

**POLA KOMUNIKASI ANTARA PENGGUNA APLIKASI NEBENGERS 2.0**  
**(STUDI ETNOGRAFI VIRTUAL PADA PENGGUNA APLIKASI NEBENGERS 2.0**  
**DI BANDUNG)**

Amirah Bilqis<sup>1</sup>, Martha Tri Lestari, S.Sos., MM<sup>2</sup>, Indra N. A. Pamungkas, SS., Msi<sup>3</sup>

Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom  
Jalan Telekomunikasi Terusan Buah Batu, Bandung, Jawa Barat 40257  
bilqisamirah@gmail.com<sup>1</sup>, indra.imi28@gmail.com<sup>2</sup>, martha.djamil@gmail.com<sup>3</sup>

Abstrak

Transportasi darat yang selama ini menjadi bagian penting dari berbagai aspek dalam suatu wilayah dirasa masih mengalami banyak permasalahan, seperti kemacetan lalu lintas serta harga bensin dan tol yang terus menanjak. Berbagai cara disebut dapat menjadi solusi bagi permasalahan ini, salah satunya yakni dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang memunculkan banyak aplikasi berbasis transportasi. Contoh dari aplikasi ini yaitu Nebengers 2.0. Secara lebih lengkap, Nebengers 2.0 merupakan media pertemuan antara pemberi dan pencari tumpangan yang didirikan atas kesadaran untuk ikut serta mengurangi kemacetan. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, terdapat beberapa tahapan khusus yang harus dilakukan pengguna saat melakukan proses *encoding* dan *decoding* dalam aplikasi Nebengers 2.0. Proses *encoding* dan *decoding* oleh pengguna dilakukan dalam bentuk mengirim posting dan menanggapi posting. Pengguna aplikasi Nebengers 2.0 dapat menyampaikan pesannya melalui dua bentuk, yakni pesan verbal dan non verbal. Pesan verbal ditunjukkan melalui isi posting, kolom komentar, dan *review* sedangkan pesan non verbal ditunjukkan melalui foto profil, *rating*, dan *badges*. Dilihat dari isi pesannya, terdapat beberapa istilah khusus yang digunakan oleh pengguna aplikasi Nebengers 2.0 dan tidak dipakai pada komunitas lain. Selain itu, diketahui pula adanya beberapa motif serupa yang melatarbelakangi informan dalam melakukan proses komunikasi.

Kata Kunci: Pola Komunikasi, Transportasi, Aplikasi

Abstract

Ground transportation which has been vital part of various aspects in a region still face many problems, such as traffic jam and also tolls & gasoline prices that steadily increasing. Various ways are called to be solution for this problem, one of them is the rapid development of information and communication technology that brings out many transportation-based application. The example of this application is Nebengers 2.0. More fully, Nebengers 2.0 is a media that unite the people who give and search a hitchhike. This media was established on a desire to reduce the traffic congestion. Based on the research that has been done, there are some stages that should be made by the users when they will do encoding and decoding process. The process of encoding and decoding by the user is done in sending the posts and responding to posts. Nebengers 2.0 application users can deliver their messages through the two forms, verbal and non-verbal messages. Verbal message shown through the post content, comment, and reviews while the non-verbal message is shown through profile photo, rating, and badges. There are also some special terms/words that used by only Nebengers 2.0 application's users. Beside that, it is known that there are some similar motives which made the informants do communication process.

Keyword: Communication Patterns, Transportation, Application

## 1. Pendahuluan

### 1.1 Latar Belakang

Transportasi merupakan suatu aspek yang memiliki peran penting dalam menunjang berbagai kegiatan di sebuah wilayah. Transportasi yang berfungsi sebagaimana mestinya akan mempermudah dan meningkatkan mobilitas masyarakat, barang, atau jasa yang tentu saja berimbas pada berbagai sektor seperti ekonomi, industri, perdagangan, pendidikan, maupun pariwisata. Secara umum, transportasi dapat dikelompokkan menjadi tiga macam, yakni transportasi udara, laut, dan darat. Dari beberapa kelompok transportasi tersebut, transportasi darat merupakan salah satu yang paling vital dan digunakan oleh hampir seluruh masyarakat dari berbagai kalangan. Sayangnya, masih banyak permasalahan yang ditemui masyarakat dalam menggunakan transportasi darat ini, seperti kemacetan lalu lintas dan harga bensin serta tol yang terus menanjak. Salah satu cara yang disebut dapat menjadi solusi bagi permasalahan ini ialah dengan menggunakan transportasi umum. Namun sekali lagi, Negara kita dirasa belum mampu menyediakan transportasi umum yang mudah, aman, dan nyaman.

