



ANALISIS KUALITATIF PERSEPSI MASYARAKAT RT 02/06 KECAMATAN PASAR KEMIS TENTANG APLIKASI GOJEK YANG DIPERGUNAKAN SEBAGAI MEDIA BERSELINGKUH

Muhammad Avrizal

2001030134@students.unis.ac.id

Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang

Milyuna Rahmah

2001030154@students.unis.ac.id

Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang

Abstract. This research aims to conduct a qualitative analysis of public perceptions in Rt 02/06 Pasar Kemis District regarding the use of the Gojek application as a medium for carrying out extramarital affairs. This research was conducted using a qualitative approach to gain an in-depth understanding of people's perceptions of this problem. This research also uses thematic analysis techniques to identify thought patterns that emerge from interviews. The results of the research show that the people of Rt 02/06 Pasar Kemis have various perceptions regarding the use of the Gojek application as a medium for having an affair. Some respondents see this application as a means that makes it easier to carry out extramarital affairs, while others see it as a means of transportation that is not related to the problem of infidelity. The conclusion of this research is that people's perceptions of the use of the Gojek application as a medium for cheating are strongly influenced by contextual factors such as social norms and moral values that exist in that society. This research provides better insight into how people on Rt 02/06 Pasar Kemis understand and interpret the phenomenon of using the Gojek application in the context of infidelity.

Keywords: *Tetechnology, Social Media, Lifestyle, Affair, Cyber Love*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk melakukan analisis kualitatif terhadap persepsi masyarakat di Rt 02/06 Kecamatan Pasar Kemis terkait penggunaan aplikasi Gojek sebagai media untuk melakukan perselingkuhan. Penelitian ini dilakukan dengan menggunakan pendekatan kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang persepsi masyarakat terhadap permasalahan ini. Penelitian ini juga menggunakan teknik analisis tematik untuk mengidentifikasi pola-pola pemikiran yang muncul dari wawancara. Hasil penelitian menunjukkan bahwa masyarakat Rt 02/06 Pasar Kemis memiliki persepsi yang beragam tentang penggunaan aplikasi Gojek sebagai media untuk berselingkuh. Beberapa responden melihat aplikasi ini sebagai sarana yang memudahkan untuk melakukan perselingkuhan, sementara yang lain melihatnya sebagai sebuah alat transportasi yang tidak terkait dengan masalah perselingkuhan. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa persepsi masyarakat terhadap penggunaan aplikasi Gojek sebagai media berselingkuh sangat dipengaruhi oleh faktor-faktor kontekstual seperti norma sosial dan nilai-nilai moral yang ada di masyarakat tersebut. Penelitian ini memberikan wawasan yang lebih baik tentang bagaimana masyarakat di Rt 02/06 Pasar Kemis memahami dan menginterpretasikan fenomena penggunaan aplikasi Gojek dalam konteks perselingkuhan.

Kata kunci: *Teknologi, Media Sosial, Gaya Hidup, Perselingkuhan, Ancaman Cinta*

LATAR BELAKANG

Penelitian termasuk bagian penting dari suatu pengetahuan guna memainkan peran penting dalam pembangunan ilmu pengetahuan. Bungin (2001) menguraikan, bahwa penelitian menempatkan posisi yang paling urgen di dalam ilmu pengetahuan,

artinya untuk mengembangkan dan melindunginya dari kepunahan. Dalam hal ini, fungsi penelitian mempunyai kemampuan untuk meng-upgrade ilmu pengetahuan sehingga tetap up-to-date, canggih, applied, dan aksiologis bagi masyarakat.

Maraknya perselingkuhan adalah fenomena sosial yang kompleks dan dapat disebabkan oleh berbagai faktor. Beberapa faktor yang mungkin berperan dalam peningkatan perselingkuhan perubahan nilai dan norma sosial mengenai komitmen dalam dapat berubah seiring waktu. Beberapa nilai sosial yang berperan penting dalam menjaga kesetiaan dalam menjaga hubungan mungkin menjadi kurang dihormati atau diabaikan oleh beberapa individu. Ketersediaan dan aksesibilitas: Teknologi dan media sosial telah memberikan ketersediaan dan aksesibilitas yang lebih besar terhadap berbagai kesempatan untuk berhubungan dengan orang lain di luar hubungan utama. Komunikasi digital memungkinkan interaksi tanpa batasan geografis, sehingga memperluas kesempatan untuk terlibat dalam perselingkuhan. (Shaleha & Kurniasih, 2021) Kemudian juga dikarenakan ketersediaan dan aksesibilitas Teknologi dan media sosial telah memberikan ketersediaan dan aksesibilitas yang lebih besar terhadap berbagai kesempatan untuk berhubungan dengan orang lain di luar hubungan utama. Komunikasi digital memungkinkan interaksi tanpa batasan geografis, sehingga memperluas kesempatan untuk terlibat dalam perselingkuhan. (Asriana & Ratnasari, 2012)

Ketidakpuasan dalam hubungan yang ada dapat menjadi faktor pendorong bagi seseorang untuk mencapai kepuasan emosional atau fisik diluar hubungan tersebut. Masalah seperti ketidakcocokan, kekurangan komunikasi, atau kurangnya keintiman dalam hubungan dapat memicu seseorang untuk mencari kepuasan di tempat lain. Dilanjut dengan kebutuhan emosional yang tidak terpenuhi, seseorang mungkin mencari perselingkuhan sebagai cara untuk memenuhi kebutuhan emosional yang tidak terpenuhi dalam hubungan utama, ini dapat melibatkan keinginan untuk merasa dihargai, dicintai, atau diinginkan oleh orang lain. terakhir ada kekurangan komunikasi dan ketidakpahaman dalam hubungan, seseorang mungkin merasa tidak didengar atau dipahami. Hal ini dapat menciptakan kekosongan emosional yang mendorong seseorang untuk mencari koneksi dengan orang lain. (Nugraha et al., 2020)

