



**STUDI ETNOGRAFI KOMUNIKASI PENGGUNAAN BAHASA
VERBAL PADA KOMUNITAS OJEK *ONLINE*
(KOMUNITAS GOJEK JAKARTA SELATAN)**

SKRIPSI

Diajukan Oleh

Nama : Alfitransyah

NIM : 1506015011

Peminatan : Humas



**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA
JAKARTA, 2019**

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

PERNYATAAN BUKAN PLAGIAT

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Alfitransyah
Nim : 1506015011
Program studi : Ilmu Komunikasi
Peminataan : Humas
Judul : Studi Etnografi Penggunaan Bahasa Verbal Pada Komunitas Ojek *Online* (Komunitas Gojek Jakarta Selatan)

Demi Allah SWT, dengan ini saya menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi dengan judul tersebut di atas adalah benar-benar hasil penelitian saya dan BUKAN PLAGIAT. Apabila di kemudian hari terbukti skripsi saya ini PLAGIAT, maka saya bersedia menerima sanksi akademik berupa dibatalkannya hasil ujian skripsi saya dan atau dicabutnya gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan dapat dipertanggungjawabkan untuk dipergunakan sebagaimana mestinya.

Jakarta, November 2019

Yang menyatakan



Tanda tangan

Alfitransyah

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PERSETUJUAN SKRIPSI

Judul : Studi Etnografi Komunikasi Penggunaan Bahasa Verbal Pada Komunitas Ojek *Online* (Komunitas Gojek Jakarta Selatan)
Nama : Alfitransyah
Nim : 1506015011
Program studi : Ilmu Komunikasi
Peminataan : Humas

Telah diperiksa dan disetujui

Untuk mengikuti ujian skripsi oleh:

Pembimbing I

Pembimbing II

Dra. Tellys Corliana, M.Hum.

Tanggal : 8 - 11 - 2019

Dr. Sri Mustika, M.Si.

Tanggal : 8 / 11 . 2019

PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS MUHAMMADIYAH PROF. DR. HAMKA

LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI

Judul : Studi Etnografi Komunikasi Penggunaan Bahasa Verbal Pada Komunitas Ojek *Online* (Komunitas Gojek Jakarta Selatan)
Nama : Alfitransyah
NIM : 1506015011
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Peminatan : Humas

Telah dipertahankan di hadapan penguji pada sidang skripsi yang dilaksanakan pada hari Sabtu, tanggal 16 November 2019, dan dinyatakan LULUS.

Farida Hariyati, S.I.P., M.I.Kom.
Penguji I
Tanggal :17-12-2019.....

Rifma Ghulam Dzaljad, S.Ag., M.Si.
Penguji II
Tanggal :16-12-2019.....

Dra. Tellys Corliana, M.Hum.
Pembimbing I
Tanggal :19-12-2019.....

Dr. Sri Mustika, M.Si.
Pembimbing II
Tanggal :19-12-2019.....

Mengetahui,
Dekan

Dra. Tellys Corliana, M.Hum.

ABSTRAK

Judul	: Studi Etnografi Komunikasi Penggunaan Bahasa Verbal Pada Komunitas Ojek <i>Online</i> (Komunitas Gojek Jakarta Selatan)
Nama	: Alfitransyah
Nim	: 1506015011
Program studi	: Ilmu Komunikasi
Peminatan	: Humas
Halaman	: 117+ xiii halaman + 18 buku + 2 skripsi + 6 lampiran

Komunitas ojek *online* adalah komunitas yang terbentuk karena adanya rasa kebersamaan antara para pengemudi ojek *online*. Rasa kebersamaan ini muncul dalam obrolan sehari-hari. Hal ini lah yang melatarbelakangi munculnya bahasa. Komunitas ojek *online* ini memiliki bahasa yang hanya dimengerti oleh mereka. Tujuan penelitian ini adalah untuk memahami bagaimana bentuk – bentuk, pola pembentukan serta penggunaan bahasa verbal yang ada pada komunitas ojek *online* ini.

Penelitian ini menggunakan paradigma konstruktivisme. Fokus penelitiannya adalah komunitas. Teori yang digunakan adalah *speech code theory*. Teori ini berusaha menjawab tentang keberadaan kode berbicara dalam komunitas ojek *online* yang memiliki ciri khas yang membedakannya dengan kelompok lain.

Pendekatan penelitian adalah kualitatif, jenis penelitian deskriptif dan menggunakan metode etnografi komunikasi. Teknik pengumpulan data observasi partisipan, wawancara mendalam, dan studi dokumentasi.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa komunitas ojek *online* dalam obrolan sehari-hari memiliki bahasa komunitas yang hanya dipahami oleh sesama pengemudi ojek *online*. Hal ini mempermudah untuk berkomunikasi, sehingga menjadi efektif. Bahasa itu sering digunakan dan bertahan selama komunitas itu masih ada. Dalam membuat bahasa, komunitas ojek *online* membuatnya dengan bermakna kreatif, inovatif, dan mempunyai nilai motivasi.

