

BAB VI

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian terkait Strategi Komunikasi Pengemudi Ojek daring Maxim Kota Kediri Dalam Menciptakan Citra Baik, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Strategi komunikasi pengemudi Ojek Daring Maxim dalam menciptakan citra baik terhadap pelanggan

Strategi komunikasi pengemudi ojek daring Maxim di Kota Kediri tidak hanya bersifat teknis dalam menyampaikan informasi, tetapi lebih jauh berperan membangun hubungan interpersonal yang mempengaruhi citra layanan. Pelanggan menerapkan komunikasi interpersonal, baik verbal maupun nonverbal, dengan cara menyapa, sopan santun, dan menjaga kualitas pelayanan seperti kebersihan kendaraan dan keselamatan berkendara.

Penyesuaian gaya komunikasi dengan karakter pelanggan berdasarkan usia, jenis kelamin, dan situasi menunjukkan adanya sensitivitas sosial dan kecerdasan emosional yang mendukung terciptanya kenyamanan dan kepercayaan. Dengan demikian, citra baik tidak hanya lahir dari layanan transportasi yang aman, tetapi juga dari keterampilan komunikasi yang adaptif.

2. Peluang dan hambatan strategi komunikasi pengemudi ojek daring maxim dalam menciptakan citra baik.

Strategi komunikasi pengemudi ojek daring Maxim menghadirkan dua sisi yang beriringan, yakni peluang dan hambatan. Dari sisi peluang, komunikasi yang sopan, transparan, dan fleksibel menjadi sarana utama untuk membangun kepercayaan pelanggan. Hal ini terutama penting dalam situasi rawan seperti pesanan *offline* yang menuntut pengemudi membangun rasa aman. Selain itu, literasi komunikasi digital dan pemanfaatan aplikasi atau media pesan instan menjadi peluang lain yang dapat memperkuat efektivitas komunikasi.

Di sisi lain, kendala yang dihadapi antara lain kurangnya standar pelatihan komunikasi dari perusahaan, perbedaan bahasa dan budaya, serta karakter pelanggan yang pasif, kasar, atau sulit diajak bekerja sama. Hambatan ini sering menimbulkan tekanan psikologis sekaligus berisiko merusak citra pengemudi di mata pelanggan.

B. Saran

1. Untuk Perusahaan Maxim

Hasil penelitian menunjukkan bahwa strategi komunikasi pengemudi Maxim di Kota Kediri sebagian besar terbentuk dari pengalaman pribadi tanpa standar pelatihan yang jelas. Oleh karena itu, perusahaan perlu memberikan pelatihan komunikasi interpersonal secara rutin dan sistematis, termasuk keterampilan membaca situasi pelanggan, menghadapi konflik, dan menjaga etika profesional. Selain itu, perusahaan disarankan memperkuat sistem evaluasi layanan berbasis umpan balik pelanggan berupa penilaian yang lebih transparan, sehingga pengemudi mendapatkan masukan yang konstruktif. Dengan adanya standar

komunikasi yang jelas, peluang untuk membentuk citra positif di masyarakat akan semakin besar dan konsistensi di semua level pengemudi.

2. Untuk Peneliti Selanjutnya

Penelitian ini masih terbatas pada cakupan Kota Kediri dengan jumlah informan yang relatif kecil. Untuk itu, penelitian berikutnya dapat dilakukan dengan cakupan yang lebih luas, misalnya membandingkan strategi komunikasi pengemudi Maxim di kota besar dan kota kecil, atau membandingkan antara Maxim dan platform ojek daring lainnya. Selain itu, penelitian lebih lanjut juga dapat mengeksplorasi peran teknologi, seperti penggunaan aplikasi, fitur komunikasi digital, dan media sosial, dalam membentuk citra baik pengemudi. Dengan demikian, penelitian lanjutan tidak hanya berfokus pada aspek interpersonal, tetapi juga dapat mengkaji integrasi komunikasi digital yang semakin dominan dalam layanan transportasi daring.