



Relasi Sosial Masyarakat Maya dalam Aplikasi Gojek (Kajian Interaksionisme Simbolik)

Muhammad Ulin Nuha¹, Asma Luthfi²

muhammadulinnuha012@gmail.com luthfi@mail.unnes.ac.id✉

Jurusan Sosiologi dan Antropologi, Fakultas Ilmu Sosial, Universitas Negeri Semarang, Indonesia

Info Artikel

Sejarah Artikel:

Diterima: 22

Maret 2021

Disetujui:

24 Maret 2021

Dipublikasikan:

April 2021

Keywords:

Social Relations,

Symbolic Interactionism,

Virtual Society

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi yang pesat mampu menciptakan dan mampu mengembangkan ruang gerak kehidupan yang baru bagi masyarakat dunia, sehingga memungkinkan manusia hidup dalam dua kehidupan, yaitu kehidupan masyarakat nyata dan kehidupan masyarakat maya (cybercommunity). Gojek juga menyediakan ruang interaksi baru untuk berkomunikasi bagi masyarakatnya. Mereka akan melakukan interaksi dalam ruang aplikasi gojek jika pengemudi dan pengguna terikat oleh jasa. Penelitian ini merupakan penelitian kualitatif dengan metode netnografi dengan pengumpulan data melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi. Keabsahan data hasil penelitian diuji dengan teknik keabsahan data triangulasi. Metode analisis yang digunakan adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: (1) Masyarakat maya dalam aplikasi gojek dapat membangun relasi sosial mereka dengan cara berinteraksi melalui aplikasi gojek dan aplikasi non gojek. (2) Bentuk relasi sosial masyarakat maya dalam aplikasi gojek yaitu kerjasama pemesanan layanan, pemberian penilaian, pertikaian, dan penolakan pesanan atau membatalkan pesanan. (3) Masyarakat maya dalam membangun relasi sosial melalui tindakan. Tindakan mereka di dasari karena dorongan hati, persepsi, manipulasi, dan penyelesaian.

Abstract

The rapid development of information technology is able to create and be able to develop a new space for life for the world community, thus enabling humans to live in two lives, namely the real life of the community and the life of the cybercommunity (cybercommunity). Gojek also provides a new interaction space for people to communicate. They will interact in the Gojek application space if the driver and user are bound by services. This research is a qualitative study using the netnographic method by collecting data through interviews, observation and documentation. The validity of the research data was tested by using triangulation data validity techniques. The analytical method used is data collection, data reduction, data presentation, and drawing conclusions. The results showed that: (1) The virtual community in the Gojek application can build their social relations by interacting through the Gojek application and non-Gojek application. (2) The form of virtual community social relations in the Gojek application is cooperation in ordering services, giving assessments, disputes, and rejecting orders or canceling orders. (3) The virtual community in building social relations through action. Their actions are based on impulse, perception, manipulation, and completion

✉Alamat korespondensi:

Gedung C6 Lantai 1 FIS Unnes

Kampus Sekaran, Gunungpati, Semarang, 50229

E-mail: unnessosant@gmail.com

PENDAHULUAN

Teknologi sebagai salah satu perkembangan peradaban dan kebudayaan tidak dapat dihindari dan terus berkembang seiring dengan kebutuhan manusia. Perkembangan teknologi yang massif membuat masyarakat harus berubah. Di era pasca industri nyaris tidak ada aspek kehidupan manusia yang lepas dari kehadiran teknologi dan informasi yang dengan cepat mengubah tatanan kehidupan dan gaya hidup masyarakat (Narwoko dan Suyanto, 2013). Daniel Bell dalam Narwoko dan Suyanto (2013) meramalkan akan adanya masyarakat pasca industri. Perkembangan teknologi yang ditandai dengan munculnya internet serta diikuti majunya bidang komunikasi mempermudah masyarakat dalam menjangkau dan memenuhi kebutuhan hidupnya. Hal ini menjadi sebuah peluang besar bagi para pengusaha di Indonesia untuk mengembangkan usahanya berbasis daring salah satunya bidang transportasi seperti Gojek. Munculnya Go-Jek ini dapat menjadi salah satu contoh inovasi perkembangan teknologi dalam bidang transportasi yang berbasis *online*.

Transportasi daring dianggap lebih baik oleh masyarakat karena menawarkan kemudahan, kenyamanan, keamanan dan efisien (Aziah dan Adawia, 2018). Hanya dengan memesan di rumah melalui *smartphone*, pengguna dapat dijemput dititik lokasi penjemputan. Pengguna akan merasakan keamanan karena pengguna dapat mengetahui identitas pengemudi ojek online. Munculnya gojek membuat ruang kehidupan baru bagi masyarakat yakni ruang maya. Menurut Prasetyo (2012), ruang maya merujuk pada ruang baru dimana penggunanya membangun interaksi hingga terbentuklah suatu masyarakat maya. Kehidupan masyarakat maya meniru model dari kehidupan masyarakat nyata. Menurut Rohayati (2017) Masyarakat maya membangun interaksi sosial diantara para anggota, jika dalam masyarakat nyata harus ada *social contact* atau komunikasi secara langsung, maka dalam masyarakat maya juga berlaku demikian.

Mengutip dari halaman resmi Go-Jek, Go-Jek adalah sebuah perusahaan teknologi berjiwa sosial yang bertujuan untuk meningkatkan kesejahteraan mitranya di berbagai sektor informal di Indonesia. Go-Jek menawarkan 8 (delapan) jasa yang dapat dimanfaatkan oleh para pelanggannya yaitu Go-Send, Go-Ride, Go-Food, Go-Mart, Go-Glam, Go-Massage, Go-Box, Go-Clean, Go-Busway, dan Go-Tix. Go-Jek mempunyai 3 pilar: kecepatan, inovasi, dan dampak sosial (www.gojek.com).

Kemajuan teknologi manusia, khususnya teknologi informasi dapat membuka ruang kehidupan manusia semakin luas, dan tanpa batas. Sehingga tanpa disadari manusia telah hidup dalam dua dunia kehidupan, yaitu kehidupan masyarakat nyata dan masyarakat maya (*cybercommunity*). Masyarakat nyata merupakan sebuah kehidupan yang dapat dilihat dengan indera sebagai kehidupan nyata, sedangkan masyarakat maya merupakan kehidupan yang tidak dapat secara langsung dilihat dengan indera, namun dapat dirasakan bahwa kehidupan itu sebuah realitas (Bungin, 2009). Masyarakat maya sebagai sebuah produk sosial dari perkembangan teknologi komunikasi menggunakan simbol-simbol untuk menyampaikan pesan (Rohayati, 2017). Sama halnya masyarakat nyata, masyarakat maya memiliki proses-proses sosial, interaksi sosial, kebudayaan, pranata dan control sosial, stratifikasi sosial dan lain sebagainya.

