

CITRA TRANSPORTASI DARING GOJEK

(Studi Kualitatif Tentang Persepsi Pengguna Transportasi Daring Gojek (Go-Car dan Go-Ride) Di Garut)

Mukhlis Saeful Millah¹, Haryadi Mujianto², Yandi Hermawandi³
e-mail: mukhlissaefulmillah@gmail.com¹, haryadimujianto@gmail.com², ynd_her@yahoo.com³
^{1,2,3} Fakultas Ilmu Komunikasi, *Public Relations*, Universitas Garut

ABSTRAK

Tujuan:

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh banyaknya pengguna transportasi daring gojek walaupun ilegal dan sering terjadi konflik dengan transportasi konvensional. Adapun tujuan penelitian ini adalah untuk menemukan dan mengetahui motif, pengalaman, makna dan citra transportasi daring gojek (*go-car* dan *go-ride*) dari sudut pandang pengguna.

Metodologi:

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah deskriptif kualitatif dengan menggunakan teori fenomenologi menurut Schutz dan Husserl serta pengertian citra menurut Kotler. Karena dianggap paling tepat untuk mengkaji dan menganalisis citra transportasi daring gojek yang ditentukan melalui persepsi pengguna *go-car* dan *go-ride* di Garut. Kemudian paradigma yang digunakan adalah paradigma konstruktivisme dan penentuan informan dengan teknik *snowball sampling* yang kriterianya ditentukan oleh peneliti. Terdapat 10 orang informan dan 3 orang narasumber dalam penelitian ini. Sedangkan teknik pengumpulan data yang digunakan yaitu wawancara mendalam, observasi partisipan, studi pustaka, dokumentasi dan *website*.

Hasil:

Terdapat 4 poin dari hasil penelitian dalam penelitian ini. Pertama, hasil dari motif yang terbagi menjadi dua. Motif “untuk” pengguna transportasi daring gojek yaitu faktor efisien dan kebutuhan. Sedangkan motif “karena” yaitu nyaman, puas dan praktis. Kedua, hasil dari pengalaman yaitu mendapat pelayanan optimal saat diperjalanan, bisa dijemput di depan rumah walaupun jarak dari jalan raya cukup jauh, mendapatkan potongan harga dan pernah kecewa dengan pelayanan angkutan umum. Ketiga, hasil dari makna transportasi daring gojek yaitu transportasi yang dipesan lewat jaringan internet, bentuk transportasi baru yang dibutuhkan dan teman atau saudara yang mengantar ke tempat tujuan. Keempat, hasil dari citra perusahaan transportasi daring gojek yang terbagi menjadi dua. Citra positif terbentuk karena *driver* ramah pada pengguna saat diperjalanan serta memberi pelayanan yang baik dan murah, lebih *safety* untuk digunakan dan merupakan aplikasi transportasi yang bisa memberikan pelayanan cepat dan nyaman. Citra negatif terbentuk karena sudah beroperasi di Garut secara ilegal dan seringnya terjadi konflik antara *driver* gojek dengan sopir angkutan konvensional.

Implikasi:

Citra perusahaan transportasi daring gojek dalam penelitian ini secara garis besar memiliki citra yang positif dengan cara memberikan pelayanan yang sangat optimal kepada pelanggannya. Dalam hal ini pengguna merasa nyaman karena dilayani dengan cepat, ramah, *safety*, dan harga yang murah.

Keaslian:

Temuan penelitian memperlihatkan bahwa persepsi dan kesan pengguna transportasi daring gojek sangat ditentukan oleh pelayanan yang diberikan perusahaan. Sehingga dapat mempengaruhi positif atau negatifnya citra perusahaan transportasi daring gojek.

Kata Kunci:

Pengguna, Transportasi Daring, Gojek, Citra

1. PENDAHULUAN

Sebagian wilayah di Indonesia termasuk kota Garut, banyak masyarakat yang tertarik untuk menggunakan transportasi daring yang mereka pesan lewat aplikasi yang terpasang di *smartphonenya* dibanding menggunakan transportasi konvensional. Namun perkembangan bidang transportasi yang dipadukan dengan teknologi tersebut tidak luput dari masalah. Khususnya di kota Garut, transportasi daring masih terbilang ilegal untuk beroperasi. Puncaknya pada tanggal 5 Februari 2018 ratusan masa yang terdiri dari sopir angkutan umum, pengusaha angkutan umum dan tukang ojek pangkalan yang tergabung dalam ORGANDA (Organisasi Pengusaha Angkutan Darat) melakukan unjuk rasa di halaman alun-alun Garut untuk menolak keberadaan transportasi daring. Hal ini diperkuat dengan adanya tayangan berita di salah satu stasiun tv yaitu Net Jabar, yang memberitakan bahwa ratusan sopir angkot dan ojek pangkalan mogok beroperasi. Aksi ini dipicu karena adanya informasi perekrutan pengemudi transportasi daring di Gedung KNPI Garut. Akibat aksi tersebut warga pengguna transportasi konvensional terlantar dan terganggu aktivitasnya. Sopir angkot dan ojek pangkalan menyebutkan bahwa semenjak adanya transportasi daring, penghasilan mereka menurun hingga 60%. Transportasi daring tidak memenuhi peraturan menteri perhubungan No 108 Tahun 2017, oleh karena itu masa mengancam akan menutup jalur utama menuju Garut jika transportasi daring tetap beroperasi di Garut (Net 2018).