Persepsi masyarakat tentang maraknya perselingkuhan belakangan ini mungkin beragam dan didasari oleh latar belakang dari masing-masing masyarakat. Hal ini bisa terjadi karena disebabkan oleh banyak sekali faktor, namun perlu dicatat bahwa ini hanyalah beberapa persepsi umum dan dapat bervariasi secara signifikan antara individu dan budaya. Selain itu, persepsi masyarakat juga dapat dipengaruhi oleh pengetahuan dan pengalaman pribadi serta perubahan sosial yang terjadi dari waktu ke waktu.

KAJIAN TEORITIS

1. Kualitatif

Penelitian kualitatif adalah suatu proses penelitian untuk memahami fenomena-fenomena manusia atau sosial dengan menciptakan gambaran yang menyeluruh dan kompleks yang dapat disajikan dengan kata-kata, melaporkan pandangan terinci yang diperoleh dari sumber informan, serta dilakukan dalam latar setting yang alamiah (Walidin, Saifullah & Tabrani, 2015: 77). Penelitian kualitatif adalah penelitian yang dilakukan dengan setting tertentu yang ada di dalam kehidupan riil (alamiah) dengan maksud menginvestigasi dan memahami fenomena: apa yang terjadi, mengapa terjadi, dan bagaimana terjadinya? Artinya riset kualitatif berbasis pada konsep *going exploring* yang melibatkan *in-depth and case-oriented study* atau sejumlah kasus atau kasus tunggal (Chariri, 2009: 9).

Sejalan dengan Denzin & Lincoln (1994) penelitian kualitatif merupakan penelitian menggunakan latar alamiah dengan maksud menafsirkan sebuah fenomena yang terjadi dan dilakukan dengan jalan melibatkan berbagai metode yang ada (Somantri, 2005). Penelitian kualitatif berusaha untuk menemukan dan menggambarkan secara naratif kegiatan yang dilakukan dan dampak dari tindakan yang dilakukan terhadap kehidupan mereka. Penelitian kualitatif berlandaskan kepada filsafat post-positivisme, sebab berguna untuk meneliti pada objek yang alamiah, (sebagai lawannya eksperimen) peneliti berkontribusi sebagai instrument kunci, pengambilan sampel, sumber data dilakukan dengan purposive dan snowball, teknik pengumpulan dengan triangulasi (gabungan), analisis data bersifat induktif/kualitatif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna daripada generalisasi (Sugiyono, 2011: 299).

Karena tujuan utama dalam penelitian kualitatif untuk membuat fakta/fenomena agar mudah dipahami (understandable) dan memungkinkan sesuai modelnya dapat menghasilkan hipotesis baru (Hennink, Hutter & Bailey, 2020; Sarmanu, 2017). Dengan demikian, penelitian kualitatif bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam mengenai masalah-masalah manusia dan sosial, bukan mendeskripsikan bagian permukaan dari sebuah realitas sebagaimana dilakukan penelitian kuantitatif dengan positivismenya. Karena peneliti menginterpretasikan bagaimana subjek memperoleh makna dari lingkungan sekeliling, dan bagaimana makna tersebut mempengaruhi perilaku mereka. Penelitian dilakukan dalam latar (setting) yang alamiah (naturalistic) bukan hasil perlakuan (treatment) atau manipulasi variabel yang dilibatkan. Tujuan penelitian kualitatif dapat dilihat dari: (1) Penggambaran objek penelitian (describing object); agar objek penelitian dapat dimaknai maka perlu digambarkan melalui cara memotret, memvideo, melustrasikan dan menarasikan. Penggambaran ini dapat dilakukan terhadap objek berupa peristiwa, interaksi sosial, aktivitas sosial religious, dan sebagainya. (2) Mengungkapkan makna di balik fenomena (exploring meaning behind the phenomena); makna dibalik fenomena/fakta dapat diungkap bila peneliti memperhatikan dan mengungkapkan melalui wawancara mendalam (depth interview) dan observasi berpartisipasi (participation observation). (3) Menjelaskan fenomena yang terjadi (explaining object); fenomena yang tampak di lapangan terkadang tidak sama dengan apa yang menjadi tujuan, menjadi inti persoalan atau dengan kata lain yang tampak berbeda dengan maksud utama, sehingga perlu adanya penjelasan secara detail, rinci dan sistematis (Setiawan & Anggito,) (Fadli, 2021)

2. Semiotika

Dasar semiotics adalah pesan dan kode. Satu-satunya cara pesan dapat dikirim dari satu orang ke orang lain adalah menggunakan kode. Encoding adalah proses mengubah pikiran atau komunikasi ke dalam pesan. Decoding adalah kebalikannya yaitu proses membaca pesan dan memahami artinya. Terdapat berbagai macam kode yang biasa digunakan dalam komunikasi antar manusia. (Effendi & Dewi, n.d.) Kajian semiotika membedakan dua jenis semiotika, yakni semiotika komunikasi dan semiotika signifikasi (Eco dan Hoed dalam Sobur, 2003). (Darma et al., n.d.) Semiotika komunikasi menekankan pada teori tentang produksi tanda yang salah satu diantaranya mengasumsikan adanya enam faktor dalam komunikasi, yaitu pengirim, penerima kode (sistem tanda), pesan, saluran komunikasi, dan acuan (hal yang dibicarakan) serta memberikan tekanan pada teori tanda dan pemahamannya dalam suatu konteks tertentu. (Hidayat, 2014)