Dewasa ini, masih terdapat beberapa ojek pangkalan yang masih eksis di Kota Semarang. Hal yang membuat mereka masih bertahan adanya fungsi-fungsi lain yang memberikan kenyamanan bagi para pengemudi ojek pangkalan. Nilai-nilai yang ada didalam pangkalan membuat mereka tetap bertahan untuk menjadi pengemudi ojek pangkalan (Purwanto, dkk, 2018). Pelanggan yang ingin memakai jasa pengemudi ojek pangkalan harus datang ke tempat di mana pengemudi itu beroperasi. Pelanggan yang memesan akan melakukan kontak sosial kepada pengemudi ojek pangkalan secara langsung. Interaksi sosial yang dilakukan juga seputar mengenai lokasi yang akan dituju, besaran tarif atau biaya, dan terkadang melakukan proses tawar menawar harga terlebih dahulu. Interaksi langsung atau *face to face* ini

menyebabkan pemesan jasa ojek pangkalan akan memikirkan ulang untuk memesan jasa tersebut karena harga yang diberikan kepada pemesan nominalnya sangat besar. Belum juga ketika terjadi pemaksaan yang dilakukan oleh pengemudi ojek pangkalan kepada pemesannya karena transportasi lain sudah tidak beroperasi. Hal ini bagi sebagian masyarakat akan merasa menakutkan karena pemesan juga tidak mengetahui identitas dari ojek pangkalan tersebut.

Berbeda halnya dengan kehidupan masyarakat di dunia maya yang ada pada aplikasi gojek. Relasi sosial yang dibangun berbeda dengan kehidupan masyarakat nyata karena relasi mereka diinterpretasikan melalui berbagai simbol dalam aplikasi gojek. Pada aplikasi gojek ketika pelanggan hendak memesan tidak perlu bertemu langsung dengan pengemudinya, hanya cukup memesan lewat *smartphone* sehingga tidak terjadi kontak sosial dan interaksi sosial secara langsung. Besaran tarif biaya sudah ditentukan oleh pihak gojek dan identitas pengemudi juga tertera dalam aplikasi gojek. Hal ini dapat membuat pemesan jasa ojek *online* akan merasa aman, sehingga relasi yang dibangun dapat berjalan dengan baik. Bungin (2009) menjelaskan bahwa kontak-kontak sosial yang terjadi pada masyarakat maya memiliki makna yang luas, sehingga dari sana masyarakat maya saling membangun makna dalam dunia intersubjektif mereka tentang dunia yang dihuninya. Berangkat dari hal tersebut, maka penulis tertarik melakukan penelitian dengan judul **“Relasi Sosial Masyarakat Maya dalam Aplikasi Gojek: Kajian Interaksionisme Simbolik”**

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan dengan metode kualitatif dengan pendekatan netnografi. Penelitian kualitatif merupakan metode penelitian yang digunakan untuk meneliti kondisi suatu obyek alamiah dengan peneliti sebagai instrumen kuncinya, menggunakan teknik pengumpulan data secara triangulasi (gabungan), analisis data dilakukan secara induktif/kualitatif, dan hasil penelitian lebih menekankan pada makna dan generalisasi (Sugiyono, 2019:18). Netnografi merupakan metode baru yang dikembangkan dari etnografi. Kozinet (2010) menjelaskan bahwa netnografi merupakan pendekatan etnografi yang berbasis daring yang mempelajari praktik budaya yang kompleks dan menarik pada makna, praktik sosial, hubungan, bahasa dan sistem tanda. Dalam penelitian ini lokasi penelitian yang diambil yaitu ruang dunia maya pada aplikasi gojek dan grup Driver Gojek Semarang (DGS) pada facebook. Tetapi untuk memperkuat informasi dari dunia maya, maka peneliti melakukan serangkaian penelitian lapangan untuk wawancara mendalam pada pengemudi dan pengguna gojek ojek di sekitar kampus Universitas Negeri Semarang (UNNES), Kelurahan Sekaran, Kecamatan Gunungpati, Kota Semarang. Penelitian melakukan proses pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi. Keabsahan data hasil penelitian diuji dengan teknik keabsahan data triangulasi. Metode analisis yang digunakan adalah pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Hasil penelitian dianalisis menggunakan teori Interaksionisme Simbolik dari George Herbert Mead.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Aplikasi Gojek: Ruang Interaksi Baru Masyarakat Maya

Gojek terkenal dengan aplikasi yang menyediakan jasa transportasi, tapi gojek juga berhasil melakukan beberapa inovasi dengan menambahkan berbagai jasa layanan baru untuk berusaha memenuhi kebutuhan masyarakat, salah satu jasa layanan lain dari gojek yang paling sukses adalah goride dan gofood. Goride merupakan jasa layanan antar jemput penumpang, sedangkan gofood sendiri merupakan jasa pembelian dan pengantaran makanan. Hadirnya goride dan gofood ditengah masyarakat sangat membantu konsumen karena dapat menghemat waktu dan dapat memesan makanan dengan mudah dan dapat melakukan aktivitas lain sambil menunggu makanan yang dipesan datang. Tidak hanya konsumen yang merasakan keuntungan, pedagang makanan dan minuman yang sudah bekerja sama dengan gojek juga mendapatkan keuntungan karena dagangan mereka mampu menjangkau pasaran yang lebih luas sehingga keuntungan yang didapat juga bertambah.

Teknologi sangat mempengaruhi perubahan yang terjadi di masyarakat. Ketika teknologi terus berkembang, maka kehidupan di masyarakat juga ikut berubah. Perkembangan teknologi informasi yang pesat mampu menciptakan dan mampu mengembangkan ruang gerak kehidupan yang baru bagi masyarakat dunia, sehingga memungkinkan manusia hidup dalam dua kehidupan, yaitu kehidupan masyarakat nyata dan kehidupan masyarakat maya (*cybercommunity*). Masyarakat nyata merupakan sebuah kehidupan yang dapat dilihat dengan indera sebagai kehidupan nyata, sedangkan masyarakat maya merupakan kehidupan yang tidak dapat secara langsung dilihat dengan indera, namun dapat dirasakan bahwa kehidupan itu sebuah realitas (Bungin, 2009). Masyarakat maya menggunakan model dari kehidupan masyarakat nyata dalam membangun kehidupannya seperti membangun komunikasi. Masyarakat maya sebagai sebuah produk sosial dari perkembangan teknologi komunikasi menggunakan simbol-simbol dalam berkomunikasi (Rohayati, 2017).