Transportasi daring adalah perusahaan transportasi yang menggunakan aplikasi sebagai penghubung antara pengguna dan pengemudi yang sangat mempermudah pemesanan, tarif perjalanan sudah langsung bisa dilihat pada aplikasi. Selain itu, transportasi daring juga menjadi wahana yang digunakan sebagai pemindah dari suatu tempat ke tempat lain dengan agensi-agensinya tertentu yang bertanggung jawab dalam hal kepemilikan maupun pengoperasian transportasi yang terkait, yang paling utama dari transportasi ini yaitu transportasi yang berbasis mesin canggih dilengkapi dengan fitur pelacak posisi. Selanjutnya transportasi daring merupakan angkutan umum yang biasa digunakan namun dapat dioperasikan secara *online*, baik untuk pemesanan maupun pembayaran (Doni 2018). Jasa transportasi berbasis aplikasi online termasuk ke dalam jalur transaksi melalui penghubung. Hampir semua badan usaha yang menyediakan jasa penghubung antara konsumen dan pelaku usaha penyedia barang dan jasa melalui teknologi aplikasi memiliki status sebagai badan hukum perseroan terbatas. Izin dan persyaratan yang dimilikinya adalah surat izin usaha perdagangan dan tanda daftar perusahaan (A. Wijaya 2016, 60).

Aplikasi transportasi daring Gojek dirintis salah satunya oleh Nadiem Makarim yang dipikirkannya terbesit untuk memudahkan penumpang dan pengojek terhubung dengan aplikasi di *smartphone*. Gojek di sini berusaha untuk menawarkan solusi lapangan pekerjaan bagi yang membutuhkan pekerjaan. Dimana mereka yang hanya punya motor, punya *smartphone*, dan berkemauan keras bisa bekerja secara profesional dengan pendapatan lebih baik yang didapat dari perusahaan Gojek Indonesia. Saat ini Gojek telah beroperasi di 50 kota di Indonesia, seperti Jakarta, Bogor, Depok, Tangerang, Bekasi, Bandung, Garut dan di kota lainnya. Sistem manajemen dan operasional Gojek adalah dengan memadukan teknologi modern *startup*. Setiap *driver* Gojek menggunakan *handphone* android dengan aplikasi dan GPS yang selalu aktif, ketika pelanggan memesan jasa melalui aplikasi Gojek, dalam posisi radius 3 km, panggilan tersebut akan menggetarkan *handphone driver* yang tersambung sampai pada akhirnya pemesanan tersebut dipenuhi (<https://www.gojek.com/go-ride/> t.thn.).

Peneliti melakukan observasi dengan memilih objek yang diteliti yaitu masyarakat Garut yang menggunakan jasa transportasi daring melalui aplikasi Gojek. Karena di kota Garut beberapa bulan kemarin telah terjadi konflik dan demo besar-besaran yang didominasi oleh sopir angkutan umum beserta tukang ojek pangkalan yang menolak keberadaan transportasi daring di Garut. Meski illegal, *driver* atau mitra dari perusahaan Gojek baik *go-car* maupun *go-ride* masih terus beroperasi sampai saat ini dan melakukan pekerjaannya secara sembunyi-sembunyi. Peneliti tertarik untuk menelaah lebih dalam mengenai citra positif transportasi daring Gojek saat ini dibenak penggunaanya yang berdomisili Di Garut, apakah tetap bertahan, lebih baik, atau bahkan menurun. Berdasarkan paparan yang telah dijelaskan peneliti memfokuskan diri dalam kajian ilmu komunikasi mengenai bagaimana persepsi dan kesan pengguna transportasi daring Gojek (*go-car* dan *go-ride*) di Garut? Adapun pertanyaan penelitian dijabarkan menjadi beberapa bagian, yaitu bagaimana motif, pengalaman, makna dan citra transportasi daring gojek (*go-car* dan *go-ride*) dari sudut pandang penggunaanya?

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan teori fenomenologi berasal dari bahasa Yunani, *Phainomai*, yang berarti “menampak” dan *phainomenon* merujuk “pada yang menampak”. Dapat didefinisikan bahwa fenomenologi adalah cara membangun pemahaman tentang realitas. Pemahaman tersebut dibangun dari sudut pandang para aktor sosial yang mengalami peristiwa dalam kehidupannya. Pemahaman yang dicapai dalam tataran personal merupakan konstruksi personal realitas atau konstruksi subjektivitas (Z. F. Nurhadi 2015, 31-36). Asumsi dari teori fenomenologi (1) Motif (a) Motif “untuk” (*in order to motives*), (b) Motif “karena” (*because motives*), (2) Pengalaman dan (3) Makna. Selain itu peneliti juga menambahkan satu konsep dari definisi citra menurut Kotler. Kotler (1995) mendefinisikan citra sebagai jumlah dari keyakinan-keyakinan, gambaran-gambaran, dan kesan-kesan yang dipunyai seseorang pada suatu objek. Objek yang dimaksud bisa berupa orang, organisasi, kelompok orang, atau yang lain yang dia ketahui. Peningkatan *goodwill* dan hubungan baik dengan masyarakat akan menyebabkan timbulnya kecenderungan konsumen untuk berhubungan lagi dengan perusahaan, yang selanjutnya menimbulkan loyalitas konsumen terhadap perusahaan. Dalam hal ini konsumen dapat meyakinkan masyarakat luas, bahwa konsumen diperlakukan dengan baik melalui pelayanan langsung oleh karyawan, melalui telepon, maupun melalui surat (Priyatna, Soeganda dan Ardianto 2008, 6-8). Kemudian konsep citra dalam dunia bisnis telah berkembang dan menjadi perhatian para pemasar. Dimana citra terbagi menjadi dua, (1) citra positif dan (2) citra negatif.

Peneliti menentukan informan yang berjumlah 10 orang pengguna transportasi daring Gojek baik *go-car* maupun *go-ride* yang berdomisili di Garut melalui kriteria yang telah dibuat. Diantaranya (1) Memasang aplikasi Gojek di *smartphonenya*; (2) Berdomisili di Garut; (3) Rentang usia yang dipilih berkisar 20 – 35 tahun; (4) Lebih dari 5 kali menggunakan jasa transportasi daring Gojek baik *go-car* maupun *go-ride*; (5) 10 orang informan terdiri dari 5 orang laki-laki dan 5 orang perempuan. Kemudian dalam penentuan informan, menggunakan teknik *snowball sampling*, yaitu teknik penentuan informan yang mula-mula jumlahnya kecil, kemudian informan tersebut memilih teman-temannya untuk ikut serta menjadi informan, dimana mereka sama-sama terlibat dalam masalah penelitian yang akan diteliti. Untuk mengecek keabsahan data, peneliti menggunakan triangulasi narasumber. Adapun kriteria narasumber yang dibutuhkan berkenaan dengan penelitian ini adalah sekretaris atau 1 orang penting yang tergabung dalam Organisasi Pengusaha Angkutan Darat (ORGANDA) yang mengerti transportasi di Garut, 1 orang *driver go-car* dan 1 orang *driver go-ride*.

3. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Pada bagian ini, peneliti akan menguraikan berdasarkan hasil temuan dari beberapa informan dilihat dari segi motif, pengalaman, makna dan citra. Temuan ini merupakan hasil interpretasi peneliti dari hasil penelitian yaitu:

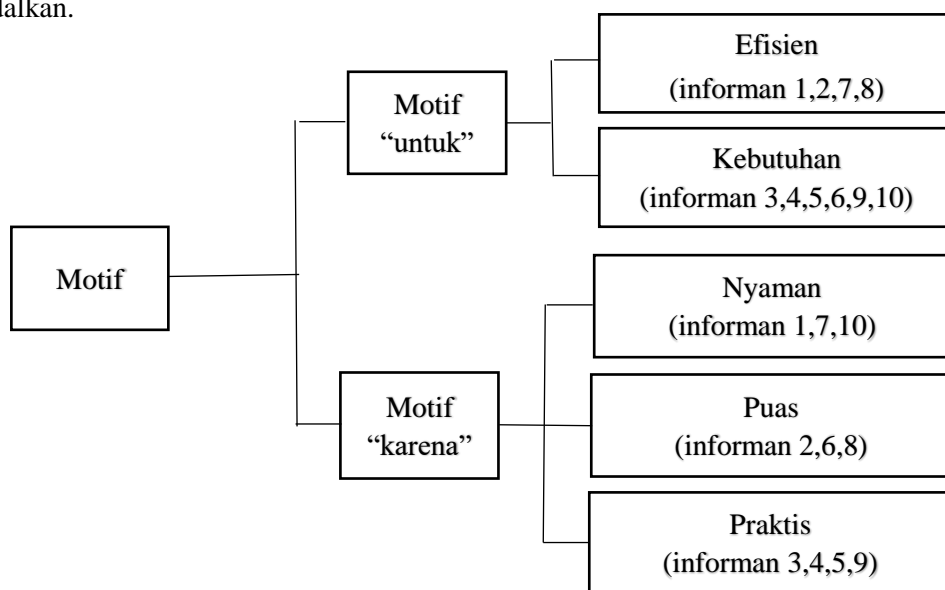
3.1 Motif Pengguna Transportasi Daring Gojek Go-car Dan Go-ride Di Garut

Motif merupakan suatu pengertian yang melingkupi semua penggerak, alasan atau dorongan dalam diri manusia yang menyebabkan ia berbuat sesuatu. Semua tingkah laku manusia pada hakikatnya mempunyai motif. Dalam mempelajari tingkah laku manusia pada umumnya, seharusnya kita mengetahui apa yang dilakukannya, bagaimana ia melakukannya, dan mengapa ia melakukannya. Dengan kata lain kita sebagai *know what, know how, know why* dari tingkah lakunya. Sementara itu, persoalan *know why* berkaitan dengan pemahaman motif-motif manusia dalam perbuatan-perbuatannya (Gerungan 2004, 151-152). Terkait dengan motif, Schutz membaginya menjadi dua, yaitu: (1) Motif “untuk” (*in order to motives*), artinya bahwa sesuatu merupakan tujuan yang digambarkan sebagai maksud, rencana, harapan, minat dan sebagainya yang berorientasi pada masa depan. (2) Motif “karena” (*because motives*), artinya sesuatu merujuk pada pengalaman masa lalu individu, karena itu berorientasi pada masa lalu.

Motif “untuk” informan menjadi pengguna transportasi daring gojek yaitu efisien (efisien dalam hal waktu dan harga) dan kebutuhan. Seperti salah satu pernyataan (informan 8) Rifa dimana ia mengatakan bahwa “*Motivasi menggunakan transportasi gojek karena bisa lebih cepat dan harga lebih rendah. Misalnya dengan jarak tempuh yang sama, bila naik go-ride kita hanya bayar sekitar Rp. 5000 sedangkan dengan ojek pangkalan kita harus membayar Rp. 10.000. Trus kalo lagi macet ga perlu lama menunggu, di jalan juga enak*”

ga banyak berhenti untuk menunggu penumpang lain seperti angkot yang sering berhenti disetiap perempatan untuk mangkal” (Sadiyah 2018). Jadi motifnya menjadi pengguna transportasi daring gojek yakni karena tidak banyak ngetem dan lebih murah (efisien) dibandingkan angkutan umum. Kemudian menurut (informan 10) Ramdan ia mengatakan bahwa “Alasannya menggunakan gojek karena saya disabilitas, maka dengan adanya gojek ini dapat mempermudah ruang untuk silaturahmi dan menyambut rejeki. Dengan adanya gojek naik atau turun bisa di depan rumah dan saya membutuhkan transportasi seperti itu” (Sudrajat 2018). Dengan fisiknya yang disabilitas dan memiliki rumah yang jaraknya cukup jauh dari jalan raya, ia sangat membutuhkan transportasi daring gojek yang bisa menjemput di depan rumah. Motif untuk ini diperkuat dengan hasil wawancara triangulasi narasumber dengan Yudi Nurcahyadi selaku sekretaris ORGANDA (Organisasi Pengusaha Angkutan Darat) di Garut. Beliau mengatakan bahwa Pengguna transportasi daring gojek khususnya merupakan masyarakat menengah keatas yang mana mereka menginginkan angkutan yang baik dengan ketepatan waktu dan kepastian harga yang relatif murah.

