

**Strategi Komunikasi Persuasif Driver Grab Dalam Menjaga Minat  
Pengguna Aplikasi Grab di Kota Medan**

***Grab Driver Persuasive Communication Strategy in Maintaining the Interest  
of Grab Application Users in Medan City***

**Muhammad Fadri**

Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sumatera Utara, Medan,  
Indonesia

Email: muhammadfadri31099@gmail.com

**ABSTRACT**

*The purpose of this study is to find out how the driver's persuasive communication strategy is to maintain the interest of grab application users in Medan City. The research method used in this research is qualitative. The informants in this study were Medan City Grab drivers and Grab application users in Medan City. The results of this study illustrate that persuasive communication that occurs between Grab drivers and customers is formed by an action. This is clearly shown by the actions of Grab drivers who are friendly, polite and do not disappoint customers. The factors that encourage customers to use the Grab application in the Medan City area include being very easy to access and very helpful for customers in terms of ordering food and traveling, and the rates offered are quite cheap with promos. Meanwhile, the inhibiting factor for Grab is the limited period of promos and long restaurants in preparing orders.*

**Keyword:** *Persuasive Communication, Grab Driver, Grab App Users, Grab*

**ABSTRAK**

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi persuasif pengemudi dalam menjaga minat pengguna aplikasi grab di Kota Medan. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Adapun narasumber dalam penelitian ini adalah driver Grab Kota Medan dan pengguna aplikasi Grab di Kota Medan. Hasil penelitian ini menggambarkan bahwa komunikasi persuasif yang terjadi antara pengemudi Grab dengan pelanggan terbentuk adanya suatu tindakan. Secara nyata ditunjukkan dengan tindakan pengemudi Grab yang ramah, sopan dan tidak mengecewakan pelanggan. Faktor-faktor pendorong pelanggan untuk menggunakan aplikasi Grab di wilayah Kota Medan antara lain adalah sangat mudah diakses dan sangat membantu pelanggan dalam hal pemesanan makanan maupun dalam hal bepergian, serta tarif yang ditawarkan lumayan murah dengan adanya promo. Sedangkan faktor penghambat bagi Grab adalah keterbatasannya jangka waktu promo dan resto yang lama dalam menyiapkan orderan.

**Kata Kunci:** Komunikasi Persuasif, Driver Grab, Pengguna Aplikasi Grab, Grab

## **Pendahuluan**

Komunikasi menjadi sesuatu hal yang penting bagi manusia. Manusia sebagai makhluk sosial yang tidak dapat berinteraksi dengan orang lain tanpa menggunakan komunikasi. Apabila komunikasi dilakukan dengan tidak benar maka hubungan manusia juga akan tidak baik. Sebagai makhluk sosial komunikasi menjadi hal yang penting dan wajib dilakukan dalam kehidupan. Komunikasi merupakan aktivitas yang selalu dilakukan oleh manusia saat berhubungan dengan manusia lain. Dalam proses komunikasi, manusia sangat mendambakan komunikasi yang lancar dan efektif, agar tidak terjadi kesalahpahaman. Komunikasi adalah jalur yang menghubungkan manusia didunia, sarana untuk menampilkan kesan, mengekspresikan diri, mempengaruhi orang lain dan mengorbankan diri kita sendiri (Rudianto, 2015).

Menurut (Barata 2017) dalam buku Dasar-dasar Pelayanan Prima, komunikasi persuasif adalah bentuk komunikasi yang dilakukan sebagai ajakan atau bujukan agar komunikan mau bertindak sesuai keinginan komunikator. Sementara itu, dikutip dari buku Strategi Branding: Teori dan Perspektif Komunikasi dalam Bisnis (Prasetyo and Febriani, 2020), Erwin P. Bettinghaus mendefinisikan komunikasi persuasif sebagai berikut: “Komunikasi persuasif adalah komunikasi yang dilakukan untuk mengubah konsep, ide atau gagasan, perilaku seseorang, serta hubungan kegiatan antara komunikator dan komunikan, agar pendengar dapat dipengaruhi tingkah lakunya dan penglihatannya”. Komunikasi verbal efektif mempunyai karakteristik jelas dan ringkas, perbendaharaan kata mudah dimengerti, mempunyai arti denotatif dan konotatif, intonasi mampu mempengaruhi pesan, kecepatan berbicara yang memiliki tempo dan jeda serta ada unsur humor (Hardiyanto and Pulungan, 2019).