Semiotika signifikasi tidak mempersoalkan adanya tujuan berkomunikasi. (Dalam Metode Penelitian Komunikasi et al., n.d.) Yang diutamakan adalah segi

pemahaman suatu tanda sehingga proses kognisinya pada penerima tanda lebih diperhatikan dari pada proses komunikasinya. Konsep dasar yang menyatukan tradisi semiotika adalah 'tanda' yang diartikan sebagai a stimulus designating something other than itself (suatu stimulus yang mengacu pada sesuatu yang bukan dirinya sendiri). Pesan memiliki kedudukan yang sangat penting dalam komunikasi. Menurut John Powers (1995), pesan memiliki tiga unsur, yaitu : (1) tanda dan simbol; (2) bahasa; dan (3) wacana (discourse). Menurutnya, tanda merupakan dasar bagi semua komunikasi. Tanda menunjuk atau mengacu pada sesuatu yang bukan dirinya sendiri, sedangkan makna atau arti adalah hubungan antara objek atau ide dengan tanda. Kedua konsep tersebut menyatu dalam berbagai teori komunikasi, khususnya teori komunikasi yang memberikan perhatian pada simbol, bahasa serta tingkah laku nonverbal.

Kelompok teori ini menjelaskan bagaimana tanda dihubungkan dengan makna dan bagaimana tanda diorganisasi. Studi yang membahas mengenai tanda disebut dengan semiotika. Tanda mutlak diperlukan dalam menyusun pesan yang hendak disampaikan. Tanpa memahami teori tanda, maka pesan yang disampaikan dapat membingungkan penerima. Semiotika merupakan ilmu tentang tanda-tanda. Semiotika adalah suatu ilmu atau metode analisis untuk mengkaji tanda. Tanda-tanda adalah perangkat yang dipakai dalam upaya berusaha mencari jalan di dunia ini, ditengah-tengah manusia dan bersama-sama manusia. Semiotika pada dasarnya hendak mempelajari bagaimana kemanusiaan memaknai hal-hal. Memaknai dalam hal ini tidak dapat dicampuradukkan dengan mengkomunikasikan (Mudjiyanto & Nur, 2013)

3. Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah kelompok aplikasi berbasis layanan internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi web 2.0, dan memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dibuat masing-masing pengguna, serta telah mengubah kehidupan individu maupun perusahaan pada 1 dekade terakhir (Kaplan & Haenlein, 2010). Faktanya, media sosial telah menjadi bagian yang sangat penting bagi individu dalam berinteraksi dan melakukan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari. (Meilinda, 2018) Kaplan & Haenlein (2010) membuat klasifikasi untuk berbagai media sosial berdasarkan ciri-ciri penggunaannya. (Zahid| et al., n.d.)

Dalam penelitiannya media sosial dibagi menjadi enam jenis, yang pertama proyek kolaborasi website dimana penggunaannya diizinkan untuk dapat menambah, mengubah, maupun membuang konten-konten yang termuat pada website tersebut, seperti wikipedia. Kedua, blog dan microblog di mana pengguna mendapat kebebasan dalam mengungkapkan suatu hal dalam blog tersebut, seperti pengalaman, pertanyaan, pernyataan, perasaan, sampai kritikan terhadap suatu hal, seperti twitter. Ketiga, konten atau isi di mana pengguna di dalam media ini saling membagikan konten-konten multimedia, seperti video, foto, gambar, buku elektronik dan lain sebagainya seperti youtube dan instagram. Keempat, jejaring sosial di mana pengguna media ini memperoleh izin untuk koneksi langsung dengan cara membuat informasi yang bersifat pribadi, kelompok, atau sosial sehingga dapat terhubung bahkan dapat diakses oleh orang lain, seperti facebook. (Fitrah Nurriszka, 2016) Kelima, virtual game world di mana pengguna melalui aplikasi tiga dimensi dapat muncul gambar-gambar yang sesuai dengan keinginan dan kemudian berinteraksi dengan orang lain yang mengambil wujud gambar juga layaknya di dunia nyata, seperti permainan game online.

Penggunaan media sosial adalah salah satu kegiatan online paling populer di dunia. Pada tahun 2020 diperkirakan individu yang menggunakan media sosial di seluruh dunia mencapai angka 3,6 miliar, jumlah tersebut diproyeksikan akan meningkat menjadi

hampir 4,41 miliar pada tahun 2025. Jejaring sosial facebook adalah media sosial pertama yang melampaui satu miliar akun terdaftar dan saat ini memiliki sekitar 2,5 miliar pengguna aktif bulanan, dan menjadikan facebook sebagai media sosial paling populer diseluruh dunia. Sebagai perbandingan aplikasi yang populer untuk berbagi foto saat ini yaitu instagram memiliki satu miliar akun aktif bulanan. (Hermawansyah, 2022)(Ekonomi et al., n.d.)