Motif “karena” informan menjadi pengguna transportasi daring gojek yaitu nyaman, puas dan praktis. Seperti yang dikatakan Lenny (informan 1), “Kenyamanan saat bepergian, kepuasan karena drivernya ramah, dan dapat dipesan dimana saja termasuk ditempat yang jarang dilalui oleh angkutan umum, juga mendapatkan fasilitas AC dan adanya bantal atau sandaran di dalam mobil” (Wijaya 2018). Motifnya menjadi pengguna karena kenyamanan yang ia rasakan saat bepergian. Dimana saat menggunakan transportasi ini, ia tidak perlu berdesakan dengan penumpang lain, mendapatkan fasilitas AC dan adanya bantal atau sandaran di dalam mobil yang membuatnya nyaman saat di perjalanan. Kemudian menurut Evi (informan 6) ia mengatakan bahwa “Alasan saya menggunakan transportasi daring gojek karena tempat tinggal saya yang cukup jauh dari jalan raya, trus kalau menggunakan transportasi lain ga bisa ngejemput ditempat dan susah diakses jadi saya menggunakan jasa transportasi lewat aplikasi gojek. Aplikasi gojek itu ga ribet dan mudah untuk digunakan serta drivernya yang melayani dengan cepat membuat saya puas sebagai pengguna transportasi ini” (Nurhidayah 2018). Motif Evi menjadi pengguna adalah kepuasan atas pelayanan yang diberikan. Salah satunya dengan tempat tinggal yang cukup jauh dari jalan raya, transportasi ini bisa menjemput ditempat. Selanjutnya pernyataan dari Fikri (informan 9) “Alasan menggunakan gojek karena mudah digunakan untuk keperluan sehari-hari, tidak ribet dan bisa mengantar dengan cepat apalagi pada saat motor saya ngadat. Jadi bisa memudahkan saya untuk bepergian secara cepat dan murah. Juga tentunya mudah dijangkau dimanapun kita berada” (Azis 2018). Jadi motifnya menjadi pengguna karena praktis dan aplikasi gojek mudah untuk digunakan. Selain itu, transportasi ini dapat dijangkau dimanapun dan mudah untuk mendapatkan driver yang akan dipesan tanpa memerlukan waktu yang cukup lama. Motif nyaman, puas dan praktis tersebut diperkuat oleh hasil wawancara dengan narasumber yang bernama Muhammad Hendri selaku driver go-ride. Beliau mengatakan bahwa dengan menggunakan transportasi daring gojek, pengguna akan merasakan transportasi yang lebih praktis, cepat dan mudah dijangkau oleh mereka. Selain itu, transportasi daring gojek juga bisa diandalkan.



Bagan 1

Motif Pengguna Transportasi Daring Gojek Go-car Dan Go-ride Di Garut
 Sumber: Model kategorisasi dan wawancara (diadopsi dari informan tahun 2018)

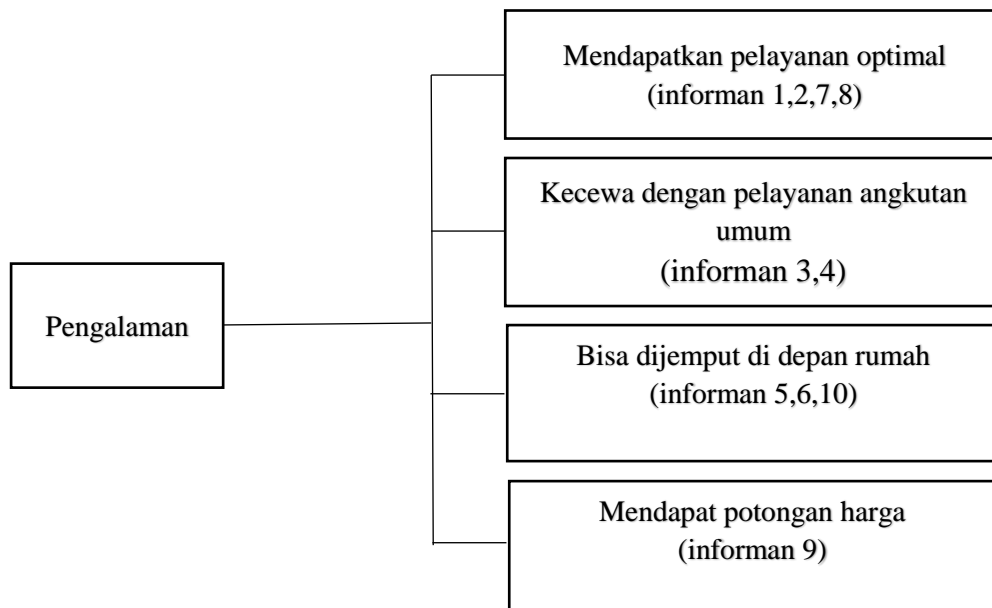
3.2 Pengalaman Pengguna Transportasi Daring Gojek Go-car Dan Go-ride Di Garut

Pengalaman seseorang yang telah menggunakan jasa transportasi daring gojek dapat mempengaruhi persepsi mengenai perusahaan. Baik persepsi positif maupun persepsi tentang perusahaan yang negatif. Maka dari itu pengalaman sangat berguna bagi penentuan citra perusahaan. Kemudian pengalaman setiap orang pasti memiliki perbedaan yang menonjol. Namun terkadang ada kesamaan yang sangat signifikan, dimana hal tersebut bisa terjadi jika latarbelakang yang dimiliki setiap informan sama. Berikut hasil dari wawancara mengenai pengalaman dengan salah satu informan Dasep Nurjaman (informan 2), *“Menggunakan transportasi online lebih efisien tentunya dari pada kita harus menunggu kendaraan yang lewat yang menawarkan jasanya. Trus lebih ada rasa nyaman saat jadi penumpang. Kalo untuk pengalaman dukanya pada saat ada bentrok dengan transportasi lain jadi tidak menggunakan jasa gojek. Peristiwa yang membuat saya tertarik menggunakan gojek yaitu supirnya bisa lebih cepat merespon dan safety karena mementingkan pelanggannya dengan memberikan helm”* (Nurjaman 2018). Dasep mengatakan ketika menggunakan transportasi daring gojek ia mendapatkan pelayanan yang optimal. Dengan cara *driver* yang bisa cepat merespon saat dilakukan pemesanan. Selain itu transportasi daring gojek juga lebih *safety* dan lebih mengutamakan keselamatan penggunanya. Dengan cara *driver* lebih berhati-hati pada saat berkendara dan selalu menyediakan helm bagi penggunanya.

