

## **BAB II**

### **KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN**

#### **2.1. Kajian Literatur**

##### **2.1.1. Review Penelitian Sejenis**

Review penelitian sejenis merupakan salah satu referensi yang diambil peneliti. Melihat hasil karya ilmiah para peneliti terdahulu yang mana ada dasarnya peneliti mengutip beberapa pendapat yang dibutuhkan oleh peneliti sebagai pendukung penelitian. Penelitian terdahulu adalah referensi yang berkaitan dengan penelitian. Penelitian terdahulu yang dijadikan sebagai acuan, antara lain sebagai berikut:

1. Skripsi milik Slaudiya Anjani Septi Damayanti, Mahasiswa Universitas Airlangga, Progam Studi Sosiologi, yang berjudul “Transportasi Berbasis Aplikasi Online: GO-JEK Sebagai Sarana Transportasi Masyarakat Kota Surabaya” bertujuan untuk mengetahui tindakan sosial yang dilakukan masyarakat dalam menggunakan Gojek sebagai sarana transportasi. Penelitian ini menggunakan paradigma definisi sosial dengan pendekatan kualitatif. Penentuan informan menggunakan metode purposive serta teori yang digunakan menggunakan Tindakan Sosial Max Weber. Hasil penelitian yang ditemukan antara lain: tindakan sosial yang dilakukan oleh pengguna adalah rasional instrumental dan afeksi serta tindakan juga dapat

muncul dari pihak ketiga yang dapat menentukan pemilihan transportasi yang tepat.

2. Skripsi milik Novianti Eka Kartika, Mahasiswa Universitas Adhirajasa Reswara Sanjaya, Prodi Ilmu Komunikasi, yang berjudul “Fitur Aplikasi Gojek Favorit Konsumen Pada Saat Pandemi COVID-19 Di Kota Bandung”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fitur atau layanan mana yang menjadi favorit konsumen di kota Bandung pada saat pandemi COVID-19. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu studi fenomenologi dengan pendekatan kualitatif. Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menarik kesimpulan bahwa layanan favorit konsumen di kota Bandung yaitu Go-Food sebagai layanan pesan antar makanan dan layanan kedua yaitu layanan Go-Send sebagai layanan pengiriman barang berskala kecil. Fitur-fitur yang dipilih konsumen Gojek saat pandemi Covid-19 karena kemudahan yang mereka perlukan saat melakukan *sosial distancing*.
3. Skripsi milik Delfi Nihayah, Mahasiswa Institut Agama Islam Negeri Jember, Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam, yang berjudul “Aplikasi *Online* dan Perubahan Gaya Hidup (Studi Tentang Pengguna Aplikasi Gojek di Kalangan Mahasiswa Institut Agama Islam Jember). Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perubahan yang terjadi dikalangan Mahasiswa Institut Agama Islam Jember. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Pengumpulan data dilakukan melalui proses wawancara mendalam dengan informan.

Teori penelitian menggunakan media tindakan sosial yang di populerkan oleh Gerald Schoening dan James Anderson. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa adanya aplikasi Gojek menyebabkan perubahan terhadap mahasiswa. Perubahan yang terjadi mulai dari perubahan gaya hidup yang mulai bergeser menjadi gaya hidup serba digital atau yang disebut dengan *e-lifestyle*, serta gaya hidup yang mulai konsumtif dan budaya individualis.

Tabel 2.1 Review Penelitian Sejenis

## 2.1.1.1 Penelitian Pertama

No	SKRIPSI	
1.	<b>Nama Peneliti</b>	Slaudiya Anjani Septi Damayanti
	<b>Judul Penelitian</b>	Transportasi Berbasis Aplikasi Online: GO-JEK Sebagai Sarana Transportasi Masyarakat Kota Surabaya
	<b>Metode Penelitian</b>	Kualitatif
	<b>Teori</b>	Tindakan Sosial (Max Weber)
	<b>Hasil Penelitian</b>	Tindakan sosial yang dilakukan oleh masyarakat Surabaya dalam menggunakan Gojek sebagai sarana transportasi dan memunculkan tindakan afeksi yang muncul dari pihak keluarga untuk menyarankan dan menentukan transportasi yang tepat sehingga dapat dimanfaatkan dengan baik oleh masyarakat di kota Surabaya
	<b>Persamaan</b>	Melakukan penelitian tentang bagaimana tindakan manusia dalam pemanfaatan sebuah aplikasi .
	<b>Perbedaan</b>	Perbedaannya penelitian ini lebih memfokuskan bagaimana tindakan masyarakat dalam menentukan sarana transportasi sedangkan peneliti lebih memfokuskan

		bagaimana tindakan yang dilakukan dalam memanfaatkan sebuah aplikasi sebaik mungkin
--	--	---

### 2.1.1.2 Penelitian Kedua

No	SKRIPSI	
2.	<b>Nama Peneliti</b>	Novianti Eka Kartika
	<b>Judul Penelitian</b>	Fitur Aplikasi Gojek Favorit Konsumen Pada Saat Pandemi Covid-19 Di Kota Bandung
	<b>Metode Penelitian</b>	Kualitatif
	<b>Teori</b>	Studi Fenomenologi (Edmund Husserl)
	<b>Hasil Penelitian</b>	Banyaknya perubahan pada saat pandemi Covid-19 membuat Gojek mengubah beberapa fitur layanannya dikarenakan harus mengikuti peraturan pemerintah dalam menerapkan <i>social distancing</i> sehingga fitur layanan yang sering digunakan oleh narasumber adalah Go-Food dan Go-send disebabkan banyaknya promo yang diberikan oleh Gojek yang membuat harga lebih murah, cepat, dan tentu saja lebih praktis tanpa harus keluar rumah dan mengeluarkan tenaga
	<b>Persamaan</b>	Memiliki persamaan yaitu bagaimana pengalaman dan sikap yang dirasakan informan dalam menggunakan aplikasi Gojek
	<b>Perbedaan</b>	Perbedaan penelitian terletak pada fokus penelitian yang berbeda dalam penelitian ini

		lebih memfokuskan kepada fitur layanan Gojek yang dapat memudahkan informan dalam melakukan <i>social distancing</i> sedangkan peneliti lebih memfokuskan pada mengapa informan lebih memilih menggunakan aplikasi Gojek
--	--	--