Semakin pesatnya perkembangan teknologi khususnya teknologi informasi dan komunikasi dirasa turut andil dalam memberikan solusi bagi kondisi transportasi secara global. Salah satunya dapat dilihat melalui munculnya berbagai macam aplikasi transportasi yang secara tidak langsung membantu menyelesaikan masalah yang seringkali terjadi. Contoh dari aplikasi ini yaitu Nebengers 2.0.

Nebengers 2.0 merupakan sebuah media pertemuan antara pemberi dan pencari tumpangan yang didirikan oleh tiga orang anak bangsa, yakni Andreas Swasti, Maria Stefany, dan Putri Sentanu pada tanggal 7 Desember 2011. Dilatarbelakangi oleh kesadaran untuk ikut serta mengurai kemacetan, Nebengers kemudian berkembang menjadi sebuah komunitas yang hadir dan memperluas jaringannya. Hingga saat ini, pengguna Nebengers telah tersebar di beberapa kota di Indonesia seperti Jabodetabek, Bandung, Bali, Surabaya, Malang, Medan, hingga Makassar. Tidak hanya itu, Nebengers juga telah berhasil menjaring lebih dari 88 ribu *followers* twitter dan 10 ribu pengunduh aplikasi yang setiap harinya saling membantu dengan cara menawarkan jok kosong kepada para pencari tebengan yang kebetulan memiliki tujuan yang sama (*sumber: Playstore & Twitter, data per tanggal 26 November 2015*). Nebengers juga menyediakan ruang bagi siapa saja yang ingin *share taxi*, dimana hal ini tentu akan meringankan beban karena ongkos taxi yang bisa ditanggung bersama-sama.

Ide yang menarik, tingginya kepedulian terhadap masalah sosial serta cara *networking* yang unik melalui aplikasi *mobile* dan media sosial membuat komunitas ini memiliki nilai lebih dimata masyarakat. Di lain sisi, pemberi dan pencari tumpangan juga sebenarnya diuntungkan karena bisa menambah relasi dan saling bertukar pikiran dengan orang-orang baru. Selain itu, kegiatan menerjang kemacetan yang dulu membosankan juga akan terasa lebih menyenangkan. Keuntungan secara finansial juga dapat dirasakan terutama jika pemberi dan pencari tumpangan berniat untuk melakukan perjalanan jarak jauh. Pemberi tumpangan dapat menghemat biaya bensin dan tol, sementara pencari tumpangan dapat bepergian menggunakan kendaraan yang lebih nyaman dibanding transportasi umum dengan biaya yang relatif lebih murah. Dengan adanya Nebengers, media sosial tidak hanya digunakan sebagai tempat mengeluh soal kemacetan dan transportasi yang buruk, tetapi juga memberikan ruang bagi solusinya. Beberapa alasan diatas membuat penulis tertarik untuk meneliti tentang 'Pola Komunikasi Antara Pengguna Aplikasi Nebengers 2.0 (Studi Etnografi Virtual Pada Pengguna Aplikasi Nebengers 2.0 di Bandung)'.<sup>1</sup>

### 1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang diatas, peneliti ingin mengetahui pola komunikasi yang terjadi antara pengguna aplikasi Nebengers 2.0 dengan secara lebih rinci menganalisis mengenai proses komunikasi dan motif yang melatarbelakanginya.

### 1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui proses komunikasi yang terjadi antara pengguna aplikasi Nebengers 2.0 serta motif yang melatarbelakanginya.

## 2. Tinjauan Teori dan Metode Penelitian

### 2.1 Tinjauan Teori

#### 2.1.1 Konsep Komunikasi

Arti komunikasi menurut Hovland dalam Mulyana (2001:62) adalah suatu proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikan). Mulyana (2001:42) juga menyatakan definisi komunikasi menurut Bernard Berelson dan Gary A. Steiner yakni komunikasi sebagai transmisi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses itulah yang biasanya disebut komunikasi.

#### 2.1.2 Pola Komunikasi

Pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami (Djamarah, 2004:1).

#### 2.1.3 Proses Komunikasi

Rusady mengartikan proses komunikasi sebagai 'transfer informasi' atau pesan-pesan (*message*) dari pengirim pesan sebagai komunikator dan kepada penerima pesan sebagai komunikan, dan dalam proses komunikasi tersebut bertujuan untuk mencapai saling pengertian (*mutual understanding*) antar kedua belah pihak (Ruslan, 2003:69).

#### 2.1.4 Motif

Secara lebih rinci, motif didefinisikan sebagai sebuah konstruksi yang mewakili kekuatan batin yang tidak teramati, dimana hal ini seringkali merangsang dan mendorong respon perilaku kemudian memberikan arahan khusus bagi respon tersebut. Motif merupakan alasan mengapa seseorang melakukan sesuatu atau melakukan proses perilaku (Hawkins, 2007:364).

