

## ABSTRAK

**Hikma Salzabilah, Komunikai Interpersonal antara *Driver* GrabBike dan Pelanggan (Studi pada *Driver* dan Pelanggan GrabBike di Kota Makassar). (Pembimbing I Dr. Muhammad Yahya, M.Si. dan Indah Pratiwi M, S.Sos., M.A)**

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis komunikasi interpersonal antara *driver* GrabBike dan pelanggan di Kota Makassar dengan menggunakan lima indikator yaitu keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), dukungan (*supportiveness*), rasa positif (*positiveness*), kesetaraan (*equality*). Dengan pendekatan kualitatif, dan data-data dikumpulkan melalui observasi, dokumentasi, serta wawancara secara mendalam bersama enam informan yaitu tiga orang *driver* GrabBike dan tiga orang pelanggan. Temuan penelitian menunjukkan bahwa 1) Keterbukaan informasi lebih mendominasi dari pihak *driver*, sementara pelanggan lebih tertutup dalam berbagi informasi pribadinya. 2) Empati ditunjukkan melalui tindakan nyata dan terbatas. 3) Dukungan yang diberikan oleh *Driver* kepada pelanggan ditunjukkan pada situasi-situasi tertentu yang membutuhkan. 4) Sikap positif ditunjukkan melalui sikap sopan, menghormati dan menghargai orang lain serta ramah selama proses pelayanan. 5) Kesetaraan dalam komunikasi ditunjukkan melalui hubungan saling menghormati khususnya pada perbedaan usia. Kesimpulan dari penelitian ini yaitu komunikasi interpersonal antara *driver* dan pelanggan GrabBike di Kota Makassar dibentuk dari interaksi yang responsif, menghargai, dan bermanfaat bagi *driver* dan pelanggan.

**Kata Kunci:** Komunikasi Intepersonal, *Driver* Grabbike, Pelanggan, Layanan Transportasi Online.

## ABSTRACT

***Hikma Salzabilah, Interpersonal Communication between GrabBike Drivers and Customers (Case Study of GrabBike Drivers and Customers in Makassar City). (Supervisors: Dr. Muhammad Yahya, M.Si. and Indah Pratiwi M, S.Sos., M.A)***

*This study aims to analyze interpersonal communication between GrabBike drivers and customers in Makassar City using five indicators, namely openness, empathy, supportiveness, positiveness, and equality. Using a qualitative approach, data were collected through observation, documentation, and in-depth interviews with six informants, namely three GrabBike drivers and three customers. The findings show that 1) drivers are more open in sharing information, while customers are more closed in sharing their personal information. 2) Empathy is shown through concrete actions and is limited. 3) Drivers provide support to customers in certain situations where it is needed. 4) A positive attitude is shown through politeness, respect, and appreciation for others, as well as friendliness during the service process. 5) Equality in communication is demonstrated through mutual respect, particularly regarding age differences. The conclusion of this study is that interpersonal communication between GrabBike drivers and customers in Makassar City is formed through responsive, respectful, and beneficial interactions for both drivers and customers.*

***Keywords:*** *Interpersonal Communication, GrabBike Drivers, Customers, Online Transportation Services.*