### 2.1.1.3 Penelitian Ketiga

No	SKRIPSI	
3.	<b>Nama Peneliti</b>	Delfi Nihayah
	<b>Judul Penelitian</b>	Aplikasi Online dan Perubahan Gaya Hidup (Studi Tentang Pengguna Aplikasi Gojek di Kalangan Mahasiswa IAIN Jember)
	<b>Metode Penelitian</b>	Kualitatif
	<b>Teori</b>	Media tindakan sosial Gerald Schoening dan James Anderson
	<b>Hasil Penelitian</b>	Adanya aplikasi Gojek menyebabkan perubahan terhadap mahasiswa perubahan yang terjadi adalah perubahan yang pola hidup yang mulai bergeser seperti mulai beralih kepada gaya hidup digital atau <i>e-lifestyle</i> kemudian gaya hidup menjadi konsumtif hingga budaya individualis
	<b>Persamaan</b>	Persamaan penelitian terletak pada bagaimana tindakan informan setelah menggunakan aplikasi Gojek
	<b>Perbedaan</b>	Perbedaan penelitian ini dengan peneliti adalah penelitian ini lebih memfokuskan dan mengetahui hal apa saja yang dapat mempengaruhi mahasiswa sehingga



		menyebabkan terjadinya perubahan pola gaya hidup sedangkan peneliti fokus terhadap bagaimana mahasiswa memanfaatkan aplikasi Gojek
--	--	--

## **2.2. Kerangka Konseptual**

### **2.2.1. Komunikasi**

#### **2.2.1.1. Pengertian Komunikasi**

Komunikasi merupakan aktivitas dasar manusia. Dengan berkomunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain baik kehidupan sehari-hari di rumah tangga, ditempat pekerjaan, dipasar, dalam masyarakat atau dimana saja manusia tinggal. Tidak ada manusia yang tidak terlibat dengan komunikasi. Komunikasi sangat penting bagi kehidupan manusia. Berkembangnya pengetahuan manusia dari hari ke hari karena komunikasi. Komunikasi juga membentuk sistem sosial yang saling membutuhkan satu sama lain, maka dari itu komunikasi dan masyarakat tidak dapat dipisahkan.

Secara etimologis, kata komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *communis* yang bersumber pada kata *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama *communis* paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata-kata latin lainnya yang mirip. Komunikasi menyaranakan bahwa suatu pikiran, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama (Deddy Mulyana, 2014:46).

Dalam buku karya Deddy Mulyana yang berjudul Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar (2019:68) memberikan beberapa definisi komunikasi yang dikemukakan oleh beberapa ahli antara lain:

- a. Bernard Berelson dan Gary A. Steiner: “Komunikasi: transmisi informasi, gagasan, emosi, keterampilan, dan sebagainya, dengan menggunakan simbol-simbol, kata-kata, gambar, figur, grafik, dan sebagainya. Tindakan atau proses transmisi itulah yang biasanya disebut komunikasi”.
- b. Theodore M. Newcomb: “Setiap tindakan komunikasi dipandang sebagai suatu transmisi informasi, terdiri dari rangsangan yang diskriminatif, dari sumber kepada penerima”.
- c. Carl I. Hovland: “Komunikasi adalah proses yang memungkinkan seseorang (komunikator) menyampaikan rangsangan (biasanya lambang-lambang verbal) untuk mengubah perilaku orang lain (komunikan)”.
- d. Gerald R. Miller: “Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima”.
- e. Everett M. Rogers: “Komunikasi adalah proses di mana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”.
- f. Raymond S. Ross: “Komunikasi (intersional) adalah suatu proses menyortir, memilih, dan mengirimkan simbol-simbol sedemikian rupa sehingga membantu pendengar membangkitkan makna atau respons dari pikirannya yang serupa dengan yang dimaksudkan komunikator”.

g. Mary B. Cassata dan Molefi K. Asante: “(Komunikasi adalah) transmisi informasi dengan tujuan mempengaruhi khalayak”.

h. Harold Lasswell: (Cara yang baik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut) Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?”.

Bedasarkan definisi Lasswell ini dapat diturunkan lima unsur komunikasi yang saling bergantung satu sama lain, yaitu:

1) Sumber (*source*)

Sumber adalah pihak yang berinisiatif atau mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi. Sumber bisa seorang individu, kelompok, organisasi, perusahaan atau bahkan suatu negara.

2) Pesan

Pesan adalah seperangkat simbol verbal atau non verbal yang mewakili perasaan, nilai, gagasan atau maksud dari sumber penerima.

3) Saluran atau media

Alat atau wahana yang digunakan sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima.

4) Penerima (*receiver*)

Sering juga disebut sasaran/tujuan (*desitination*), komunikate (*communicate*), penyadi-balik (*decoder*) atau khalayak (*audience*), pendengar (*listener*), penafsir (*interpreter*), yakni orang yang menerima pesan dari sumber.

