	
A. Kajian Literatur.....	9
1. Komunikasi.....	9
2. Komunikasi Kelompok.....	11
3. Opini Publik.....	26
4. Kualitas Pelayanan.....	40
B. Definisi Operasional.....	42
C. Penelitian Terdahulu.....	43
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b>	
A. Pendekatan Penelitian.....	46
B. Subjek dan Objek Penelitian.....	46
C. Lokasi dan Waktu Penelitian.....	47
D. Sumber Data.....	48
E. Teknik Pengumpulan Data.....	49
F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data.....	50
G. Teknik Analisis Data.....	51
<b>BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN</b>	
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian.....	54
B. Hasil Penelitian.....	58
C. Pembahasan.....	71

**BAB VI PENUTUP**

A. Kesimpulan.....	75
B. Saran.....	75

**Daftar Pustaka  
Lampiran**



Dokumen ini adalah Arsip Milik :

**Perpustakaan Universitas Islam Riau**

## Daftar Tabel

Tabel 2.1	Penelitian Terdahulu .....	42
Tabel 3.1	Jadwal Waktu Kegiatan Penelitian Tentang Opini Masyarakat Terhadap Kualitas Layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru .....	46
Tabel 4.1	Jumlah Penduduk Kecamatan Bukit Raya .....	53
Tabel 4.2	Sarana Pendidikan Kecamatan Bukit Raya.....	54
Tabel 4.3	Sarana Ibadah di Kecamatan Bukit Raya.....	55
Tabel 4.4	Sarana Kesehatan di Kecamatan Bukit Raya.....	55
Tabel 4.5	Data Informan Penelitian .....	56

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

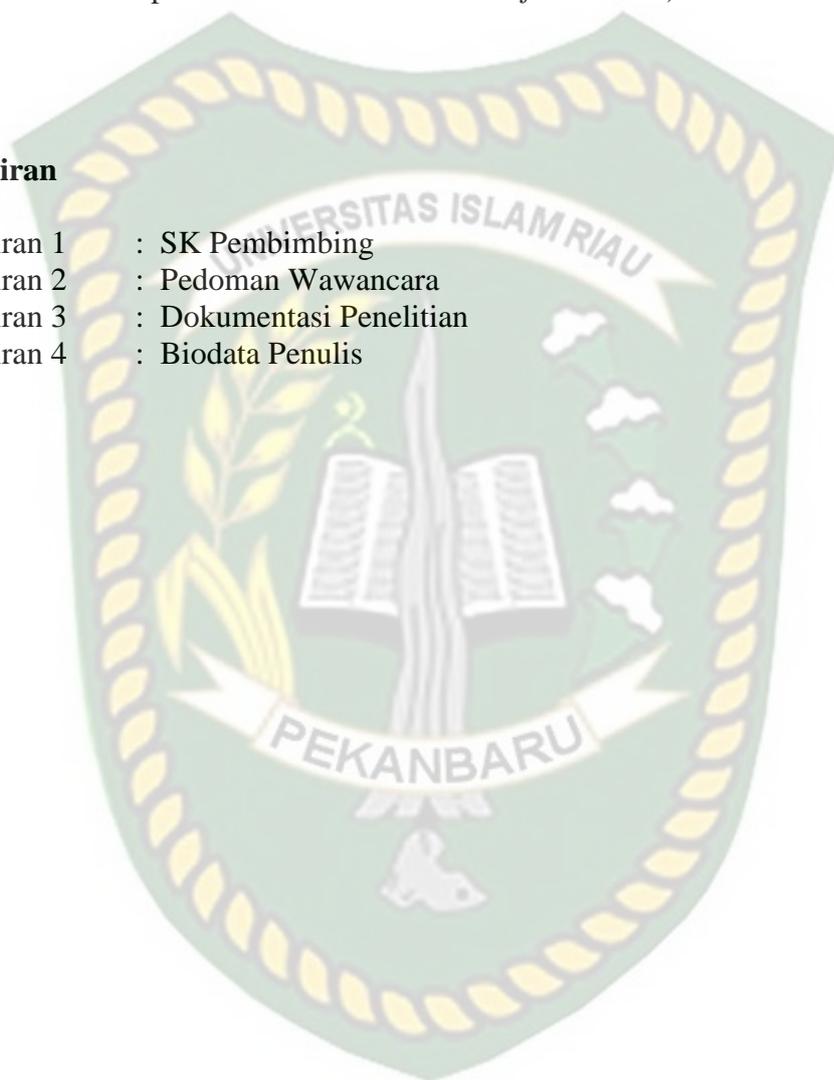
Perpustakaan Universitas Islam Riau

## Daftar Gambar dan Lampiran

Gambar 3.1	Komponen Dalam Analisis Data ( <i>flow model</i> ) .....	50
------------	--	----

### Lampiran

- Lampiran 1 : SK Pembimbing
- Lampiran 2 : Pedoman Wawancara
- Lampiran 3 : Dokumentasi Penelitian
- Lampiran 4 : Biodata Penulis



## Abstrak

### Opini Masyarakat Terhadap Layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru

Desky Pradenta  
139110087

Go-Ride adalah layanan transportasi sepeda motor online. Dengan menggunakan Go-Ride maka konsumen dapat lebih mudah dan cepat untuk menuju tempat tujuan. Efek positif yang diberikan Go-Ride pada masyarakat adalah biaya transportasi yang cenderung hemat, efisiensi waktu perjalanan yang mudah dan praktis, keamanan yang terjaga saat menjadi penumpang, dan mendapat pelayanan yang sopan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui opini masyarakat terhadap layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. Teori yang digunakan adalah teori opini dari Soemirat dan Ardianto (2005) unsur-unsur yang teliti yaitu *belief* (kepercayaan), *attitude* (sikap) dan *perception* (persepsi). Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Dalam penelitian ini subjek berjumlah 7 orang. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah wawancara, observasi dan dokumentasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa opini masyarakat terhadap layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru adalah baik. Hal ini terlihat dari narasumber yang mengatakan bahwa sepeda motor yang digunakan oleh Go-Ride dalam kategori bagus, dan respon Go-Ride juga sangat baik dalam menangani pelanggan. Go-Ride dapat bersaing dengan ojek online lainnya. Pengemudi Go-Ride memiliki sikap dan rasa aman yang baik. Biaya yang diterima saat menggunakan Go-Ride dan biaya yang sesuai bertanggung jawab atas keselamatan pelanggan dan pengemudi Go-Ride.

**Kata Kunci:** Opini, Layanan, Go-Ride.

*Abstract*

*Public Opinion on Go-Ride Services in Bukit Raya District Pekanbaru City*

**Desky Pradenta**  
139110087

*Go-Ride is an online motorcycle transportation service. By using Go-Ride, consumers can more easily and quickly to their destination. The positive effects given by Go-Ride to the public are transportation costs that tend to be economical, efficient travel times that are easy and practical, security that is maintained when becoming a passenger, and get polite service. This study aims to determine public opinion on Go-Ride services in the Bukit Raya District of Pekanbaru City. The theory used was the theory opinion of Soemirati and Ardianto (2005) research in belief, attitude and perception. This research uses a qualitative approach. In this study, there were 7 subjects. Data collection techniques used are interview, observation and documentation. The results showed that public opinion on Go-Ride services in the Bukit Raya District of Pekanbaru City was good. This can be seen from respondents who stated that the motor used by Go-Ride is good, the response of Go-Ride is good in handling customers, Go-Ride is able to compete with other online motorcycle taxi drivers. Go-Ride drivers have a good attitude, security is obtained when using Go-Ride and the appropriate fees and Go-Ride drivers who are responsible for the safety of their customers.*

**Keywords:** *Opinion, Service, Go-Ride.*

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Manusia ialah makhluk sosial yg tak dapat hidup sendiri, karena insan diciptakan oleh dewa dengan berdampingan dan berpasang-pasangan, yang dengan kata lain bisa dikatakan bahwa manusia saling berketergantungan satu dengan yang lainnya. salah satu unsur terpenting pada hidup insan merupakan komunikasi.

Komunikasi ialah salah satu cara membuka pikiran buat melangkah ke dalam dunia yg lebih maju kaya akan gosip. Dimana berita tadi menjadi kebutuhan yang sangat esensial buat berbagai tujuan. menggunakan adanya informasi rakyat dapat mengikuti insiden-insiden yang terjadi disekitarnya atau insiden-peristiwa yang terjadi pada seluruh dunia sehingga wawasan warga bertambah, memperluas opini serta pandangan dan dapat menaikkan kedudukan perannya dalam kehidupan bermasyarakat berbangsa serta bernegara.

Komunikasi merupakan proses penyampaian gosip-isu, pesan-pesan, gagasan-gagasan atau wangsit-inspirasi berasal seorang komunikator kepada komunikan, melalui media atau saluran, baik secara eksklusif (tatap muka) juga tidak langsung, memakai lisan maupun non mulut, menggunakan tujuan menyebabkan timbal balik , dan efek, baik pengaruh terhadap dirinya sendiri,

Komunikasi tidak dapat dipisahkan dari kehidupan insan komunikasi telah diibaratkan menjadi oksigen ketika ini, sebab kita tak akan bisa hidup tanpa berkomunikasi. sekarang ini keberhasilan dan kegagalan seorang dalam mencapai sesuatu termasuk karir banyak ditentukan oleh kemampuannya berkomunikasi. saat ini negara berubah menjadi sektor informasi. Ini ditandai makin banyaknya orang yang memilih profesi pada sektor-sektor info.

menggunakan semakin majunya perkembangan zaman kini ini, tentulah membentuk poly inovasi inovasi baru yaitu berupa teknologi. Teknologi dirancang oleh manusia buat mempermudah manusia dalam melakukan suatu aktifitas, sebagai akibatnya aktifitas yang sulit bisa sebagai lebih efisien berasal umumnya. Adapula teknologi yang mempermudah insan dalam berkomunikasi atau menyampaikan pesan yaitu teknologi komunikasi.

Teknologi komunikasi merupakan alat-alat perangkat keras (hardware) dalam sebuah struktur organisasi yg mengandung nilai-nilai sosial, yang memungkinkan setiap individu mengumpulkan, memproses, serta saling tukarmenukar isu dengan individu-individu lainnya. pada hal penyebaran gosip kemajuan teknologi sangat berperan aktif tentunya, hal ini dikarenakan menggunakan adanya teknologi penyebaran berita menjadi lebih simpel.

Hal tersebut sebagai galat satu faktor yang sangat penting bagi rakyat. Teknologi mempunyai kiprah sentral dalam kehidupan rakyat. dalam beberapa hal yang akan membentuk orang percaya korelasi sinergis antara masyarakat dan teknologi, karena rakyat bisa ketergantungan dengan adanya teknologi.

rakyat saat ini mempunyai kehidupan dimana teknologi terkini merupakan hal yang mendominasi komunikasi rakyat. Teknologi juga bisa menyampaikan bantuan, teknologi ialah kebutuhan yang absolut bagi masyarakat terkini waktu ini. Teknologi sudah mensugesti gaya hayati berkomunikasi. pada berkomunikasi insan telah membentuk aneka macam macam cara berkomunikasi menggunakan cara yang terkini, seperti menggunakan memakai teknologi.

indera komunikasi yg dipergunakan semakin canggih seiring menggunakan berkembang global terkini. galat satu teknologi komunikasi yang sangat berkembang artinya telepon genggam atau yang biasa diklaim handphone. pada pada sebuah telepon genggam terdapat juga perangkat lunak atau yang lebih dikenal menggunakan software. aplikasi perangkat lunak ialah suatu subkelas aplikasi computer/telepon genggam yg memanfaatkan kemampuan personal komputer pribadi untuk melakukan suatu tugas yang diinginkan pengguna. perangkat lunak yang sedang ekspresi dominan serta fenomenal saat ini yaitu software GO-JEK.

GO-JEK artinya sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk menaikkan kesejahteraan pekerja di banyak sekali sektor informal di Indonesia. aktivitas GO-JEK bertumpu pada 3 nilai pokok: kecepatan, inovasi, serta akibat sosial. Cara kerja GO-JEK yaitu memakai perangkat lunak yg terhubung dengan internet. Para pelanggan tidak perlu menunggu dipinggir jalan atau mendatangi ke pangkalan ojek. Pemesanan melalui software GO-JEK sinkron kebutuhan.

GO-JEK siap buat melayani pelanggan yang berada dimana saja. Perusahaan yg menyediakan transportasi berbasis online tersebut menyampaikan pelayanan primer yaitu GO-RIDE melayani pengantaran penumpang, selain pengantaran penumpang, GO-JEK juga memberikan pelayanan seperti GO-SEND melayani pengiriman barang, GO-FOOD melayani pemesanan makanan, GOMART melayani pemesanan di outlet seperti Indomaret, AlfaMart dan sejenisnya.

Go-Ride adalah layanan transportasi sepeda motor yang sebelumnya adalah ojek-ojek konvensional yang dijadikan mitra untuk bersama-sama memberikan manfaat lebih dengan menggunakan *mobile services* sehingga seluruh pemesanan dapat dikendalikan dengan aplikasi GO-JEK. Dengan menggunakan Go-Ride maka konsumen dapat lebih mudah dan cepat untuk menuju tempat tujuan.

Alasan peneliti memilih penelitian Go-Ride sebagai objek penelitian adalah karena Go-Ride merupakan fenomena baru yang bertujuan untuk mengurangi pengangguran di Indonesia dan menjadi solusi kemacetan. Cara kerja Go-Ride yaitu menggunakan aplikasi yang terhubung dengan internet. Para pelanggan tidak perlu menunggu dipinggir jalan atau mendatangi ke pangkalan ojek. Go-Ride siap untuk melayani pelanggan yang berada dimana saja. Beberapa efek positif yang diberikan Go-Ride pada masyarakat adalah biaya transportasi yang cenderung hemat, efisiensi waktu perjalanan yang mudah dan praktis, keamanan yang terjaga saat menjadi penumpang, dan mendapat pelayanan yang

sopan. Efek positif tersebut sangat diapresiasi oleh masyarakat (Data Pra-Riset Observasi, 20 April 2019).

Berdasarkan wawancara penulis dengan Andi selaku *customer* Go-Ride diperoleh informasi bahwa:

Sebagian driver Go-Ride kurang memahami rute perjalanan. Pada saat mengendarai sepeda motornya selalu sibuk menggunakan Hanphone, sehingga terkesan kurang hati-hati. Hal ini dikawatirkan akan rawan menyebabkan kecelakaan (hasil wawancara tanggal 19 Mei 2019).