Tidak ada manusia yang tidak berkamuikasi, meskipun terkadang proses komunikasi yang dilakukan tidak disadari. Proses interaksi sosial yang terjadi pada masyarakat maya bersifat tidak tetap, artinya interaksi yang dilakukan oleh masyarakat maya ada yang bersifat sementara dan ada yang bersifat relatif lama. Masyarakat maya dalam membangun interaksi sosial sama seperti masyarakat nyata yakni memerlukan adanya komunikasi. Meskipun sama-sama memerlukan komunikasi ketika berinteraksi, namun bentuk interaksi yang terjadi pada masyarakat maya berbeda dengan bentuk interaksi yang terjadi pada masyarakat nyata. Masyarakat maya berinteraksi dalam bentuk daring dan bersifat virtual, kendati demikian komunikasi yang berlangsung tetap berjalan dengan baik selama media yang digunakan untuk berkomunikasi selalu terhubung.

Gojek juga menyediakan ruang interaksi baru untuk berkomunikasi bagi masyarakatnya. Ruangan ini hanya berisi oleh dua orang, yakni pengemudi dan pengguna. Mereka akan melakukan interaksi dalam ruang aplikasi gojek jika pengemudi dan pengguna terikat oleh jasa. Ruangan interaksi ini dibangun agar memudahkan pengemudi dan pengguna dalam berkomunikasi karena sejatinya aplikasi gojek merupakan aplikasi yang berbasis *online*, sehingga ketika pengguna ingin menggunakan jasa dari pengemudi gojek, pengguna tidak

harus bertemu secara langsung, hanya cukup pesan menggunakan *smartphone*. Pengemudi dan pengguna akan memulai berkomunikasi jika ada pengguna yang memesan jasa gojek. Ketika pengguna menggunakan jasa dari pengemudi gojek, ruang interaksi tersebut akan menjadi ruang untuk berkomunikasi dan sudah tersedia beberapa jenis pesan teks otomatis yang sudah disediakan oleh gojek.

Membangun Relasi Sosial Masyarakat Maya

Interaksi Melalui Aplikasi Gojek. Sebelum membangun relasi sosial, terdapat tahapan yang harus dilalui oleh pengemudi dan pelanggan dalam membangun relasi sosial, yaitu interaksi sosial dan komunikasi. Taneko dalam Lantri,dkk (2017) menjelaskan bahwa hubungan antar sesama manusia atau yang disebut relasi sosial didahului oleh interaksi sosial dan proses sosial. Menurut Soekanto (2013), interaksi sosial dapat berjalan dengan lancar jika memenuhi dua syarat yaitu kontak sosial dan komunikasi. Begitupun masyarakat maya dalam aplikasi gojek yang membutuhkan adanya kontak sosial dan komunikasi dalam membangun relasi sosial.

Komunikasi adalah suatu proses penyampaian pesan, ide, atau gagasan dari satu pihak ke pihak lainnya agar terjadi saling mempengaruhi di antara keduanya. Pada aplikasi gojek, tersedia fitur atau layanan komunikasi yang dapat dimanfaatkan oleh pengemudi dan pengguna gojek. Layanan ini mampu membangun relasi sosial antara pengemudi dan pengguna gojek. Hal ini digunakan untuk mempermudah sistem kerja gojek itu sendiri. Lewat fitur ini pula, terdapat pintasan pesan otomatis untuk mempermudah pengemudi maupun pengguna sehingga mereka tidak perlu mengetik.

Pesan teks otomatis hanya tersedia beberapa saja sehingga ketika mereka hendak menyampaikan pesan yang lebih panjang perlu mengetiknya terlebih dahulu. Pesan teks otomatis di gojek seperti : *sesuai aplikasi, halo, apa ada tambahan menu lain?, lokasi sudah sesuai?, Oke ditunggu, makasih ya, tolong taruh di pager/pintu, kabari kalo udah ya*, dan sebagainya. Pengemudi dan pengguna membangun relasi sosial mereka menggunakan ruang komunikasi yang ada dalam aplikasi gojek. Relasi sosial terbangun mulai dari ketika pengguna memesan jasa kepada gojek. Setelah pesanan tersebut masuk dan diterima oleh pengemudi, maka selanjutnya pengemudi atau pengguna dapat melakukan komunikasi dengan menekan logo pesan lalu diarahkan menuju ke ruang komunikasi.

Fitur komunikasi dalam aplikasi gojek memudahkan pengemudi dan pengguna dalam bertransaksi jasa. Pengemudi akan memberikan informasi kepada pengguna jika pesanan sudah dibuatkan oleh pihak restonya dan memohon kepada pengguna untuk menunggu pesannya selesai. Fitur komunikasi dalam aplikasi gojek masih terdapat kekurangan, seperti: 1) komunikasi hanya dapat digunakan jika pesanan masih berlangsung, 2) pengemudi dan pengguna memiliki aplikasi gojek versi terbaru, 3) hanya dapat digunakan dalam jasa layanan *goride, gocar, gofood, gobluebird, gomart, gosend, dan goshop*.

Interaksi Melalui Aplikasi non Gojek. Ternyata tidak hanya lewat aplikasi gojek saja mereka membangun relasi sosial di dunia maya. Pengemudi maupun pengguna gojek rupanya menggunakan aplikasi lainnya seperti whatsapp, pesan singkat, dan telepon. Pengemudi atau pengguna memilih komunikasi di luar aplikasi gojek karena ada suatu alasan mengapa mereka menggunakan *platform* di luar aplikasi gojek. Padahal dari pihak gojek sendiri sudah menyediakan *platform* komunikasi yang dapat digunakan pengemudi dan pengguna untuk

transaksi terkait pesanan jasa. Hanya saja cara komunikasi di luar aplikasi gojek tersebut dijadikan sebagai alternative kedua jika ada kendala dalam berkomunikasi seperti respon pengemudi maupun pengguna yang lama ketika dichat dalam aplikasi gojek atau aplikasi gojek sedang ada gangguan.

Pengemudi dan pengguna aplikasi gojek akan menggunakan aplikasi lain seperti *whatsapp* untuk berkomunikasi jika aplikasi gojek terdapat masalah. Selama tidak ada gangguan, mereka akan berkomunikasi lewat ruang komunikasi yang sudah disediakan oleh gojek. Hal ini tentunya akan menjaga privasi dari masing-masing mereka. Komunikasi yang dilakukan lewat luar aplikasi gojek seperti *whatsapp* intinya sama dengan komunikasi di dalam aplikasi gojek. Komunikasi yang dilakukan lewat *whatsapp* terkadang terjadi sesuatu hal yang dapat membangun relasi sosial seperti gurauan, sehingga hubungan antara pengemudi dan pelanggan lebih santai. Tidak hanya itu, lewat aplikasi *whatsapp* juga, hubungan yang dibangun tidak sebatas hubungan pengemudi dan penumpang saja, namun keberlanjutan seperti bisa menjadi pelanggan tetap.