## 5) Efek

Yaitu apa yang terjadi pada penerima setelah ia menerima pesan tersebut, misalnya penambahan pengetahuan (dari tidak tahu menjadi tahu), terhibur, perubahan sikap (dari tidak setuju menjadi setuju), perubahan perilaku (dari tidak bersedia membeli barang yang ditawarkan menjadi bersedia membelinya, atau dari tidak bersedia memilih partai politik menjadi bersedia memilihnya dalam pemilu), dan sebagainya.

### **2.2.2. Komunikasi Antar Pribadi**

#### **2.2.2.1 Pengertian Komunikasi Antar Pribadi**

Komunikasi antar pribadi dinilai sangat efektif dan berperan besar dalam mengubah perilaku orang lain, jika adanya persamaan mengenai makna yang dibicarakan. Komunikasi yang berlangsung antara dua individu atau lebih, yang berlangsung secara tatap muka (*face to face*) atau menggunakan alat bantu media dapat juga disebut dengan komunikasi antar pribadi.

Menurut Joseph A. Devito dalam buku *The Interpersonal Communication Book* menyatakan bahwa:

“Komunikasi antar pribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan umpan balik seketika (*the process of sending and receiving messages between two person, or among a small group of person, with some effect and some immediate feedback*)”. (1989, p.4).

Bedasarkan definisi Joseph A. Devito diatas, komunikasi antar pribadi adalah komunikasi yang terjadi secara dialogis, dimana disaat seorang komunikator (*sender*) menyampaikan pesan maka akan terjadi feedback dari komunikan (*receiver*) sehingga adanya interaksi.

#### **2.2.2.2 Tujuan Komunikasi Antar Pribadi**

Dalam melaksanakan kegiatan komunikasi antar pribadi, setiap orang mempunyai tujuannya masing-masing untuk menyampaikan pesan kepada orang lain. Begitu Pula menurut Widjaja dalam buku Ilmu Komunikasi, yaitu:

1. Mengenali diri sendiri dan orang lain.
2. Mengetahui dunia luar
3. Menciptakan dan memelihara hubungan.
4. Mengubah sikap dan perilaku
5. Bermain dan mencari hiburan.
6. Membantu orang lain. (2000, p.122)

Komunikasi antar pribadi yang terjadi antar individu memiliki beberapa tujuan, antara lain:

1. Menyampaikan Informasi

Tujuan utama berkomunikasi ialah menyampaikan informasi. Lalu di dalam komunikasi antar pribadi ditekankan kembali mengenai penyampaian informasi yang memiliki sifat intim dan mendekati komunikasi yang efektif.

## 2. Menumbukan Simpati

Dalam berbagi informasi, ada kalanya terselip beberapa pesan yang merupakan pengalaman pribadi. Baik dalam bentuknya pengalaman menyenangkan atau menyedihkan. Dari sana timbul rasa simpati yang dirasakan oleh kedua belah pihak.

## 3. Menumbuhkan Motivasi

Tidak jarang pula dari informasi yang dibagikan menimbulkan motivasi tersendiri. Apabila pesan tersebut berisi kisah-kisah inspiratif yang mampu menggugah kepribadian diri.

### **2.2.2.3 Fungsi Komunikasi Antar Pribadi**

Menurut Enjang dalam bukunya komunikasi konseling, ia berpendapat mengenai fungsi komunikasi antar pribadi sebagai berikut:

1. Memenuhi kebutuhan sosial dan psikologis. Dengan komunikasi antar pribadi, kita bisa memenuhi kebutuhan sosial dan psikologis kita. Para psikolog pun menyarankan bahwa pada dasarnya kita adalah makhluk sosial, yaitu orang yang membutuhkan orang lain, apabila kehilangan kontak dengan orang lain kebanyakan orang akan mengalami halusinasi, kehilangan koordinasi motorik, dan secara umum tidak bisa menyesuaikan diri dengan lingkungan sekitar.

2. Mengembangkan kesadaran diri. Melalui komunikasi antar pribadi akan terbiasa mengembangkan kesadaran diri. Kita dapat mengkonfirmasi tentang siapa diri kita, apa yang ada didalam pikiran kita. Namun ada yang sebagian merupakan refleksi dari apa yang orang lain sebut tentang diri kita.
3. Matang akan konvensi sosial. Melalui komunikasi antar pribadi kita tunduk atau menentang konvensi sosial. Kita berkomunikasi, beramah tamah dengan orang lain dalam rangka memenuhi konvensi sosial. Mengabaikan orang lain dan tidak berbicara, berarti menentang konvensi sosial dan menimbulkan kesan melalaikan orang lain.
4. Konsistensi hubungan dengan orang lain. Melalui komunikasi antar pribadi kita menetapkan hubungan kita. Kita berhubungan dengan orang lain, melalui pengalaman yang kita lalui bersama mereka, dan melalui percakapan percakapan bersama mereka. Ketika kita bertemu dengan seseorang secara terus menerus, sifat dasar komunikasinya akan menetapkan tipe dan kualitas hubungan kita. Jika percakapan mengenai hal-hal remeh, itu akan menjadi sekedar perkenalan. Jika didalam percakapan itu ada perdebatan dan perang mulut, hubungan menjadi tidak sehat. Jika kita memulai percakapan tentang perasaan yang mendalam, berbagi cerita pribadi, mendengarkan orang lain, dengan empati dan pemahaman dan membicarakan persoalan yang berhubungan dengan kita, maka kita akan mengembangkan hubungan yang sehat, dekat dan lebih intim.
5. Mendapatkan informasi yang banyak. Melalui Komunikasi antar pribadi, kita juga akan memperoleh informasi yang akurat dan tepat merupakan



kunci untuk membuat keputusan yang efektif. Jika kita bisa memperoleh sebagian informasi melalui observasi langsung, membaca, mendengarkan dari berbagai media, kita bisa memperoleh banyak informasi yang bisa kita lakukan untuk mengambil keputusan selama berbicara dengan orang lain.