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi perkembangan ilmu komunikasi terutama mengenai bagaimana sebuah komunitas memiliki bahasa dan budaya sendiri, diharapkan berguna bagi para pengemudi dan penumpang ojek online agar tidak terjadi kesalahpahaman.

Kata kunci : Etnografi komunikasi, Komunitas Ojek *Online*, Bahasa.

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL (COVER)	i
LEMBAR PERNYATAAN	ii
LEMBAR PERSETUJUAN	iii
LEMBAR PENGESAHAN	iv
ABSTRAK	v
KATA PENGANTAR.....	vi
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL	xii
DAFTAR GAMBAR.....	xiii
BAB I PENDAHULUAN	
1.1. Latar Belakang	1
1.2. Rumusan Masalah	6
1.3. Pembatasan Masalah	7
1.4. Tujuan Penelitian	7
1.5. Kontribusi Penelitian	
1.5.1 Kontribusi Akademis.....	7
1.5.2 Kontribusi Metodologis.....	8
1.5.3 Kontribusi Praktis	8
1.5.4 Kontribusi Sosial	8
1.6 Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian.....	8
1.7 Sistematika Penulisan	8
BAB II LANDASAN PEMIKIRAN	
2.1. Kajian Penelitian Terdahulu	11

2.2. Paradigma Konstruktivisme	13
2.3. Komunikasi	
2.3.1. Hakekat Komunikasi	15
2.3.2. Pengertian Komunikasi	16
2.3.3. Model Komunikasi Tubbs	17
2.3.4. Fungsi Komunikasi	20
2.3.5. Elemen Komunikasi	22
2.3.6. Konteks Komunikasi	24
2.4. Komunikasi Kelompok	
2.4.1. Definisi Komunikasi Kelompok.....	27
2.4.2. Proses-proses Komunikasi Kelompok	28
2.4.3. Karakteristik Komunikasi Kelompok.....	31
2.4.4. Fungsi Komunikasi Kelompok.....	33
2.4.5. Tipe Kelompok.....	35
2.5. Budaya Kelompok.....	36
2.6. Budaya dan Komunikasi	37
2.7. Komunitas	38
2.8. Bahasa	39
2.8.1. Fungsi Bahasa	39
2.8.2. Ciri-ciri Bahasa	40
2.9. Bahasa Verbal	45
2.10. Alih Kode dan Campur Kode.....	47
2.10.1. Alih Kode	48
2.10.2. Campur Kode	50

2.11. <i>Speech Code Theory</i>	51
2.12. Etnografi Komunikasi	55

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

3.1. Pendekatan, Jenis, dan Metode Penelitian	
3.1.1. Pendekatan Penelitian	60
3.1.2. Metode Penelitian.....	61
3.1.3. Jenis Penelitian	61
3.2. Penentuan Informan	61
3.3. Teknik Pengumpulan Data	63
3.4. Teknik Analisis Data	64
3.5. Waktu dan Lokasi Penelitian.....	66
3.6. Bagan Alur Penelitian	67