Adapula pengalaman kecewa dengan pelayanan angkutan umum sehingga membuat informan beralih menjadi pengguna transportasi daring gojek. Seperti yang dikatakan oleh Candra (informan 4) *“Ketika naik angkutan umum yang penumpangnya kosong saya diturunkan setengah jalan, dari situ saya tidak mau lagi menggunakan angkot. Setelah mendengar gojek mulai beroperasi di Garut saya tertarik untuk beralih menggunakan transportasi daring gojek. Karena gojek itu lebih mudah dan terjamin sampai tempat tujuan. Transportasi gojek selalu mengantarkan sampai ke lokasi tujuan tidak seperti angkutan umum yang hanya sampai tempat-tempat yang biasa dilewati angkutan itu saja”* (Gumilar 2018). Pengalaman Candra ketika dulu menggunakan angkutan umum ia pernah dikecewakan. Kekecewaan tersebut ia rasakan pada saat naik angkutan umum yang penumpangnya kosong lalu ia diturunkan setengah jalan, semenjak itu ia tidak mau lagi menggunakan angkot.

Hilman (informan 5) mengatakan bahwa *“Kejadian yang membuat saya tertarik menggunakan gojek yaitu dengan lokasi rumah saya yang jauh dari jalan raya, saya bisa diantar sampai ke depan rumah. Lalu untuk pengalaman suka atau duka pasti ada. Sukanya bener-bener membantu bagi saya yang tinggal jauh dari jalan raya jadi bisa diantar sampai rumah. Sedangkan pengalaman dukanya sekarang sering terjadi gesekan sama ojek pangkalan”* (Hilman 2018). Pengalaman baik yang ia rasakan saat menjadi pengguna transportasi daring gojek yaitu bisa dijemput di depan rumah. Penggunaan transportasi ini terbilang tidak ribet, tinggal menunggu di rumah transportasi yang dipesan akan datang dan tidak perlu lagi khawatir untuk bepergian pada saat cuaca hujan. Pengalaman Hilman tersebut, diperkuat oleh hasil wawancara narasumber dengan Yudi Nurcahyadi selaku sekretaris ORGANDA (Organisasi Pengusaha Angkutan Darat) di Garut. Beliau mengatakan bahwa melihat dari karakter masyarakat Indonesia termasuk Garut pada saat ini yang menginginkan segala hal serba instan duduk di rumah dengan angkutannya yang datang sendiri kedepan rumah. Pengguna tidak perlu panas-panasan menunggu dipinggir jalan dengan mendapatkan angkutan yang mereka kehendaki.

Selanjutnya Fikri (informan 9) mengatakan bahwa *“untuk pengalaman suka seringkali mendapatkan potongan harga bahkan pernah gratis ongkos akibat sering menggunakan jasa gojek. Hal tersebut belum pernah saya dapatkan dari transportasi yang sudah ada sebelumnya”* (Azis 2018). Pengalaman suka yang dirasakan oleh Fikri pada saat menjadi pengguna gojek yaitu seringkali mendapatkan potongan harga bahkan pernah gratis ongkos akibat sering menggunakan jasa gojek. Hal itu ia dapat karena gojek selalu memberikan penghargaan pada konsumennya dengan cara memberi poin dari setiap kali pengguna menggunakan jasanya. Poin tersebut akan dikumpulkan dan nantinya bisa ditukar dengan potongan harga atau promo gratis ongkos. Apa yang dipaparkan oleh Fikri ini juga diperkuat oleh hasil wawancara narasumber dengan Willy Wildany selaku *driver* go-car. Beliau menyebutkan bahwa memang ada diskon atau potongan harga yang ditawarkan aplikasi transportasi daring gojek kepada penggunanya. Yaitu dengan adanya diskon sebesar 10% bagi pengguna yang melakukan pembayaran dengan menggunakan go-pay.



Bagan 2

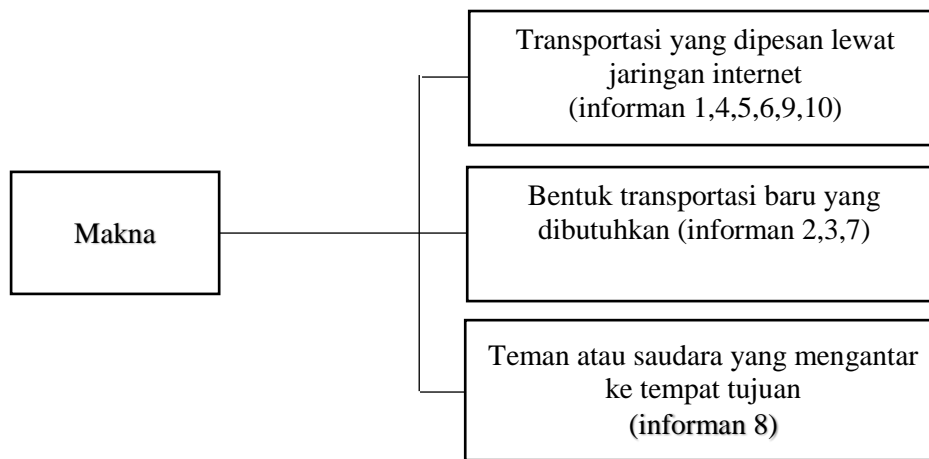
Pengalaman Pengguna Transportasi Daring Gojek Go-car Dan Go-ride Di Garut
 Sumber: Model kategorisasi dan wawancara (diadopsi dari informan tahun 2018)