Hambatan Membangun Relasi Sosial. Proses membangun relasi tidak lepas dari yang namanya hambatan, baik dalam dunia nyata maupun dunia maya. Begitupun dalam aplikasi gojek terdapat beberapa hambatan ketika pengemudi dan pengguna sedang berkomunikasi dalam dunia maya. Berikut hambatan yang dialami oleh pengemudi dan pengguna gojek ketika berkomunikasi.

Hambatan pertama, perbedaan status antara pengemudi dan pengguna. Status antara pengemudi dan pelanggan tidak sama sebab status pengguna lebih tinggi dibandingkan dengan pengemudi. Hal ini karena pengguna akan membayar jasa yang diberikan oleh pengemudi itu. Dalam konsep ekonomi, slogan konsumen adalah raja merupakan istilah yang sangat dikenal. Slogan tersebut diyakini para pedagang dapat memberikan keuntungan karena dagangan mereka mampu terjual dengan banyak. Dalam pengaplikasian slogan tersebut, pedagang melakukan pelayanan terbaik kepada konsumen dengan maksud ketika pelayanan yang diberikan baik akan memikat hati konsumen, sehingga konsumen dapat datang kembali untuk membeli produk. Produk yang sukses dalam hal ini yakni produk yang mampu memenuhi kebutuhan konsumen, (Baehaqi, 2017).

Hambatan kedua, balasan komunikasi yang tidak baik, pengemudi akan bersikap ramah kepada pelanggannya ketika berkomunikasi dalam dunia maya. Meskipun bersikap ramah, belum tentu pelanggan akan membalas komunikasi itu dengan ramah juga, sebab kadangkala terdapat pelanggan yang membalas dengan bahasa yang menjengkelkan. Jika pengemudi merasa pelanggan memberikan respon yang kurang baik, maka pengemudi tidak akan melanjutkan proses komunikasinya.

Hambatan ketiga, budaya yang berbeda yang terjadi ketika pengemudi dan pengguna memiliki latar belakang yang berbeda, seperti contoh jika pengemudi mendapatkan pengguna orang asing. Mereka bisa saja kesulitan jika melakukan komunikasi dengan bahasa yang berbeda. Banyak dari turis asing di Kota Semarang yang sering menggunakan jasa aplikasi gojek, baik jasa gofood maupun goride. Jika pengemudi mendapatkan orderan dari orang asing, pengemudi kesulitan untuk memahami bahasa yang digunakan oleh pengguna, baik ketika berkomunikasi via *chat* maupun via telepon.

Hambatan keempat, gangguan dalam aplikasi gojek. Hal ini dapat menjadikan hambatan bagi pengemudi dan pengguna dalam berkomunikasi. Gangguan pada aplikasi gojek akan

menghambat komunikasi antara kedua belah pihak. Jika terjadi gangguan tersebut, pengemudi atau pengguna akan beralih menggunakan aplikasi non gojek untuk melakukan transaksi jasa seperti whatsapp atau telepon. Aplikasi non gojek dijadikan sebagai alternative kedua untuk berkomunikasi jika terdapat kendala dalam aplikasi gojek.

Hambatan terakhir, adalah tidak ada respon dari salah satu pihak dapat memperburuk komunikasi. Jika sudah tidak ada respon dari salah satu pihak akan memperburuk relasi antar keduanya karena jasa yang dipesan bisa saja batal karena salah satu pihak. Jika pesanan gagal akan mempengaruhi penilaian baik pengemudi maupun pengguna aplikasi gojek. Lebih-lebih pihak pengemudi yang merasakan kerugian yang lebih besar dibandingkan dengan pengguna gojek.

Relasi Sosial Asosiatif Masyarakat Maya

Relasi sosial dapat dikatakan sebagai asosiatif jika dalam relasi tersebut terdapat sebuah kerjasama. Kerjasama dalam hal ini merupakan kerjasama antara pengemudi dan pengguna aplikasi gojek. Dalam membangun kerjasama dilalui dengan interaksi yang dilakukan oleh pengemudi dan pengguna. Relasi sosial masyarakat maya dalam aplikasi gojek ini memiliki tiga bentuk.

Kerjasama Pemesanan Layanan. Kerjasama dimaksudkan sebagai usaha pengemudi dan pengguna untuk mencapai tujuan bersama. Kerjasama terjadi jika pengguna melakukan pemesanan layanan melalui aplikasi gojek dan diterima oleh pengemudi. Kerjasama pemesanan layanan yang terlihat antara pengemudi dan pengguna aplikasi gojek adalah kegiatan yang saling membutuhkan. Ketika sedang mendapatkan orderan, pengemudi mengerti apa yang harus dilakukan dan pelanggan pun mengerti apa yang harus dilakukan agar tidak terjadi adanya salah pemahaman. Kerjasama masyarakat maya dalam aplikasi gojek terdiri dari layanan yang ada dalam aplikasi gojek. Layanan tersebut adalah sebagai berikut: Layanan pesan makanan dan belanja, layanan bepergian dan pengiriman, layanan pembayaran, dan layanan berita dan hiburan. Hal ini dapat diartikan jika pengguna hendak memesan layanan dalam aplikasi gojek, maka akan terjadi kerjasama antara pengemudi gojek dan pengguna gojek. Setelah pengguna melakukan *orderan* akan ada beberapa tahapan yang harus dilalui yakni sebagai berikut:

Pertama, pengemudi harus menerima *orderan* tersebut, jika pengemudi menolak maka tidak akan terjadi kerjasama pemesanan layanan. Kedua, setelah pengemudi menerima *orderan*, pengemudi akan melakukan kontak sosial dengan cara berkomunikasi dengan pengguna, atau pengguna juga bisa mengawali komunikasi ini. Ketiga, jika keduanya sudah satu pemahaman, maka pengemudi akan menjalankan sesuai *orderan* yang diinginkan oleh pengguna. Keempat, pengemudi segera mengakhiri *orderan* jika sudah sampai pada titik yang dituju. Kelima, tahapan terakhir yakni memberikan penilaian, penilaian ini dapat dilakukan oleh pengemudi atau pengguna. Nilai penilaian berupa pemberian bintang dari bintang 1 sampai 5.