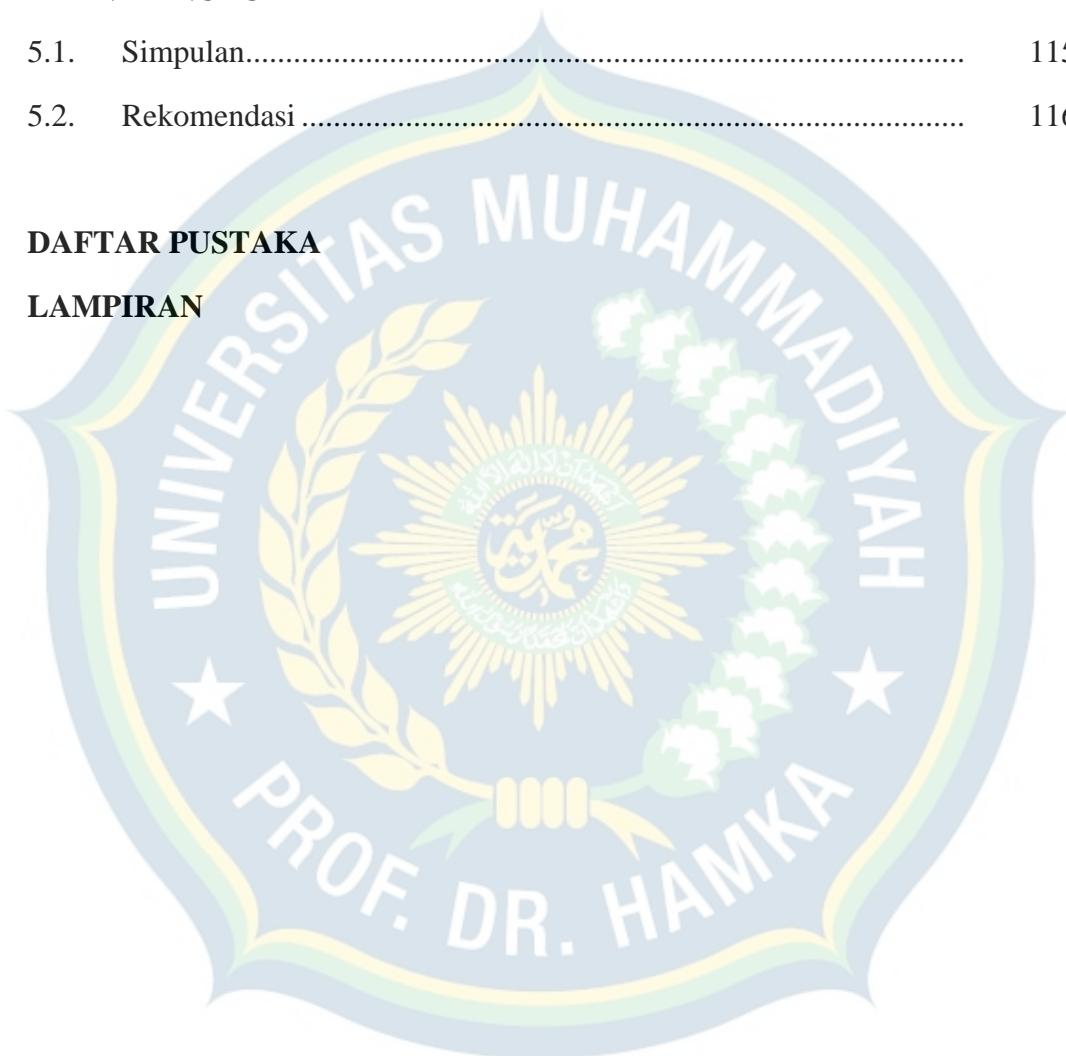
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

4.1. Deskripsi Subjek Penelitian	68
4.1.1. Wilayah <i>Basecamp Terbesar Di Jakarta Selatan</i>	70
4.1.2. Penentuan Informan	70
4.2. Hasil Penelitian	71
4.2.1. Bentuk-Bentuk Bahasa Verbal Pada Ojek <i>Online</i>	72
4.2.2. Pola Pembentukan Bahasa – Bahasa Verbal Pada Komunitas Ojek <i>Online</i>	82
4.2.3. Skema Pola Pembentukan Kata	108
4.3. Pembahasan	
4.3.1. Kaitan Etnografi Komunikasi dengan Bahasa Komunitas Ojek <i>Online</i>	109

4.3.2. <i>Speech Code Theory</i> (Teori Kode Bicara) dengan Komunitas Ojek <i>Online</i>	111
4.3.3. Fungsi Bahasa Dalam Komunitas	113
BAB V PENUTUP	
5.1. Simpulan.....	115
5.2. Rekomendasi	116