6. Bisa mempengaruhi atau dipengaruhi orang lain. Melalui komunikasi antar pribadi, kita dapat mempengaruhi atau dipengaruhi oleh orang lain. Jika hasil yang diharapkan menyangkut persetujuan dan kerja sama dengan orang lain, komunikasi antar pribadi berfungsi untuk mempengaruhi gagasan dan perilaku. Kita bisa menggunakan bentuk komunikasi ini untuk mempengaruhi orang lain dan demikian pula sebaliknya. Seperti yang dikatakan oleh para ahli komunikasi, bahwa tujuan utama usaha komunikasi adalah mempengaruhi gagasan dan perilaku orang lain. (2009, pp. 77-79)

Menurut Yuliana dan Utami dalam bukunya Komunikasi Antar Pribadi, menyatakan bahwa fungsi komunikasi seperti:

1. Komunikasi antar individu dilakukan untuk mendapatkan respon atau umpan balik.
2. Komunikasi antar individu dapat digunakan sebagai evaluasi respon atau umpan balik dari lawan bicara kita.
3. Komunikasi antar individu dilakukan sebagai kontrol terhadap lingkungan. (2008, p. 3)

### 2.2.3. Aplikasi Online

Aplikasi secara etimologi berasal dari kata *application* yang artinya penerapan, penggunaan. Sedangkan secara terminologi, aplikasi memiliki banyak arti menurut beberapa ahli. Menurut Hasan Abdurahman dan Asep Ririh Riswaya, aplikasi merupakan suatu program yang dirancang secara khusus agar dapat digunakan untuk menjalankan fungsi-fungsi tertentu sesuai tujuan diciptakannya. Aplikasi juga dapat diartikan sebagai alat terapan yang difungsikan secara khusus dan terpadu sesuai kemampuan yang dimilikinya. Selanjutnya, Jogiyanto juga menjelaskan bahwa aplikasi adalah suatu perangkat lunak yang dapat diakses melalui komputer. Dimana penggunaanya dapat sesuai dengan instruksi atau pernyataan yang disusun sedemikian rupa sehingga mendapatkan output yang diinginkan.

Aplikasi *online* juga merupakan sebuah media baru yang dapat diakses oleh komputer atau *smartphone* melalui jaringan internet. Aplikasi online dapat digunakan dalam berbagai macam tujuan. Hal ini karena fitur yang disediakan oleh aplikasi *online* sangat bervariasi. Dengan demikian pengguna aplikasi dapat mengakses berbagai data atau informasi yang dibutuhkan hanya dengan menggunakan media komputer atau *smartphone*, di manapun dengan mudah dan cepat.

Pengguna juga dapat berinteraksi dengan pengguna lainnya hanya melalui jaringan internet. Aplikasi *online* memiliki beberapa keunggulan sebagai berikut:

1. Performan berjalan lebih cepat sebab aplikasi dirancang untuk bekerja secara cepat.
2. Lebih menarik secara tampilan visual
3. Pengguna memiliki hak akses penuh ke perangkat mobile, dimana aplikasi dapat dijalankan melalui berbagai jenis sistem operasi.
4. Dapat diakses melalui media komputer, laptop maupun *smartphone*.
5. Tidak memerlukan spesifikasi tinggi untuk menggunakannya.

Selain memiliki berbagai keunggulan aplikasi online juga memiliki beberapa kekurangan. Antara lain sebagai berikut:

1. Membutuhkan keamanan sistem yang sangat ketat.
2. Membutuhkan jaringan atau koneksi internet untuk mengakses. Namun terdapat juga beberapa aplikasi yang bisa digunakan tetapi tidak membutuhkan jaringan internet.

Aplikasi online juga termasuk ke dalam kelompok media baru karena menciptakan sesuatu yang terlibat seperti interaksi, tetapi tidak mirip dengan interaksi langsung secara tatap muka.

#### 2.2.4. GOJEK

Gojek merupakan sebuah aplikasi teknologi asal Indonesia yang melayani angkutan melalui jasa ojek. Aplikasi ini diluncurkan pada tahun 2010, hingga saat ini gojek telah tersedia di 50 kota di Indonesia. Pada bulan Juni 2016 gojek telah diunduh sebanyak hampir 10 juta kali di Google Play pada sistem operasi Android, dan telah tersedia di App Store. Gojek juga mempunyai layanan pembayaran digital yang bernama Gopay. Selain di Indonesia, layanan gojek telah tersedia di Vietnam, Singapura, Thailand, dan Filipina. Sebagai Pendiri Gojek, Nadiem Makarim melihat ternyata sebagian besar waktu yang dihabiskan oleh pengemudi ojek hanyalah sekadar mangkal menunggu penumpang. Padahal, pengemudi ojek akan mendapatkan lebih banyak penghasilan bila terus mencari penumpang.

**Gambar 2 1 Logo Gojek**



Sumber : Gojek

Pada 22 Juli 2019, Gojek meluncurkan logo baru yang dijuluki “Solv”, melambangkan transformasi gojek menjadi layanan aplikasi super yang menyediakan berbagai cara cerdas untuk menghilangkan kerepotan pelanggannya. Brand gojek semula ditulis GO-JEK diganti menjadi gojek saja tanpa tanda penghubung. Fokus layanan gojek tidak lagi pada kendaraan roda dua, Faktor inilah yang mendorong perubahan logo yang jauh lebih sederhana.