3.3 Makna Transportasi Daring Gojek Go-car Dan Go-Ride Di Garut

Makna bersumber dari pemikiran setiap orang. Oleh karena itu, makna yang akan dihasilkan akan berbeda-beda karena setiap orang memiliki pola pikir yang berbeda. Sekalipun ada persamaan, tapi cara pemaparan setiap orang akan berbeda. Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, didapatkan hasil mengenai makna transportasi daring gojek. Seperti yang disebutkan oleh Lenny (informan 1) “*Kalo makna go-car itu taksi online dan go-ride ya ojek online yang nantinya pengguna harus memberikan rating setelah menggunakan. Jadi rating yang kita kasih bisa menentukan di operator. Bagaimana si driver memberikan fasilitas atau perjalanan terbaik buat konsumen itulah rating yang akan didapatkan. Menurut saya tanda signal pada logo perusahaan tersebut berarti online jasa yang bergerak pada pemesanan online*” (Wijaya 2018). Makna transportasi daring gojek baginya yaitu suatu jasa transportasi yang dipesan lewat jaringan internet. Dimana ia melakukan pemesanan melalui aplikasi yang sudah terpasang di *smartphone* dengan bantuan jaringan internet, untuk terhubung dengan *driver go-car* (taksi *online*) atau *go-ride* (ojek *online*).

Selanjutnya menurut Dasep (informan 2) “*Makna go-car atau go-ride yaitu metode layanan teknologi terbaru yang memudahkan kita mencapai tempat tujuan dengan menggunakan jasanya. Selain itu, terdapat kemudahan dalam pembayaran gojek karena bisa lewat saldo go-pay. Go-pay itu metode pembayaran dimana kita harus memasukan dulu saldo ke aplikasi gojek yang nantinya bisa digunakan untuk pembayaran*” (Nurjaman 2018). Dasep menyebutkan bahwa baginya transportasi daring gojek itu merupakan bentuk transportasi baru yang dibutuhkan. Dengan metode layanan teknologi terbaru yang mudah untuk digunakan, dapat memudahkan pula untuk sampai ke tempat tujuan. Karena dengan menggunakan bentuk transportasi gojek, bisa lebih cepat dibanding dengan menggunakan transportasi lain.

Adapun makna transportasi daring gojek menurut Rifa (informan 8) “*Sopir transportasi daring gojek bisa dikatakan teman, kaka, sodara atau om kita yang mengantarkan kita ketempat tujuan dengan aman dan selamat sampai tujuan. Selain itu, transportasi ini juga sudah ada dimana-mana sampai kedaerah terpencil. Trus kalo makna memberi rating buat abang gojek yaitu sebuah penilaian atau poin yang dikumpulkan oleh siabang gojek, mungkin agar dapat bonus dari perusahaan*” (Sadiyah 2018). Makna transportasi daring Gojek bagi Rifa yaitu teman atau saudara yang mengantar ke tempat tujuan. Karena dengan kendaraan pribadi yang digunakan dan pakaian biasa yang digunakan, sopir transportasi daring gojek tidak terlihat seperti sopir angkutan umum. Jadi *driver* transportasi daring gojek bisa dikatakan teman, kaka, sodara atau om yang mengantarkannya ketempat tujuan dengan aman dan selamat sampai tujuan. Makna menurut Rifa tersebut juga diperkuat oleh hasil wawancara dengan narasumber Muhammad Handri selaku *driver go-ride* yang menyebutkan bahwa ia pribadi menjadi mitra transportasi daring gojek tidak memperlihatkan sebagai *driver* yang menggunakan atribut melainkan layaknya sebagai mahasiswa.



Bagan 3

Makna Transportasi Daring Gojek Go-car Dan Go-ride Di Garut

Sumber: Model kategorisasi dan wawancara (diadopsi dari informan tahun 2018)