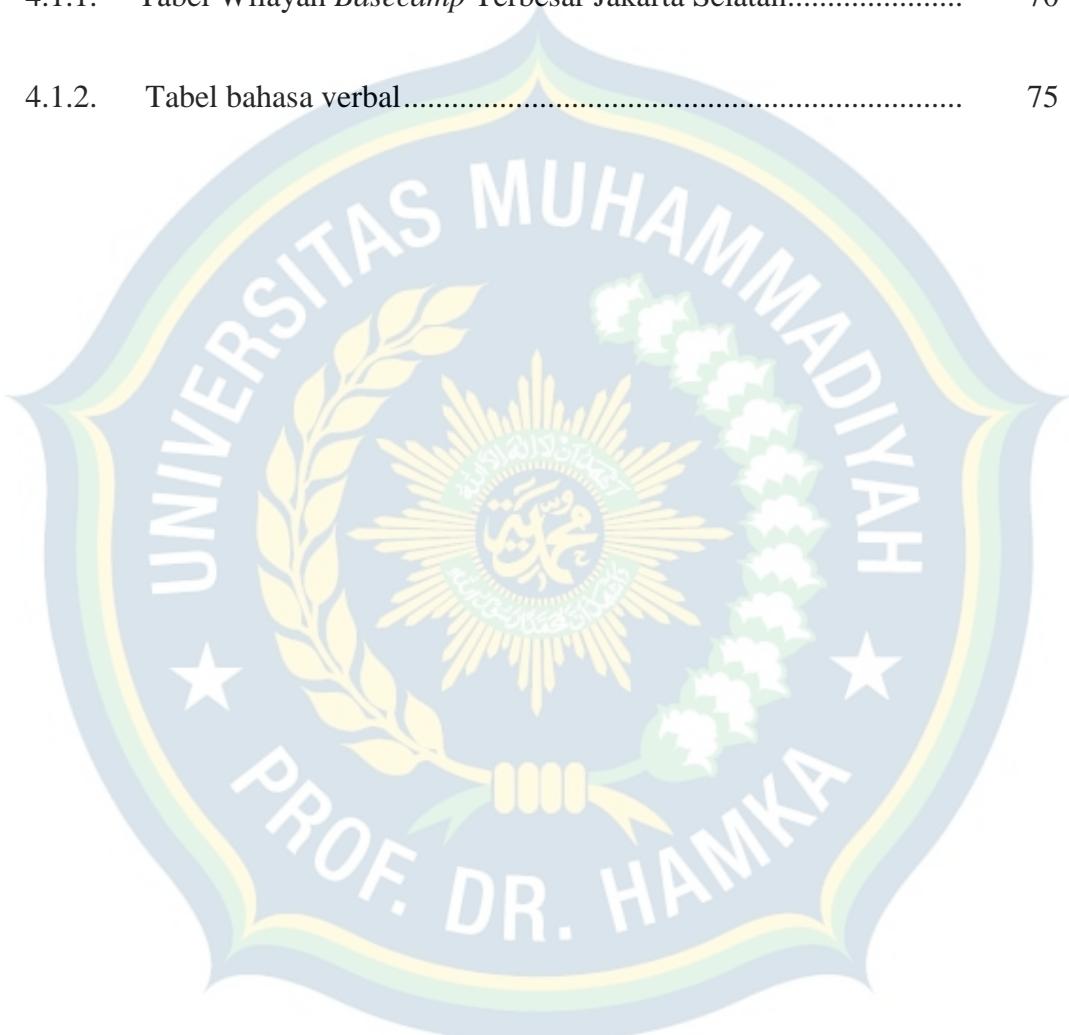
DAFTAR PUSTAKA

LAMPIRAN



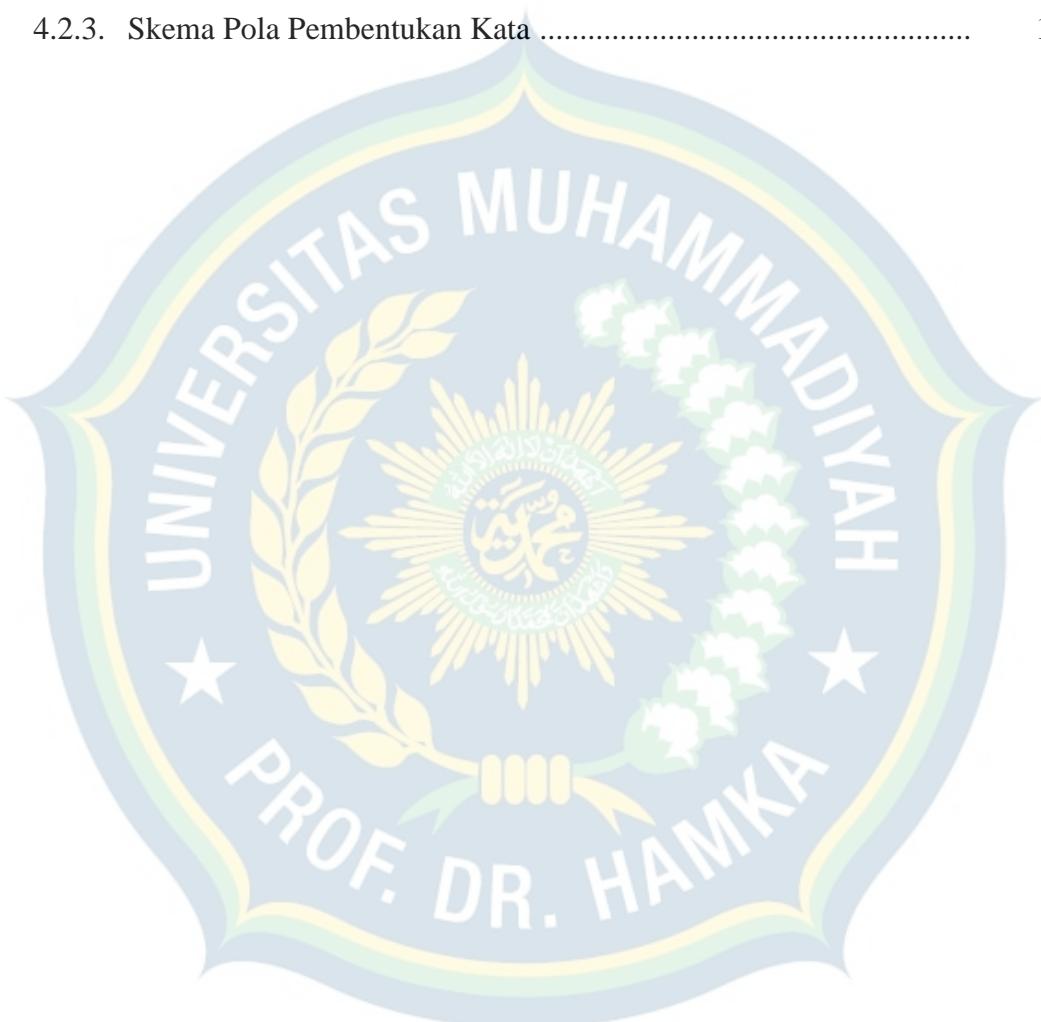
DAFTAR TABEL

3.1. Tabel Jadwal Penelitian.....	66
4.1.1. Tabel Wilayah <i>Basecamp</i> Terbesar Jakarta Selatan.....	70
4.1.2. Tabel bahasa verbal.....	75



DAFTAR GAMBAR

2.3.3. Model Komunikasi Tubbs	19
3.5. Bagan Alur Penelitian	67
4.2.3. Skema Pola Pembentukan Kata	108



BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Komunikasi adalah penyampaian informasi, gagasan, emosi, keterampilan dan sebagainya dengan menggunakan lambang-lambang, kata-kata, gambar, bilangan, grafik, dan lain-lain. Kata komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communication* atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (Mulyana, 2014: 46).

Manusia sebagai mahluk sosial yang senantiasa berinteraksi dengan sesamanya, maka manusia membutuhkan komunikasi antara satu sama lain dalam kegiatan bersosialisasi. Saat berkomunikasi sebenarnya mengharapkan atau bertujuan terjadinya perubahan sikap atau tingkah laku orang lain untuk memenuhi harapan sebagaimana pesan tersebut disampaikan.

Seiring perkembangan zaman, komunikasi juga semakin mudah untuk dilakukan. semakin banyaknya perkembangan teknologi yang membantu memudahkan komunikasi. Perkembangan teknologi komunikasi ini diartikan sebagai suatu peralatan keras (*hardware*) pada sebuah struktur organisasi yang memiliki kandungan nilai-nilai sosial yang dapat memungkinkan setiap orang untuk mengumpulkan, memproses hingga saling bertukar informasi satu dengan yang lain. Teknologi ini berkembang sangat cepat seiring dengan perkembangan teknologi elektronika, sistem transmisi dan modulasi, hingga informasi dapat disebarluaskan dengan cepat dan tepat. Ada empat era evolusi

