

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Berdasarkan pemaparan analisis pada bab IV, maka komunikasi interpersonal *driver online* PHC, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Pertama, Sikap keterbukaan, PHC pada sesama *driver online* cenderung lebih terbuka serta mendalam. Sikap Keterbukaan PHC pada pengguna jasa, terbuka namun tidak mendalam. Sikap keterbukaan PHC pada pihak perusahaan hampir sama dengan pengguna jasa.

Kedua, Empati PHC terhadap sesama *driver online* cenderung mendalam. Empati PHC terhadap pengguna jasa hanya sebatas formalitas tidak mendalam. Empati PHC pada pihak perusahaan juga hampir sama dengan pengguna jasa sebatas di permukaan.

Ketiga, Sikap mendukung PHC kepada sesama *driver online* lebih *all out* (sepenuhnya). Sikap mendukung PHC kepada pengguna jasa memiliki batasan. Sikap mendukung, PHC pada pihak perusahaan cenderung tidak terlihat.

Keempat, Sikap positif PHC terhadap sesama *driver online* adalah selalu berpikir positif. Sikap positif, PHC terhadap pengguna jasa selalu waspada dan berhati-hati. Sikap positif PHC pada perusahaan cenderung biasa saja hanya sebatas mitra kerja.

Kelima, Sikap kesetaraan PHC kepada sesama *driver online* dapat terlihat namun pada momen tertentu memiliki batasan. Kesetaraan PHC

terhadap pengguna jasa, memiliki batasan namun adakalanya bisa juga terlihat. Kesetaraan PHC sebagai *driver online* pada pihak perusahaan cenderung tidak terlihat sekalipun *driver online* tersebut merupakan mitranya kerjanya.

B. SARAN

Berdasarkan hasil analisis dan kesimpulan yang dipaparkan maka saran yang di sampaikan oleh peneliti adalah sebagai berikut:

1. Bagi PHC sebagai salah satu komunitas *driver online* yang ada di Yogyakarta, akan sangat baik apabila PHC dapat meningkatkan peran sebagai jembatan komunikasi antar anggota sehingga dapat menjadi wahana pembelajaran dan kerjasama bagi para anggota untuk meningkatkan pengetahuan, keterampilan dan sikap sebagai profesional.
2. Bagi pengguna jasa transportasi *online*. Dalam kondisi tertentu sikap kesetaraan perlu lebih didorong oleh empati sehingga pengguna jasa meskipun posisi tawarnya lebih tinggi, memiliki ekspektasi layanan yang wajar dan tidak berlebihan.
3. Bagi perusahaan penyedia layanan transportasi *online* diperlukan lebih banyak keterbukaan terutama terhadap mitra sehingga dapat meningkatkan kualitas komunikasi antar kedua pihak yang pada akhirnya berdampak pada hubungan kerjasama yang lebih saling menguntungkan lagi kedepannya.