Menghindari Pertikaian dengan Pengguna Gojek. Mengurangi pertikaian merupakan upaya yang dilakukan masyarakat untuk menyelesaikan konflik yang terjadi antara pengemudi dan pengguna aplikasi gojek. Konflik tidak dapat dihindari dalam kehidupan masyarakat, baik masyarakat nyata maupun masyarakat maya. Dalam konteks masyarakat maya pada aplikasi gojek, tujuan akomodasi ini sendiri untuk mengurangi ketegangan yang

terjadi antara pengemudi dan pengguna. Upaya yang dilakukan pengemudi ataupun pengguna untuk mengurangi pertikaian yang terjadi biasa dilakukan secara pribadi dengan memberikan penjelasan yang baik agar tidak salah paham melalui komunikasi yang dilakukan lewat aplikasi gojek atau aplikasi non gojek maupun ketika bertemu. Layanan yang kurang memuaskan seperti proses masak yang lama sering membuat pertikaian. Dalam menyelesaikan pertikaian antara pengemudi dan pengguna, kadangkala pengemudi akan bersikap ramah dan tidak meladeni pengguna karena pengguna merupakan raja. Dengan memberikan penjelasan yang baik, akan menurunkan ketegangan yang terjadi antara pengemudi dan pengguna.

Keharmonisan antara pengemudi dan pengguna. Hal ini dapat dikatakan sebagai asimilasi. Asimilasi merupakan suatu proses yang berupaya mengurangi perbedaan antara satu orang dengan yang lain, yang dalam hal ini pengemudi dan pengguna dengan cara mementingkan kepentingan bersama. Terdapat beberapa faktor yang mempermudah untuk mencapai keharmonisan pada masyarakat maya dalam aplikasi gojek, antara lain: Pertama, sikap terbuka antara pengemudi dan pengguna. Jika mereka berdua terbuka satu sama lain, keduanya akan merasa saling diuntungkan. Meskipun status sosial antara pengemudi dan pengguna berbeda, dengan adanya sifat keterbukaan akan mengurangi terjadinya suatu konflik antara keduanya. Kedua, menghargai perbedaan latar belakang antara pengemudi dan pengguna. Terkadang latar belakang pengemudi dan pengguna itu berbeda. Ketiga, menghargai perbedaan status antara pengemudi dan pengguna.

Beberapa pengguna juga akan terbuka jika pengemudi yang di dapat itu memberikan pelayanan yang baik, bersikap ramah pada pengguna. Namun tidak semuanya pengemudi dan pengguna akan bersikap seperti itu, karena setiap manusia memiliki karakter dan sifat yang berbeda-beda. Terkadang ada juga yang mendapatkan pengemudi sopan, tetapi pengguna bersikap seenaknya saja, dan sebaliknya mendapatkan pengguna sopan namun pengemudi memberikan pelayanan yang kurang maksimal.

Pemberian Bintang yang Tinggi. Pemberian bintang dapat dilakukan oleh pengemudi maupun pengguna gojek. Pemberian bintang bisa saja disebut sebagai penilaian terhadap pengemudi maupun pengguna. Semakin tinggi bintang yang diberikan, semakin baik penilaian tersebut, dan sebaliknya semakin sedikit bintang itu diberikan maka penilaianpun akan jelek. Mendapatkan bintang yang tinggi menjadi harapan bagi setiap pengemudi gojek, karena semakin banyak memperoleh bintang tinggi akan mendapatkan performa yang baik dan dapat dipercaya akan mendapatkan banyak *orderan*. Sebaliknya, jika mendapatkan bintang yang rendah akan merugikan oleh salah satu pihak sehingga dapat mempengaruhi performa salah satu pihak terutama oleh pengemudi.

Relasi Sosial Disosiatif Masyarakat Maya

Membatalkan Pesanan/Menolak Pesanan. Pengemudi maupun pengguna pasti pernah melakukan dua kegiatan tersebut. Meskipun melakukan pembatalan pesanan atau menolak pesanan dapat dilakukan oleh pengemudi dan pengguna, tetapi cara tersebut dapat merugikan salah satu pihak baik pengemudi maupun pengguna. Membatalkan pesanan hanya bisa dilakukan oleh pengguna. Pesanan yang sudah masuk kepada pengemudi bisa dibatalkan oleh pengguna. Hal ini tentunya akan merugikan pengemudi karena mereka tidak akan mendapatkan penghasilan jika tidak mendapatkan pesanan. Jika pesanan dibatalkan akan

mempengaruhi pendapatan oleh pengemudinya. Alasan pengguna membatalkan pesanan diantaranya: 1) terdapat kesalahan dalam titik penjemputan/pengantaran. 2) kesalahan dalam melakukan pemesanan makanan.

Pertikaian Pengemudi dan Pengguna Aplikasi Gojek. Pertikaian seringkali terjadi antara pengemudi dan pengguna aplikasi gojek. Pertikaian tersebut dipicu karena pemahaman antara pengemudi dan pengguna berbeda. Selain disebabkan antara kedua masyarakat tersebut, terkadang juga disebabkan oleh sistem itu sendiri. Perbedaan pemahaman tersebut dapat membuat pengemudi ataupun pengguna akan merasa kesal dan merasa dirugikan. Berikut hal yang dapat menyebabkan pertikaian pada masyarakat maya dalam aplikasi gojek: 1) Kesalahan titik lokasi baik titik lokasi penjemputan maupun titik lokasi pengantaran. Titik lokasi ini terkadang tidak sesuai yang diinginkan oleh pengemudi maupun pengguna, sehingga pengemudi bisa saja salah jalan ketika melakukan penjemputan maupun pengantaran. 2) Perbedaan Pemahaman dalam Komunikasi Lewat Ruang Chat. Komunikasi masyarakat maya yang dilakukan secara *online* berbeda halnya dengan komunikasi yang dilakukan secara tatap muka. Kesalahan pemahaman komunikasi pada masyarakat maya lebih sering terjadi jika dibandingkan dengan komunikasi secara langsung. Hal ini karena komunikasi pada masyarakat maya dalam ruang komunikasi gojek atau *whatsapp* hanya dapat dilakukan dengan menggunakan pesan teks. Berbeda halnya komunikasi pada masyarakat nyata, mereka dapat berkomunikasi secara langsung sehingga lebih sedikit miskomunikasi. 3) Pemberian Bintang yang Rendah. Pemberian bintang dapat dilakukan oleh pengemudi maupun pengguna gojek. Pemberian bintang bisa saja disebut sebagai penilaian terhadap pengemudi dan pengguna. Semakin tinggi bintang yang diberikan, semakin baik penilaian tersebut, dan sebaliknya semakin sedikit bintang itu diberikan maka penilaianpun akan jelek. Memberikan bintang yang rendah akan merugikan oleh salah satu pihak sehingga dapat mempengaruhi performa salah satu pihak terutama oleh pengemudi