komunikasi manusia, yakni *era writing, era printing, era telecommunication, dan era komunikasi interaktif.*

Dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi ini, semakin banyak juga pembaharuan teknologi untuk memudahkan proses komunikasi dan mobilitas masyarakat disuatu tempat. Hal ini berpengaruh pada kebutuhan masyarakat di kota-kota padat penduduk contohnya DKI Jakarta. Kebutuhan akan kecepatan komunikasi agar mobilitas masyarakat semakin tinggi dan efisien.

Melihat hal ini seorang pemuda bernama Nadiem Makarim mengambil kesempatan tersebut dan membuat suatu hal yang baru untuk revolusi industri transportasi khas Indonesia yaitu ojek. Sebuah aplikasi untuk mempermudah masyarakat untuk bepergian kesana kemari menggunakan ojek diciptakan dengan teknologi baru, yang memungkinkan kita memesan ojek dan dijemput langsung dilokasi kita berada. Aplikasi ini disebut Gojek, adalah sebuah layanan ojek yang berbasis online dan bisa dipesan langsung melalui aplikasi tersebut.

Sejarah berdirinya Gojek dimulai pada tahun 2010, awalnya gojek bertindak sebagai penghubung antara konsumen dan ojek tradisional. Konsumen lebih dulu menelpon operator gojek lewat telepon dan operator gojek akan meminta pengemudi ojek melakukan penjemputan. Namun pada saat itu perkembangan Gojek belum seperti sekarang karena calon penumpang harus menggunakan telepon yang tentunya akan dikenakan pulsa dan memiliki waktu yang relatif lama dalam proses pelayanannya.