Komunikasi persuasif pada prinsipnya sama dengan komunikasi pada umumnya. Bedanya, terletak pada maksud dan tujuan komunikatornya. Komunikasi persuasif bertujuan mempengaruhi sikap, bahkan perilaku komunikan. Persuasif sendiri didefinisikan sebagai perubahan sikap akibat paparan informasi dari orang lain (Widjaja, 2010). Seiring berkembangnya zaman, perkembangan teknologi pun semakin maju. Perkembangan teknologi yang semakin hari semakin berkembang dan semakin canggih yang terjadi pada semua kehidupan juga berdampak pada adanya keinginan mendapatkan jasa transportasi secara tepat dan mudah. Semua yang dibutuhkan pun akan dengan mudah didapatkan melalui internet yang membuat masyarakat melakukan transaksi online.

Jasa transportasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, dimana transportasi digunakan setiap orang untuk dapat memperlancar aktivitasnya sehari-hari. Saat ini, usaha dalam bidang transportasi umum menjadi salah satu prospek usaha yang menguntungkan

Komunikasi ini berkaitan dengan kegiatan komunikasi yang ditujukan untuk mencapai tujuan-tujuan perusahaan. Transportasi merupakan kebutuhan sehari-hari bagi masyarakat untuk memperlancar aktivitas dalam sehari-hari, karena dengan adanya transportasi dapat mengefektifkan pekerjaan dan membantu dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Ketergantungan masyarakat terhadap transportasi sangat tinggi, dengan alasan untuk mempersingkat waktu perjalanan. Adanya alasan tersebut maka hadir inovasi-inovasi terbaru di bidang transportasi, salah satu contohnya yaitu hadirnya perusahaan yang menyediakan transportasi *online* berbasis aplikasi.

Transportasi *online* yang saat ini sedang ramai sekali diminati oleh masyarakat salah satunya adalah Grab. Grab merupakan sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan pekerja di berbagai sektor informal di Indonesia. Grab bermitra dengan sekitar 5.000.000 pengemudi ojek yang berpengalaman dan terpercaya di Indonesia, untuk menyediakan berbagai macam layanan, termasuk transportasi dan pesan antar makanan. Kegiatan Grab bertumpu pada tiga nilai pokok yaitu kecepatan, inovasi, dan dampak sosial. Saat ini Grab telah resmi beroperasi di 125 kota besar di Indonesia, termasuk di Kota Medan. Sebagai salah satu Transportasi Online berbasis aplikasi, aplikasi Grab dapat diunduh di App Store dan Google Play. Dengan menggunakan aplikasi Grab, pelanggan dapat memesan Grab pengemudi untuk mengakses semua layanan yang ada. Grab memiliki keunggulan yang diantaranya adalah layanan transportasi, gaya hidup dan logistik di dalam satu aplikasi, transaksi mudah dan *cashless* dengan OVO, penyimpanan alamat tujuan dan GPS yang akurat untuk proses order yang lebih cepat, harga yang transparan sebelum konfirmasi pemesanan, memantau pengemudi dengan foto dan informasi kontak, serta sistem rating jasa untuk peningkatan layanan berkelanjutan. Grab merupakan fenomena baru didasari dengan Grab yang beroperasi di awal tahun 2015. Grab adalah perusahaan yang didirikan oleh Anthony Tan yang didirikan di Malaysia lalu berpusat di Singapura dan Indonesia, yang bertujuan untuk mengurangi pengangguran di Indonesia dan menjadi solusi kemacetan.