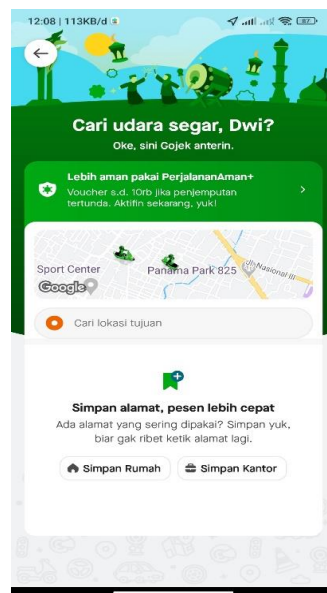
Berbagai macam fitur yang disediakan oleh Gojek dapat dengan mudah diakses oleh penggunanya seperti, Go-Ride untuk melayani pengantaran penumpang ke tempat yang dituju, Go-Food untuk melayani pesan antar makanan, Go-Send untuk melayani pengiriman barang skala kecil hingga besar, Go-Mart sebagai layanan untuk berbelanja kebutuhan sehari-hari konsumen, Go-Tix untuk melayani pembelian tiket bioskop maupun tiket lainnya dan Go-Clean untuk melayani jasa untuk membersihkan rumah. Dengan cara kerja yang mudah yaitu konsumen atau penumpang hanya perlu menentukan lokasi titik penjemputan dan menentukan arah dan lokasi yang dituju pada aplikasi, selain itu juga tarif yang diberikan oleh Gojek lebih murah dari ojek pangkalan yang sudah tertera pada aplikasi sehingga dapat memudahkan konsumen dalam menyiapkan pembayaran.

### **2.2.3.1. Fitur Gojek**

Sebuah aplikasi, tentunya memiliki fitur-fitur yang bisa digunakan oleh pengguna aplikasi tersebut. Gojek juga memiliki beberapa fitur yang bisa digunakan oleh pengguna, yakni:

#### **1. Fitur GoRide**

GoRide adalah layanan transportasi yang disediakan oleh mitra dengan menggunakan kendaraan bermotor roda dua (motor) untuk mengantarkan penumpang dari lokasi penjemputan ke lokasi tujuan yang ditentukan oleh pengguna. GoRide memberikan layanan kemudahan mobilitas pelanggan. Pelanggan dapat menentukan tempat penjemputan dan pengantaran, serta akan muncul tarif yang harus dibayarkan untuk layanan ini. Inovasinya adalah pada ojek konvensional pelanggan harus datang ke tempat pangkalan ojek dimana biasanya pengemudi ojek menunggu pelanggan, tetapi pada layanan GoRide pengemudi ojek daring akan datang kepada pelanggan sesuai titik jemput.

**Gambar 2 2 Fitur GoRide**

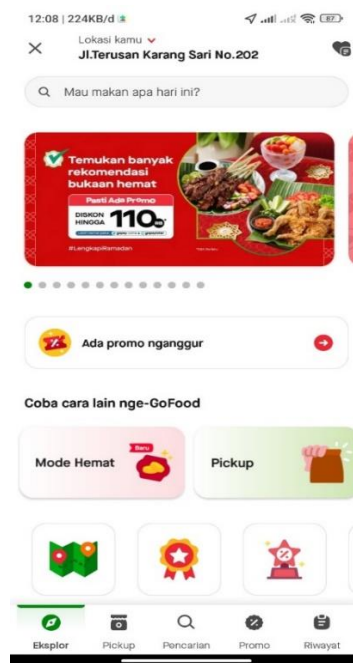
Sumber : Aplikasi Gojek

Dengan kemunculan GoRide terdapat beberapa pesaing transportasi online lainnya yang menyediakan jasa yang serupa, sebagai sebuah layanan jasa tentunya Gojek pada layanan GoRide harus memperhatikan harga, kualitas pelayanan, kepuasan pelanggan guna mempengaruhi loyalitas pelanggan.

## 2. Fitur GoFood

GoFood adalah fitur dimana para pengguna aplikasi gojek dapat memesan makanan dengan cepat dimanapun tempat para pengguna berada. Layanan ini dapat dinikmati oleh para pengguna yang memiliki waktu makan yang terbatas, para pengguna tidak perlu cemas meunggu, karena makanan akan datang dalam waktu super cepat. Banyak pilihan makanan dari berbagai macam merchant yang ada di gofood sehingga membuat para pengguna dapat memilih makanan apapun yang mereka inginkan.

**Gambar 2 3 Fitur GoFood**



Sumber :Aplikasi Gojek



### 3. Fitur GoSend

GoSend adalah sebuah solusi untuk para pengguna aplikasi gojek untuk mengantarkan barang dengan cepat, aman dan tentunya sangat mudah. Dalam pengiriman dalam kota gosend memiliki dua layanan yaitu, *gosend instant delivery* dan *gosend sameday delivery* yang bisa dipilih saat melakukan pemesanan melalui aplikasi gojek

**Gambar 2 4 Fitur GoSend**



Sumber: Aplikasi Gojek

#### 4. Fitur GoMart

Fitur GoMart merupakan fitur yang memberikan kemudahan kepada para pengguna aplikasi gojek, karena kapanpun memerlukan kebutuhan sehari-hari secara mendadak tersedia di aplikasi gomart. Produk yang dapat dipesan di aplikasi pasti tersedia karena stoknya yang selalu diperbaharui setiap harinya dan siap dikirim. Fitur ini akan mengirimkan pesanan penggunanya secara instan selama toko yang dipilih buka dan pastinya dengan biaya yang terjangkau.