Interaksionisme Simbolik dalam Relasi Sosial Masyarakat Maya di Aplikasi Gojek

Membangun relasi sosial pada masyarakat maya dalam aplikasi gojek tidak lepas dari yang namanya komunikasi. Komunikasi menurut Kalfried Knapp dalam Sumana (2018) merupakan interaksi antar pribadi yang menggunakan sistem simbol linguistik misalnya, meliputi verbal (kata-kata), *paraverbal* dan *nonverbal* bisa dilakukan secara langsung atau melalui media lain. Pengemudi dan pelanggan yang terlibat langsung dalam membangun relasi sosial membentuk kebudayaan berupa simbol-simbol. Simbol *verbal* dapat ditemukan ketika pelanggan dan pengemudi sedang berkomunikasi melalui ruang chat yang sudah disediakan oleh gojek maupun ruang *chat* yang lainnya, sedangkan untuk simbol *non verbal* yang dapat ditemukan ialah ketika pelanggan sedang melakukan pemesanan atau menerima pesanan, hendak menjalankan pesanan, mengakhiri pesanan, dan memberikan penilaian.

Penggunaan Bahasa Simbol dalam Aplikasi Gojek. Bahasa merupakan salah satu alat komunikasi yang digunakan seseorang untuk saling berinteraksi (Riyanti, 2013). Pengemudi yang sedang mendapatkan *orderan* akan berkomunikasi dengan pengguna. Sebelum pengemudi berangkat dan pergi dari tempat duduknya, pengemudi akan memastikan terkait *orderan* yang dilakukan oleh pengguna, baik *orderan goride*, *gofood*, dan *orderan* lainnya. Cara pengemudi memastikan *orderan* tersebut yakni dengan berkomunikasi dengan

pengguna. Pengemudi akan bertanya-tanya dengan mengirim pesan yang berhubungan dengan *orderan* tersebut dan pengemudi berharap penggunaannya akan merespon dengan cepat.

Pesan yang digunakan oleh pengemudi seperti; *halo, sesuai aplikasi ya, baik ditunggu, lokasi sudah sesuai?, apa ada tambahan menu?, dan saya sudah sampai*. Pengemudi berkomunikasi dengan pengguna karena pengemudi ingin memberitahu kepada pengguna bahwa benar-benar sudah menerima *orderan* tersebut dan tidak ingin menolaknya sehingga pengemudi berharap pengguna tidak membatalkan *orderan* yang sudah diterima oleh pengemudi. Selain itu, pengemudi juga berharap agar *orderan* yang dipesan oleh pengguna tidak terjadi kesalahan pesanan dan lokasi sehingga pelayanan yang diberikan bisa maksimal dan mendapatkan penilaian yang baik dari pengguna. Ketika dirasa cukup dan tidak ada perlu yang ditanyakan lagi, pengemudi dengan wajah bahagianya terus bergegas memakai jaket, helm dan menaiki kendaraannya untuk menuju ke tempat *orderan* yang dipesan oleh pengguna.

Pengguna mengawali interaksi dengan pengemudi dalam aplikasi gojek ketika pengguna menggunakan jasa layanan dalam aplikasi tersebut. Hadirnya ojek online di tengah masyarakat yang berupa aplikasi gojek ini dapat mempermudah aktivitas masyarakat, contoh layanan *gofood* dan *goride*. Ketika pengguna *mengorder* jasa layanan gojek, mereka akan terhubung dalam satu aplikasi bersama pengemudi yang mendapatkan *orderan* tersebut. Keduanya akan saling berinteraksi satu sama lain melalui ruang komunikasi yang sudah disediakan oleh gojek. Mereka akan berkomunikasi layaknya masyarakat nyata, namun yang membedakan adalah sifatnya. Masyarakat nyata berinteraksi dengan cara *face to face* (tatap muka) sedangkan pengemudi dan pengguna gojek berinteraksi secara virtual, meskipun pada akhirnya mereka berinteraksi secara *face to face*.

Interaksi yang dilakukan dalam aplikasi gojek menggunakan media bahasa. Pengemudi yang sudah menerima *orderan* dari pengguna akan memulai percakapan lewat ruang yang telah disediakan. Terkadang pengguna juga yang memulai percakapan tersebut dengan mengirim pesan "*halo pak/mas, sesuai aplikasi ya, lokasi sudah sesuai, kabari kalau udah sampai, dan makasih*". Setelah mendapatkan respon dari pengemudi, pengguna akan bersiap-siap dan menunggu jemputan dari pengemudi agar pengemudi tidak menunggu terlalu lama. Jika pengguna *mengorder gofood*, setelah mendapatkan balasan dari pengemudi, mereka akan melakukan aktivitas lain sambil menunggu pengemudi mengantarkan makanannya.

Pengguna memulai percakapan karena untuk memastikan bahwa pengguna benar-benar akan melakukan *orderan* dan berharap agar pengemudi tidak menolak *orderan* tersebut. Hal ini karena, jika pengemudi menolak *orderan* tersebut, pengguna akan mencari pengemudi lain sehingga akan membutuhkan waktu lagi untuk menunggu. Pengguna merasa senang jika pengemudi yang didapat merespon dengan cepat dan sopan.

Tindakan Simbol dalam Merespon Pesanan. Menerima pesanan biasanya diawali dengan melihat simbol yang diajukan oleh pelanggan. Simbol tersebut berupa jasa yang akan dipesan oleh pelanggan, dapat berupa *goride*, *gofood*, atau yang lainnya. Setelah simbol tersebut diberikan, maka pengemudi akan memiliki dua pilihan, menerima atau membiarkan pesanan itu lewat begitu saja. Ketika pengemudi memilih menerima pesanan, berarti terjadi kesepakatan antara pengemudi dan pelanggan dan pengemudi siap menerima segala resiko yang berkaitan dengan pesanan layanan yang dilakukan oleh pengguna.

Setelah pengemudi menyetujui pesanan dan terjadi kesepakatan antara pengemudi dan pelanggan, maka mereka melanjutkan komunikasi untuk menjalankan pesanan tersebut. Sebelum menjalankan pesanan, pengemudi akan berkomunikasi dengan pengguna yang dilakukan melalui ruang *chat* guna untuk memastikan pesanan, seperti memastikan titik lokasi sudah sesuai apa belum, memastikan pesanan makanan atau minumannya, dan sebagainya. Ketika komunikasi dirasa cukup, pengemudi bersiap untuk berjalan menuju ke lokasi penjemputan.