4. Wawancara

Wawancara ialah proses komunikasi atau interaksi untuk mengumpulkan informasi dengan cara tanya jawab antara peneliti dengan informan atau subjek penelitian. Dengan kemajuan teknologi informasi seperti saat ini, wawancara bisa saja dilakukan tanpa tatap muka, yakni melalui media telekomunikasi.(Cahya et al., 2021)

Pada hakikatnya wawancara merupakan kegiatan untuk memperoleh informasi secara mendalam tentang sebuah isu atau tema yang diangkat dalam penelitian. Atau, merupakan proses pembuktian terhadap informasi atau keterangan yang telah diperoleh lewat teknik yang lain sebelumnya. Karena merupakan proses pembuktian, maka bisa saja hasil wawancara sesuai atau berbeda dengan informasi yang telah diperoleh sebelumnya(Samsi, n.d.). Agar wawancara efektif, maka terdapat berapa tahapan yang harus dilalui, yakni ; 1). mengenalkan diri, 2). menjelaskan maksud kedatangan, 3). menjelaskan materi wawancara, dan 4). mengajukan pertanyaan (Yunus, 2010: 358). Selain itu, agar informan dapat menyampaikan informasi yang komprehensif sebagaimana diharapkan peneliti, maka berdasarkan pengalaman wawancara yang penulis lakukan terdapat beberapa kiat sebagai berikut; 1). ciptakan suasana wawancara yang kondusif dan tidak tegang, 2). cari waktu dan tempat yang telah disepakati dengan informan, 3). mulai pertanyaan dari hal-hal sederhana hingga ke yang serius, 4). bersikap hormat dan ramah terhadap informan, 5). tidak menyangkal informasi yang diberikan informan, 6). tidak menanyakan hal-hal yang bersifat pribadi yang tidak ada hubungannya dengan masalah/tema penelitian, 7). tidak bersifat menggurui terhadap informan, 8). tidak menanyakan hal-hal yang membuat informan tersinggung atau marah, dan 9). sebaiknya dilakukan secara sendiri, 10) ucapkan terima kasih setelah wawancara selesai dan minta disediakan waktu lagi jika ada informasi yang belum lengkap.

Setidaknya, terdapat dua jenis wawancara, yakni: 1). wawancara mendalam (in-depth interview), dimana peneliti menggali informasi secara mendalam dengan cara terlibat langsung dengan kehidupan informan dan bertanya jawab secara bebas tanpa pedoman pertanyaan yang disiapkan sebelumnya sehingga suasananya hidup, dan dilakukan berkali kali; 2). wawancara terarah (guided interview) di mana peneliti menanyakan kepada informan hal-hal yang telah disiapkan sebelumnya. Berbeda dengan wawancara mendalam, wawancara terarah memiliki kelemahan, yakni suasana tidak hidup, karena peneliti terikat dengan pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya. Sering terjadi pewawancara atau peneliti lebih memperhatikan daftar pertanyaan yang diajukan daripada bertatap muka dengan informan, sehingga suasana terasa kaku. (Fadli, 2021)

METODE PENELITIAN

Penelitian kualitatif adalah prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan, dari orang-orang dan perilaku yang diamati. Dalam penelitian ini diusahakan mengumpulkan data deskriptif sebanyak mungkin yang akan dituangkan dalam bentuk laporan dan uraian. Suharsimi juga menjelaskan bahwa jenis penelitian deskriptif yaitu jika peneliti ingin mengetahui status sesuatu dan sebagainya, maka penelitiannya bersifat deskriptif yaitu menjelaskan peristiwa dan

sesuatu. (Trimartati et al., 2014) Dengan pendekatan deskriptif kualitatif, analisis data yang diperoleh (berupa kata-kata, gambar atau perilaku), dan tidak dituangkan dalam bentuk bilangan atau angka statistik, melainkan dengan memberikan paparan atau penggambaran mengenai situasi atau kondisi yang diteliti dalam bentuk uraian naratif. (*Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif (Materi Kuliah Metodologi Penelitian PPs. UIN Maliki Malang*), n.d.) Pemaparannya harus dilakukan secara objektif agar subjektivitas peneliti dalam membuat interpretasi dapat dihindarkan. Metode penelitian deskriptif-kualitatif difokuskan pada permasalahan atas dasar fakta yang dilakukan dengan cara pengamatan/observasi, wawancara, dan mempelajari dokumen-dokumen. Dalam penelitian deskriptif, peneliti akan mencoba untuk melihat kejadian yang menjadi pusat perhatiannya, dan kemudian diilustrasikan sebagaimana apa adanya. (Wahyuni et al., 2022)

Pada penelitian ini peneliti menggunakan teknik wawancara sebagai teknik pengumpulan data. Yang dimaksud dengan wawancara yaitu :

- a. Proses tanya jawab lisan dimana dua orang atau lebih bertatap muka secara fisik untuk mengetahui tanggapan, pendapat, dan motivasi seseorang terhadap suatu objek
- b. Menangkap aksi reaksi orang dalam bentuk ekspresi sewaktu tanya jawab
- c. Wawancara dapat pula dipakai sebagai cara mengumpulkan data dengan jalan tanya jawab sepihak yang dikerjakan dengan sistematis dan berlandaskan kepada tujuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Telah dilaksanakan wawancara kepada dua informan yang memiliki background kegiatan berbeda, yaitu anak remaja dengan usia 20 (dua puluh) hingga 25 (dua puluh lima) dan orang tua yang sudah berumah tangga. Pada prinsipnya untuk menggali data tentang a). Kondisi internal sebagai pengguna aplikasi Go-Jek, yang meliputi : kegunaan aplikasi Gojek Dalam kehidupan sehari-hari, fitur yang sering digunakan pada aplikasi Gojek, apakah informan menggunakan fitur chat yang ada pada aplikasi Gojek untuk komunikasi sehari-hari, persepsi informan terhadap fitur chat Gojek yang dijadikan sebagai media komunikasi.

b). Kondisi internal informan terhadap aplikasi Gojek sebagai media komunikasi perselingkuhan, yang meliputi : bagaimana persepsi informan terhadap penyalahgunaan fitur chat yang ada di aplikasi Gojek.