Berdasarkan hasil wawancara di atas diketahui bahwa kualitas pelayanan Go-Ride masih belum memuaskan masyarakat, karena adanya indikasi bahwa driver Go-Ride kurang memahami rute perjalanan dan terkesan kurang hati-hati dalam perjalanan serta tidak ramah kepada penumpang, hal ini disebabkan driver Go-ride selalu sibuk menggunakan Hanphone pada waktu mengantar penumpang ke tempat tujuan.

Opini adalah opini atau opini tentang suatu masalah (Abdullah, 2001: 14). Pendapat yang dimiliki seseorang akan suatu hal yang sama akan menimbulkan penilaian yang berbeda-beda, hal ini dikarenakan opini tersebut bersifat subjektif, artinya harus berdasarkan pendapatnya sendiri. Dengan kata lain, adanya kepentingan yang berbeda tentunya akan menimbulkan berbagai proses pembentukan opini. Pendapat muncul karena kepentingan setiap orang berbeda.

Berdasarkan hasil pengamatan peneliti di Kelurahan Marpoyan Damai, peneliti melihat bahwa sudah terdapat banyak masyarakat yang menggunakan

aplikasi layanan GO-Ride dalam mempermudah aktifitas mereka, seperti dalam hal antar jemput, di mana seringkali peneliti menjumpai banyak masyarakat yang naik turun GO-Ride di Kelurahan Marpoyan Damai.

Peneliti sangat tertarik dengan masalah yang berkaitan dengan kualitas pelayanan Go-Ride terhadap customernya. Disini peneliti ingin tahu bagaimana opini masyarakat yang terbentuk dari pelayanan Go-Ride. Berdasarkan latar belakang tersebut, maka peneliti berminat untuk mendalami dan meneliti lebih lanjut mengenai kasus tersebut dengan judul **“Opini Masyarakat Terhadap Layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru ”**.

#### **B. Identifikasi Masalah**

Berdasarkan uraian rumusan masalah di atas, maka dapat diidentifikasi permasalahan, yaitu:

1. Driver Go-Ride terkesan kurang hati-hati saat membawa penumpang, karena selalu sibuk menggunakan Hanphone.
2. Layanan yang diberikan belum memuaskan masyarakat atau *customer*, karena tidak lengkapnya fasilitas untuk *customer*, tidak adanya standarisasi untuk kendaraan roda dua yang digunakan.

#### **C. Fokus Penelitian**

Sesuai dengan identifikasi masalah di atas, maka fokus penelitian ini adalah opini masyarakat terhadap layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

#### **D. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian dari latar belakang yang dikemukakan di atas, peneliti secara khusus ingin menjawab permasalahan yaitu: bagaimanakah opini masyarakat terhadap layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

#### **E. Tujuan dan Manfaat Penelitian**

##### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah, adapun yang menjadi tujuan dari penelitian ini adalah: Untuk mengetahui opini masyarakat terhadap layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

##### **2. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang diharapkan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

##### **a. Teoritis**

- 1) Sebagai bahan kajian studi banding antara pengetahuan yang sifatnya teoritis dengan kenyataan yang ada dilapangan.
- 2) Mengembangkan dan memperkaya pengetahuan serta wawasan penulis tentang opini masyarakat terhadap layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

##### **b. Praktis**

- 1) Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi, masukan kepada Go-Ride dalam meningkatkan pelayanannya.

- 2) Menjadi tambahan ilmu bagi pihak-pihak yang membutuhkan, terutama untuk peneliti sendiri.
- 3) Bagi aktifitas akademika, penelitian ini dapat bermanfaat sebagai referensi dan sebagai bahan pertimbangan bagi peneliti yang akan melakukan penelitian yang akan datang.



Dokumen ini adalah Arsip Miitik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Literatur

##### 1. Komunikasi

Carl I. Hovland mengemukakan bahwa komunikasi itu merupakan proses dimana seseorang individu (komunikator) mengoperkan perangsang (umumnya lambing-lambang bahasa) buat merubah tingkah-laris individu-individu yg lain/komunikasikan (pada Abdurrachman, 2001: 30).

Komunikasi intinya ialah suatu tindakan buat mengekspresikan ilham, berita, pengetahuan, pikiran, dan perasaan serta pemahaman apa yang diungkapkan sang orang lain yang melibatkan pihak pengirim dan penerima pesan baik lisan maupun non lisan yg bisa terjadi pada satu-satu aau gerombolan . Komunikasi tersebut tidak hanya melibatkan isi pesan, namun juga akibat emosionalnya atau dampak pesan dari orang yg menerimanya. berdasarkan Handoko (pada Hardyansyah, 2015: 13)

komunikasi ialah proses pemindahan pengertian pada bentuk gagasan atau gosip dari seseorang ke orang lain. Perpindahan pengertian tadi melibatkan lebih berasal sekedar istilah-istilah yg dipergunakan pada percakapan, tetapi jua ekspresi paras, intonasi, titik putus tak hanya memerlukan transmisi data, tetapi bahwa tergantung di keterampilan-keterampilan tertentu buat membuat sukses pertukaran info.

Pengertian komunikasi menurut Harold D. Laswell yang dikutip Effendy, atau yang lebih dikenal dengan paradigma Laswell terdapat lima unsur yaitu :

- a. *Who* (unsur siapa) adalah komunikator, yakni orang yang menyampaikan pesan, mengatakan atau menyiarkan pesan-pesan baik secara lisan ataupun tulisan.
- b. *Says what* (mengatakan apa) adalah pesan, yaitu ide, informasi dan opini yang dinyatakan sebagai pesan dengan menggunakan simbol atau lambang-lambang yang berarti.
- c. *In which channel* (melalui saluran apa) adalah media atau alat yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesan agar pesan menjadi lebih mudah untuk diterima dan dipahami.
- d. *To whom* (kepada siapa) adalah komunikan, yaitu orang yang menjadi sasaran komunikator dalam menyampaikan pesan.
- e. *Effect* (efek) yaitu pengaruh kegiatan komunikasi yang dilakukan oleh komunikator kepada komunikan, sehingga terlihat adanya perubahan yang terjadi dalam diri komunikan (Effendy, 2005: 56).

Selain itu komunikasi dapat diklasifikasikan kedalam beberapa bentuk menurut jumlah pihak yang terlibat dalam proses komunikasi, meliputi :

- a. Komunikasi intrapersonal ialah proses komunikasi yang terjadi dalam diri sendiri. Misalnya proses berpikir untuk memecahkan masalah pribadi. Dalam hal ini ada proses tanya jawab dalam diri sehingga dapat diperoleh keputusan tertentu.

a.

- b. Komunikasi antarpersonal yakni komunikasi antar seseorang dengan oranglain, bisa melalui tatap muka ataupun dengan bantuan media
- c. Komunikasi kelompok yaitu proses komunikasi yang berlangsung dalam suatu kelompok. Contoh: diskusi kelompok, seminar, sidang kelompok dan sebagainya.
- d. Komunikasi massa adalah komunikasi yang melibatkan banyak orang. Ada sebagian ahli mengatakan bahwa komunikasi massa tidak harus menggunakan media massa. Contohnya kampanye politik yang disampaikan secara langsung dihadapan massa yang berkumpul dilapangan adalah komunikasi massa (Suranto, 2010:22).

## 2. Komunikasi Kelompok

### a. Pengertian Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok mengacu pada komunikasi antara beberapa orang dalam suatu kelompok seperti dalam rapat, majelis, rapat, dll. Michael Burgoon mendefinisikan komunikasi kelompok sebagai interaksi tatap muka antara tiga orang atau lebih yang diketahui tujuannya, seperti berbagai informasi, perlindungan diri, kemampuan memecahkan masalah, di mana anggota dapat mengingat secara akurat karakteristik pribadi anggota lain. . Kedua pengertian komunikasi kelompok di atas memiliki kesamaan yaitu adanya komunikasi tatap muka dan adanya rencana kerja tertentu untuk mencapai tujuan kelompok. (Huraerah dan Purwanro, 2006:34).

Komunikasi kelompok adalah studi tentang cara individu berinteraksi dalam kelompok. Komunikasi kelompok termasuk komunikasi tatap muka.

karena komunikator dan komunikator berada dalam situasi dimana mereka saling berhadapan dan bertemu. (Effendy, 2005:8).

Kelompok adalah sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, mengenal satu sama lainnya, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut (Mulyana, 2005:42). Kelompok ini misalnya adalah keluarga, kelompok diskusi, kelompok pemecahan masalah, atau suatu komite yang tengah berapat untuk mengambil suatu keputusan. Dalam komunikasi kelompok, juga melibatkan komunikasi antarpribadi. Karena itu kebanyakan teori komunikasi antarpribadi berlaku juga bagi komunikasi kelompok.

Arah diskusi kelompok adalah pesan ke pihak lain dan umpan balik yang mereka terima. Komunikasi kelompok komunitas yang melibatkan komunikasi tatap muka dari 3 individu atau lebih. Anggota lebih suka mengenal mereka melalui identitas kelompok mereka dan memiliki pemahaman yang mendalam tentang tujuan kelompok (Pratikto, 1987:22-24).

#### **b. Jenis-Jenis Komunikasi Kelompok**

Komunikasi kelompok adalah komunikasi dengan banyak peserta. Karena jumlah komunikasi akan berdampak, jenis komunikasi ini dibagi menjadi komunikasi kelompok dan komunikasi kelompok. Klasifikasi tersebut tidak didasarkan pada jumlah perhitungan matematis, tetapi pada kesempatan koresponden untuk mengkomunikasikan tanggapannya. (Effendy, 2005:8).

##### 1) Komunikasi Kelompok Kecil

Jika status komunikasi dapat diubah menjadi komunikasi antara seseorang dengan masing-masing koresponden, maka status komunikasi tersebut dianggap sebagai komunikasi kelompok. Dengan kata lain dapat terjadi dialog atau tanya jawab antara komunikator dengan masing-masing komunikator.

Menurut Shaw (1976) ada 6 cara untuk mengidentifikasi suatu kelompok. Berdasarkan hal itu kita dapat mengatakan bahwa komunikasi kelompok kecil adalah suatu kelompok individu yang dapat mempengaruhi satu sama lain, memperoleh beberapa kepuasan satu sama lain, berinteraksi untuk beberapa tujuan, mengambil peranan, terikat satu sama lain dan berkomunikasi tatap muka. Jika salah satu komponen ini hilang individu yang terlibat tidaklah berkomunikasi dalam kelompok kecil (Muhammad, 2011:182).

Pada saat yang sama, F. Dalam bukunya "Analysis of Attraction Process", Bales mendefinisikan suatu kelompok sebagai sekelompok orang yang berpartisipasi dalam interaksi satu sama lain dalam pertemuan tatap muka, dan setiap anggota memiliki kesan atau visi yang jelas antara satu sama lain, sehingga baik dalam Ia dapat merespon setiap masalah sebagai individu ketika masalah itu muncul atau setelah masalah itu muncul (Effendy, 2005: 57).

Misalnya: seminar, workshop, diskusi, ceramah, dll. Menurut definisi kelompok, harus ada persatuan dan interaksi psikologis di antara orang-orang ini. Model

komunikasi dapat berfungsi sedemikian rupa sehingga pesan yang disampaikan berhasil mencapai sasaran.

Effendy menyatakan keuntungan dan kerugian berkomunikasi dengan kelompok kecil sebagai berikut :

Keuntungan:

- a) Terdapat suatu kontak pribadi
- b) berbentuk Umpan balik yang memiliki sifat langsung
- c) suatu keadaan lingkungan komunikasi yang dapat diketahui

Kerugian :

- a) *Frame of Reference (FoR)* komunikasi tentu tidak dapat diketahui secara individual
- b) keadaan Kondisi fisik dan mental komunikasi tidak dapat dipahami secara individual.

Hal-hal yang perlu diperhatikan dalam melancarkan komunikasi kelompok kecil tatap muka sebagai berikut:

- a) Bersiaplah sebelum berkomunikasi.
- b) Segera setelah Anda mulai berkomunikasi, tarik perhatian.
- c) Menjaga kontak pribadi selama proses komunikasi.
- d) Tunjukkan bahwa Anda adalah komunikator tepercaya.
- e) Akurat, jelas dan meyakinkan.
- f) Menggunakan deskripsi sistematis dan logis untuk menyatakan fakta dan opini.
- g) Menghadapi kritik komunikasi.

- h) Jangan super.
  - I) Jangan mengkritik.
  - j) Jangan menjadi orang yang keras kepala.
- 2) Komunikasi Kelompok Besar

Komunikasi grup akbar berlainan menggunakan situasi komunikasi grup mungil. pada sini kontak eksklusif antara komunikator dengan komunikan jauh sekitar dibandingkan dengan gerombolan mungil. Anggota grup besar, jika menyampaikan tanggapannya pada komunikator, arahan tanggapannya itu bersifat emosional. (Effendy, 2005:47)

contoh : kampanye Pemilu, kedap raksasa, demonstrasi akbar. umumnya juru kampanye yang berpidato pada kampanye Pemilu, orientasinya hanya membakar semangat masanya, supaya lebih antusias. Dibandingkan dengan komunikasi kelompok besar, komunikasi grup mungil lebih bersifat rasional.

ketika mendapatkan suatu pesan berasal komunikator, komunikan lebih poly menggunakan pikiran daripada perasaan. kebalikannya, dalam komunikasi kelompok besar, para komunikan menerima pesan lebih bersifat emosional. sebab kecil kemungkinan buat terjadi dialog seperti halnya di komunikasi grup mungil. banyak orang menyadari bahwa bekerja pada lingkungan gerombolan artinya suatu hal yg menantang dan memuaskan.

Mereka menikmati persahabatan kerja pada grup pencerahan mengenai kelebihan berada pada suatu grup akan membantu mendekati

prospek dengan sikap positif dan membantu perkembangan iklim yg produktif serta menyenangkan anggota lain.

Kekuatan adonan orang-orang yg berpikir beserta membentuk produk yg lebih akbar daripada yg dipikirkan sang individu pemikir terbaik dalam grup tersebut. pengaruh kerja sama ini merupakan salah satu kelebihan terpenting dalam bekerja di sebuah gerombolan mungil. pada samping memiliki lebih banyak gosip dibandingkan yang dimiliki individu tunggal, kelompok memiliki lebih poly pengalaman beserta yang bisa dipergunakan (Curtis, Floyd, & Winsor, 1996 : 152).

asal uraian pada atas yg sudah dipaparkan dan defnisinya, jelaslah bahwa komunikasi jaringan grup pada bisnis M-LM merupakan salah satu bentuk asal komunikasi gerombolan besar .

### **c. Bentuk-Bentuk Komunikasi Kelompok**

Bentuk komunikasi kelompok terbagi kedalam dua kategori : deskriptif dan preskriptif.