#### 2.1.5 Teori New Media

*New media* didefinisikan sebagai produk dari komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama dengan komputer digital (Creeber dan Martin, 2009). Definisi lain menyebutkan bahwa *new media* adalah media yang di dalamnya terdiri dari gabungan berbagai elemen. Itu artinya terdapat konvergensi media di dalamnya, dimana beberapa media dijadikan satu (Lievrouw, 2011).

#### 2.1.6 Media Sosial

John Jantsch, penulis dari blog "*Duct Tape Marketing*" dalam Pavlik dan McIntosh (2011:253) mendefinisikan media sosial sebagai penggunaan teknologi yang dikombinasikan dengan interaksi sosial untuk menciptakan sebuah nilai.

## 2.2 Metode Penelitian

Berdasarkan permasalahan yang diteliti oleh penulis maka penelitian ini termasuk dalam jenis penelitian kualitatif. Meolong dalam Herdiansyah (2012:9) menjelaskan bahwa penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain sebagainya. Sedangkan Creswell, J.W. dalam bukunya yang berjudul: "*Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches.*" Sage Publications, 1994, mengartikan penelitian kualitatif sebagai suatu proses penelitian untuk memahami masalah-masalah manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran menyeluruh dan kompleks yang disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari para sumber informasi, serta dilakukan dalam latar (*setting*) yang alamiah.

Dalam penelitian ini, paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivisme. Ardianto dan Bambang (2008:151) berpendapat bahwa konstruktivisme menolak pandangan positivisme yang memisahkan subjek dan objek komunikasi.

Subjek penelitian ini yaitu para pengguna aplikasi Nebengers 2.0. Peneliti memilih para pengguna yang aktif dan memahami seluk beluk serta cara penggunaan aplikasi Nebengers 2.0 karena dianggap dapat memberikan informasi yang lebih akurat mengenai pertanyaan-pertanyaan yang diajukan. Sedangkan objek

penelitian yakni pola komunikasi yang terjadi antara para pengguna aplikasi Nebengers 2.0. Dalam mengetahui pola komunikasinya, peneliti berusaha menganalisis melalui proses komunikasi, serta motif yang melatarbelakangi proses komunikasi. Dalam menggali informasi, peneliti melakukan wawancara dan observasi dua tahap, yakni secara online dan offline.

### 3. Hasil dan Pembahasan

Nebengers 2.0 merupakan sebuah media yang mempertemukan antara pencari dan pemberi tumpangan yang berbentuk aplikasi dan dapat diunduh oleh semua jenis *platform*, seperti Android, Blackberry, maupun iOS. Hadir dan berkembangnya Nebengers dilatarbelakangi oleh adanya kesamaan tujuan, yakni ikut serta memberikan solusi bagi masalah transportasi khususnya kemacetan. Dilihat dari alasan yang melatarbelakanginya, Nebengers dapat dikategorikan sebagai komunitas atau kelompok sosial. Menurut Soerjono Soekanto (2006:104), kelompok sosial atau *social group* merupakan himpunan atau kesatuan manusia yang hidup bersama, karena adanya hubungan di antara mereka. Hubungan tersebut antara lain menyangkut hubungan timbal balik yang saling mempengaruhi dan juga suatu kesadaran untuk saling menolong.

Dalam penelitian ini, peneliti fokus pada proses komunikasi dan motif yang melatarbelakangi pengguna dalam melakukan proses komunikasi. Dari hasil wawancara dua tahap yakni online dan offline, dapat disimpulkan bahwa secara umum pengguna aplikasi Nebengers 2.0 melakukan tahapan yang sama saat akan mengirimkan pesan dalam bentuk posting atau melakukan proses *encoding*. Adanya proses *encoding* oleh komunikator tentu tidak lepas dari proses *decoding*. Dari data yang telah terkumpul melalui wawancara online dan offline, dapat diketahui bahwa pengguna aplikasi Nebengers 2.0 juga melakukan tahapan tertentu saat akan menanggapi posting dari komunikator atau melakukan proses *decoding*.

Seperti yang dikemukakan oleh Effendy (2009:11), seseorang yang berperan sebagai komunikator akan memformulasikan pikiran dan/atau pesannya ke dalam lambang yang diperkirakan akan dimengerti oleh komunikan. Formulasi dari pikiran atau perasaan komunikator ini berupa sebuah pesan yang ditransmisikan. Pesan ini dapat berupa pesan verbal atau nonverbal, maupun gabungan keduanya. Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, diketahui bahwa pengguna dapat menyampaikan pesannya ke dalam dua bentuk (verbal dan non verbal) melalui aplikasi Nebengers 2.0. Pesan verbal dikirimkan melalui isi posting, komentar, dan *review*, sedangkan pesan non verbal disampaikan melalui foto profil, *rating*, serta *badges*. Dilihat dari isi pesannya, pengguna aplikasi Nebengers 2.0 juga memakai istilah khusus saat melakukan proses komunikasi. Beberapa istilah tersebut yakni #BeriTebengan, #CariTebengan, Share, Postrut, Jodoh Nebeng, serta Transaksi.