Kegiatan wawancara mendalam ini bertujuan untuk memenuhi pertanyaan penelitian mengenai “Analisis Kualitatif Persepsi Masyarakat Rt 02/06 Kecamatan Pasar Kemis tentang Aplikasi Gojek yang Dipergunakan sebagai Media Berselingkuh” memuat beberapa pertanyaan yang dapat dipenuhi melalui wawancara ini, yaitu: 1). Bagaimana tanggapan masyarakat di Rt 02/06 Kecamatan Pasar Kemis terhadap penyalahgunaan aplikasi Gojek sebagai alat untuk berselingkuh?, 2). Apakah ada perbedaan persepsi antara generasi muda dan generasi tua di Rt 02/06 Kecamatan Pasar Kemis terhadap penggunaan aplikasi Gojek dalam konteks perselingkuhan?, 3). Apakah masyarakat di Rt 02/06 Kecamatan Pasar Kemis percaya bahwa aplikasi Gojek seharusnya memiliki fitur tambahan atau kebijakan yang dapat mencegah penggunaannya dalam konteks perselingkuhan?.

A. Penggunaan Aplikasi Gojek dalam Kehidupan Sehari-hari Masyarakat di Rt 02/06 Kecamatan Pasar Kemis

Kemajuan teknologi informasi dan telekomunikasi begitu pesat, sehingga memungkinkan diterapkannya cara-cara baru yang lebih efisien untuk produksi,

distribusi dan konsumsi barang dan jasa(Somantri, 2005). Proses inilah yang membawa manusia ke dalam Masyarakat atau Ekonomi Informasi. Masyarakat baru ini juga sering disebut sebagai masyarakat pasca industri. (Anggraeni, 2021) Saat ini masyarakat Indonesia sudah hidup di era serba online yang memberikan dampak positif dalam memudahkan berkegiatan secara efisien dan canggih. salah satu kemudahan yang dirasakan oleh masyarakat yaitu munculnya kehadiran layanan transportasi online, salah satunya yaitu kemunculan aplikasi Gojek yang menawarkan berbagai macam fitur yang dapat digunakan untuk melakukan segala aktivitas sehari-hari. Gojek memperluas di bisnis pengantaran makanan dengan membuat layanan Grab-Food(Aziah et al., 2018; Widyastuti et al., 2021). Gojek pun turut hadir dengan layanan GO-CA. Sadar kalau metode pembayaran seringkali menghambat para pengguna dalam menggunakan layanan-layanan mereka, pada tahun 2016 ini pula GO-JEK meluncurkan metode pembayaran GO-PAY.

Kini saldo GO-PAY dapat diisi lewat berbagai cara, mulai dari transfer bank hingga dengan memberikan uang langsung ke pengemudi Gojek.(Nurjamad & Larasati, n.d.) Seakan ingin memperkuat posisi GO-PAY sebagai metode pembayaran mereka, Gojek pun mengakuisisi sebuah layanan pembayaran bernama PonselPay di tahun 2016. Tak berhenti sampai disitu, Gojek pun turut memperkuat layanan lama mereka, seperti GO-SEND.Berbeda dengan para pesaingnya, Gojek merupakan startup yang menghadirkan layanan paling banyak. Setelah membuat layanan seperti GO-CLEAN dan GO-MASSAGE, mereka kembali menghadirkan layanan baru berupa layanan perbaikan dan cuci kendaraan GO-AUTO, layanan isi pulsa GO-PULSA, serta layanan pengiriman obat GO-MED, .Selain menambah berbagai layanan baru, baik Gojek, pun turut memperluas jangkauan mereka ke kota-kota baru. (Fakhriyah, 2020)

“Saya menggunakan aplikasi Gojek untuk memesan kendaraan mobil dan memesan makanan saja, selebihnya tidak saya gunakan fitur lainnya.” **(Wawancara dengan Novia Dewi Masyarakat di Rt 02/06 Kecamatan Pasar Kemis dengan Usia 21 (dua puluh satu) tahun dan pekerjaan mahasiswa)**

Pernyataan dari saudari Novia membuktikan bahwa, pengguna aplikasi Gojek pada umumnya lebih banyak menggunakan untuk memesan transportasi umum sebagai pemenuh kegiatan pokok sehari-hari.

Untuk menggunakan semua layanan tersebut Gojek akan menghubungkan pengguna dengan siapa yang bertugas melalui fitur chat. Tanpa kita sadari fitur tersebut tidak hanya bisa digunakan untuk komunikasi pengguna dengan orang yang akan bertugas saja, tetapi fitur chat tersebut dapat digunakan untuk kita berkomunikasi dengan kontak teman yang sudah terpasang pada aplikasi Gojek selain itu kita bisa mengundang teman untuk masuk ke dalam obrolan grup.