Cara kerja Grab yaitu menggunakan aplikasi yang terhubung dengan internet. Para pelanggan tidak perlu menunggu di pinggir jalan atau mendatangi ke pangkalan ojek, pemesanan melalui aplikasi. Permasalahan yang melatar belakangi penelitian ini adalah komunikasi yang baik merupakan syarat penting dalam sebuah komunikasi antar pribadi. Apalagi Grab merupakan jasa angkutan roda dua yang banyak diminati oleh masyarakat saat ini, karena dapat memperlancar kegiatan perjalanan mereka saat terkena macet. Grab juga tidak terlepas dari permasalahan yang

Article Submitted: Oktober 8th, 2022, Revised: November 10th, 2022, Accepted: November 18th, 2022  
ada, yang membuat menurunnya minat pengguna aplikasi di masyarakat kota medan. Faktor penghambat atau permasalahan driver Grab yang membuat menurunnya minat pengguna aplikasi ialah jangka waktu promo harga yang diberikan Grab tidak memberikan jangka waktu yang lama dan pada jam-jam tertentu sehingga promo tersebut susah dipakai oleh pengguna aplikasi Grab karena waktu promosi yang terlalu singkat, siapa cepat dia dapat.

Dalam hal memesan orderan *Grabfood* sering terjadi kendala kepada pengguna aplikasi, seperti halnya pada saat menunggu orderan pada waktu yang cukup lama sehingga customer merasa bosan dan menjadi nilai buruk kepada pengguna aplikasi. Lamanya menunggu orderan Grab Food yang diantarkan oleh *driver* Grab kepada customer (pengguna aplikasi Grab) terjadi kepada pihak resto yang sudah bekerja sama dengan Grab. Padahal standar lamanya menunggu orderan *Grabfood* paling lama 15 menit dari waktu pemesanan. Ada pun juga faktor pendorong bagi driver Grab untuk membantu menyelesaikan permasalahan yang ada, seperti adanya fitur foto pada kolom chat pada saat *customer* memesan orderan layanan Grab, dan pusat bantuan aplikasi Grab untuk menjawab kendala yang ada pada *driver* Grab dengan pengguna aplikasi Grab. Dari penjelasan latar belakang masalah diatas, maka penelitian dengan judul strategi komunikasi persuasif *driver* Grab dalam menjaga minat pengguna aplikasi Grab di Kota Medan penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana *driver* Grab dalam menjaga minat pengguna aplikasi terhadap strategi yang dilakukan. Dari permasalahan yang muncul diatas maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui strategi komunikasi persuasif *driver* Grab dalam menjaga minat pengguna aplikasi Grab di Kota Medan serta mengetahui faktor pendorong dan penghambat *driver* Grab dan pengguna aplikasi Grab.

### **Metode Penelitian**

Dalam penelitian ini jenis penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif yang menghasilkan data yang bersifat induktif. Metode penelitian kualitatif adalah metode penelitian untuk berlandaskan pada filsafat postpositivisme, digunakan meneliti pada kondisi objek yang alamiah, (sebagai lawannya adalah eksperimen) dimana peneliti adalah sebagai instrumen kunci, pengambilan sampel sumber data dilakukan secara *purposive* dan *snowbaal*, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2016). Narasumber dalam penelitian ini adalah driver Grab dan pengguna aplikasi Grab. Lokasi penelitian ini dilakukan di jalanan wilayah Kota Medan dan di tempat driver Grab mangkal atau tempat *driver* Grab menunggu orderan.

**Hasil Penelitian dan Pembahasan**

Kota Medan terdapat banyak aplikasi ojek *online* salah satunya Grab, yang membedakan Driver Grab dengan Driver online lainnya adalah atribut dan penampilan yang digunakan Driver Grab yang menjadikan sebuah tanda pengenalnya. Memakai jaket berwarna hijau bertulisan Grab di belakang badan, memakai helm berwarna hijau bertulisan Grab, memakai celana panjang serta menggunakan sepatu dan penampilan yang rapi merupakan gambaran umum *driver* Grab di Kota Medan. Memiliki badan yang wangi, kendaraan yang bersih dan sikap yang ramah menjadi daya tarik bagi pengguna aplikasi Grab untuk mengenal *driver* Grab di Kota Medan.