Dan ketika teknologi *smartphone* mulai hadir, pada Januari tahun 2015 terciptalah aplikasi Gojek yang memudahkan konsumen memesan layanan Gojek menggunakan *smartphone*.¹

Aplikasi Gojek ini sangat membantu memudahkan konsumen untuk memesan langsung layanan Gojek dengan cepat tanpa harus menghubungi pihak kantor Gojek. Semakin lama layanan Gojek semakin diminati masyarakat karna praktis dan lebih efisien waktu untuk mendukung mobilitas masyarakat di Ibukota Jakarta. Dengan berkembangnya dan diterimanya kemunculan Gojek tersebut, semakin banyak juga kebutuhan sumber daya pengemudi Gojek yang dicari. Melihat peluang pekerjaan itu, banyak masyarakat yang mendaftarkan dirinya sebagai mitra ojek online. Selain karna jam kerjanya yang fleksibel, menjadi pengemudi Gojek juga merupakan salah satu pekerjaan yang penghasilannya lumayan menjanjikan. Oleh sebab itu banyak masyarakat bahkan mahasiswa yang mendaftarkan dirinya menjadi mitra ojek *online* Gojek.

Dengan jumlah mitra yang semakin banyak, muncul juga rasa kebersatuhan di antara para pengemudi Gojek tersebut. Dengan slogannya “Salam Satu Aspal” membuat para pengemudi Gojek ini terlihat lebih satu dan kompak. Hal ini yang melatarbelakangi para pengemudi Gojek yang tadinya hanya berkeliling mencari penumpang, kini membuat komunitas berkumpul sebagai tempat untuk istirahat. Komunitas ini terbentuk bukan

¹<http://mangcara.com/sejarah-awal-berdirinya-gojek-hingga-jadi-ojol-terbesar/> diakses pada 20 juli 2019 pukul 01:42 wib

hanya karna kesamaan pekerjaan tetapi diantara mereka juga merasakan kebersamaan dan kesamarasaan sebagai pengemudi Gojek.

Komunitas ini hadir dari rasa kepedulian yang tinggi diantara anggota komunitasnya. Solidaritas tinggi , kekompakkan, kebersamaan dan rasa peduli terhadap sesama bahkan dengan orang yang bukan anggota komunitas. Hal ini dapat dilihat ketika ada salah satu anggota mengalami kecelakaan atau meninggal dunia, para anggota komunitas yang lain beramai – ramai berkumpul dan mendampingi anggota komunitas nya yang terkena musibah tersebut. Bukan hanya itu saja komunitas ini pun sering kali mengadakan kopdar keluar kota, seperti ke puncak bogor untuk touring dan makrab guna mengakrabkan diri sesama anggota komunitas. Bahkan ketika melihat ambulan dijalan, para pengemudi ojek *online* ini langsung sigap untuk mengawal ambulan tersebut agar tidak terkena macet, hal ini menunjukan bahwa rasa peduli dari komunitas ini sangat tinggi bahkan dengan orang yang bukan anggota kelompoknya.

Komunitas ini beranggotakan orang dari berbagai macam karakter dan disatukan oleh sebuah bahasa agar mereka bisa mengenali dan mengakrabkan diri sebagai seorang ojek *online*. Dengan asas kebersamaan dan kesamaan tersebut akhirnya muncul sebuah bahasa-bahasa yang tidak disadari menjadi sebuah budaya baru dalam hal berkomunikasi pada sesama pengemudi Gojek tersebut. Bahasa-bahasa ini membantu para anggota atau mitra baru ojek *online* Gojek dalam berkomunikasi dengan sesama teman komunitas lainnya.

Lambang bersifat sembarang, mana suka, atau sewenang-wenang. Apa saja bisa dijadikan lambang, bergantung pada kesepakatan bersama. Kata-kata (lisan atau tulisan), isyarat anggota tubuh (Mulyana : 93) bahasa verbal atau kata-kata verbal yang tercipta pada komunitas gojek ini adalah berdasarkan kesepakatan bersama untuk memaknai sebuah kata atau bahasa. Ini tercipta awalnya untuk memudahkan komunikasi di antara anggota komunitas, karena komunitas ini diisi dari individu yang berbeda-beda latarbelakangnya. Oleh karena itu bahasa ini sangat berguna untuk mengakrabkan diri dengan anggota sesama komunitas.

Salah satu faktor yang mendukung terjadinya komunikasi adalah bahasa. Bahasa adalah sebuah sistem, artinya bahasa itu dibentuk dalam sejumlah komponen yang berpola secara tetap dan dapat di kaidahkan (Chaer, 2010:11). Bahasa itu alat yang di gunakan manusia untuk saling berkomunikasi atau berinteraksi, bisa lewat tulisan atau lisan dengan tujuan menyampaikan pikiran, gagasan, konsep atau perasaan kepada lawan bicara atau orang lain.

Selain itu, bahasa juga bisa menjadikan terciptanya kesepahaman di antara pengemudi Gojek dan membuat terciptanya persaudaraan dan di antara mereka. Fungsi bahasa pada dasarnya ialah untuk menamai atau menjuluki orang, objek, dan peristiwa. Menurut Larry L. Barker (dalam Mulyana, 2014:266), bahasa memiliki 3 fungsi yaitu penamaan, interaksi, dan transmisi informasi. Melalui bahasa informasi dapat disampaikan kepada orang lain.