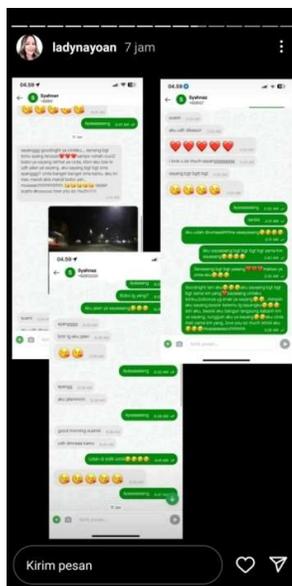
A. Penyalahgunaan Fitur Aplikasi Gojek sebagai Media Perselingkuhan

Pada tanggal 20 Juni 2023 media sosial Twitter diramaikan oleh kasus perselingkuhan artis Indonesia yaitu Syahnaz dengan pemain sinetron FTV Rendy Kjaernett. Berita tersebut semakin ramai jadi perbincangan banyak awak media karena pasalnya perselingkuhan tersebut juga tidak hanya dilakukan melalui media sosial WhatsApp saja tetapi juga melalui fitur chat dari aplikasi Gojek.

Penggunaan media sosial merata di segala usia baik karena tersedianya banyak aplikasi bagi anak-anak, remaja, dan orang dewasa bahkan orangtua sudah memiliki dan menikmati smart phone mereka yang pintar sekali.Pertemanan dengan lawan jenis adalah rata-ratanya. Memberi tanggapan sok berempati, kata-kata balasan yang

Analisis Kualitatif Persepsi Masyarakat Rt 02/06 Kecamatan Pasar Kemis Tentang Aplikasi Gojek Yang Dipergunakan Sebagai Media Berselingkuh

menggoda, membuat suka, bahkan penasaran dengan cerita kehidupannya, merayu, memuji, dan bahkan sampai jatuh cinta dan seterusnya. Setiap manusia memiliki sifat tertarik pada lawan jenis yang indah dipandang baik dia sudah atau belum berpasangan. (Syam, n.d.)



Gambar 1. Hasil Screenshot Insta Story
Sumber: Instagram @ladynayoan

Pada gambar di atas terdapat tampilan chat mesra antara Syahnaz dengan Rendy di aplikasi Gojek, hal ini membuat tak sedikit masyarakat Indonesia yang kaget dengan adanya fitur chat ini, bahkan kata kunci Gojek menjadi trending di Twitter. Chat yang terlampir pada gambar di atas menunjukkan betapa romantisme nya isi pesan dari kalimat yang disampaikan oleh satu sama lain.

Pada kasus tersebut penulis ingin mengkaji persepsi masyarakat di Rt 02/06 Kecamatan Pasar Kemis terhadap penyalahgunaan fitur chat di aplikasi Go-Jek.

1. Anggapan Masyarakat di Rt 02/06 Kecamatan Pasar Kemis terhadap Penyalahgunaan Aplikasi Go-Jek sebagai Alat untuk Berselingkuh

Penyalahgunaan fitur chat Gojek sebagai media berselingkuh membuat masyarakat merasa terkejut atas tindakan yang dilakukan oleh Syahnaz dan Rendy, karena sebelum kasus ini terjadi masyarakat hanya sebatas tahu aplikasi Go-Jek adalah sebuah aplikasi layanan antar jemput pelanggan dan pesan makanan secara online sementara fitur chat hanya digunakan sebagai penghubung komunikasi antara pelanggan dan pelayan yang bertugas.

“Tidak menyangka sih ya, karena yang kita tahu aplikasi Gojek fitur untuk antar jemput pelanggan atau bisa juga pesan makanan, walaupun memang ada fitur chat, kayak tidak menyangka aja bisa sampe dijadikan sbg aplikasi selingkuh.” (**Wawancara dengan Novia Dewi Masyarakat di Rt 02/06 Kecamatan Pasar Kemis dengan Usia 21 (dua puluh satu) tahun dan pekerjaan mahasiswa**)

“Yang saya tahu aplikasi Gojek hanya aplikasi yang digunakan untuk memesan ojek online dan pesan makanan secara online saja, selebihnya tidak tahu sama fitur chat seperti itu.” (**Wawancara dengan Agung Setyawan Wakil Rt 02/06 Kecamatan Pasar Kemis dengan Usia 47 (empat puluh tujuh) tahun**)

Penjelasan dari saudari Novia dan bapak Agung, membuktikan bahwa selama ini aplikasi Gojek hanya digunakan sebagai layanan transportasi dan take away makanan secara online saja, namun karena kasus tersebut saudari Novia menjadi tahu bahwa aplikasi Gojek bisa digunakan untuk hal lain di luar kegunaan pada umumnya.

2. Adanya Perbedaan Persepsi antara Generasi Muda dan Generasi Tua di Rt 02/06 Kecamatan Pasar Kemis terhadap Penggunaan Aplikasi Go-Jek dalam Konteks Perselingkuhan

Persepsi tiap masyarakat memiliki perbedaan dalam menyikapi sebuah kasus karena beberapa faktor yang mempengaruhi perbedaan tersebut, yaitu rentang usia yang terlampau jauh, lingkungan tempat tinggalnya dan pengalaman pribadi yang dimiliki. Melakukan perbandingan dalam perbedaan persepsi terhadap penggunaan aplikasi Gojek dalam konteks perselingkuhan ini merupakan cara yang tepat untuk menghasilkan pengalaman baru antara dua generasi yang tumbuh di era digital.