**Gambar 2 5 Fitur GoMart**

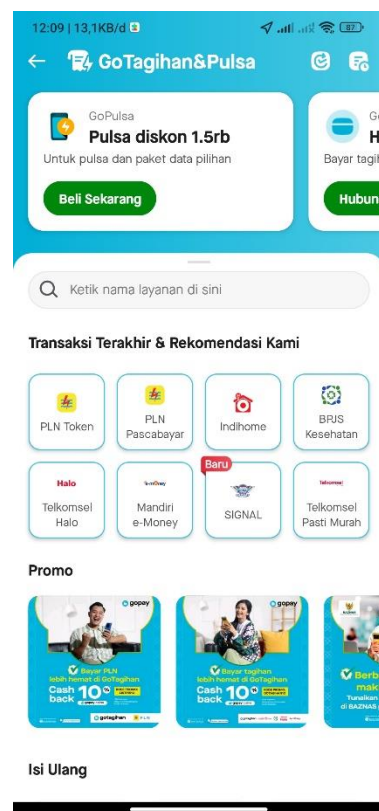


Sumber: Aplikasi Gojek

## 5. Fitur GoTagihan

Fitur GoTagihan adalah fitur yang bisa dipakai untuk membayar tagihan secara online dengan mudah karena tidak perlu keluar rumah dan mengantri di loket. Fitur ini membuat para pengguna lebih praktis dan efisien untuk membayar tagihan secara online misalnya tagihan listrik, BPJS, pajak, TV kabel maupun membeli pulsa dan paket data.

**Gambar 2 6 Fitur GoTagihan**



Sumber: Aplikasi Gojek

### **2.2.5. Mahasiswa**

Mahasiswa adalah sebutan untuk seseorang yang tengah menempuh pendidikan di sebuah Universitas, Sekolah Tinggi, hingga Akademi. Meskipun begitu, tidak semua orang dapat menjadi seorang mahasiswa karena berbagai hambatan yang terjadi. Bagi sebagian orang, status mahasiswa merupakan status tertinggi karena di anggap seseorang yang memiliki intelektual lebih tinggi. Bahkan, di suatu tempat mahasiswa akan selalu dielu-elukan untuk menjadi agen perubahan negara dan bangsa ini.

Menurut Hartaji (2012), mahasiswa adalah seseorang yang tengah menimba ilmu atau belajar dan terdaftar pada salah satu bentuk perguruan tinggi, yang telah berdiri dari akademi, politeknik, sekolah tinggi, institut, hingga universitas.

Sementara itu, Siswoyo (2017) juga mengemukakan definisi mahasiswa yakni individu yang sedang menuntut ilmu di tingkat perguruan tinggi, baik negeri maupun swasta atau lembaga lain yang setingkat dengan perguruan tinggi.

Mahasiswa biasanya dinilai memiliki tingkat intelektualitas yang tinggi, kecerdasan dalam berpikir, serta perencanaannya dalam bertindak. Maka dari itu, berpikir, serta kritis dan bertindak secara cepat serta tepat menjadi sifat yang cenderung melekat pada diri setiap mahasiswa. Disamping itu, mahasiswa juga memiliki tugas lain yakni sebagai agen perubahan dan pengontrol sosial masyarakat. Tugas inilah yang nantinya dapat menjadikan mahasiswa sebagai harapan bangsa di masa depan kelak dengan mencari solusi dengan cara selalu berpikir secara kritis dalam menghadapi berbagai masalah yang dihadapi.

Karakteristik mahasiswa secara umum yaitu stabilitas dalam kepribadian yang mulai meningkat, karena berkurangnya gejolak-gejolak yang ada di dalam perasaan. Mereka cenderung memantapkan dan berpikir dengan matang terhadap sesuatu yang akan diraihinya, sehingga mereka memiliki pandangan yang realistik tentang diri sendiri dan lingkungannya. Selain itu para mahasiswa akan cenderung lebih dekat dengan teman sebaya untuk saling bertukar pikiran dan saling memberikan dukungan. Karakteristik mahasiswa yang paling menonjol adalah mereka mandiri, dan memiliki pemikiran di masa depan, baik dalam hal karir maupun hubungan percintaan. Mereka akan memperdalam keahlian dibidangnya masing-masing untuk mempersiapkan diri menghadapi dunia kerja yang membutuhkan mental tinggi.

Sedangkan karakteristik mahasiswa yang mengikuti perkembangan teknologi adalah memiliki rasa ingin tahu terhadap kemajuan teknologi mereka cenderung untuk mencari bahan bahkan membuat inovasi terbaru dibidang teknologi. Mahasiswa menjadi mudah terpengaruh dengan apa yang sedang marak terjadi. Mereka pasti akan mengikuti atau setidaknya mencoba untuk mengetahuinya.

## 2.3. Kerangka Teoritis

### 2.3.1. Teori Fenomenologi

Fenomenologi berasal dari bahasa Yunani, *Phainoai*, yang berarti “menampak”. Istilah ini diperkenalkan oleh Johan Heirinch. Istilah fenomenologi bisa dilihat lebih lanjut berasal dari dua kata yakni: *phenomenon* yang berarti tampak dan *logos* yakni ilmu. Maka dari itu, fenomenologi juga dapat diartikan sebagai ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan dari realitas yang tampak.

Fenomenologi yang merupakan gerakan historis yang dilahirkan di Eropa oleh sarjana yang tertarik membuat pendekatan filsafat yang fokus pada pengalaman dasar atas fenomena yang dikontekstualisasikan di dalam dunia yang dialami individu. Meskipun konsep umum fenomenologi telah dikaji oleh banyak sarjana dari waktu ke waktu, penggunaan fenomenologi sebagai filsafat ilmu manusia sering dikaitkan dengan karya Edmund Husserl, yang secara umum dipandang sebagai pendiri fenomenologi kontemporer.