Driver Grab di Kota Medan memiliki jam kerja yang fleksibel, artinya bisa bekerja kapan saja, dimana saja dan pada waktu yang tidak ditentukan karena driver Grab adalah mitra bukan karyawan. Sepeda motor yang dipakai driver Grab tidak memiliki ciri khusus merek kendaraan tetapi memiliki tahun pembuatan kendaraan yang tinggi seperti 5 tahun kebawah dari tahun yang sekarang. Standar kecepatan berkendara driver Grab memiliki batas kecepatan maksimum yang sudah ditetapkan oleh peraturan Grab terhadap kecepatan driver Grab yaitu 60 km/jam. Pada awal tahun 2022, Grab baru meluncurkan jenis kendaraan sepeda motor listrik yang bernama *e-moto* di Kota Medan. Biaya sewa untuk memakai *Emoto driver* Grab harus membayar Rp 50.000 setiap harinya kepada perusahaan Grab di Kota Medan melalui dompet kredit yang ada di aplikasi *driver* Grab. *Emoto* memiliki beberapa layanan Grab seperti sama halnya dengan driver Grab yang menggunakan kendaraan yang biasa pada umumnya dan *Emoto* memiliki batas kecepatan berkendara yaitu 60 km/jam.

Pada masa pandemi COVID19 perusahaan Grab memberi himbuan kepada seluruh driver Grab di Indonesia termasuk di Kota Medan untuk menjaga dan menerapkan protokol kesehatan, seperti memakai masker, selalu membawa hand sanitizer, menjaga jarak dan memberi arahan yang sopan kepada customer apabila tidak menerapkan protokol kesehatan. Perusahaan Grab di Kota Medan juga menyediakan vaksin massal untuk seluruh driver Grab di Kota Medan dan memberikan sanksi atau teguran kepada driver yang belum di vaksin, hal ini membuat seluruh driver Grab di Kota Medan sudah di vaksin seluruhnya. Adapun strategi Komunikasi Persuasif Driver Grab Dalam Menjaga Minat Pengguna Aplikasi Grab di Kota Medan menggunakan konsep Teori AIDDA adalah salah satu model hirarki yang banyak digunakan dalam proses komunikasi, AIDDA digunakan agar terjadi efektivitas penyampaian pesan dengan cara menarik perhatian komunikan hingga memutuskan untuk melakukan tindakan yang diinginkan komunikator. berhasilnya komunikasi persuasif perlu dilaksanakan secara sistematis. Dalam komunikasi ada sebuah formula yang dapat

Dalam menangani permasalahan yang ada terhadap driver Grab untuk menjaga minat pengguna aplikasi Grab di Kota Medan, driver Grab menggunakan strategi komunikasi persuasif dengan menerapkan teori AIDDA. Seperti salah satu situasi atau permasalahan yang sering terjadi yaitu pelanggan menunggu terlalu lama pada saat mengorder orderan Grab Food, berikut strategi persuasif driver Grab dengan menerapkan teori AIDDA:

- 1) *Attention*: permasalahan ini juga menjadi perhatian dan pertanyaan bagi Driver dan pelanggan. Perhatiannya adalah pada saat Driver Grab memberikan penjelasan yang baik dan sopan mengenai permasalahan ini kepada customer atau pengguna aplikasi pada kolom chat pada aplikasi maupun secara langsung (tatap muka). Contoh: customer : “halo selamat siang pak, mengapa orderan saya terlalu lama ya siapnya ?” Driver: “ iya selamat siang bu, maaf terkait mengapa orderan ibu terlalu lama siapnya itu karena restoran tempat ibu memesan sedang terjadi antrian panjang dan ramai pengunjung,itu sebabnya orderan ibu lama disiapkan berdasarkan antrian. Setelah orderan ibu sudah siap saya akan berusaha mengantar nya secepatnya dengan hati-hati terimakasih.
- 2) *Interest*: minat yang terjadi dalam permasalahan ini pada drive yaitu adanya bukti pemberitahuan seperti ada pengiriman gambar atau foto di kolom chat aplikasi Driver sebagai alat bukti kepada customer hal ini menjadi sebuah minat Driver untuk menjelaskan situasi ini. Dan customer menjadi sabar menunggu karena adanya bukti mengapa orderan bisa lama disiapkan.
- 3) *Desire*: dalam permasalahan ini Driver ingin mencari apa yang diinginkan pelanggan. Contoh : pelanggan menginginkan agar orderannya cepat diantarkan ke tempatnya.
- 4) *Decision*: dalam permasalahan ini Driver memutuskan setelah orderan telah disiapkan oleh pihak resto *driver* akan melakukan pengantaran dengan cepat agar *customer* tidak menunggu lebih lama lagi. Sedangkan customer memutuskan untuk menunggu dengan sabar karena adanya penjelasan yang baik dan sopan dari Driver.
- 5) *Action*: setelah terjadinya interaksi komunikasi yang dilakukan oleh Driver (komunikator) dan customer (komunikan). Maka tercapailah tujuan komunikator atau tidak dengan adanya *Action* atau tindakan dan perbuatan nyata. Contoh: Driver mengantar orderan dengan cepat dan customer mau menunggu lama dengan sabar dan tidak marah kepada driver setelah pesannya telah diantarkan oleh driver.

Adapun faktor-faktor Pendorong dan penghambat pengemudi (*driver*) Grab dalam menjaga minat pengguna aplikasi Grab di Kota Medan antara lain:

- 1) Faktor Pendorong: Aplikasi Grab pelanggan sangat praktis dan mudah digunakan, hal ini sangat membantu dalam menjaga minat pengguna aplikasi Grab, dikarenakan masyarakat yang sekarang tidak menyukai hal yang ribet atau susah untuk dilakukan. Adanya promosi yang besar yang dikeluarkan dari pihak Grab kepada pelanggan yang membuat pengguna aplikasi tertarik menggunakan jasa layanan aplikasi Grab. Adanya fitur alat bukti di aplikasi Driver seperti pengiriman foto atau gambar yang membantu driver menyelesaikan salah satu masalah dilapangan kepada pelanggan. Jaminan tanggung jawab dari Grab terhadap pengguna aplikasi Grab apabila terjadi sesuatu yang tidak diinginkan seperti kecelakaan, pihak Grab akan memberikan tanggung jawab berupa biaya pengobatan dan pencairan dana buat korban kecelakaan.
- 2) Faktor Penghambat: Pihak restoran yang tidak siap ketika banyak orderan masuk, sehingga terjadi antrian panjang dan membuat pelanggan menunggu lama. Oknum driver Grab yang melanggar kode etik Grab terhadap pelanggan (pengguna aplikasi Grab), seperti perkataan yang tidak baik dan bertindak ceroboh. Jaringan internet Driver Grab yang tiba-tiba hilang, hal ini membuat Driver susah berkomunikasi melalui aplikasi atau pun tidak bisa menyelesaikan orderan, sehingga pelanggan (pengguna aplikasi Grab) salah paham dengan masalah yang sedang terjadi pada Driver Grab. Banyaknya aplikasi transportasi online selain Grab yang menjadikan pesaing Grab dalam menjaga minat pengguna aplikasi Grab. Jangka waktu promo yang diberikan Grab tidak memberikan jangka waktu lama, hal ini membuat para pengguna aplikasi kecewa karena masih banyak pengguna aplikasi yang belum dapat menggunakan promo.