Fokus penelitian lain yang ingin diketahui oleh peneliti yakni motif yang melatarbelakangi pengguna dalam melakukan proses komunikasi. Hasil wawancara dua tahap yang dilakukan pada kelima informan menunjukkan adanya motif yang serupa, yakni ikut serta memberikan solusi bagi kemacetan, menemukan teman bicara saat di jalan, menambah relasi dan jaringan, menemukan rekan bisnis baru, membantu sesama, serta menambah wawasan dan pengetahuan. Berdasarkan teori yang telah disebutkan sebelumnya, dapat diketahui bahwa motif-motif ini termasuk dalam motif sosiogenis. Rakhmat (2009:37) menyatakan motif sosiogenis merupakan motif sekunder, yang berarti seseorang yang tidak memenuhi kebutuhan ini akan tetap bisa melangsungkan hidup, namun terjadi banyak perubahan perilaku. Motif sosiogenis merupakan dorongan yang timbul akibat adanya kebutuhan-kebutuhan dalam hal sosial, interaksi dan pemenuhan diri.

### 5. Kesimpulan

Setelah melakukan analisis data yang didapat dari proses wawancara dan observasi, berikut merupakan kesimpulan yang dapat ditarik dari penelitian yang berjudul Pola Komunikasi Antara Pengguna Aplikasi Nebengers 2.0 (Studi Etnografi Virtual pada Pengguna Aplikasi Nebengers 2.0 di Bandung):

1. Proses komunikasi yang terjadi antara pengguna aplikasi Nebengers 2.0 tentu tidak lepas dari adanya *encoding*, pesan (*message*) dan *decoding*. Berdasarkan data hasil wawancara dan observasi, dapat disimpulkan bahwa terdapat beberapa tahapan yang harus dilakukan saat pengguna akan melakukan proses *encoding* maupun *decoding*. Proses *encoding* dan *decoding* oleh pengguna dilakukan dalam bentuk mengirim posting dan menanggapi posting. Pengguna aplikasi Nebengers 2.0 dapat menyampaikan pesannya melalui dua bentuk, yakni pesan verbal dan non verbal. Pesan verbal ditunjukkan melalui isi posting, kolom komentar, dan *review* sedangkan pesan non verbal ditunjukkan melalui foto profil, *rating*, dan *badges*. Dilihat dari isi pesannya, terdapat beberapa istilah khusus yang digunakan oleh pengguna aplikasi Nebengers 2.0 dan tidak dipakai pada komunitas lain.
2. Terdapat beberapa motif serupa yang melatarbelakangi informan dalam melakukan proses komunikasi. Keseluruhan motif ini termasuk dalam motif sosiogenis.

**Daftar Pustaka**

- [1] Ardianto, Elvinaro & Bambang Q. Anees. 2008. *Filsafat Ilmu Komunikasi*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [2] Creeber, Glen & Royston Martin. 2009. *Digital Culture, Understanding New Media*. New York: Open University Press.
- [3] Cresswell, J.W. 1994. *Research Design: Qualitative and Quantitative Approaches*. London: SAGE Publications.
- [4] Djamarah, Syaiful Bahri. 2004. *Pola Komunikasi Orang Tua dan Anak dalam Keluarga*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- [5] Effendy, Onong Uchjana. 2009. *Human Relations & Public Relations*. Bandung: Mandar Maju.
- [6] Hawkins, Del I., David L. Mothersbaugh, & Roger J. Best. 2007. *Consumer Behavior: Building Marketing Strategy*. New York: The McGraw-Hill Companies.
- [7] Herdiansyah, Haris. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- [8] Lievrouw, Leah A. 2011. *Alternative and Activist New Media, Digital Media and Society Series*. USA: Polity Press.
- [9] Mulyana, Deddy. 2001. *Ilmu Komunikasi, Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- [10] Pavlik, John V. & Shawn McIntosh. 2011. *Converging Media*. New York: Oxford University Press
- [11] Rakhmat, Jalaluddin. 2009. *Psikologi Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosda Karya.
- [12] Ruslan, Rosady. 2003. *Metode Penelitian: Public Relations dan Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- [13] Soekanto, Soerjono. 2006. *Sosiologi Suatu Pengantar*. PT. Raja Grafindo Persada, Jakarta