#### 1) Komunikasi Kelompok Deskriptif (Menggambarkan)

##### a) Kelompok Tugas

Aubrey Fisher meneliti tindak komunikasi grup tugas dan menemukan bahwa gerombolan melewati empat tahap: orientasi, pertarungan, pemunculan dan peneguhan (Rakhmat, 2013:175). pada termin pertama, setiap anggota berusaha saling mengenal, saling menangkap perasaan yang lain mencoba menemukan peranan dalam status. Ini artinya tahap pemetaan dilema.

Tindak komunikasi pada termin ini umumnya membagikan persetujuan, mempersoalkan pernyataan dan berusaha memperjelas isu, anggota kelompok cenderung tidak seragam dalam menafsirkan usulan. di termin kedua persetujuan, terjadi peningkatan disparitas diantara anggota. Masing-masing berusaha mempertahankan posisinya.

Terjadi polarisasi dan kontraversi diantara anggota gerombolan . Tindak komunikasi pada tahap ini kebanyakan berupa pernyataan tidak setuju, dukungan di pendirian masing-masing dan umumnya menghubungkan diri menggunakan pihak yang pro atau kontra. pada tahap ketiga pemunculan, orang mengurangi tingkat polarisasi dan perbedaan pendapat.

Disini anggota yg menentang usulan eksklusif sebagai bersikap tidak kentara. Tindak komunikasi umumnya berupa usulan-usulan yang ambigu. pada tahap keempat peneguhan, para anggota memperteguh mufakat gerombolan . Mereka mulai memberikan komentar tentang kerjasama yg baik pada kelompok serta memperkuat keputusan yang diambil sang kelompok, pernyataan umumnya bersifat positif serta melepaskan ketegangan (Rakhmat, 2013:176).

b) kelompok rendezvous grup rendezvous oleh para psikolog digunakan buat melatih pasien menemukan dirinya sendiri.

Carl Roger melihat manfaat gerombolan rendezvous untuk pengembangan diri. pada tahun 1970-an para peneliti menemukan bahwa grup pertemuan bukan saja dapat membantu pertumbuhan diri, namun pula mempercepat penghancuran diri. Beberapa peneliti mencatat adanya kerusakan psikis

dampak kepemimpinan gerombolan yang menghambat. mirip kita ketahui, orang memasuki grup rendezvous untuk mengkaji diri mereka serta mengetahui bagaimana mereka dipersepsikan oleh anggota yang lain.

c) kelompok Penyadar gerombolan penyadar ini digunakan buat menyebabkan pencerahan di anggota-anggota kelompoknya.

buat menimbulkan pencerahan diri pada orang-orang yg berkumpul didalam kelompok wajib terdiri dari orang-orang yg mempunyai karakteristik yang menjadi dasar pembentukan gerombolan . dua) Komunikasi kelompok Preskriptif Komunikasi gerombolan bisa dipergunakan buat menyelesaikan tugas, memecahkan persoalan, membentuk keputusan, atau melahirkan gagasan kreatif, membantu pertumbuhan kepribadian mirip pada grup pertemuan atau membangkitkan kesadaran sosial politik.

tidak terlalu salah bila kita katakan komunikasi grup berfungsi sebagai katup pelepas perasaan tak lezat hingga penghasil gerakan revolusioner, semenjak sekadar pengisi ketika hingga basis perubahan sosial. berbagai komunikasi kelompok ini menurut formatnya dapat diklasifikasikan pada dua gerombolan besar : privat serta publik (terbatas serta terbuka). kelompok pertemuan (gerombolan terapi), kelompok belajar, panitia, konferensi (kedap) ialah gerombolan privat. Panel, wawancara terbuka (publik interview), lembaga, symposium termasuk gerombolan publik (Rakhmat, 2013:178-79).

#### **d. Fungsi dan Karakteristik Komunikasi Berkelompok**

Secara umum fungsi komunikasi dapat dilihat dari dua sudut yaitu :

### 1. Dari sudut individu

Memandang fungsi komunikasi dari perspektif personal dapat memelihara hubungan sosial dan menambah pengetahuan tentang masyarakat dan lingkungan alam, sehingga individu dalam masyarakat dapat memenuhi kebutuhannya dan beradaptasi dengan lingkungan tersebut. Oleh karena itu, individu dapat mencari nafkah.

### 2. Dari sudut kelompok/masyarakat

keberadaan suatu kelompok pada masyarakat dicerminkan sang adanya fungsi-fungsi yang akan dilaksanakannya. Fungsi-fungsi tersebut mencakup fungsi korelasi sosial, pendidikan, persuasi, pemecahan duduk perkara serta pembuatan keputusan, dan fungsi terapi (Sendjaja, 2002:38). semua fungsi ini dimanfaatkan untuk kepentingan rakyat, kelompok serta para anggota kelompok itu sendiri.

a. Fungsi pertama dalam kelompok artinya hubungan sosial, dalam arti bagaimana suatu gerombolan mampu memelihara dan memantapkan korelasi sosial pada antara para anggotanya, mirip bagaimana gerombolan secara rutin menyampaikan kesempatan pada anggotanya buat melakukan aktivitas yg informal, kalem, serta menghibur.

b. Pendidikan adalah fungsi kedua berasal gerombolan , dalam arti bagaimana sebuah gerombolan secara formal maupun informal bekerja buat mencapai serta mempertukarkan pengetahuan. Melalui fungsi pendidikan ini, kebutuhan-kebutuhan berasal para anggota gerombolan , grup itu sendiri, bahkan kebutuhan warga bisa terpenuhi. tetapi demikian. fungsi

e.

pendidikan tergantung pada 3 faktor, yaitu jumlah info baru yg dikontribusikan, jumlah partisipan dalam gerombolan, dan frekuensi hubungan diantara para anggota grup. Fungsi pendidikan ini akan sangat efektif Bila setiap anggota kelompok membawa pengetahuan yg berguna bagi kelompoknya tanpa pengetahuan baru yang disumbangkan masing-masing anggota, mustahil fungsi edukasi ini akan tercapai.

c. Fungsi persuasi, seorang anggota kelompok berupaya memersuasi anggota lainya agar melakukan atau tak melakukan sesuatu. seseorang yg terlibat usaha-perjuangan persuasif dalam suatu grup, membawa resiko buat tidak diterima oleh para anggota lainya. contohnya, Bila usaha-usaha persuasif tersebut terlalu bertentangan dengan nilai-nilai yg berlaku pada grup, maka justru orang yang berusaha memersuasi tadi akan menciptakan suatu konflik.

d. Fungsi persoalan solving, kelompok jua dicerminkan dengan kegiatankegiatan buat memecahkan masalah serta menghasilkan keputusankeputusan. Pemecahan persoalan (masalah solving) berkaitan menggunakan penemuan cara lain atau solusi yang tidak diketahui sebelumnya; sedangkan pembuatan keputusan (decision making) berhubungan dengan pemilihan antara dua atau lebih solusi.

e. Fungsi terapi, gerombolan terapi mempunyai perbedaan menggunakan gerombolan lainya, karena kelompok terapi tidak memiliki tujuan. Objek asal kelompok terapi ialah membantu setiap individu mencapai perubahan personalnya. Tindak komunikasi pada gerombolan -kelompok terapi dikenal menggunakan nama pengungkapan diri (self disclosure). artinya, dalam

suasana yg mendukung, setiap anggota dianjurkan buat berbicara secara terbuka wacana apa yang menjadi permasalahanya (Bungin, 2007:270).

kelompok dalam suatu syarat sosial tertentu, akan mengakibatkan suatu dampak atas individu pada peningkatan motivasi. menggunakan kata lain kehadiran orang-orang eksklusif dapat menimbulkan kekuatan laten yg tidak mampu ditimbulkan sang orang itu sendiri.

Triplet menjelaskan ada lima ciri yg menandai keunikan komunikasi kelompok :

#### 1. Kepribadian kelompok

grup memiliki kepribadian grup sendiri yg berbeda menggunakan kepribadian individu anggota gerombolan .

#### dua. adat grup

tata cara kelompok mengidentifikasi cara-cara anggota kelompok itu bertingkah laris, dan cara-cara yg dari pertimbangan kelompok memutuskan sistem nilai mereka sendiri serta konsep tingkah laku yang normatif.

#### tiga. Konektivitas kelompok

Konektivitas yaitu kekuatan saling menarik anggota, kekuatan yg menunda mereka tinggal pada suatu gerombolan

#### 4. Memenuhi janji tugas

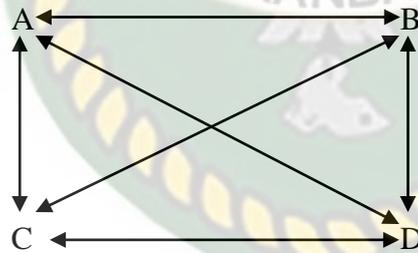
Memenuhi janji mengenai suatu tugas merupakan dengan tujuan buat mencapai keberhasilan atau kesuksesan dan menghindari kegagalan grup.

Keputusan kelompok akan lebih mengandung resiko daripada bila keputusan diambil sang seseorang anggota kelompok. (Pratikto, 1987:68).e.

### Jaringan Komunikasi Dalam Kelompok

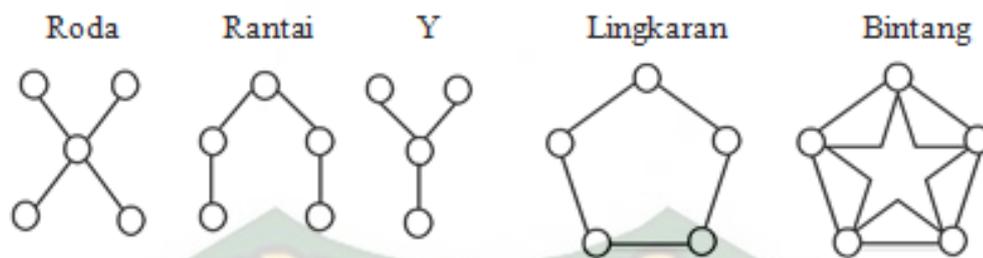
Jaringan Komunikasi Grup Faktor komunikasi merupakan faktor penting untuk menjaga keutuhan tim untuk mencapai tujuan bersama. Setiap anggota kelompok menjadi sumber komunikasi, seperti sumber kata, simbol, dan simbol yang semuanya mengandung makna.

Komunikasi adalah untuk anggota kelompok, jadi jika kita dapat mendeskripsikannya secara sistematis atau memvisualisasikannya secara visual, maka hubungan dan interaksi antar anggota dalam kelompok tampak seperti banyak garis penghubung. Ada garis penghubung antara A dan B, antara A dan C, antara A dan D, dan antara B dan C, B dan D, dan seterusnya. Lihat diagram di bawah ini:



Dengan demikian, garis-garis penghubung seluruhnya itu akan merupakan sebuah jaringan (network) daripada komunikasi dalam kelompok. (Pratikto, 1983: 22-24).

Ada lima macam jaringan komunikasi dalam kelompok, yaitu :



Sumber: Rakhmat (1992:162-163)

Berikut penerangan kelima macam jaringan komunikasi dalam kelompok tadi :

- 1) di roda, seorang – biasanya pemimpin – menjadi penekanan perhatian. ia bisa bekerjasama dengan seluruh anggota kelompok, tetapi setiap anggota gerombolan hanya mampu bekerjasama dengan pemimpinnya.
- 2) pada rantai, A bisa berafiliasi menggunakan B, B dengan C, C menggunakan D, serta begitu pula kebalikannya.
- 3) di Y, tiga orang anggota bisa berafiliasi menggunakan orang-orang disampingnya dengan pola rantai, namun ada dua orang yg hanya dapat berkomunikasi menggunakan seseorang disampingnya saja.
- 4) pada bundar, setiap orang hanya bisa berkomunikasi dengan dua orang di samping kiri dan kanannya. Disini tidak ada pemimpin.
- 5) di bintang, disebut jua seluruh saluran (all channels), setiap anggota dapat berkomunikasi menggunakan semua anggota kelompok yang lain. yg terakhir ini disebut jua common, semua saluran terbuka (Rakhmat, 1992:162-163) ada empat elemen yg tercakup dalam beberapa definisi ihwal komunikasi kelompok pada atas, yaitu interaksi tatap muka, jumlah partisipan yang terlibat pada interaksi, maksud atau tujuan yang dikehendaki dan kemampuan anggota buat dapat

penjelasannya: 1) Terminologi tatap muka (face-to face) mengandung makna bahwa setiap anggota grup wajib bisa melihat serta mendengar anggota lainnya dan pula harus bisa mengatur umpan kembali secara lisan maupun nonverbal berasal setiap anggotanya. Batasan ini tidak berlaku atau meniadakan kumpulan individu yg sedang melihat proses pembangunan gedung/bangunan baru. dengan demikian, makna tatap muka tersebut berkait erat menggunakan adanya interaksi pada antara semua anggota kelompok. 2) Jumlah partisipan dalam komunikasi kelompok berkisar antara tiga hingga 20 orang. Pertimbangannya, Jika jumlah partisipan melebihi 20 orang, kurang memungkinkan berlangsungnya suatu hubungan pada mana setiap anggota gerombolan mampu melihat dan mendengar anggota lainnya. serta karenanya kurang tepat buat dikatakan menjadi komunikasi gerombolan. tiga) Maksud atau tujuan yang dikehendaki menjadi elemen ketiga dari definisi di atas, bermakna bahwa maksud atau tujuan tersebut akan memberikan beberapa tipe ciri-ciri identitas kelompok. jikalau tujuan gerombolan tadi artinya mengembangkan isu, maka komunikasi yang dilakukan dimaksudkan buat menanamkan pengetahuan (to impart knowledge). ad interim kelompok yang memiliki tujuan pemeliharaan diri (self-maintenance), umumnya memusatkan perhatiannya pada anggota grup atau struktur dari grup itu sendiri. Tindak komunikasi yg dihasilkan ialah kepuasan kebutuhan eksklusif, kepuasan kebutuhan kolektif/grup bahkan kelangsungan hidup

asal grup itu sendiri. serta apabila tujuan grup ialah upaya pemecahan duduk perkara, maka grup tersebut umumnya melibatkan beberapa tipe pembuatan keputusan buat mengurangi kesulitan-kesulitan yang dihadapi.

4) Elemen terakhir ialah kemampuan anggota kelompok buat menumbuhkan karakteristik personal anggota lainnya secara akurat. Ini mengandung arti bahwa setiap anggota grup secara tidak eksklusif berhubungan dengan satu sama lain serta maksud/tujuan grup telah terdefiniskan dengan jelas, pada samping itu identifikasi setiap anggota dengan kelompoknya relatif stabil dan tetap.