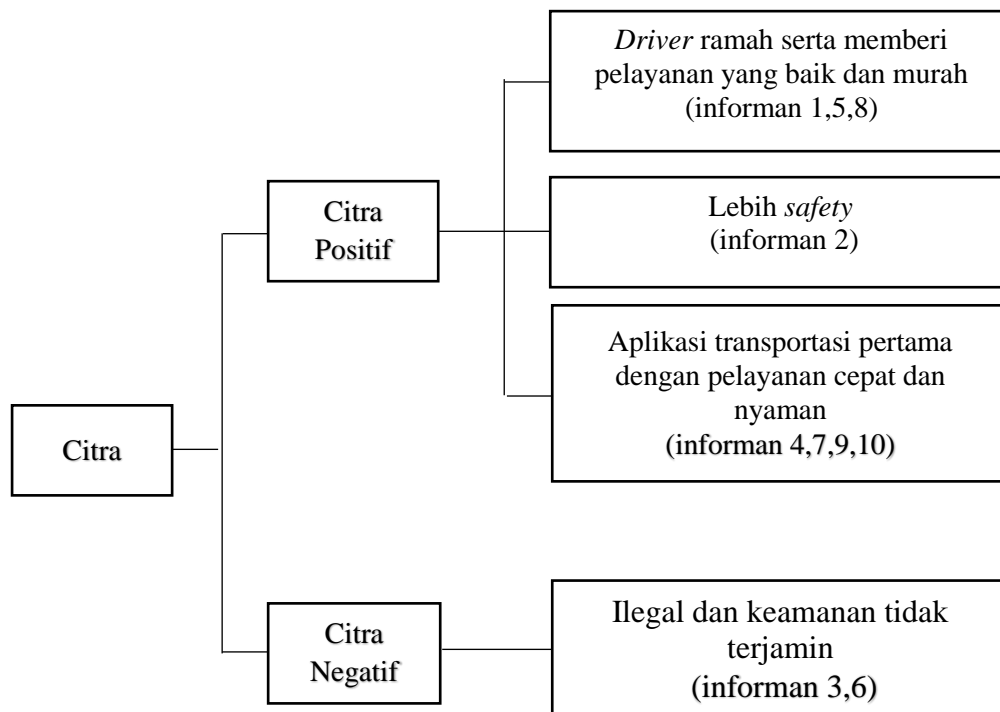
3.4 Citra Transportasi Daring Gojek

Citra bersumber dari persepsi masyarakat khususnya pengguna atau konsumen perusahaan. Persepsi tersebut akan muncul dari pengalaman yang dirasakan langsung oleh beberapa individu yang mengalami peristiwa atau situasi-situasi tertentu. Persepsi yang timbul nantinya akan mempengaruhi citra positif maupun citra negatif suatu perusahaan. Oleh karena itu, citra yang akan dihasilkan akan berbeda-beda karena setiap orang memiliki persepsi yang berbeda. Sekalipun ada persamaan, tapi cara pemaparan setiap orang akan berbeda. Berdasarkan hasil wawancara dengan para informan, didapatkan hasil mengenai citra transportasi daring gojek. Dari 10 orang pengguna transportasi daring gojek yang dijadikan informan, 8 diantaranya menyebutkan bahwa citra perusahaan gojek itu positif. Citra perusahaan tersebut dari sudut pandang Hilman (informan 5) sebagai pengguna memiliki citra yang baik. Karena selama menggunakan transportasi daring gojek ia dilayani oleh *driver* dengan ramah, diberikan pelayanan yang baik dan harga yang ditawarkan terbilang cukup murah. Ramahnya *driver* saat berkendara membuat penumpang nyaman untuk diantar sampai ke tempat tujuan.

Citra perusahaan transportasi daring gojek dari sudut pandang Dasep (informan 2), yang mengatakan bahwa “*Citranya bagus, karena daring gojek lebih safety dan lebih mengutamakan keselamatan pelanggan dengan cara si sopir lebih hati-hati dalam berkendara dan selalu menyediakan helm bagi pelanggannya. Selain itu efisien waktu, lebih memberikan rasa nyaman juga mudah bertransportasi dan ada seperti diskon pembayaran, misalnya bayar gojek lewat go-pay bisa lebih murah dibanding bayarnya langsung*” (Nurjaman 2018). Dasep sebagai pengguna menganggap bahwa perusahaan transportasi daring gojek memiliki citra yang positif. Karena transportasi ini terbilang lebih *safety* untuk digunakan. Cara *driver* saat berkendara yang selalu berhati-hati dan menyediakan helm bagi pelanggannya adalah upaya perusahaan untuk mengutamakan keselamatan penggunanya.

Kemudian menurut Ramdan (informan 10) “*Citranya lumayan bagus karena kecepatan supir gojek dalam merespon pemesanan dan langsung menghubungi pelanggan. Dari aplikasi juga terlihat pergerakan si sopir gojek. Terus sopir menjalin hubungan baik pada pelanggan dengan cara sopir gojek yang SKSD (so kenal so dekat). Selain itu, ada promo mendapatkan poin yang lebih besar kalau pembayaran menggunakan go-pay yang nantinya poin bisa ditukar dengan diskon tarif pembayaran*” (Sudrajat 2018). Citra perusahaan transportasi daring gojek itu positif menurut Ramdan, karena merupakan aplikasi transportasi pertama yang hadir di Garut namun bisa melayani dengan cepat dan nyaman. Dimana kecepatan *driver* merespon pemesanan dan langsung menghubungi pengguna. Kemudian dari aplikasi juga terlihat pergerakan *driver* saat menuju tempat tujuan. Persepsi dan kesan dari para informan yang menyebutkan citra perusahaan transportasi daring gojek itu positif diperkuat oleh triangulasi narasumber Willy, selaku mitra perusahaan gojek (*driver go-car*). Beliau menyebutkan bahwa citra perusahaan gojek sangat bagus dan positif. Karena dengan adanya transportasi ini, bisa membantu pengguna transportasi dimanapun dan kapanpun. Selain itu, dari segi kepraktisan dalam penggunaan aplikasi dan dari segi pelayanan yang memuaskan menyebabkan pengguna loyal kemudian cenderung menggunakan lagi transportasi daring gojek. Bahkan dengan menggunakan gojek bisa lebih cepat sampai tujuan dibandingkan dengan transportasi lainnya.

Terdapat 2 informan yang menganggap bahwa citra perusahaan transportasi daring gojek itu negatif. Dimana menurut Verli (informan 3) “Citra perusahaan gojek kurang baik, karena akhir-akhir ini sering terjadi konflik atau masalah yang disebabkan oleh driver-driver online sehingga membuat citra perusahaan sedikit tercemar” (Sachrila 2018). Kemudian menurut Evi (informan 6) “Transportasi gojek memang beriklan di media sosial, harganya juga cukup terjangkau bisa menghemat uang saku saya dan driver memberikan pelayanan yang baik pada pengguna jasanya. Tapi menurut saya citra transportasi gojek saat ini tidak bagus. Karena sudah beroperasi di Garut tanpa mengantongi izin dan otomatis keamanan penggunanya tidak terjamin” (Nurhidayah 2018). Citra transportasi daring gojek itu negatif karena beroperasi di Garut secara ilegal sehingga membuat keamanan penggunanya menjadi tidak terjamin. Hal itu terlihat dari seringnya terjadi konflik atau masalah antara *driver* gojek dengan angkutan umum. Sehingga membuat citra perusahaan sedikit tercemar. Selain itu, persepsi dan kesan negatif mengenai citra transportasi daring gojek muncul pada saat ada beberapa *driver* yang meminta ongkos lebih dari harga yang sudah tertera di aplikasi dengan alasan dia pulang tidak akan membawa penumpang. Pemaparan citra negatif perusahaan transportasi daring gojek menurut kedua informan tersebut juga diperkuat oleh triangulasi narasumber dari Yudi Nurcahyadi selaku sekretaris ORGANDA (Organisasi Pengusaha Angkutan Darat) di Garut. Beliau mengatakan bahwa ia sangat kecewa dengan adanya angkutan gojek ini. Pertama menurutnya gojek itu tidak beretika karena ada organisasi angkutan di tiap daerah termasuk di Garut yang disebut ORGANDA tetapi mereka tidak masuk pada organisasi ini yang seharusnya kewajiban bagi seluruh pengusaha angkutan.