Fenomenologi menurut Alfred Schutz adalah bagaimana manusia menguasai makna yang muncul dari motivasi yang ada dan bagaimana memahami tindakan dan proses manusia dalam memahami suatu masalah atau peristiwa sebagai makhluk yang memiliki akal sehat. Maksudnya adalah bagaimana manusia memahami realitas yang ada dalam mencari kualitas dirinya.

Dalam mempelajari dan menerapkan fenomenologi, Schutz mengembangkan model tindakan manusia (*human of action*) dengan tiga dalil umum yaitu:

1. *The postulate of logical consistency* (Dalil Konsistensi Logis)

Konsistensi logis yang mengharuskan peneliti untuk menentukan tujuan atau motivasinya dalam menganalisis suatu masalah dan hubungannya dengan kenyataan di kehidupan sehari-hari.

2. *The postulate of subjective interpretation* (Dalil Interpretasi Subyektif)

Peneliti harus mampu memahami semua tindakan manusia atau pemikirannya dalam bentuk tindakan nyata. Peneliti harus memposisikan dirinya secara subjektif agar dapat memahami manusia dan masalah yang diteliti.

3. *The postulate of adequacy* (Dalil Kecukupan)

Dalil ini mengamanatkan peneliti untuk membentuk konstruksi ilmiah (hasil penelitian) agar peneliti bisa memahami tindakan sosial individu. Kepatuhan terhadap dalil ini akan memastikan bahwa konstruksi sosial yang dibentuk konsisten dengan konstruksi yang ada dalam realitas sosial.

Dalam penelitian ini peneliti berusaha mencari motivasi, makna dan tindakan yang dimiliki oleh subjek penelitian sehingga peneliti dapat memahami pemanfaatan aplikasi gojek.

#### **2.4. Kerangka Pemikiran**

Sebuah pemahaman yang mendasari pemahaman-pemahaman yang lainnya, sebuah pemahaman yang paling mendasar dan menjadi pondasi bagi setiap pemikiran atau suatu bentuk proses dari keseluruhan penelitian yang akan dilakukan disebut dengan kerangka pemikiran atau kerangka berpikir. Kerangka pemikiran juga digunakan sebagai tempat untuk menjelaskan suatu metode atau teori yang digunakan dalam melakukan penelitian.

Penelitian ini menggunakan pendekatan studi fenomenologi, sebagai kerangka pemikiran yang akan menjadi tolak ukur dalam membahas dan memecahkan masalah yang ada dalam penelitian ini. Fenomenologi dari Alfred Schutz dalam fenomenologi sosialnya, mengkaji tentang intersubektivitas. Panduan dasar yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Fenomenologi dalam buku Kuswarno mengatakan bahwa:

**Sebagai disiplin ilmu, fenomenologi mempelajari struktur pengalaman dan kesadaran. Secara harfiah fenomenologi adalah suatu studi yang mempelajari fenomena, seperti penampakan, segala hal yang muncul dalam pengalaman kita, cara kita mengalami sesuatu dan makna yang kita miliki dalam pengalaman kita. Kenyataannya, fokus perhatian fenomenologi lebih luas dari sekedar fenomena, yakni pengalaman sadar diri dari sudut pandang orang pertama (yang mengalami secara langsung). (Kuswarno, 2009:22).**



Fenomenologi merefleksikan pengalaman langsung manusia sejauh pengalaman itu secara intensif berhubungan dengan suatu objek. Jika dikaji lagi, fenomenologi berasal dari kata “phenomenon” yang berarti realitas yang tampak dan “logos” yang berarti ilmu. Sehingga secara terminologi, fenomenologi adalah ilmu yang berorientasi untuk mendapatkan penjelasan tentang realitas yang tampak.

Menurut Kuswarno dalam Buku Fenomenologi: Konsepsi, Fenomena dan Contoh Penelitiannya, mengatakan bahwa:

**Memahami metodologi fenomenologi, akan lebih jelas dengan mengikuti pemikiran dari Alfred Schutz. Schutz adalah orang pertama yang menerapkan fenomenologi dalam penelitian ilmu sosial. (Kuswarno, 2009:38).**

Fenomenologi yang menekankan keunikan manusia membutuhkan metode khusus untuk dapat dipahami secara otentik, khususnya dalam rangka memahami makna tindakan manusia. Weber mengemukakan metode *verstehen* yang mengarah pada suatu tindakan bermotif demi tujuan yang hendak dicapai atau *in order motive*, sebagai salah satu metode untuk memahami motif dan makna di balik tindakan manusia. Dengan begitu, tindakan individu dilihat sebagai tindakan subjektif yang merujuk pada suatu motif tujuan, yang sebelumnya mengalami proses intersubjektivitas berupa hubungan *face to face* antar *person* yang bersifat unik.

Menurut Schutz makna subjektif bukan terletak pada dunia privat, personal atau individu. Makna subjektif terbentuk dalam dunia sosial oleh aktor manusia yang berperilaku dalam dunia sosial keseharian sebagai realitas yang bermakna secara sosial berupa sebuah kesamaan dan kebersamaan. Oleh karenanya sebuah makna subjektif disebut juga intersubjektif. Konsep tindakan didefinisikan sebagai perilaku yang membantu makna subjektif. Sehingga, Schutz menyimpulkan bahwa tindakan harus dilihat secara historis pada perilaku orang pada masa lalu, sekarang maupun yang akan datang.

Secara garis besar kerangka pemikiran yang diambil oleh peneliti, berdasarkan dari teori fenomenologi Alfred Schutz menjadi alat bagi peneliti untuk mendalami serta mencari hakikat dari bagaimana sebuah fenomena yang telah terjadi. Unsur fenomena tersebut terdiri atas motif awal dan bagaimana aplikasi Gojek berpengaruh kepada suatu individu, serta bentuk tindakan yang dilakukan individu sehingga dapat memaknai kemunculan fenomena tersebut.