3. Opini Publik a. Pengertian Opini Opini berdasarkan Cutlip serta center artinya pernyataan wacana sikap mengenai persoalan eksklusif yg bersifat kontroversial (dalam Olii dan Erlita, 2011: 39). Opini ada sebagai yang akan terjadi pembicaraan ihwal problem yang kontroversial yang mengakibatkan pendapat fc206ad04f4e2453ce9aad41266780bc. Opini ialah serapan berasal bahasa asing (opinion). merupakan tanggapan atau jawaban terbuka terhadap suatu masalah yg dinyatakan sesuai istilah-istilah (intangible), baik dalam bentuk opini tertulis maupun mulut. mampu juga menjadi sikap, sikap tindak, pandangan dan tanggapan serta lain sebagainya. Opini dapat dinyatakan secara aktif serta pasif, lisan (verbal) dan baik secara terbuka menggunakan melalui ungkapan kata-kata yg bisa ditafsirkan menggunakan jelas, juga melalui pilihan kata yang halus atau diungkapkan secara tidak pribadi, serta bisa diartikan secara konotatif atau persepsi (personal). Opini bisa dinyatakan melalui sikap, sikap tindak, mimik muka

atau bahasa tubuh (body language) atau berbentuk simbol-simbol tertulis. R.P Abelson (Ruslan, 2007: 66) menyatakan bahwa buat tahu opini seorang, bukanlah perkara praktis sebab memiliki kaitan yg erat dengan: 1. agama mengenai sesuatu (belief) 2. Apa yang sebenarnya dirasakan atau sebagai sikapnya (attitude) 3. Persepsi (perception), yaitu suatu proses memberikan makna, yang berakar asal beberapa faktor, yakni: a. Latar belakang budaya, norma dan tata cara-norma yg dianut seseorang atau masyarakat. b. Pengalaman masa kemudian seseorang/kelompok eksklusif menjadi landasan atas pendapat atau pandangan. c. Nilai-nilai yang dianut (moral, etika, serta keagamaan yang dianut atau nilai-nilai yang berlaku pada rakyat). d. berita-gosip,serta pendapat-pendapat yang berkembang yang kemudian mempunyai efek terhadap pandangan seorang.mampu diartikan info-gosip yang dipublikasikan itu bisa menjadi pembentuk opini rakyat. b. Pengertian Publik istilah publik memiliki arti sempit yg mewakili grup atau khalayak eksklusif/terbatas menjadi objek sasarannya. Publik merupakan sekelompok orang yang menaruh perhatian pada sesuatu hal yg sama, mempunyai minat dan kepentingan yg sama. Publik melakukan hubungan secara tidak pribadi melalui indera-alat komunikasi, pembicaraan langsung yang berantai, desas-desus, surat liputan, radio, televisi dan film. indera-indera penghubung ini memungkinkan publik memiliki pengikut yang lebih luas serta lebih besar jumlahnya (dalam Olii, 2011: 21). Publik bisa ialah class kecil, terdiri atas orang-orang dengan jumlah sedikit, juga bisa adalah grup akbar. umumnya individu-individu

yg termasuk pada grup itu mempunyai rasa solidaritas terhadap kelompoknya, walaupun tak terikat oleh struktur yang konkret, tidak berada pada suatu tempat atau ruangan dan tidak memiliki korelasi pribadi

istilah publik atau “public” dalam bahasa Inggris tidak mempunyai arti yang sama menggunakan istilah “masyarakat” atau “society” pada bahasa Inggris. rakyat atau “society” berdasarkan J.B.A.F. Mayor Polak (pada Abdurrachman, 2001: 28) merupakan wadah seluruh antar korelasi sosial dengan semua jaringannya pada arti awam, tanpa menentukan suatu batas eksklusif.

c. Pengertian Opini Publik Noelle-Neumann mendefinisikan opini publik ialah sikap atau tingkah laku yg ditunjukkan seorang pada khalayak. Bila ia tidak ingin dirinya terisolasi; pada hal kontroversial, opini publik merupakan perilaku yang ditunjukkan seorang pada khalayak tanpa harus membahayakan dirinya sendiri yaitu berupa pengucilan (pada Morissan, 2008: 72). buat menyebarkan opini publik yang positif terhadap suatu badan publik harus diberi penjelasan-penjelasan yang lengkap serta objektif mengenai kegiatan-aktivitas yg menyangkut kepentingan mereka, sehingga menggunakan demikian akan ada pengertian daripadanya. Selain dari pendapat-pendapat dan saran dari publik tentang kebijaksanaan badan itu harus diperhatikan dan dihargai. dari Emory Begardus opini publik merupakan akibat pengintegrasian pendapat sesuai diskusi yang dilakukan

bukan ialah istilah setuju (senstemimig, unanimous) 2. tak ialah jumlah pendapat yang dihitung secara “numerical” yakni berapa jumlah orang ada dimasing-masing pihak, sehingga secara umum dikuasai opini dapat dianggap opini publik. tiga. Opini publik hanya bisa berkembang dinegara-negara demokratis dimana ada kebebasan bagi tiap individu buat menyatakan pendapatnya menggunakan verbal, tertulis, gambar-gambar, isyarat dan lambang-lambang lainnya yg dapat dimengerti (pada Abdurrachman, 2001: 51-52). Kebebasan menyatakan opini pengembangannya dimasyarakat tidak akan tanggal asal sistem pers yang dianut sang masyarakat itu sendiri. Dinegara-negara demokratis ada “freedom of the pers”, sehingga opini yang dinyatakan publik bisa dikembangkan atau disebarluaskan dengan melalui pers (termasuk radio, film dan televisi bahkan fotografi). William Albig mengemukakan bahwa opini publik adalah yang akan terjadi asal pada interaksi antara individu-individu dalam kelompok apa saja. Ini berarti bahwa opini publik itu muncul karena adanya hubungan antara individu-individu yang menyatakan pendapatnya (pada Abdurrachman, 2001: 51). d. Jenis-Jenis Opini Publik sikap seseorang dengan sikapnya sangat erat kaitannya. ialah sikap seorang yg poly mempunyai imbas asal kehidupan sehari-hari. dari Effendy, buat memperoleh kejelasan tentang opini publik perlu dikemukakan tentang jenis-jenis opini lainnya yg berkaitan menggunakan opini publik : 1. Opini Individu Opini individu adalah pendapat seseorang

secara perorangan tentang sesuatu yg terjadi dimasyarakat. Pendapat itu mampu setuju atau tak putusan bulat. 2. Opini langsung artinya pendapat asli seorang tentang suatu masalah sosial. Pendapat seorang belum tentu artinya opininya pribadi, mungkin beliau ambil alih opini orang lain ditimbulkan ia menyetujuinya. kemudian pada suatu pergunjangan dikomunikasikannya kepada orang lain sebagai opininya sendiri namun bukan opini pribadinya. 3. Opini kelompok Pendapat grup mengenai problem sosial yg menyangkut kepentingan poly orang termasuk sekelompok orang tadi. 4. Opini lebih banyak didominasi Pendapat orang-orang terbanyak dari mereka yang berkaitan dengan suatu problem yang pro atau kontra. Mungkin yang punya evaluasi lain. umumnya berada disuatu lembaga terbuka pada bentuk lembaga, misalnya parlemen sehingga mampu dihitung berapa jumlah yang pro serta kontra. 5. Opini Minoritas Kebalikan asal opini secara umum dikuasai. Opini minoritas adalah pendapat orang-orang relative dalam jumlahnya sedikit dibandingkan jumlah mereka terkait dengan suatu problem sosial. 6. Opini Massa ialah termin kelanjutan dari opini publik. Opini yang bersifat massa ini beralih bentuk sebagai tindakan fisik. 7. Opini awam Pendapat umum ialah pendapat yang sama berasal seluruh orang pada suatu masyarakat mengenai masalah yg menyangkut kepentingan umum (pada Soemirat dan Ardianto, 2012: 107-108). e. karakteristik Opini Publik Opini publik ialah pengumpulan citra yg diciptakan oleh proses komunikasi. ilustrasi tentang

secara perorangan tentang sesuatu yg terjadi dimasyarakat. Pendapat itu mampu setuju atau tak putusan bulat. 2. Opini langsung artinya pendapat asli seorang tentang suatu masalah sosial. Pendapat seorang belum tentu artinya opininya pribadi, mungkin beliau ambil alih opini orang lain ditimbulkan ia menyetujuinya. kemudian pada suatu pergunjingan dikomunikasikannya kepada orang lain sebagai opininya sendiri namun bukan opini pribadinya. 3. Opini kelompok Pendapat grup mengenai problem sosial yg menyangkut kepentingan poly orang termasuk sekelompok orang tadi. 4. Opini lebih banyak didominasi Pendapat orang-orang terbanyak dari mereka yang berkaitan dengan suatu problem yang pro atau kontra. Mungkin yang punya evaluasi lain. umumnya berada disuatu lembaga terbuka pada bentuk lembaga, misalnya parlemen sehingga mampu dihitung berapa jumlah yang pro serta kontra. 5. Opini Minoritas Kebalikan asal opini secara umum dikuasai. Opini minoritas adalah pendapat orang-orang relative dalam jumlahnya sedikit dibandingkan jumlah mereka terkait dengan suatu problem sosial. 6. Opini Massa ialah termin kelanjutan dari opini publik. Opini yang bersifat massa ini beralih bentuk sebagai tindakan fisik. 7. Opini awam Pendapat umum ialah pendapat yang sama berasal seluruh orang pada suatu masyarakat mengenai masalah yg menyangkut kepentingan umum (pada Soemirat dan Ardianto, 2012: 107-108). e. karakteristik Opini Publik Opini publik ialah pengumpulan citra yg diciptakan oleh proses komunikasi. ilustrasi tentang

sesuatu akan menimbulkan banyak tafsir para peserta komunikasi. Rudi Panuju (pada Ollie, 2011: 18) menegaskan pergeseran yg terjadi pada opini publik ditimbulkan sang beberapa faktor: 1. Faktor Psikologis tidak terdapat kesamaan antara individu yg satu menggunakan lainnya, yang terdapat hanya kemiripan yang memiliki poly berbeda-bedadisparitas. perberbedabhineka antar individu berbeda bentuk dan cara merepon stimulus atau rangsangan yang menghampirinya, berbeda-bedadisparitas faktor psikologis menyebabkan pemaknaan terhadap fenomena yg sama mampu membentuk penyandian yang fc206ad04f4e2453ce9aad41266780bc. 2. Faktor Sosiologi Politik a. Opini publik membagikan citra superioritas b. Opini publik membagikan keikutsertaan individu ke peristiwa tertentu c. Opini publik bekerjasama dengan gambaran, rencana, dan operasi (action) d. Opini publik sesuai menggunakan kemauan orang banyak e. Opini publik identik menggunakan intervensi ideology. 2. Faktor Budaya Budaya adalah seperangkat nilai yang dipergunakan mengelola, memelihara hidupnya, menjaga dari gangguan internal juga eksternal, dan berbagi kehidupan insan. Nilai-nilai yang terhimpun dalam sitem budaya itu oleh individu dijadikan identitas sosialnya atau dijadikan 83ac9cb3e4459a85df0cacfb819e6b77 keanggotaannya dikomunitas budaya tertentu. tiga. Faktor Media Massa interaksi antara media serta institusi masyarakat membuat produk berupa isi media (media content).

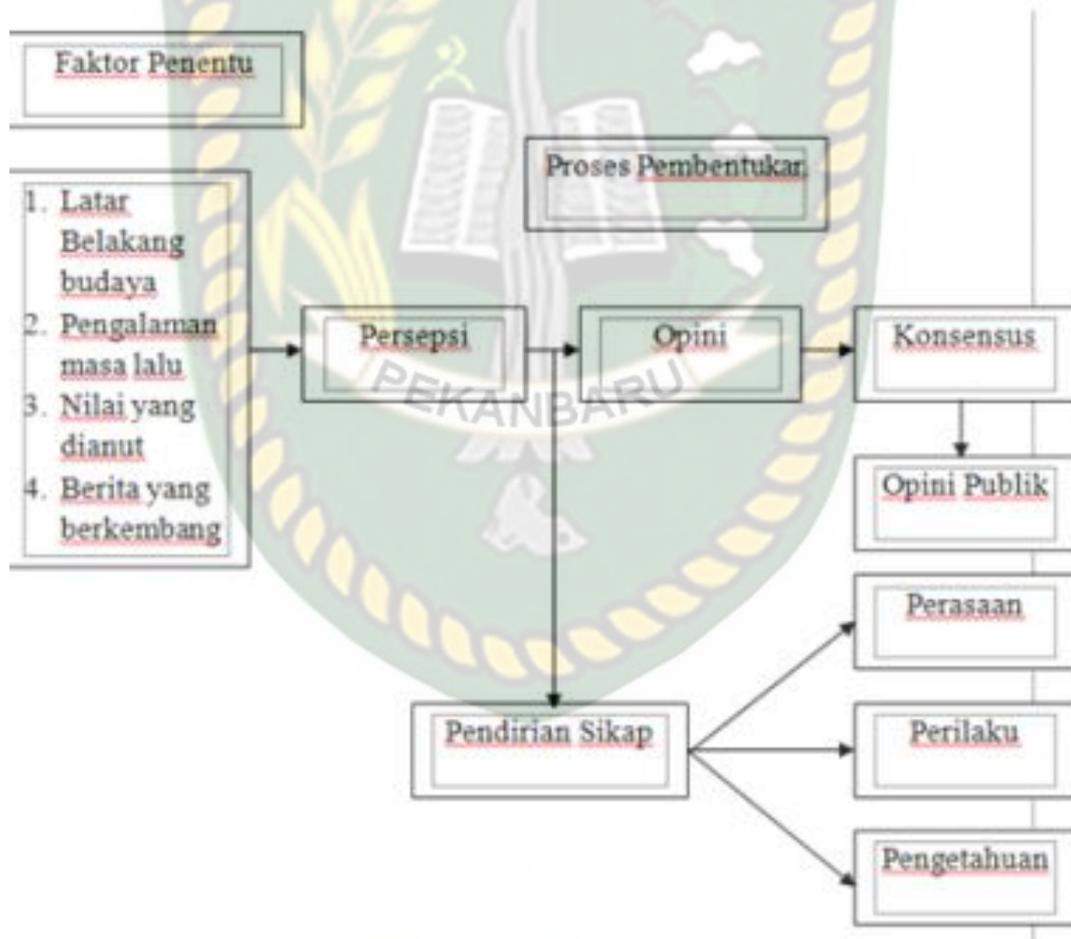
Apakah yang didapatkan dari proses penyandian pesan itu dipengaruhi sang adat yang berlaku pada masyarakatnya, pengalaman individu yg lalu, kepribadian individu, serta selektivitas penafsiran. f. 83ac9cb3e4459a85df0cacfb819e6b77 Opini Publik Astrid 1975 (dalam Olli, 2011: 23) menyatakan opini publik bersifat umum dan disampaikan oleh grup sosial secara kolektif serta tidak tetap. kata “publik” mengacu ke kelompok insan yang berkumpul secara impulsif menggunakan kondisi-syarat : 1. Menghadapi problem eksklusif. dua. tidak selaras opini mengenai duduk perkara tertentu dan berusaha mengatasinya 3. Mencari jalan keluar melalui diskusi sebab setiap publik mempunyai dilema yang menuntut perhatian maka menggunakan sendirinya terbentuk poly publik. g. Faktor Pemicu Timbulnya Opini Publik Bernard Hennesy 1990 (pada Olli, 2011: 22) mengemukakan lima faktor keluarnya pendapat umum (opini publik): 1. ada informasi (presence of an issue). harus terdapat konsensus yg sesungguhnya, opini publik berkumpul disekitar informasi tertentu. berita dapat didefenisikan menjadi situasi kontemporer yang mungkin tak ada konvensi. Paling tak ada unsure kontroversi terkandung didalamnya dan gosip mengandung konflik pada masa ini. 2. karakteristik publik (nature of publik). wajib ada grup yg dikenal serta berkepentingan menggunakan persoalan itu. tiga. Pilihan yg sulit (complex of prefences). Faktor ini mengacu ke totalitas opini para anggota warga tentang suatu info. 4. Pernyataan opini (expression of prefences). berbagai pernyataan