Studi etnografi komunikasi adalah pengembangan dari antropologi linguistik yang dipahami dalam konteks kemunikasi. Studi ini diperkenalkan pertama kali oleh Dell Hymes pada tahun 1962, sebagai kritik terhadap ilmu linguistik yang terlalu memfokuskan diri pada fisik bahasa saja. Definisi etnografi komunikasi itu sendiri adalah pengkajian peranan bahasa dalam perilaku komunikatif suatu masyarakat, yaitu cara-cara bagaimana bahasa dipergunakan dalam masyarakat yang berbeda (kuswarno, 2011:11).

Dalam penelitian ini peneliti berharap agar bahasa-bahasa yang ada pada komunitas ojek online tidak menyebabkan perpecahan karena ada beberapa bahasa sehari-hari yang sama namun pemaknaannya berbeda. Diharapkan dengan adanya penelitian ini masyarakat juga mengetahui bahasa-bahasa yang ada pada komunitas ini sehingga tidak timbul kesalahpahaman, dan penelitian ini diharapkan bisa membantu pengemudi ojek online yang baru bergabung agar lebih mudah mengakrabkan diri dengan anggota komunitas yang lama.

Penelitian ini memfokuskan pada penggunaan bahasa verbal yang digunakan oleh para pengemudi Gojek. Karena bahasa yang digunakan sangat unik dan menjadi budaya.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka peneliti merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana bentuk-bentuk dan makna bahasa verbal yang ada pada komunitas ojek *online*?

2. Faktor apa yang melatarbelakangi munculnya bahasa verbal pada komunitas ojek *online*?
3. Apa fungsi adanya bahasa tersebut di dalam komunitas ojek *online*?

1.3 Pembatasan Masalah

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah yang telah diuraikan, maka peneliti membatasi masalah yaitu, penggunaan istilah-istilah verbal yang ada pada komunitas ojek *online* di Jakarta Selatan.

1.4 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini sebagai berikut:

1. Untuk memahami bentuk-bentuk dan makna bahasa verbal pada komunitas ojek *online*.
2. Untuk mengetahui apa saja yang melatarbelakangi munculnya bahasa verbal pada komunitas ojek *online*.
3. Apa fungsi bahasa verbal pada komunitas ojek *online*?

1.5 Kontribusi Penelitian

A. Kontribusi akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan bagi perkembangan ilmu komunikasi terutama mengenai bagaimana sebuah kelompok memiliki bahasa dan budaya yang hanya kelompok itu sendirilah yang paham betul. Kontribusi *Speech Code Theory* Gerry Philipsen adalah dimana dalam sebuah kelompok komunitas ojek *online* memiliki bahasa dan

kode bicara yang khas. Tujuan adanya bahasa dan kode khas tersebut adalah untuk mempermudah komunikasi, lebih effisien dan lebih komunikatif.

B. Kontribusi Metodologi

Penelitian ini menggunakan metodologi etnografi komunikasi. Teknik pengumpulan data yang peneliti gunakan adalah observasi partisipan, wawancara mendalam, dan dokumentasi. Metode-metode itu digunakan untuk meneliti rumusan masalah dalam penelitian ini dan untuk memahami cara-cara berkomunikasi dalam sebuah komunitas yang memiliki bahasa, budaya dan juga komunikasi yang berbeda.

C. Kontribusi Praktis

Penelitian ini diharapkan berguna bagi para driver dan pengguna ojek *online* agar bisa memahami makna dari bahasa tersebut dan tidak terjadi kesalah pahaman.

1.6 Kelemahan dan Keterbatasan Penelitian

Kelemahan dalam penelitian ini adalah fokus penelitian hanya kepada bahasanya saja dan subjek penelitiannya hanya kepada 1 komunitas ojek *online* saja. Keterbatasan pada penelitian ini adalah sulitnya peneliti untuk berbaur dengan komunitas sehingga menyulitkan peneliti untuk menggali informasi.

1.7 Sistematika Penulisan

BAB I PENDAHULUAN

Pada bab ini, peneliti menjelaskan mengenai latar belakang masalah, rumusan masalah, pembatasan masalah, tujuan penelitian, kontribusi

penelitian (kontribusi akademis, kontribusi metodologis, kontribusi praktis), kelemahan dan keterbatasan penelitian serta sistematika penelitian.