Motif dalam penelitian ini merupakan fokus utama, di mana motif inilah yang kemudian dicari jawabannya terkait penggunaan aplikasi Gojek di kalangan mahasiswa Universitas Pasundan. Motif tidak dapat dilepaskan dari unsur psikologi, mengingat motif merupakan aspek psikologis yang kemudian direpresentasikan melalui tindakan komunikatif. Pemahaman mengenai motif berkaitan dengan alasan atau sebab seseorang menggunakan sesuatu menurut Nasution (dalam Sobur, 2003: 267) diartikan sebagai segala daya yang mendorong seseorang untuk melakukan sesuatu. Motif memberikan tujuan dan arah kepada tingkah laku seseorang.

Motif bukan hanya menunjukkan perilaku, tetapi menunjukkan latar dari adanya dorongan perilaku tersebut. Motif ini dapat menjadi suatu gambaran dari adanya hal-hal yang dianggap dapat memenuhi kebutuhan seseorang, di mana kebutuhan tersebut menjadi dorongan untuk melakukan sesuatu. Seperti halnya dalam penggunaan aplikasi Gojek, dimana motif dari seseorang akan berbeda tetapi ada kesamaan yakni penggunaannya didasari adanya kebutuhan yang mendorong untuk menggunakan aplikasi tersebut.

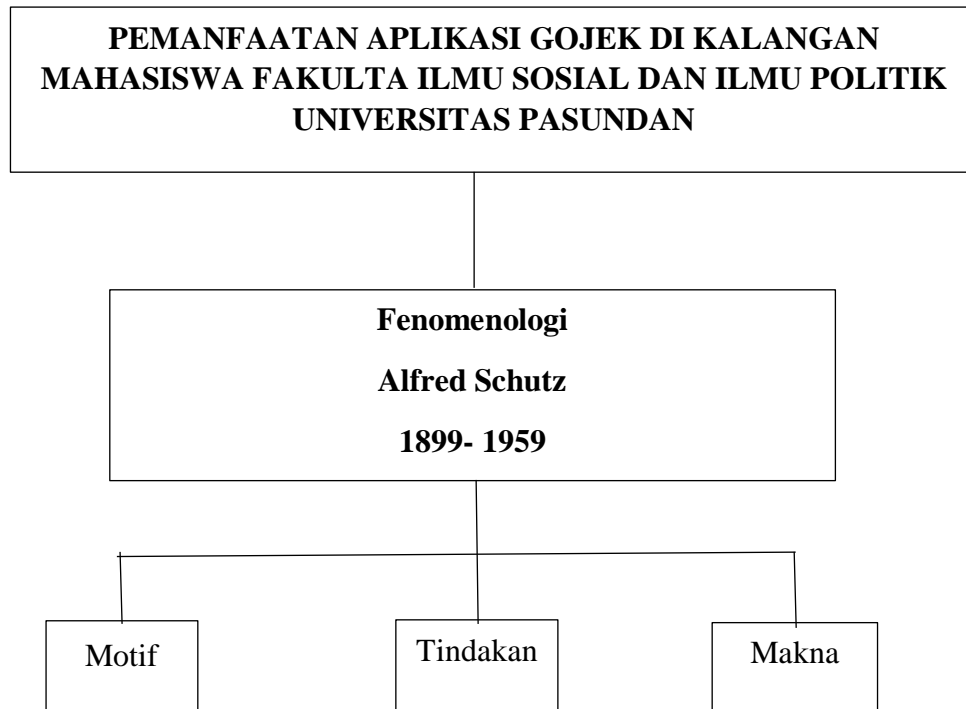
Peneliti menilai informan sangat dipengaruhi oleh adanya motif yang berbeda-beda dalam mengambil sebuah keputusan. Perkembangan teknologi komunikasi semakin mempermudah informan untuk melakukan segala aktifitas yang mereka sukai. Hal ini terjadi karena berkembangnya teknologi yang sangat pesat sehingga mendorong informan untuk melakukan suatu tindakan.

Tindakan sangat dipengaruhi oleh setiap keputusan yang ada di setiap motif para pengguna aplikasi Gojek. Peneliti menilai tindakan mahasiswa setelah menggunakan aplikasi Gojek ini menjadi ketergantungan dan memiliki kecenderungan untuk terus memakai aplikasinya dikarenakan kemudahan dan kepraktisan yang ditawarkan.

Setiap tindakan yang dilakukan oleh manusia mempunyai makna tersendiri. Schutz mendefinisikan tindakan sebagai perilaku yang membentuk makna, Schutz juga mengatakan bahwa ketika seseorang melihat atau mendengar apa yang dikatakan atau diperbuat oleh orang lain, maka dia akan memahami makna dari tindakannya tersebut. Secara ringkas makna adalah hubungan antara subjek dalam lambangnya. Yang artinya suatu makna pada hakikatnya terbentuk berdasarkan hubungan antara lambang komunikasi (symbol) dan pemikiran manusia (objek).

Makna dalam fenomenologi Alfred Schutz, berasal dari potensialitas sebuah objek atau pengalaman khusus dalam kehidupan pribadi. Eksensialnya, maka yang berasal dari suatu objek dan pengalaman akan bergantung pada latar belakang individu dan kejadian tertentu dalam hidup. Peneliti pada dasarnya berusaha mempelajari bagaimana seseorang memaknai fenomena atau kejadian yang terjadi di lingkungan sekitarnya

**Gambar 2.7 Kerangka Pemikiran**



Sumber: data yang telah diolah peneliti