bertumpuk disekitar isu eksklusif. Pernyataan biasanya disampaikan melalui kata-kata yang diucapkan atau dicetak serta sewaktu-waktu melalui 6fb5c360c0ec473bdf2115bc2cba2899, kepalan tinju, lambaian tangan serta tarikan napas panjang. lima. Jumlah orang yang terlibat (number of persons involved). Opini publik mensyaratkan besarnya masyarakat yang memberikan perhatian terhadap informasi eksklusif. h. Fungsi Opini Publik Selain berfungsi kekuatan pada kehidupan bernegara opini publik juga mempunyai fungsi pada kehidupan sosial dan individu. Sola (dalam Arifin, 2011: 22) opini publik memiliki 3 fungsi bagi seseorang yaitu : 1. The cognitive function Berarti opini publik menyampaikan pengertian. menggunakan adanya pengertian itu seorang bisa objektif dalam menanggapi problem atau dilema yg merebak dalam masyarakat. Fungsi itu penting karena individu menjadi insan seringkali diliputi dan dikuasai sang sifat curiga serta pribadi memberi vonis sebelum memahami betul suatu problem. dua. The identification function Berarti opini publik berfungsi memperkenalkan pendapat-pendapat yang adalah kesepakatan kelompok dan individu-individu anggotanya. Hal itu dilakukan sebab individu cenderung buat berbuat sama dengan yang dilakukan sang kelompoknya. tiga. The resolving of the internal function Berarti opini berfungsi buat memecahkan duduk perkara internal suatu grup. Fungsi itu dibutuhkan buat membantu memecahkan ketegangan individu-individu yg bergabung dalam suatu gerombolan , diantaranya dengan melakukan tugas antar sesama anggota grup.

### a. Proses Terbentuknya Opini Publik

Sebelum kita mengetahui terbentuknya opini, maka sebaiknya kita ketahui dahulu bagaimana proses opini bisa terjadi. Berikut beberapa faktor yang mempengaruhinya yaitu :

Gambar 2.1 Proses Pembentukan Opini Publik



Sumber : R.P. Abelson (dalam Ruslan, 2004: 68)

contoh diatas ialah ilustrasi asal proses pembentukan opini publik, yg diawali oleh 4 faktor penentu seperti latar belakang budaya, pengalaman masa lalu, nilai-nilai yg dianut serta info yg berkembang. Keempat hal ini diolah balik menjadi persepsi. Persepsi yg akan dipengaruhi sang pendirian dapat membuat sebuah opini. Opini yang melewati proses consensus akan segera sebagai opini publik. penerangan lebih lanjut bisa dilihat di poin-poin berikut ini :

1. Persepsi Persepsi adalah suatu proses menyampaikan makna, yang sebenarnya merupakan akar asal opini. Persepsi ditentukan oleh faktor-faktor seperti : a. Latar belakang budaya b. Pengalaman masa lalu c. Nilai-nilai yg dianut d. informasi-berita yg berkembang. ketika seseorang bertemu dengan orang lain yang baru kali ini dikenalnya, umumnya orang akan segera memiliki opini. Opini ini muncul karena orang tadi mempunyai persepsi. Persepsi, antara lain ditimbulkan sang fenomena yg ditemuinya dimasa lalu.
2. Opini Opini sendiri mempunyai kaitan yang erat dengan pendirian (attitude). Abelson mengungkapkan bahwa opini memiliki unsur menjadi molekul opini, yakni : a. Belief (kepercayaan wacana sesuatu) b. Attitude (apa yg sebenarnya dirasakan seorang) c. Perception (persepsi) Pendirian (Attitude) tak jarang disebut sikap, ialah opini yang tersembunyi didalam batin seorang (latent opinion). Pendirian yang diungkapkan, dalam bentuk apapun diklaim opini (Soemirat & Ardianto, 2005: 109).
- tiga. mufakat Opini individu bisa berkembang sebagai luas, sebagai “milik suatu segmen rakyat”. Opini yang

sudut pandang, dan perasaan”. Nilai yang sebenarnya dalam pelayanan sepenuh hati terletak pada kesungguhan empat sikap “P”, yaitu:

1. *Passionate* (gairah), ini menghasilkan semangat yang besar terhadap pekerjaan, diri sendiri, dan orang lain.
2. *Progressive* (progresif), penciptaan cara baru dan menarik untuk meningkatkan layanan dan gaya pribadi.
3. *Proactive* (proaktif), untuk mencapai kualitas layanan yang lebih bagus diperlukan inisiatif yang tepat.
4. *Positive* (positif), sikap ini mengubah suasana dan kegairahan interaksi dengan konsumen.

Setiap penyelenggaraan pelayanan publik harus memiliki standar pelayanan dan dipublikasikan sebagai jaminan adanya kepastian bagi penerima pelayanan. Adapun standar pelayanan publik sekurang-kurangnya meliputi :

1. Prosedur Pelayanan
2. Waktu Penyelesaian
3. Biaya Pelayanan
4. Produk Pelayanan
5. Sarana dan Prasarana Pelayanan
6. Kompetensi Petugas Pemberi Pelayanan (Ratminto, 2009:23)

## B. Definisi Operasional

Agar tidak terjadi salah pengertian terhadap konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini, maka dipandang perlu memberi batasan pengertian seperti berikut:

1. Opini adalah pernyataan tentang sikap mengenai masalah tertentu yang bersifat kontroversial.
2. Publik adalah masyarakat. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan publik adalah masyarakat Kecamatan Bukit Raya.
3. Opini Masyarakat adalah sikap masyarakat mengenai sesuatu. Dalam penelitian ini yang dimaksud dengan opini masyarakat adalah sikap masyarakat terhadap layanan Go-Ride.
4. Pelayanan adalah proses pemenuhan kebutuhan melalui aktivitas orang lain
5. Go-Ride adalah layanan transportasi sepeda motor

### C. Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu yang di jadikan acuan bagi penulis dalam penulisan penelitian ini adalah:

**Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu**

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul	Hasil dan Pembahasan
1	Nasri (2012) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau	Opini Masyarakat Terhadap Pemberitaan Penetapan Gubernur Riau Anas Maamun Sebagai Tersangka Kasus Suap Oleh Komisi Pemberantasan Korupsi (Studi Pada Masyarakat Kelurahan Simpang Tiga)	Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah penangkapan Gubernur Riau Anas Maamun oleh KPK (Komisi Pemberantasan Korupsi) dengan sangkaan kasus suap Gulat medali emas. Penelitian ini menggunakan metode penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dimana peneliti mendeskripsikan wawancara mendalam terhadap subjek yang diteliti

			guna mendapatkan data yang komplit. Fokus penelitiannya mengenai sejauh mana opini masyarakat kelurahan simpang tiga terhadap pemberitaan tertangkapnya gubernur Riau yang ke sekian kalinya. Mengingat Riau adalah masyarakat madani yang berbasis religius.
2	Elan Purwadi (2016) Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau	Opini Masyarakat Terhadap Kepemimpinan Syamsuar-Alfedri Mengenai Pemerataan Pembangunan dalam Bidang Infrastruktur (Studi di Kampung Maredan Kecamatan Tualang Kabupaten Siak)	Masalah yang diangkat dalam penelitian ini adalah kepemimpinan Syamsuar-Alfedri dalam mengatasi pemerataan pembangunan dalam bidang infrastruktur dikampung maredan kecamatan Tualang kabupaten Siak. penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dimana peneliti mendeskripsikan wawancara yang mendalam terhadap subjek yang diteliti. hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa opini masyarakat terhadap kepemimpinan Syamsuar-Alfredi dalam meringkatkan pemerataan dalam bidang infrastruktur bisa dikatakan cukup berhasil. Seperti jalan, sekolah, air bersih dan bidang lainnya

Berdasarkan tabel diatas, terlihat adanya persamaan dan perbedaan penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan.

1. Pada penelitian terdahulu atas nama Nasri tahun 2015 Universitas Islam Riau. Persamaan dengan peneliti adalah sama-sama membahas opini masyarakat. Sedangkan perbedaannya adalah objek dan lokasi yang berbeda. Penelitian terdahulu mengambil objek gubernur Riau non-aktif sedangkan peneliti mengambil tentang pelayanan Go-Ride.
2. Pada penelitian terdahulu atas nama Elan Purwadi 2016 Universitas Islam Riau. Persamaan dengan peneliti adalah sama-sama membahas tentang opini masyarakat. Sedangkan perbedaannya adalah objek dan lokasi yang berbeda. Penelitian terdahulu mengambil objek kepemimpinan bupati sedangkan peneliti mengambil tentang pelayanan Go-Ride.

## BAB III

### METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Bila dilihat dari pendekatan yang dilakukan, maka penelitian ini dikelompokkan ke dalam penelitian kualitatif. Menurut Arikunto (2006 : 12) “Pendekatan kualitatif menunjukkan bahwa pelaksanaan penelitian ini memang secara ilmiah, apa adanya, dalam situasi normal yang tidak dimanipulasi keadaan dan kondisinya, menekankan pada pada deskripsi secara alami”.

Dalam penelitian ini, penulis memberikan gambaran seobjektif mungkin tentang opini masyarakat terhadap layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

#### B. Subjek dan Objek Penelitian

##### 1) Subjek Penelitian

Subek penelitian adalah orang yang dimanfaatkan dalam penelitian ini untuk mendapatkan informasi mengenai pokok bahasan dalam penelitian ini. Teknik pemilihan informan yang digunakan dalam penelitian ini adalah *purposive sampling*, Menurut Siregar (2012 : 184) *purposive sampling* yaitu penetapan responden untuk dijadikan sampel berdasarkan kriteria-kriteria tertentu. Jumlah informan dalam penelitian adalah 7 orang terdiri dari: 1)

Driver Go-Ride sebanyak tiga orang dan 2) pelanggan sebanyak empat orang. Dengan indikator sebagai berikut:

1. *Driver* aktif (tidak bekerja di perusahaan lain)
2. Pernah menggunakan Go-Ride dengan rata-rata minimal 3 kali dalam seminggu.
3. Warga Kelurahan Simpang Tiga Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

Alasannya karena mereka mengetahui secara persis tentang kualitas layanan Go-Ride. Tetapi dengan tidak menutup kemungkinan untuk menambah jumlah informan dari siapapun yang berkompeten dibidang ini demi untuk mendapatkan informasi mengenai permasalahan yang dibahas.

## **2) Objek Penelitian**

Objek penelitian adalah segala sesuatu permasalahan yang hendak diteliti (Alwasilah, 2002 : 115). Objek penelitian ialah hal yang dikaji atau aspek-aspek yang menjadi fakta penelitian, yaitu mengenai opini masyarakat terhadap layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

## **C. Lokasi dan Waktu Penelitian**

### **1. Lokasi Penelitian**

Menurut Usman (2009 : 41), penetapan lokasi penelitian dimaksudkan untuk membatasi daerah yang diteliti. Penelitian ini berlokasi di Kelurahan Simpang Tiga Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

## 2. Waktu Penelitian

Waktu penelitian dapat dilihat pada Tabel 3.1 berikut ini.

**Tabel 3.1: Jadwal Waktu Kegiatan Penelitian Tentang Opini Masyarakat Terhadap Layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.**

No	Keterangan	Bulan dan Minggu Tahun 2019-2020															
		Okt-Nov				Desember				Januari				Februari			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Persiapan dan Penyusunan UP																
2	Seminar UP																
3	Revisi UP																
4	Riset																
5	Penelitian Lapangan																
6	Pengolahan Data dan Analisis Data																
7	Konsultasi Bimbingan Skripsi																
8	Ujian Skripsi																
9	Revisi dan Pengesahan Skripsi																
10	Penggandaan serta Penyerahan Skripsi																

### D. Sumber Data

Sumber data yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

#### a. Data Primer

Menurut Iskandar (2008 : 252) data primer data yang diperoleh dari hasil observasi dan wawancara kepada responden. Data primer dalam penelitian ini diperoleh dari hasil wawancara dengan responden tentang opininya terhadap kualitas layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

b. Data Sekunder

Menurut Iskandar (2008 : 253), data sekunder adalah data yang diperoleh melalui pengumpulan atau pengolahan data yang bersipat studi dokumentasi berupa penelaahnya terhadap dokumen pribadi, resmi kelembagaan, referensi-referensi atau peraturan (tulisan dan lainnya yang memiliki relevansi dengan fokus permasalahan penelitian). Data sekunder dalam penelitian ini diperoleh dari literatur buku-buku dan data yang dikumpulkan dari sejumlah data yang tersedia secara tertulis yang berupa:

- 1) Gambaran Umum Kota Pekanbaru.
- 2) Gambaran Umum Go-Ride.

**E. Teknik Pengumpulan Data**

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

- a. Wawancara, menurut Riduwan (2009 : 29) wawancara yaitu suatu cara pengumpulan data yang digunakan untuk memperoleh informasi langsung dari sumbernya. Dalam penelitian ini peneliti melakukan interaksi semacam wawancara tidak terstruktur, dimana peneliti tidak menggunakan daftar pertanyaan atau daftar isian secara terperinci tetapi hanya garis besarnya saja sebagai penuntun selama proses wawancara ketika di lapangan dan mengembangkan pertanyaan yang berkaitan dengan hal yang diteliti, tetapi bersifat fleksibel sesuai dengan perkembangan dan situasi dalam wawancara. Alasan menggunakan wawancara karena informan

- b. Observasi, menurut Usman (2009:52) teknik observasi adalah pengamatan dan pencatatan yang sistematis terhadap gejala-gejala yang diteliti. Observasi ini penulis gunakan untuk melihat kondisi riil mengenai opini masyarakat terhadap layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.
- c. Studi Dokumentasi, menurut Riduwan (2009:31) studi dokumentasi adalah ditujukan untuk memperoleh data langsung dari tempat penelitian, meliputi buku-buku yang relevan, peraturan-peraturan, laporan kegiatan dan data yang relevan penelitian. Dokumentasi dilakukan untuk mengambil beberapa foto yang didapatkan peneliti dilapangan.