“Semakin canggih alat komunikasi membuat tindakan perselingkuhan bisa melalui aplikasi apa saja, salah satunya aplikasi Gojek ini karena kemudahan akses di aplikasi itu.” (**Wawancara dengan Novia Dewi Masyarakat di Rt 02/06 Kecamatan Pasar Kemis dengan Usia 21 (dua puluh satu) tahun dan pekerjaan mahasiswa**)

“Aplikasi Gojek beralih menjadi tempat berselingkuh membuat pasangan yang sudah berumah tangga menjadi khawatir akan kejadian ini karena semua orang tau kegunaan aplikasi tersebut selain untuk memesan ojek online.” (**Wawancara dengan Agung Setyawan Wakil Rt 02/06 Kecamatan Pasar Kemis dengan Usia 47 (empat puluh tujuh) tahun**)

Pernyataan yang disampaikan oleh saudari Novia dan bapak Agung membuktikan bahwa, perbedaan umur dan perbedaan pengalaman akan mempengaruhi pola pandangan seseorang terhadap menyikapi kasus yang mereka temui.

3. Masyarakat di Rt 02/06 Kecamatan Pasar Kemis percaya bahwa aplikasi Gojek seharusnya memiliki fitur tambahan atau kebijakan yang Dapat Mencegah Penggunaannya dalam Konteks Perselingkuhan

Penambahan fitur baru seperti keamanan yang diperbarui untuk menjaga keamanan komunikasi atau sebaiknya fitur chat hanya diberikan akses untuk komunikasi dua arah antara pengguna dengan pelayan yang bertugas, agar fitur chat tidak lagi disalahgunakan kembali seperti kasus pada penelitian ini.

“Setuju, agar aplikasi gojek dipakai untuk hal yang semestinya digunakan. Akan tetapi balik lagi ke masing-masing tiap orang ya, tergantung dari mereka mengelola aplikasi tersebut untuk apa digunakan.” (**Wawancara dengan Novia Dewi Masyarakat di Rt 02/06 Kecamatan Pasar Kemis dengan Usia 21 (dua puluh satu) tahun dan pekerjaan mahasiswa**)

Penjelasan dari saudari Novia membuktikan bahwa, fitur chat pada aplikasi Gojek perlu dilakukan pembaruan untuk tidak semua bisa menggunakan fitur tersebut agar hal seperti ini tidak terulang kembali, karena kasus ini banyak yang memanfaatkan fitur chat aplikasi Gojek untuk hal yang negatif lainnya dan hal tersebut akan mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap perusahaan Gojek Indonesia kedepannya.

DISKUSI

Hasil penelitian yang sudah dilakukan oleh penulis menunjukkan bahwa karena kasus perselingkuhan antara Syahnaz dengan Rendy yang menggunakan aplikasi Gojek sebagai media perselingkuhan membuat masyarakat menjadi tahu adanya fitur chat pada aplikasi Gojek yang bisa digunakan untuk berkomunikasi kepada sesama nomor kontak yang sudah tersimpan di perangkat ponsel kita.

Analisis Kualitatif Persepsi Masyarakat Rt 02/06 Kecamatan Pasar Kemis Tentang Aplikasi Gojek Yang Dipergunakan Sebagai Media Berselingkuh

Akan tetapi karena kasus tersebut fitur chat aplikasi Gojek menjadi mempunyai pandangan negatif yang akan membekas di ingatan masyarakat, oleh sebab itu perlu adanya pembaruan pada fitur pengaman yang lebih selektif agar tidak sembarang pesan masuk ke dalam ruang obrolan yang ada di aplikasi Gojek.

KESIMPULAN DAN SARAN

Setelah melakukan analisis kualitatif terhadap persepsi masyarakat di Rt 02/06 Kecamatan Pasar Kemis tentang aplikasi Gojek yang dipergunakan sebagai media berselingkuh, diperoleh beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Mayoritas masyarakat di Rt 02/06 Kecamatan Pasar Kemis memiliki pemahaman yang cukup baik tentang penggunaan aplikasi Gojek sebagai media berselingkuh. Mereka sadar bahwa aplikasi ini dapat memfasilitasi pertemuan antara orang yang ingin berselingkuh dengan pihak lain.
2. Sebagian masyarakat menyatakan bahwa menggunakan Gojek sebagai media berselingkuh akan meningkatkan risiko ketahuan. Mereka mencatat bahwa aplikasi ini mencatat semua riwayat perjalanan dan komunikasi antara pengguna, meningkatkan kemungkinan terungkapnya perselingkuhan.
3. Terdapat juga pendapat yang mengkritik penggunaan aplikasi Gojek sebagai media berselingkuh. Beberapa masyarakat menganggap hal ini sebagai tindakan tidak bermoral dan merusak kepercayaan dalam hubungan.
4. Beberapa responden menyatakan bahwa penggunaan aplikasi Gojek sebagai media berselingkuh bukanlah masalah aplikasi itu sendiri, melainkan bagaimana individu memanfaatkannya. Mereka berpendapat bahwa penggunaan aplikasi secara jujur dan bertanggung jawab tidak akan menyebabkan masalah perselingkuhan.

Berdasarkan kesimpulan ini, dapat disimpulkan bahwa persepsi masyarakat di Rt 02/06 Kecamatan Pasar Kemis terhadap aplikasi Gojek yang digunakan sebagai media berselingkuh sangat bervariasi. Sebagian masyarakat menganggap penggunaan aplikasi ini sebagai risiko yang tidak perlu diambil, sementara yang lain melihat isu ini dari perspektif individu dan moralitas.