Setelah makanan atau orang yang hendak diantar siap, maka pengemudi menggeser tombol berikutnya yang menandakan bahwa makanan atau orang yang ingin diantar sudah siap untuk diantar dan pengemudi bisa berangkat ke lokasi pengantaran. Setiba di lokasi pengantaran, pengemudi akan menggeser kembali tombol yang menandakan pesanan telah sampai dititik tujuan. Pengemudi akan merasa lega, jika sudah melayani pengguna sampai ditempat lokasi pengantaran dengan selamat. Mereka merasakan kepuasan batin sendiri, seperti rasa senang, bahagia karena mendapatkan *orderan* sehingga mereka mendapatkan pemasukan untuk kehidupan sehari-hari.

Ketika pengemudi sudah menyelesaikan pesannya, relasi sosial yang terakhir yakni memberikan penilaian terhadap pelanggannya. Penilaian ini dengan memberikan bintang ke pelanggan. Semakin banyak bintang yang diberikan oleh pengemudi, berarti semakin baik pula performa pelanggan tersebut, sehingga relasi sosial pun dapat dikatakan baik. Sebaliknya, semakin sedikit bintang yang diberikan oleh pengemudi, berarti relasi sosial selama masa pesanan tidak baik, sehingga dapat menurunkan performa pelanggan itu sendiri.

Ketika pengemudi sudah menyelesaikan pesannya, relasi sosial yang terakhir yakni memberikan penilaian terhadap pelanggannya. Penilaian ini dengan memberikan bintang ke pelanggan. Semakin banyak bintang yang diberikan oleh pengemudi, berarti semakin baik pula performa pelanggan tersebut, sehingga relasi sosial pun dapat dikatakan baik. Tetapi semakin sedikit bintang yang diberikan oleh pengemudi, maka mengindikasikan adanya relasi sosial selama masa pesanan tidak baik, sehingga dapat menurunkan performa pelanggan itu sendiri.

Pengemudi gojek akan memberikan pelayanan yang baik kepada penggunanya. Mereka akan berkomunikasi dengan bahasa yang baik dan sopan serta ketika sedang bertemu secara langsung pengemudi akan bersikap ramah juga. Selain mendapatkan *orderan* atau memenuhi target pendapatan saja, pengemudi melakukan pelayanan yang baik berharap juga mendapatkan penilaian yang baik, karena selama mereka mendapatkan penilaian yang baik, mereka percaya akan selalu mendapatkan *orderan*. Berbeda jika mereka mendapatkan penilaian yang buruk, pengemudi akan melampiaskan kepada sesama anggota dengan cara bercerita mengenai pelanggannya. Tidak hanya itu, ada juga pengemudi yang membagikan hasil tangkapan layar mereka ke grup facebook mereka untuk melampiaskan rasa emosi ketika mendapatkan pengguna yang memberikan penilaian yang buruk.

Pengguna yang telah memilih jasa yang diinginkan, pengguna akan dicarikan pengemudi disekitar area tersebut. Setelah mendapatkan pengemudi, pengguna akan dibawa ke halaman selanjutnya di mana halaman tersebut menghubungkan antara pengemudi dan pengguna. Mereka bisa menjalin relasi dari halaman tersebut dengan berkomunikasi satu sama lain.

Pengguna bisa mengawali komunikasi dengan pengemudi ataupun sebaliknya. Pengguna akan memberitahu kepada pengemudi atau menjawab pertanyaan dari pengemudi terkait yang diinginkan oleh pengguna secara jelas sehingga pengemudi tidak salah dalam menjemput pengguna, memesan makanan atau yang lainnya. Hal ini berarti pengguna berhati-hati agar *orderan* yang telah dilakukan tidak ada kesalahan sehingga membuat pengguna rugi, baik rugi secara waktu maupun materi.

Seperti halnya dengan pengemudi, pengguna juga dapat melakukan kegiatan memberikan penilaian. Penilaian ini diberikan kepada pengemudi setelah pengemudi selesai mengerjakan pekerjaannya. Penilaian sangat penting bagi pengemudi, dan pengemudi berharap mendapatkan bintang yang banyak dari pengguna.

Interaksionisme Simbolik Pengemudi dan Pengguna dalam Aplikasi Gojek. Interaksi sosial yang dilakukan antara pengemudi dan pengguna gojek dipenuhi dengan simbol-simbol. Simbol-simbol tersebut diperlukan adanya suatu pemaknaan. Dalam interaksionisme simbolik, orang akan mengomunikasikan secara simbolis makna-makna kepada orang yang terlibat dan orang lain menafsirkan simbol-simbol itu dan mengorientasikan tindakan mereka. Seperti yang telah diungkapkan oleh Mead dalam Ritzer (2014) bahwa terdapat empat aspek yang saling berhubungan dalam tindakan yakni *impuls*, persepsi, manipulasi, dan penyelesaian. Dalam hal ini berarti seseorang memberikan informasi dari pemaknaan simbolnya kepada orang lain dan penerima informasi tersebut juga akan melakukan pemaknaan yang berbeda dari aktor yang menyampaikan informasi.

Pertama *Impuls* (dorongan hati) Tindakan pengemudi menerima atau menolak pesanan karena dipengaruhi oleh *impuls* (dorongan hati) dan keinginan mereka sendiri dan siap bertanggung jawab dengan segala resiko yang kemungkinan terjadi. Mead dalam Ritzer (2014:603) menjelaskan bahwa dalam *impuls* melibatkan rangsangan pancaindra dan reaksi aktor terhadap rangsangan, kebutuhan untuk melakukan sesuatu terhadapnya. Dalam hal ini, rasa ingin memiliki penghasilan membuat pengemudi menerima pesanan karena mereka menginginkan adanya penghasilan dari mereka untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari-hari.

Pengguna juga akan mengalami tahapan-tahapan seperti yang telah dilakukan oleh pengemudi. Pada tahap pertama *impuls*, pengguna sebelum melakukan pesanan pasti terdapat alasan mengapa pengguna melakukan pesanan tersebut. Pengguna *mengorder* gojek karena terdapat beberapa hambatan seperti kendala *mager*, tidak ada kendaraan dan sebagainya. Alasan kenapa pengguna hendak memesan *gofood* merupakan dorongan pengguna untuk melakukan pesanan. Alasan tersebut karena mereka lapar dan sedang mengerjakan hal lain, selain itu sering ada promo-promo dari pihak gojek. Dari hal ini gojek mampu menjawab permasalahan yang dihadapi oleh masyarakat.