#### **F. Teknik Pemeriksaan Keabsahan Data**

Teknik pemeriksaan keabsahan data dapat dilakukan di dalam penelitian bertujuan agar hasil suatu penelitian dapat dipertanggung jawabkan dari segala segi. Teknik pemeriksaan keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah triangulasi.

Triangulasi adalah teknik pemeriksaan keabsahan data yang memanfaatkan sesuatu yang lain. Yaitu dari luar data yang diperoleh untuk keperluan pengecekan atau sebagai perbandingan terhadap data yang didapat.

Menurut Sugiyono (2010 : 274) triangulasi dibagi menjadi tiga, antara lain sebagai berikut:

1. Triangulasi sumber, menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber.
2. Triangulasi teknik, menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara mengecek data kepada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda.
3. Triangulasi waktu, menguji kredibilitas data dilakukan dengan cara disesuaikan dengan kondisi narasumber.

Teknik triangulasi yang paling banyak digunakan adalah pemeriksaan melalui sumber (Moleong, 2005 : 330). Dalam penelitian ini penulis menggunakan triangulasi sumber, dengan arti peneliti membandingkan informasi yang diperoleh dari satu sumber dengan sumber lain yang dihubungkan dengan teori-teori dari data sekunder. Hal ini dilakukan untuk mengetahui opini masyarakat terhadap layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

#### **G. Teknik Analisis Data**

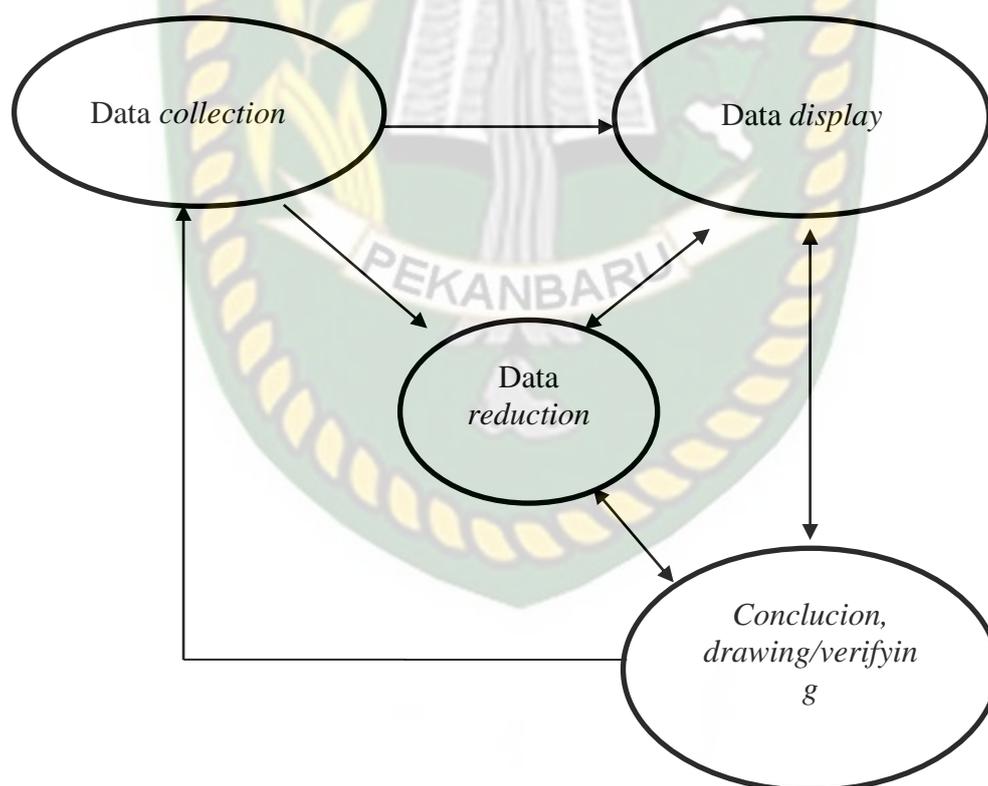
Teknik analisis data dalam penelitian ini adalah kualitatif. Analisis data kualitatif menurut Seiddel, prosesnya sebagai berikut:

- a. Mencatat yang menghasilkan catatan lapangan, dengan hal itu diberikan kode agar sumber dayanya tetap dapat ditelusuri.
- b. Mengumpulkan, memilah-milah, mengklasifikasikan, mensistensikan, membuat ikhtiar dan membuat indeksinya.

- c. Berfikir dengan jalan membuat agar kategori data itu mempunyai makna, mencari dan menemukan pola dan hubungan-hubungan, dan membuat temuan-temuan umum (dalam Moleong, 2005 : 248).

Untuk menganalisa data-data yang diperoleh, baik itu berupa dokumen maupun wawancara, peneliti menggunakan teknik analisa data kualitatif model interaktif dari Miles dan Huberman terdiri; (a) reduksi data (b) penyajian data dan (c) penarikan kesimpulan/verifikasi, dimana prosesnya berlangsung secara sirkuler selama penelitian berlangsung.

**Gambar 3.1** Komponen Dalam Analisis Data (*flow model*)



Sumber: Miles dan Hubermann (Sugiyono, 2010 : 247)

Sugiyono (2010 : 247-252) menjelaskan mengenai gambar Komponen

Dalam Analisis Data data tersebut diatas sebagai berikut:

Data yang diperoleh dari lapangan jumlahnya cukup banyak, untuk itu maka perlu dicatat secara teliti dan rinci. Karena jumlah data cukup banyak maka perlu segera dilakukan analisis data melalui reduksi data. Istilah reduksi data dalam penelitian kualitatif dapat disejajarkan maknanya dengan istilah pengolahan data (mulai dari editing, koding hingga tabulasi data) dalam penelitian kualitatif. Ia mencakup kegiatan mengikhtarkan hasil pengumpulan data selengkap mungkin dan memilah-milahnya kedalam satuan konsep tertentu, kategori tertentu atau tema tertentu. Seperangkat hasil reduksi data juga perlu diorganisasikan kedalam suatu bentuk tertentu (*data display*) sehingga terlihat sosoknya secara lebih utuh. Itu mirip semacam pembuatan tabel berbentuk sketsa, sinopsis, matriks atau bentuk-bentuk lain. Itu sangat diperlukan untuk memudahkan upaya pemaparan dan penegasan kesimpulan (*conclusion, drawing and verification*).

## BAB IV

### HASIL DAN PEMBAHASAN

#### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

##### 1. Gambaran Umum Kecamatan Bukit Raya

Kecamatan Bukit Raya merupakan salah satu kabupaten yang ada di Kota Pekanbaru. Awalnya, zona tersebut dibentuk sesuai dengan peraturan pemerintah No. 1. Pada tanggal 19, 19 1987, batas wilayah Kota Kampar Dati II diubah. Namun dengan berkembangnya semangat otonomi daerah (ditandai dengan banyaknya pemekaran daerah), situasi ini kerap terjadi di Kota Pekanbaru. Kota Pekanbaru semula terdiri dari 8 (delapan) ruas jalan, namun kemudian berkembang menjadi 12 (dua belas) ruas jalan, termasuk Jalan Bukit Raya. Perluasan kawasan ini berdasarkan Peraturan Daerah Kota Pekanbaru Nomor 03 Tahun 2003 yang mengatur tentang pembentukan Kecamatan Marpoyan Damai, Tenayan Raya, Rumbai Pesisir dan Payung Sekaki, sehingga Jalan Bukitraya mengalami perubahan geografis. Luas subarea Bukitraya  $\pm$  23,10 km, dengan batas subarea sebagai berikut:

- a. Berbatasan dengan Utara
- b. Perbatasan Selatan dengan Kabupaten Kampar
- C. Berbatasan dengan distrik Marpoyan Damai di sebelah barat
- d. Sebelah timur berbatasan dengan Kabupaten Tenayan Raya

Berdasarkan wilayah Kabupaten Buda Raya No. 03 tahun 2003, wilayah tersebut meliputi terbentuknya Kecamatan Marpoyan Damai, Tenayan Raya, Rumbai Pesisir dan Payung Sekaki yang meliputi 4 desa yaitu:

Satu jenis. Desa Simpang Tiga (Desa Simpang Tiga) terdiri dari 17 rupee dan 83 rupee

b. Desa Tangkerang Selatan termasuk 12 rupee dan 44 rupee

c. Desa Tangkerang Labuai termasuk 12 rupee dan 47 rupee

d. Desa Tangkerang Utara termasuk 15 rupee dan 60 rupee

Hingga Desember 2018, jumlah penduduk Jalan Bukit Raya adalah 85.486 jiwa yang terdiri dari 43.797 laki-laki dan 41.725 perempuan dengan total 4.0379 kepala keluarga untuk lebih jelasnya dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.1 Jumlah Penduduk Kecamatan Bukit Raya**

No	Kelurahan	Jumlah
1	Simpang Tiga	31.022
2	Tangkerang Selatan	14.551
3	Tangkerang Labuai	17.430
4	Tangkerang Utara	22.519
<b>Jumlah</b>		<b>85.486</b>

Sumber: Kantor Camat Bukitraya, 2020.

Masyarakat Jalan Bukit Raya memegang peranan penting dalam mewujudkan kehidupan dan kehidupan bermasyarakat yang baik, oleh karena itu pemerintah dan masyarakat berupaya mengatasi masalah kesejahteraan sosial untuk membangun masyarakat yang cerdas, sehat dan berkualitas, antara lain dalam bidang-bidang berikut: Kesehatan, keluarga berencana, agama dan bidang sosial lainnya, seperti pengentasan kemiskinan, korban

bencana alam, ekspektasi kenakalan remaja, keamanan dan ketertiban, dll. Perkembangan sosial budaya di kawasan Bukit Raya, kerukunan umat beragama, kesenian, olah raga, kesehatan, kursus KB semuanya sangat baik. Selain bisa saling bekerjasama, masing-masing desa memiliki keunggulan yang dimotori oleh kepala desa dan kepala desa. Pendidikan merupakan sarana untuk mencerdaskan kehidupan anak-anak di dalam negeri, oleh karena itu sukses tidaknya pembangunan perkotaan sangat dipengaruhi oleh tingkat pendidikan.

**Tabel 4.2 Sarana Pendidikan Kecamatan Bukit Raya**

No	Kelurahan	Tingkat Pendidikan					
		TK	SD/MI	SMP/MTs	SMA	SMK	PT
1	Simpang Tiga	13	8	4	2	-	1
2	Tangkerang Selatan	4	6	-	-	1	2
3	Tangkerang Labuai	7	2	-	-	-	-
4	Tangkerang Utara	6	5	3	4	2	-
<b>Jumlah</b>		<b>30</b>	<b>21</b>	<b>7</b>	<b>6</b>	<b>3</b>	<b>3</b>

Sumber: Kantor Camat Bukitraya, 2020.

Agama adalah kebutuhan yang sangat penting bagi manusia, karena tanpa manusia, mereka tidak akan tahu arah hidupnya, dan akan terus melayang dalam kehidupan, dan tidak akan tahu arah tujuannya, maka untuk agama, semua orang tahu. Arah hidup Anda sendiri. Oleh karena itu, dalam rangka meningkatkan kehidupan beragama dan keyakinan kepada Tuhan Yang Maha Esa, pemerintah dan masyarakat telah mendirikan banyak kapel yang setiap tahunnya terus meningkat.

**Tabel 4.3 Sarana Ibadah di Kecamatan Bukit Raya**

No	Kelurahan	Tempat Ibadah		
		Mesjid	Mushallah	Gereja
1	Simpang Tiga	42	32	-
2	Tangkerang Selatan	22	4	1
3	Tangkerang Labuai	17	6	1
4	Tangkerang Utara	23	2	-
<b>Jumlah</b>		<b>104</b>	<b>44</b>	<b>2</b>

Sumber: Kantor Camat Bukitraya, 2020.

Dikecamatan bukit Raya terdapat sarana kesehatan sebagai berikut:

**Tabel 4.4 Sarana Kesehatan di Kecamatan Bukit Raya**

No	Kelurahan	Sarana Kesehatan		
		Poliklinik	Puskesmas	Pustu
1	Simpang Tiga	2	-	1
2	Tangkerang Selatan	2	1	1
3	Tangkerang Labuai	-	-	1
4	Tangkerang Utara	1	-	1
<b>Jumlah</b>		<b>5</b>	<b>1</b>	<b>4</b>

Sumber: Kantor Camat Bukitraya, 2020.

## 2. Gambaran Umum Go-Ride

Go-Ride memang merupakan layanan transportasi berupa ojek sepeda motor roda dua. Namun, yang membuat Go-Ride berbeda dari ojek pangkalan lainnya adalah cara pemesanannya yang menggunakan aplikasi khusus, serta tarifnya yang sesuai dengan yang tertera yang diaplikasi. Go-Ride sebagai jasa transportasi *online* berusaha menawarkan faktor kecepatan, keamanan, dan kenyamanan bagi para penggunanya.

Setiap driver Go-Ride akan mendapatkan masing-masing dua buah jaket, helm, dan perlengkapan masker serta tutup kepala untuk penumpang. Pelanggan dapat menentukan tempat penjemputan dan tempat pengantaran, kemudian tampil tarif yang perlu dibayar untuk layanan ini. Tarif yang

ditetapkan juga tidak terlalu berbeda dengan tarif ojek pada umumnya. Dengan ditampilkannya tarif langsung saat memesan, maka pelanggan akan lebih mudah dan tahu berapa biaya yang harus disiapkan.

## B. Hasil Penelitian

### 1. Profil Informan

Penelitian ini melibatkan sumber informan dari Driver Go-Ride dan Masyarakat Bukit Raya. Informan tersebut dijadikan sebagai sumber informasi untuk mengetahui opini masyarakat terhadap layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. Data penelitian tentang opini masyarakat terhadap layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru ini diperoleh menggunakan instrumen pengumpulan data berupa wawancara tidak terstruktur, dokumentasi dan observasi. Data informan dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 4.5 Data Informan Penelitian**

No	Nama	Umur (Tahun)	Keterangan
1	Anasri	42	Driver Go-Ride
2	Deki Fauzan	32	Driver Go-Ride
3	Rino Antoni	37	Driver Go-Ride
4	Agung	23	Masyarakat/pelanggan
5	Tero Jatari	26	Masyarakat/pelanggan
6	Viko Ahfahri	22	Masyarakat/pelanggan
7	Lestari	21	Masyarakat/pelanggan

Sumber: Olahan Penelitian, 2019.