Dari hasil penelitian yang telah diuraikan maka peneliti mengungkapkan bahwa faktor pendorong pengemudi (*driver*) Grab dalam menjaga minat pengguna aplikasi Grab, itu disebabkan oleh pihak Grab itu sendiri yang memberikan bantuan keterangan, solusi dan jawaban permasalahan untuk Driver Grab terhadap permasalahan di lapangan dan pelanggan, seperti adanya fitur pengiriman gambar atau foto sebagai alat bukti, promo yang diberikan Grab dan pusat bantuan apabila masalah belum juga terpecahkan. Ada juga faktor penghambat pengemudi (*driver*) Grab dalam menjaga minat pengguna aplikasi Grab. Peneliti memperoleh pemahaman faktor penghambat tersebut sering terjadi di segala aspek keadaan yang merugikan dan menghambat tercapainya tujuan Driver Grab. Yang dimaksud hambatan dari segala aspek keadaan adalah kejadian yang tidak kita

Article Submitted: Oktober 8th, 2022, Revised: November 10th, 2022, Accepted: November 18th, 2022  
sangka kedatangannya, seperti cuaca buruk, jaringan internet hilang, oknum Driver Grab yang melanggar kode etik, aplikasi transportasi lainnya, antrian panjang di resto, dan hambatan-hambatan lainnya.

## **Penutup**

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah dilakukan maka dapat disimpulkan, strategi komunikasi persuasif yang dilakukan driver Grab dalam menjaga minat pengguna aplikasi Grab di Kota Medan merupakan hal yang sangat positif yang berdampak pada kesejahteraan driver Grab di Kota Medan. Karena dampak besar terjadinya penurunan dan peningkatan minat pengguna aplikasi Grab di Kota Medan sebagian besar disebabkan baik buruknya perilaku dan cara komunikasi driver Grab. Pengguna aplikasi Grab atau pelanggan sangat nyaman dan terkesan dengan sikap ramah dan cara komunikasi yang baik yang dilakukan oleh driver Grab, hal ini bisa dilihat dari raut wajah pelanggan, pemberian uang tip dari customer dan pemberian rating tinggi seperti bintang lima. Setelah melakukan komunikasi persuasif yang baik dan benar dengan menerapkan teori AIDDA maka Driver Grab bisa mendapatkan hasil tujuan yang diinginkan seperti menjaga minat pengguna aplikasi Grab di Kota Medan. Faktor pendorong dan penghambat menjadi sebuah bantuan dan rintangan yang dilalui driver Grab dalam mencapai tujuannya. Hendaknya driver Grab di Kota Medan selalu menjunjung tinggi etika dan cara komunikasi yang baik dan berusaha melayani pelanggan dengan profesional, selalu menggunakan teknik komunikasi informatif, persuasif dan koersif kepada pelanggan agar interaksi yang terjadi akan memberikan hal yang baik, serta Driver akan mendapatkan penilaian yang tinggi dan pelanggan akan mendapatkan pelayanan yang memuaskan. Dan kepada PT. Grab Indonesia untuk selalu memperhatikan para mitranya agar tidak melanggar kode etik lebih banyak lagi dan memberikan dorongan positif kepada driver Grab agar giat dalam bekerja.

## **Ucapan Terima Kasih**

Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh pihak yang telah membantu dan mendukung penulis selama proses penelitian ini berlangsung sampai dengan terbitnya publikasi atas hasil penelitian ini.

**Daftar Pustaka**

- Barata, Atep Adya. 2017. *Dasar-Dasar Pelayanan Prima*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo.
- Hardiyanto, Sigit, and Darmansyah Pulungan. 2019. "Komunikasi Efektif Sebagai Upaya Penanggulangan Bencana Alam Di Kota Padangsidempuan." *Jurnal Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi* 3(1): 30–39.
- Prasetyo, Bambang D., and Nufian S. Febriani. 2020. *Strategi Branding: Teori Dan Perspektif Komunikasi Dalam Bisnis*. Malang: UB Press.
- Rachmat, Jalaluddin. 2008. *Pendekatan Praktis*. Bandung: Rosdakarya.
- Rudianto. 2015. "Komunikasi Dalam Penanggulangan Bencana." *Jurnal Simbolika* 1(1): 51–61.
- Sugiyono. 2016. *Memahami Penelitian Kualitatif*. Bandung: Alfabeta.
- Widjaja, H.A.W. 2010. *Komunikasi Dan Hubungan Masyarakat*. Jakarta: Bumi Aksara