Kedua, Persepsi yang dimaksudkan oleh Mead dalam Ritzer (2014:605-606) adalah aktor mencari dan bereaksi terhadap stimuli yang berhubungan dengan *impuls*. Pada tahapan ini pengemudi sudah pada tahapan menerima pesanan dari pengguna dan sudah mulai berinteraksi dan komunikasi dengan pengguna terkait jasa yang dipesan oleh pengguna. Pengemudi harus dapat memilih mana yang harus diperhatikan ketika melayani pengguna, dan mana yang harus diabaikan atau dihindari ketika berinteraksi dengan pengguna. Pengemudi sudah sepantasnya bersikap ramah kepada pengguna. Meskipun terkadang pengemudi mendapatkan pengguna yang menjengkelkan hati. Karena gojek merupakan perusahaan yang bergerak dalam bidang jasa, jadi pengemudi harus melayani sepenuh hati,

agar berharap mendapatkan timbal balik yang baik dari pengguna seperti mendapatkan bintang lima, sehingga performa pengemudi semakin baik.

Setelah tahapan *impuls* tersebut, barulah pengguna bereaksi terhadap stimuli melalui mencari solusinya. Tahapan ini dinamakan persepsi. Persepsi yang muncul ada dua kemungkinan, yaitu dengan memesan makanan memakai jasa dari gojek atau mengerjakannya sendiri. Pengguna memikirkan dua kemungkinan, mana yang di rasa menguntungkan bagi dirinya maka akan mengambil hal yang menguntungkan tersebut. Jika memesan gojek lebih menguntungkan dia akan memilih memesan gojek. Sebaliknya jika membeli makanan sendiri lebih menguntungkan, maka pengguna akan memilih membeli makanan sendiri.

Ketiga, Manipulasi disini terjadi ketika pengemudi membayangkan kemungkinan-kemungkinan yang akan terjadi selama proses pelayanan jasa dilakukan. Pengemudi sudah membayangkan gambaran seperti apa pesanan yang dipesan, lokasinya di mana, kira-kira berapa lama akan menyelesaikan pesanan tersebut sudah diperhitungkan oleh pengemudi. Itulah yang dilakukan pengemudi ketika sedang mendapatkan pesanan, dan sedang berkomunikasi dengan pengguna. Dengan membayangkan kemungkinan yang terjadi, pengemudi akan bertindak sebaiknya bagaimana untuk merespon kemungkinan yang akan terjadi.

Pada posisi pengguna, setelah menemukan dua solusi tersebut, pengguna masuk ke dalam tahap manipulasi dimana pengguna akan memikirkan kedua alasan yang akan terjadi bila memakai jasa gojek atau mengerjakan makanan sendiri. Pengguna membayangkan kira-kira kedepannya bagaimana jika memesan pakai gojek dengan tidak memesan dengan gojek. Tahapan ini penting untuk mendapatkan jawaban mengenai tindakan apa yang akan dilakukan selanjutnya.

Keempat, Proses terakhir yakni penyelesaian, berdasarkan pertimbangan-pertimbangan yang sudah dipikirkan oleh pengemudi, pengemudi memutuskan untuk berangkat menuju ke lokasi pesanan yang dilakukan oleh pengguna. Tahapan ini merupakan tindakan yang dapat memuaskan *impuls*. Tahapan ini merupakan tahapan terakhir dalam tindakan interaksionisme simbolik. Begitupun yang dilakukan oleh pengguna, setelah melakukan dan melewati tahapan-tahapan tersebut dan pertimbangan-pertimbangan yang sudah matang, pengguna akhirnya memilih memesan dengan menyewa jasa pengemudi untuk membelikan makanan.

SIMPULAN

Dari penelitian ini diketahui bahwa masyarakat maya pada aplikasi gojek membangun relasi sosial dengan berinteraksi melalui aplikasi gojek dan aplikasi nongojek. Dalam membangun relasi sosial mereka terdapat beberapa hambatan. Hambatan tersebut dapat memperburuk relasi sosial antara pengemudi dan pengguna. Bentuk relasi sosial yang terbangun antara pengemudi dan pengguna memiliki dua bentuk, yakni asosiatif dan disosiatif. Bahasa dijadikan sebagai media untuk berkomunikasi masyarakat maya dalam aplikasi gojek. Pengemudi dan pengguna akan bertindak ketika mereka sedang dalam proses pemesanan. Tindakan-tindakan tersebut memiliki empat tahapan yakni *impuls* (dorongan hati), persepsi, manipulasi, dan penyelesaian.

DAFTAR PUSTAKA

- Aziah, Ayu dan Adawia, Popon Rabia. 2018. Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT. Gojek Indonesia). *Jurnal Humaniora*, 18(2)
- Baehaqi, Muhammad. 2017. Customer Insight: Paradigma dan Konsep Strategi. *Media Pengkajian Manajemen dan Akuntansi*, 16(2)
- Bungin, Burhan. 2009. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskursus Teknologi Komunikasi di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group
- Kozinets, Robert V. 2010. *Negotography Doing Ethnographic Research Online*. Sage
- Lantri, Distyatami., dkk. 2017. Fenomena Ojek didalam Kampus Universitas Padjadjaran dan Relasi Sosial yang Terbangun di Dalamnya. *Jurnal Pemikiran dan Penelitian Sosiologi*, 1(2)
- Narwoko, J. Dwi dan Suyanto, Bagong. 2013. *Sosiologi Teks Pengantar dan Terapan*. Jakarta: Prenada Media Group
- Prasetyo, Hendri. 2012. Cyber Community, Cyber Cultures: Arsitektur Sosial Baru Masyarakat Modern. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(1)
- Purwanto, Andhika Cahya. 2018. Eksistensi Ojek Pangkalan didalam Perkembangan Transportasi Berbasis Informasi dan Teknologi. *Solidarity*, 7(1), 243-255
- Ritzer, George. 2014. *Teori Sosiologi dari Sosiologi Klasik sampai Perkembangan Terakhir Postmodern*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar
- Riyanti, Puji. 2013. Relasi Sosial Pedagang Etnis Cina dan Etnis Jawa di Pasar Tradisional. *Komunitas*, 5(1), 53-63
- Rohayati. 2017. Budaya Komunikasi Masyarakat Maya (Cyber): Suatu Proses Interaksi Simbolik. *Jurnal Sosial Budaya*, 14(2)
- Soekanto, Soerjono. 2013. *Sosiologi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada
- Sugiyono. 2019. *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta
- Sumana, Agnes Marcelia. 2018. Kepuasan Komunikasi Organisasi Siloam Hospitals Surabaya. *Jurnal E-Komunikasi*, 6(1)
- Www.go-jek.com/about/ pada 26 Januari 2020. Pukul 21.30 WIB