## 2. Opini Masyarakat Terhadap Layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

Layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru dipicu oleh opini yang berkembang di masyarakat. Istilah *opinion* yang diterjemahkan menjadi “opini” didefinisikan oleh Cutlip dan Center diartikan sebagai pengekspresian suatu sikap mengenai persoalan yang mengandung pertentangan. Opini juga diartikan sebagai pendapat atau pandangan tentang suatu persoalan (Abdullah, 2001:14). Ketika seseorang beropini terhadap suatu permasalahan yang sama akan menimbulkan penilaian yang berbeda, hal itu dikarenakan opini memiliki sifat subyektif yang artinya menurut pandangan sendiri-sendiri.

Opini masyarakat timbul karena ada kasus tertentu, dalam hal ini berupa layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru. Unsur pembentukan opini masyarakat tersebut diantaranya: *belief* (kepercayaan), *attitude* (sikap) dan *perseption* (persepsi).

### a. *Belief* (kepercayaan) publik terhadap layanan Go-Ride

Kepercayaan adalah sistem penyimpanan yang berisi pengalaman kita dimasa lalu, meliputi pikiran, ingatan, dan interpretasi terhadap sesuatu yang mampu kita lihat, dengar dan rasakan. Dalam hal ini adalah keyakinan publik terhadap layanan Go-Ride berdasarkan apa yang mereka lihat, dengar dan rasakan selama ini.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Agung, diperoleh keterangan bahwa:

“...menurut saya layanan Go-Ride sudah memuaskan. Motor yang digunakan oleh *driver* Go-Ride bagus, jika ada keperluan, saya selalu menggunakan Go-Ride. Berdasarkan pengalaman saya selama menggunakan jasa Go-Ride motor yang digunakan tidak pernah mogok dan terawat...” (Hasil wawancara tanggal 23 Januari 2020).

Berdasarkan wawancara di atas, diketahui bahwa kualitas transportasi dalam hal ini motor yang digunakan mempengaruhi kepercayaan seseorang terhadap layanan Go-Ride. Kepercayaan ini bisa saja muncul karena pengalaman yang mereka peroleh setelah menggunakan Go-Ride, seperti motor yang bagus, terawat dan tidak mogok. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa semakin baik alat transportasi yang digunakan maka akan semakin bagus kepercayaan masyarakat terhadap layanan yang mereka peroleh hal ini dikarenakan kenyamanan yang mereka peroleh saat menggunakan layanan Go-Ride tersebut terutama kenyamanan secara emosional, sehingga melahirkan rasa puas di diri publik. Hal ini pada akhirnya dapat menentukan apakah seseorang akan menjadi konsumen setia ataupun tidak.

Pendapat yang tidak jauh berbeda juga dikemukakan oleh Tero Jatari yang menyatakan bahwa:

”...setahu saya Go-Ride adalah transportasi berbasis *online*, saya sangat terkesan dengan pelayanan yang diberikan oleh Go-Ride, saya selalu dilayani dengan baik, sehingga kalau ada keperluan saya akan

menggunakan jasa Go-Ride lagi...” (Hasil wawancara tanggal 23 Januari 2020).

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Viko Alfahri, diperoleh keterangan bahwa:

”...saya sangat terbantu dengan adanya Go-Ride ini, menurut saya banyak warga yang sangat membutuhkan transportasi berbasis online ini, karena jauh lebih mudah, murah, terjangkau, dan keamanannya yang terjamin...” (Hasil wawancara tanggal 23 Januari 2020).

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Lestari, diperoleh keterangan bahwa:

”...keamanannya terjamin karena para ojek *online* tersebut legal dan terdaftar secara lengkap identitasnya, hal ini menjadi salah satu alasan saya menggunakan ojek *online* (Go-ride). Harga yang diberikan sudah ada ketentuannya jadi mudah tidak perlu ribet melakukan tawar-menawar lagi...” (Hasil wawancara tanggal 23 Januari 2020).

Berdasarkan wawancara di atas, dapat dijelaskan bahwa kepercayaan publik tentang Go-Ride bisa dikatakan sangat baik, hal ini tidak terlepas dari peran serta mereka selaku pelanggan aktif Go-Ride itu sendiri, tentunya sebagai pelanggan aktif mereka akan selalu menggunakan jasa Go-Ride tersebut secara berulang-ulang dan kegiatan itu secara tidak langsung akan menambah wawasan ataupun pengetahuan mereka tentang pelayanan Go-Ride tersebut. Apalagi saat sekarang ini Go-Ride dianggap sebagai sarana transportasi fenomenal yang banyak menyedot perhatian orang banyak. Sehingga secara tidak langsung kepercayaan orang terhadap Go-Ride akan terbentuk dengan sendirinya.

Kualitas pelayanan driver Go-Ride tentunya mempengaruhi kepercayaan seseorang terhadap Go-Ride, di mana dalam hal ini masuk ke dalam kategori kenampakan fisik dari layanan Go-Ride yang diperoleh. Secara sederhana dapat dikatakan bahwa semakin baik layanan driver Go-Ride maka akan semakin bagus kepercayaan publik terhadap Go-Ride, hal ini bisa saja dikarenakan kenyamanan yang mereka peroleh saat menggunakan layanan Go-Ride tersebut terutama kenyamanan secara emosional, sehingga melahirkan rasa puas di diri konsumen. Hal ini pada akhirnya dapat menentukan apakah seseorang akan menjadi konsumen setia ataupun tidak. Oleh karena itu kualitas layanan Go-Ride menjadi salah satu tolak ukur yang penting untuk menentukan kepuasan dan kepercayaan konsumen terhadap layanan Go-Ride tersebut.

Berdasarkan hasil observasi penulis, kualitas layanan Go-Ride cukup bagus. Hal dapat dilihat dari motor yang digunakan driver Go-Ride yaitu terawat, tidak mogok dan sebagainya. Driver Go-Ride juga memiliki sikap yang ramah dalam melayani pelanggannya.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Anasri tentang layanan Go-Ride menurut masyarakat, diperoleh keterangan bahwa:

”...layanan Go-Ride di mata pelanggan dan masyarakat umum sudah sangat baik, karena kami memberikan pelayanan yang optimal. Hal ini terbukti dari banyaknya pelanggan atau masyarakat yang kembali menggunakan layanan Go-Ride bahkan juga turut mempromosikan layanan Go-Ride kepada relasi, rekan dan kerabat melalui mulut ke mulut...” (Hasil wawancara tanggal 22 Januari 2020).

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Deki Fauzan, diperoleh keterangan bahwa:

"...pelanggan memiliki beragam karakteristik, ada yang dapat menerima pelayanan yang kami berikan dengan sangat baik tetapi ada juga yang terkadang suka menyalahkan pelayanan yang ada padahal standarisasi layanan yang kami berikan sudah sesuai adanya, saya sendiri selalu berusaha memberikan pelayanan terbaik..." (Hasil wawancara tanggal 22 Januari 2020).

Pada kenyataannya dapat terlihat bahwa driver Go-Ride telah berusaha semaksimal mungkin untuk dapat memberikan pelayanan yang terbaik bagi konsumennya.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Rino Antoni, diperoleh keterangan bahwa:

"...kalau menurut saya pelayanan Go-Ride cukup baik dimata masyarakat, kami selaku driver akan selalu berusaha tepat waktu menjemput penumpang dan mengantar pelanggan sampai pada tempat tujuannya dengan cepat..." (Hasil wawancara tanggal 22 Januari 2020).

Berdasarkan wawancara diatas diketahui bahwa menurut para driver Go-Ride, kepercayaan masyarakat terhadap layanan Go-Ride cukup baik, karena sampai saat ini masyarakat masih cenderung menggunakan Go-Ride dari pada alat transportasi yang lain.

Pelayanan yang baik merupakan salah satu kunci kesuksesan suatu produk terutama dalam bidang jasa, apabila para perusahaan dalam hal ini *driver* Go-Ride memiliki pelayanan yang baik dalam hal ini ramah dan sopan kepada pelanggannya, tentunya pelanggan akan menjadi nyaman dengan layanan yang mereka peroleh. Sehingga pada akhirnya mereka akan memutuskan menjadi konsumen setia. Oleh karena itu dalam melihat

keberlangsungan suatu usaha jasa pelayanan dan pelayanan orang-orang dalam perusahaan tersebut merupakan satu faktor yang sangat berperan dalam kesuksesan usaha layanan tersebut.

Apabila publik memperoleh kepuasan dalam menggunakan layanan jasa Go-Ride seperti pelayanan, kenyamanan, kehati-hatian driver dalam mengantar mereka sebagai penumpang dan hal lainnya tentunya Go-Ride sebagai alat transportasi antar jemput *online* memiliki reputasi yang baik di mata mereka begitu juga sebaliknya apabila mereka memperoleh ketidaknyamanan selama menjadi penumpang seperti rasa kurang aman dan sebagainya tentunya sikap publik terhadap Go-Ride menjadi buruk atau jelek.

#### **b. *Attitude* (sikap) publik terhadap layanan Go-Ride**

Berdasarkan hasil observasi penulis, sikap masyarakat terhadap Go-Ride adalah baik, karena biaya yang ditetapkan Go-Ride tidaklah mahal dan sesuai dengan layanan yang diperoleh. Go-Ride adalah ojek online yang aman dan terpercaya, driver Go-Ride selalu berhati-hati dalam membawa motor mereka, sehingga penumpang tidak was-was ataupun ragu pada saat menggunakan layanan transportasi Go-Ride.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Anasri, diperoleh keterangan bahwa:

”...sikap masyarakat terhadap layanan Go-Ride menurut saya cukup baik. Dengan menggunakan Go-Ride maka konsumen dapat lebih mudah dan cepat untuk menuju tempat tujuan dan yang terpenting

kita memberikan rasa aman kepada penumpang...” (Hasil wawancara tanggal 22 Januari 2020).

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Deki Fauzan, diperoleh keterangan bahwa:

”...Go-Ride memiliki manfaat yang sangat baik disaat seseorang gelisah untuk mendapatkan transportasi yang cepat dan mudah untuk dipesan atau digunakan dan harganya juga sangat murah dan terjangkau...” (Hasil wawancara tanggal 22 Januari 2020).

Berdasarkan wawancara di atas, dapat disimpulkan bahwa layanan GO-Ride cukup bagus terutama dalam hal biaya, sehingga GO-Ride dianggap sebagai ojek *online* dengan harga merakyat, terjangkau dan murah, sehingga diminati masyarakat.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Rino Antoni, diperoleh keterangan bahwa:

”...saya rasa masyarakat Kota Pekanbaru sangat menyambut baik dengan adanya Go-Ride ini, karena kehadiran Go-Ride ini kan mempermudah masyarakat dalam hal transportasi...”(Hasil wawancara tanggal 22 Januari 2020).

Walaupun Go-Ride sudah tidak asing lagi dikalangan masyarakat khususnya di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru namun jasa di bidang transportasi ini harus tetap memperhatikan kenyamanan, keamanan serta kepuasan konsumennya. Jika konsumen puas akan pelayanan yang di berikan,

maka pelanggan akan menggunakan jasa Go-Ride secara berulang yang kemudian bisa menjadi pelanggan yang setia (*loyal customer*).

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Agung, diperoleh keterangan bahwa:

“...pada saat saya pertama kali menggunakan Go-Ride, saya menganggap Go-Ride tidak jauh lebih bagus dari transportasi online lainnya, sehingga saya hanya sesekali saja menggunakannya. Namun seiringnya waktu, saya baru menyadari bahwa Go-Ride jauh lebih menarik dari transportasi online lainnya...”(Hasil wawancara tanggal 23 Januari 2020).

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Tero Jatari, diperoleh keterangan bahwa:

“...semenjak Go-Ride ini muncul di Pekanbaru, saya sudah tertarik menggunakannya, karena Go-Ride sangat banyak keunggulan yang dimilikinya dan banyak manfaat yang bisa kita dapatkan selaku pengguna salah satunya adalah datang tepat waktu ketika kita pesan...”(Hasil wawancara tanggal 23 Januari 2020).

Sebelumnya dari hasil observasi yang peneliti lakukan melalui tanya jawab dengan beberapa orang teman pengguna Go-Ride terdapat beberapa dari mereka yang mengeluhkan soal ketepatan waktu *driver* dalam menjemput penumpang. Kurangnya ketepatan waktu ini bisa saja dikarenakan miss komunikasi antara penumpang dan *driver*, lokasi yang susah ditemukan dan sebagainya.

Seorang sopir ataupun *driver* hendaknya memiliki informasi dan pengetahuan mengenai jalan tempat mereka beroperasi sehingga tidak merugikan penumpang yang menjadi pelanggan mereka. Apabila *driver* Go-Ride dalam hal ini menguasai jalanan khususnya di Kota Pekanbaru yang menjadi wilayah operasi mereka tentunya mereka dapat mengantarkan

pelanggannya tepat pada waktunya, namun apabila seorang *driver* tidak mengetahui jalanan tentunya akan memakan waktu dalam mengantarkan pelanggannya terlebih lagi sang pelanggan ataupun penumpang juga tidak mengetahui jalanan untuk ke lokasi tujuan tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Deki Fauzan, diperoleh keterangan bahwa:

”...kalau untuk wilayah Pekanbaru, selama saya mengetahui dengan tepat informasi jalanan menuju lokasi tujuan penumpang...” (Hasil wawancara tanggal 22 Januari 2020).

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Viko Alfahri, diperoleh keterangan bahwa:

“...kalau untuk transportasi online, saya selalu menggunakan Go-Ride, karena memiliki kelengkapan atribut berkendara sesuai dengan peraturan berlalu lintas yang berlaku...”(Hasil wawancara tanggal 23 Januari 2020).

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Lestari, diperoleh keterangan bahwa:

“...pelayanan yang diberikan Go-Ride menurut saya cukup bagus, namun saya berharap bagi driver Go-Ride dapat memberikan atribut tambahan untuk pelanggan seperti masker, jas hujan apabila dibutuhkan...”(Hasil wawancara tanggal 23 Januari 2020).

Berdasarkan wawancara di atas, dapat terlihat semenjak munculnya Go-Ride di Kota Pekanbaru, Go-Ride ini sudah mampu menyedot perhatian

banyak masyarakat khususnya masyarakat di Kecamatan Bukit Raya. masyarakat di Kecamatan Bukit Raya memiliki ketertarikan terhadap Go-Ride dan akhirnya menggunakannya sebagai alat transportasi karena menilai Go-Ride ini merupakan alat transportasi yang banyak memiliki keunggulan dan manfaat terutama dalam hal pelayanan.