BAB II KERANGKA PEMIKIRAN

Pada bab ini dijelaskan tentang paradigma konstruktivisme, hakekat komunikasi (definisi komunikasi, model komunikasi Tubbs, elemen komunikasi, fungsi komunikasi, konteks komunikasi), Komunikasi Kelompok (definisi komunikasi kelompok, proses-proses komunikasi kelompok, karakteristik komunikasi kelompok, fungsi komunikasi kelompok), budaya dan komunikasi, komunitas, bahasa (fungsi bahasa, ciri-ciri bahasa, alih kode dan campur kode), bahasa verbal, *specch code theory*, etnografi komunikasi.

BAB III METODOLOGI PENELITIAN

Pada bab ini dijelaskan tentang pendekatan penelitian, jenis penelitian, metode penelitian, penentuan informan, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, bagan alur penelitian, waktu dan lokasi penelitian.

BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bab ini mengenai hasil observasi partisipan, wawancara mendalam dan dokumentasi. Hasil penelitian tersebut dikaitkan dengan rumusan masalah yaitu bahasa verbal yang digunakan dan bentuk-bentuk bahasa verbal komunitas ojek *online*, setelah itu pembahasan tentang metode etnografi komunikasi, *specch code theory* (Teori Kode Bicara), dan fungsi bahasa dalam komunitas ojek *online*.

BAB V PENUTUP

Pada bab ini berisi simpulan dari penelitian ini serta saran dan rekomendasi bagi penelitian berikutnya.



DAFTAR PUSTAKA

BUKU

- Bungin, Burhan. 2007. *Penelitian Kualitatif Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- _____. 2013. *Sosiologi Komunikasi : Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*, Jakarta : Kencana Prenada Media Group.
- Chaer, Abdul & Agustina, Leonie. 2010. *Sosiolinguistik Perkenalan Awal*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- _____. 2012. *Linguistik Umum*, Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Effendy, Onong Uchjana. 2015. *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*, Bandung: PT. Citra Aditya Bakti.
- Golberg, Alvin A. 2006. *Komunikasi Kelompok : Proses Diskusi dan Penerapannya*, Jakarta: Universitas Indonesia
- Griffin, EM. 2012. *A first look at Communication Theory*, New York: Hill Companies.
- Kriyantono, Rachmat. 2010. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*, Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Kuswarno, Engkus. 2011. *Etnografi Komunikasi Suatu Pengantar dan Contoh Penelitiannya*, Bandung: Widya Padjajaran.
- Liliweri, Alo. 2007 *Makna Budaya Dalam Komunikasi Antarudaya*, Yogyakarta: LKis.
- Littlejohn, Stephen & Foss, Karen. 2011. *Teori Komunikasi : Theory of Human Communication*, Jakarta: Salemba Humanika.
- Mulyana, Deddy & Rakhmat, Jalaluddin. 1990. *Komunikasi Antarbudaya*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- _____. 2014. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, Ruli. 2017. Etnografi Virtual: Riset Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi di Internet. Bandung: Simbiosa Rekatama Media.

Soerjono Soekanto. Sosiologi Suatu Pengantar. Jakarta: Raja Grafindo Persada. 2017

Vardiansyah, Dani. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*, Bogor: Ghalia Indonesia.

_____. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*, Jakarta: PT. Indeks.

Wenger, Etienne et al. 2002. Cultivating Communities of Practice. Harvard Business School Press

Wirawan, Sarlito. 2016. *Psikologi Sosial*, Jakarta: Balai Pustaka.

SKRIPSI

Komaruddin Bagja Arjawinangun, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Prof. Dr. HAMKA. Peminatan komunikasi massa. Dengan judul studi etnografi komunikasi terhadap penggunaan bahasa dalam Kaskus (Forum Jual Beli).

Martin Prasetyo, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Prof. Dr. HAMKA. Peminatan penyiaran. Dengan judul penggunaan bahasa verbal pada kelompok supporter sepak bola (studi etnografi komunikasi pada supporter *the jak mania*)

JURNAL ONLINE

Lucy Pujasari, Program Studi Ilmu Komunikasi dan Bisnis, Telkom University. Dengan judul Kajian Etnografi komunikasi pada gaya berkomunikasi komunitas *hansamo modern dance boys* di kota Bandung. <http://journal.unpad.ac.id/jkk/article/view/7852/4262>

Aulia Pertiwi Ratu, Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial Ilmu Politik, Universitas Komputer Indonesia. Dengan judul Aktivitas komunikasi dalam tradisi *nyawer* pada proses pernikahan adat sunda di kota Bandung (studi etnografi komunikasi mengenai aktivitas komunikasi dalam tradisi nyawer pada proses pernikahan adat sunda dikota Bandung). <https://repository.unikom.ac.id/28383/>

INTERNET

<http://mangcara.com/sejarah-awal-berdirinya-gojek-hingga-jadi-ojol-terbesar/>

diakses pada 20 Juli 2019 pukul 01:42 wib