Bagan 4

Citra Transportasi Daring Gojek Go-car Dan Go-ride Di Garut

Sumber: Model kategorisasi dan wawancara (diadopsi dari informan tahun 2018)

4. PENUTUP

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan sebelumnya, dapat ditarik suatu kesimpulan atas penelitian yang berjudul “Citra Transportasi Daring Gojek” (Studi Kualitatif Tentang Persepsi Pengguna Transportasi Daring Gojek (Go-Car dan Go-Ride) Di Garut), yaitu: Fenomena banyaknya pengguna transportasi daring gojek di Garut walaupun sering terjadi konflik memiliki motif yang terbagi menjadi dua. Pertama motif “untuk” pengguna transportasi daring gojek yaitu faktor efisien dan kebutuhan. Dimana transportasi ini bisa mengantarkan penggunanya dengan waktu yang lebih cepat dibanding transportasi konvensional dan harga yang ditawarkan terbilang cukup murah. Kemudian transportasi ini juga bisa menjemput di depan rumah penggunanya. Sehingga sangat dibutuhkan oleh pengguna yang memiliki keterbatasan fisik dan mempunyai rumah yang jaraknya jauh dari jalan raya, untuk mempermudah mereka pada saat akan bepergian. Kedua motif “karena” pengguna transportasi daring gojek yaitu nyaman, puas dan praktis. Dimana transportasi ini memberikan fasilitas kendaraan yang baik agar pengguna nyaman, memberikan pelayanan yang optimal demi kepuasan pengguna dan pengoprasian aplikasi yang praktis.

Pengalaman pengguna transportasi sehingga lebih memilih menggunakan transportasi daring gojek di Garut karena para informan memiliki pengalaman masing-masing. Pengalaman itu diantaranya mendapat pelayanan optimal saat diperjalanan, bisa dijemput di depan rumah walaupun jarak dari jalan raya cukup jauh dan mendapatkan potongan harga apabila sering menggunakan, serta melakukan pembayaran melalui *go-pay*. Selain itu, ada beberapa informan yang memiliki pengalaman kecewa dengan pelayanan angkutan umum yang sering berhenti di setiap perempatan dan menurunkan seenaknya apabila penumpangnya sedikit.

Makna transportasi daring gojek bagi penggunanya juga berbeda-beda satu sama lain, tergantung dari pengalaman dan wawasan yang mereka miliki masing-masing. Makna yang pertama yaitu transportasi yang dipesan lewat jaringan internet, karena pemesanan transportasi ini dilakukan melalui *smartphone* dengan bantuan jaringan internet untuk terhubung pada *driver*. Kedua, transportasi daring gojek dimaknai sebagai bentuk transportasi baru yang dibutuhkan karena bisa dipesan kapan dan dimana saja. Ketiga, transportasi daring gojek dimaknai sebagai teman atau saudara yang mengantarkan ke tempat tujuan. Karena pada saat mengantarkan pengguna khususnya di kota Garut, *driver* menggunakan baju bebas, kendaraan pribadi dan tidak memakai atribut perusahaan gojek.

Persepsi dan kesan pengguna terhadap transportasi daring gojek di Garut menghasilkan citra yang terbagi menjadi dua. Pertama, citra positif perusahaan transportasi daring gojek terbentuk karena *driver* yang ramah pada pengguna saat diperjalanan serta memberi pelayanan yang baik dan murah. Kemudian transportasi ini juga lebih *safety* untuk digunakan dengan selalu berhati-hati saat berkendara dan menyediakan helm sebagai upaya mengutamakan keselamatan pengguna. Selain itu, gojek juga merupakan aplikasi transportasi yang bisa memberikan pelayanan cepat dan nyaman bagi penggunanya. Kedua, tidak semua informan memiliki persepsi dan kesan positif mengenai perusahaan. Namun ada yang beranggapan bahwa citra perusahaan transportasi daring gojek itu negatif. Karena sudah beroperasi di Garut secara ilegal dan seringkali terjadi konflik antara *driver* gojek dengan sopir angkutan konvensional. Sehingga membuat citra perusahaan menjadi tercemar.

DAFTAR PUSTAKA

Buku:

- Gerungan. 2004. Dalam *Psikologi Sosial*, oleh Gerungan, 151-152. Bandung: Refika Aditama.
- Nurhadi, Zikri Fachrul. 2015. Dalam *Teori-Teori Komunikasi: Teori Komunikasi dalam Perspektif Kualitatif*, 36. Bogor: Ghalia Indonesia.
- Wijaya, Andika. 2016. *Aspek Hukum Bisnis Transportasi Jalan Online*. Jakarta: Sinar Grafika.

Website:

Doni, Unair. 2018. <http://belajarpsikologi.com/>. Selasa 27 Februari. <http://belajarpsikologi.com/pengertian-transportasi-online/>.

t.thn. <https://www.go-jek.com/go-ride/>. <https://www.go-jek.com/go-ride/>.

Net, Biro Jawa Barat. 2018. *NET JABAR - SOPIR ANGKOT MOGOK, PEMKAB GARUT LARANG TRANSPORTASI ONLINE BEROPRASI*. Garut, Jawa Barat, Senin 5 Februari.

Wawancara:

- Azis, Fikri Abdul, wawancara oleh Mukhlis Saeful Millah. 2018. (Selasa 23 Juli).
- Gumilar, Candra, wawancara oleh Mukhlis Saeful Millah. 2018. (Selasa 19 Juni).
- Hilman, Muhamad, wawancara oleh Mukhlis Saeful Millah. 2018. (Minggu 24 Juni).
- Nurhidayah, Evi, wawancara oleh Mukhlis Saeful Millah. 2018. (Minggu 8 Juli).
- Nurjaman, Dasep, wawancara oleh Mukhlis Saeful Millah. 2018. (Rabu 6 Juni).
- Sachrila, Verliane, wawancara oleh Mukhlis Saeful Millah. 2018. (Sabtu 9 Juni).
- Sadiyah, Rifa'atu, wawancara oleh Mukhlis Saeful Millah. 2018. (Rabu 18 Juli).
- Sudrajat, Ramdan, wawancara oleh Mukhlis Saeful Millah. 2018. (Kamis 26 Juli).
- Wijaya, Lenny Adrika, wawancara oleh Mukhlis Saeful Millah. 2018. (Sabtu 2 Juni).