Berdasarkan hasil observasi penulis, driver Go-Ride bertanggung jawab terhadap penumpangnya. Hal ini terbukti dari driver Go-Ride yang mengharuskan untuk menggunakan helm pada saat menjadi penumpang serta driver Go-Ride yang patuh kepada rambu-rambu dan peraturan lalu lintas yang ada.

### **c. *Perseption* (persepsi) publik terhadap layanan Go-Ride**

Persepsi masyarakat terhadap terhadap layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru sudah baik, sehingga konsumen semakin puas terhadap pelayanan yang telah diberikan.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Anasri, diperoleh keterangan bahwa:

”...untuk menciptakan persepsi yang baik di masyarakat, kami selaku driver Go-Ride selalu mendengarkan keinginan konsumen, dengan memahami konsumen misalnya dengan mendengarkan keinginan mereka untuk melayani mobilitasnya dengan baik bisa berpengaruh terhadap persepsi mereka terhadap pelayanan jasa kita...” (Hasil wawancara tanggal 22 Januari 2020).

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Deki Fauzan, diperoleh keterangan bahwa:

”...menurut saya dalam memberikan pelayanan, yang terpenting adalah kita dapat menjamin keselamatan konsumen dan menjaga etika

dan kesopanan ketika memberikan pelayanan kepada pelanggan ...”  
(Hasil wawancara tanggal 22 Januari 2020).

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Rino Antoni, diperoleh keterangan bahwa:

”..menurut saya apabila kita dapat membuat konsumen percaya untuk menggunakan layanan Go-Ride kembali, berarti persepsi masyarakat terhadap pelayanan yang kita berikan cukup baik...” (Hasil wawancara tanggal 22 Januari 2020).

Berdasarkan wawancara diatas, diketahui bahwa apabila persepsi masyarakat cukup baik terhadap pelayanan Go-Ride, maka akan berpengaruh terhadap kepuasan konsumen dalam menggunakan pelayanan Go-Ride. Hal ini disebabkan karena konsumen pada umumnya akan merasa puas terhadap suatu pelayanan jasa, jika mereka bisa mendapatkan rasa aman dan nyaman dalam atau pada saat menggunakan layanan jasa tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Agung, diperoleh keterangan bahwa:

“...pelayanan yang diberikan Go-Ride sudah sebanding dengan pelayanan yang diberikan, sehingga saya merasa puas dengan pelayanan jasa Go-Ride ...”(Hasil wawancara tanggal 23 Januari 2020).

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Tero Jatari, diperoleh keterangan bahwa:

“...pelayanan yang diberikan Go-Ride sudah baik. Berdasarkan pengalaman saya, *driver* Go-Ride mampu memberikan solusi atas permasalahan pelanggan dalam pemesanan layanan, sehingga saya puas dengan pelayanan yang diberikan...”(Hasil wawancara tanggal 23 Januari 2020).

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Viko Alfahri, diperoleh keterangan bahwa:

“...kalau menurut saya pelayanan yang diberikan Go-Ride sudah baik. Go-Ride adalah transportasi yang mengutamakan keselamatan. Namun ada juga sebagian driver Go-Ride saya lihat saat mengendarai sepeda motornya selalu sibuk menggunakan Hanphone...”(Hasil wawancara tanggal 23 Januari 2020).

Berdasarkan hasil wawancara penulis dengan Lestari, diperoleh keterangan bahwa:

“..pelayanannya sudah cukup baik, mereka selalu sopan dalam melayani penumpang dan selalu hat-hati membawa penumpang sampai ke tempat tujuan...”(Hasil wawancara tanggal 23 Januari 2020).

Dari pendapat beberapa informan-informan secara garis besar dapat disampaikan bahwa pelayanan yang diberikan Go-Ride sudah baik, sehingga konsumen semakin puas terhadap pelayanan yang telah diberikan.

### C. Pembahasan

Opini adalah sejumlah akumulasi pendapat individual tentang suatu isu dalam pembicaraan secara terbuka dan berpengaruh terhadap sekelompok orang. Moore (2004:55) berpendapat akar dari proses pembentukan opini adalah sikap (*attitude*). Sikap adalah perasaan atau suasana hati seseorang mengenai orang, organisasi, persoalan atau objek.

#### 1. *Belief* (kepercayaan) publik terhadap layanan Go-Ride

Kepercayaan (*Belief*) adalah komponen *cognitive* dari faktor sosiopsikologis. Kepercayaan di sini tidak ada hubungannya dengan hal-hal yang gaib, tetapi hanyalah “keyakinan bahwa sesuatu itu ‘benar’ atau ‘salah’ atas dasar bukti, sugesti otoritas, pengalaman, atau intuisi” (Hohler, et al., 1978:48 dalam buku Rakhmat, 2009:42). Kepercayaan memberikan perspektif pada manusia dalam mempersepsi kenyataan, memberikan dasar bagi pengambilan keputusan dan menentukan sikap terhadap objek sikap. Menurut Solomon E. Asch, kepercayaan dibentuk oleh pengetahuan, kebutuhan, dan kepentingan. Pengetahuan berhubungan dengan jumlah informasi yang dimiliki seseorang. Oleh karena itu, banyak kepercayaan kita didasarkan pada pengetahuan yang tidak lengkap sehingga menimbulkan kekeliruan (Rakhmat, 2009:42).

Terhadap layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru, masyarakat percaya bahwa Go-Ride memberikan pelayanan dengan baik, hal ini tidak terlepas dari peran serta mereka selaku pelanggan aktif Go-Ride itu sendiri, tentunya sebagai pelanggan aktif mereka akan selalu menggunakan

jasa Go-Ride tersebut secara berulang-ulang dan kegiatan itu secara tidak langsung akan menambah wawasan ataupun pengetahuan mereka tentang pelayanan Go-Ride tersebut. Apalagi saat sekarang ini Go-Ride dianggap sebagai sarana transportasi fenomenal yang banyak menyedot perhatian orang banyak. Sehingga secara tidak langsung kepercayaan orang terhadap Go-Ride akan terbentuk dengan sendirinya.

Sedangkan menurut driver Go-Ride, mereka selalu mengutamakan dan memberikan pelayanan terbaik kepada pelanggannya, sehingga sampai saat ini masyarakat masih cenderung menggunakan Go-Ride dari pada alat transportasi yang lain.

Dengan demikian, baik masyarakat maupun driver Go-Ride saling memperkuat pendapatnya, pihak masyarakat percaya bahwa Go-Ride memberikan pelayanan dengan baik, mengenai harga jauh lebih mudah, murah, terjangkau, dan keamanannya yang terjamin. Pihak driver Go-Ride juga tidak mau kalah mengkalaim bahwa mereka selalu mengutamakan pelayanan terbaik kepada konsumennya.

## **2. *Attitude* (sikap) publik terhadap layanan Go-Ride.**

Sikap adalah kecenderungan bertindak, berpersepsi, berpikir, dan merasa dalam menghadapi objek, ide, situasi atau nilai. Sikap bukan perilaku, tetapi merupakan kecenderungan untuk berperilaku dengan cara-cara tertentu terhadap objek sikap. Objek sikap boleh berupa benda, orang, tempat, gagasan atau situasi, atau kelompok. Jadi, pada kenyataannya tidak ada istilah sikap yang berdiri sendiri. Sikap bukan sekadar rekaman masa lalu, tetapi

juga menentukan apakah orang harus pro atau kontra terhadap sesuatu, menentukan apa yang disukai, diharapkan, dan diinginkan, mengesampingkan apa yang tidak diinginkan, apa yang harus dihindari (Sherif dalam Rakhmat, 2009:39-40).

Sikap masyarakat tentang layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru dari hasil wawancara memiliki pendapat yang hampir sama hanya konstruksi bahasa yang berbeda tetapi memiliki tema yang sama bahwa semenjak munculnya Go-Ride di Kota Pekanbaru, Go-Ride ini sudah mampu menyedot perhatian banyak masyarakat khususnya masyarakat di Kecamatan Bukit Raya. masyarakat di Kecamatan Bukit Raya memiliki ketertarikan terhadap Go-Ride dan akhirnya menggunakannya sebagai alat transportasi karena menilai Go-Ride ini merupakan alat transportasi yang banyak memiliki keunggulan dan manfaat terutama dalam hal pelayanan.

Sedangkan menurut driver Go-Ride, masyarakat Kota Pekanbaru sangat menyambut baik dengan adanya Go-Ride ini, karena kehadiran Go-Ride dapat mempermudah masyarakat dalam hal transportasi. Dengan demikian tidak ada perbedaan sikap antara masyarakat dengan driver Go-ride.

### **3. *Perception* (persepsi) publik terhadap Layanan Go-Ride.**

Persepsi adalah inti dari komunikasi, dan rangkaian penjelasan (interpretasi) adalah inti dari persepsi, yang sama dengan pasangan terbalik (decoding) dalam proses komunikasi (Mulyana, 2002: 151). Persepsi disebut inti komunikasi, karena tanpa ketelitian perseptual, komunikasi tidak akan berfungsi secara efektif. Persepsi adalah faktor terpenting dalam proses

pemilihan informasi, yaitu memilih pesan dan menahan pesan serupa lainnya. Oleh karena itu, hasil menangkap makna dan pesan dalam produk komunikasi sering disebut persepsi. Persepsi adalah keadaan komprehensif dari rangsangan yang diterima individu. Karena persepsi adalah tentang keadaan individu secara keseluruhan, maka dalam diri individu, pengalaman individu akan berpartisipasi aktif dalam persepsi individu (Walgito, 1990: 53). Saat mengamati suatu objek, Anda dapat melihat status objek tersebut, Anda dapat memahami status objek tersebut, dan kemudian mengevaluasi objek tersebut. Oleh karena itu, persepsi merupakan hasil pengamatan objek melalui panca indera untuk memperoleh pemahaman dan evaluasi.

Persepsi masyarakat terhadap layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru sudah baik, sehingga konsumen semakin puas terhadap pelayanan yang telah diberikan. Dengan demikian, seseorang bertindak akan dipengaruhi oleh persepsinya terhadap suatu objek. Sehingga terhadap layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru, persepsi masyarakat terhadap layanan Go-Ride akan menentukan tingkat kepercayaan masyarakat terhadap layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru.

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang opini masyarakat terhadap layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru, maka diperoleh kesimpulan, yaitu: opini masyarakat terhadap layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru adalah baik. Alasan masyarakat menyatakan layanan Go-Ride di Kecamatan Bukit Raya Kota Pekanbaru adalah baik disebabkan motor yang digunakan Go-Ride bagus, driver Go-Ride cukup tanggap. Dalam hal penerimaan pelanggan, Go-Ride dapat bersaing dengan ojek online lainnya. Pengemudi Go-Ride memiliki sikap yang baik dan ramah. Penumpang akan merasa aman saat menggunakan Go-Ride, dan biayanya harus sesuai dengan layanan yang diterima. , Dan pengemudi dan penumpang Go-Ride bertanggung jawab atas keselamatan.

#### B. Saran

Dari kesimpulan yang telah diuraikan diatas, selanjutnya penulis memberikan saran-saran sebagai pertimbangan. Adapun saran-saran tersebut adalah:

1. Diharapkan antara *driver* dan *customer* dapat saling menghormati dan menghargai, sehingga Pengemudi akan mendapatkan peringkat tinggi dan pelanggan akan mendapatkan layanan terbaik.
2. Penulis mengharapkan kepada peneliti selanjutnya, penelitian ini nantinya akan dapat menjadi referensi berkaitan dengan opini masyarakat terhadap layanan Go-Ride.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## DAFTAR PUSTAKA

### A. Buku-Buku

- Bungin, Burhan. 2007. *Sosiologi Komunikasi*, Jakarta: Kencana.
- Elviriadi. 2007. *Sebuah Kitab Hutan Untuk Negeri Gundul Mereguk Kearifan Tetua Kampar*. Suska Press. Pekanbaru.
- Huraerah, Abu dan Purwanto. 2006. *Dinamika Kelompok*. Bandung : PT.Refika Aditama.
- Iskandar. 2008. *Metode Penelitian Pendidikan dan Sosial (Kuantitatif dan Kualitatif)*. Jakarta : Gaung Persada Press.
- Maulidiah, Ari. 2014. *Pelayanan Publik, Pelayanan Administrasi Terpadu Kecamatan (PATEN)*. CV.Indra Prahasta, Bandung.
- Moleong, Lexy J, 2005. *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Muhammad, Arni. 2011. *Komunikasi Organisasi*, Jakarta : Bumi Aksara.
- Mulyana Deddy. 2005. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja.
- Pratikto, Riyono. 1987. *Berbagai Aspek Ilmu Komunikasi*. Bandung : Remadja Karya CV.
- Rakhmat, Jalaludin. 1992. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Ratminto dan Winarsih. 2012. *Manajemen Pelayanan*. Yogyakarta. Pustaka Pelajar.
- Riduwan. 2009. *Skala Pengukuran Variabel-Variabel Penelitian*, Bandung : Alfabeta.
- Ruslan, Rosady, 2003, *Manajemen Humas dan Manajemen Komunikasi (Konsep dan Aplikasi)*, Jakarta : Raja Grapindo Persada.
- \_\_\_\_\_. 2007. *Metode Penelitian Public Relations dan Komunikasi*. Raja Grafindo Persada : Jakarta.

- Robin, P. Stephen. 2002. *Prolaku Konsep Kontropersi dan Penerapan*. Jakarta : Prehalindo.
- Sinambela Lijan Poltak dkk. 2008. *Reformasi Pelayanan Publik*. Bumi Aksara. Jakarta.
- Siregar, Syofyan. 2012. *Statistika Deskriptif Untuk Penelitian*. Jakarta. Rajawali Pers.
- Soekanto, Soerjono. 2003. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Raja Grafindo Persada : Jakarta.
- Suranto. 2010. *Komunikasi Sosial Budaya*. Graha Ilmu : Yogyakarta.
- Sugiyono, 2010. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Usman, Husaini. 2009. *Metodologi Penelitian Social*. Edisi Kedua. Jakarta : Bumi Aksara.
- Olii, Helena. 2011. *Opini Publik*. Jakarta: PT. Indeks.

#### **B. Skripsi/Jurnal.**

- Fauzi Rahman. 2017. *Persepsi Mahasiswa Terhadap Jasa Online Go-Jek*. Skripsi. Fakultas Ilmu Komunikasi. Universitas Islam Bandung.
- Novilah. 2017. *Aktivitas Komunikasi Customer Relations Dalam Layanan Pengemudi Go-Jek Srikandi Terhadap Pengguna Jasa*. Jurnal Visi Komunikasi. Volume 16. Nomor 1.