DAFTAR REFERENSI

- Anggraeni, F. N. (2021). ANALYSIS OF USER SATISFACTION OF PUBLIC TRANSPORTATION OJEK ONLINE (GOJEK) THROUGH SERVICE INSTRUMENTS. In *Jurnal Mahasiswa Ekonomi & Bisnis* (Vol. 1, Issue 2).
- Asriana, W., & Ratnasari, Y. (2012). *Kecemburuan pada Laki-laki dan Perempuan dalam Menghadapi Perselingkuhan Pasangan Melalui Media Internet* (Vol. 1, Issue 1).
- Aziah, A., Popon,), Adawia, R., & Sitasi, C. (2018). Analisis Perkembangan Industri Transportasi Online di Era Inovasi Disruptif (Studi Kasus PT Gojek Indonesia). *Cakrawala*, 18(2), 149–156. <https://doi.org/10.31294/jc.v18i2>
- Cahya, A. D., Aminah, A., Rinaja, A. F., & Adelin, N. (2021). Pengaruh Penjualan Online di masa Pandemi Covid-19 terhadap UMKM Menggunakan metode Wawancara. *Jesya (Jurnal Ekonomi & Ekonomi Syariah)*, 4(2), 857–863. <https://doi.org/10.36778/jesya.v4i2.407>
- Dalam Metode Penelitian Komunikasi, S., Mudjiyanto, B., Nur, E., Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika Jakarta, B., & Besar Pengkajian dan Pengembangan Komunikasi dan Informatika Makassar Jl Abdurrahman Basalama, B. (n.d.). *Volume 16 No. 1-April 2013 Jurnal Penelitian Komunikasi, Informatika dan Media Massa-PEKOMMAS* 73.

- Darma, S., Giovani Sahri, Ms., Asnita Hasibuan, Ms., Wayan Wirta, Mp. I., Immanuel B Silitonga, Ms. D., Vina Merina Br Sianipar, Mp., Miftahul Khoiriah Sri Ayu Rayhaniah, Mp., Nancy Angelia Purba, Ms., Supriadi, Mp., Abwabul Jinan, Mh., Muhammad Hasyim, Sk., Editor, Ms., & Ali Mursid Alfathoni, M. (n.d.). *PENGANTAR TEORI SEMIOTIKA*. www.medsan.co.id
- Effendi, F. P., & Dewi, D. A. (n.d.). *Generasi Milenial Berpancasila di Media Sosial*.
- Ekonomi, J. :, Fakultas, S., Ekonomi, :, & Islam, B. (n.d.). *SKRIPSI PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP GAYA HIDUP MAHASISWA IAIN METRO Oleh: DEWI OKTAVIANI NPM. 14118004*.
- Fakhriyah, P. (2020). *JURNAL COMM-EDU PENGARUH LAYANAN TRANSPORTASI ONLINE (GOJEK) TERHADAP PERLUASAN LAPANGAN KERJA BAGI MASYARAKAT DI KOTA CIMAHI* (Vol. 3, Issue 1).
- Fitrah Nurrizka, A. (2016). *Peran Media Sosial di Era Globalisasi Pada Remaja di Surakarta Suatu Kajian Teoritis dan Praktis Terhadap Remaja dalam Perspektif Perubahan Sosial* (Vol. 5, Issue 1).
- Hidayat, R. (2014). *ANALISIS SEMIOTIKA MAKNA MOTIVASI PADA LIRIK LAGU "LASKAR PELANGI" KARYA NIDJI*. 2(1), 243–258.
- Meilinda, N. (2018). *SOCIAL MEDIA ON CAMPUS: Studi Peran Media Sosial sebagai Media Penyebaran Informasi Akademik pada Mahasiswa di Program Studi Ilmu Komunikasi FISIP UNSRI*. In *The Journal of Society & Media* (Vol. 2, Issue 1). <https://journal.unesa.ac.id/index.php/jsm/index>
- Metode Pengumpulan Data Penelitian Kualitatif (Materi Kuliah Metodologi Penelitian PPs. UIN Maliki Malang)*. (n.d.).
- Nurjamad, M. A., & Larasati, D. (n.d.). *PENGARUH KUALITAS PELAYANAN DAN HARGA PADA KEPUASAN PELANGGAN FITUR GO-RIDE PT. GOJEK INDONESIA*. www.cnbcindonesia.com
- samsi. (n.d.).
- Shaleha, R. R. A., & Kurniasih, I. (2021). *Ketidaksetiaan : Eksplorasi Ilmiah tentang Perselingkuhan*. *Buletin Psikologi*, 29(2), 218. <https://doi.org/10.22146/buletinpsikologi.55278>
- Somantri, G. R. (2005). *MEMAHAMI METODE KUALITATIF*. *Makara Human Behavior Studies in Asia*, 9(2), 57. <https://doi.org/10.7454/mssh.v9i2.122>
- Syam, S. (n.d.). *Al-Ussrah : Jurnal Al-ahwal As-Syakhsiyah PEMICU MEDIA SOSIAL DAN PENGARUHNYA AKIBAT PERSELINGKUHAN: FENOMENA DALAM KEHIDUPAN KELUARGA*.
- Widyastuti, W., Sulistyowati, R., Pd, S., & Pd, M. (2021). *PENGARUH E-SERVICE QUALITY DAN SALES PROMOTION TERHADAP KEPUTUSAN MENGGUNAKAN FITUR GO-FOOD (STUDI PADA PENGGUNA GOJEK DI SURABAYA)*. *Jurnal Pendidikan Tata Niaga (JPTN)*, 9.
- Zahid|, A., Media, K. S., Mcluhan, M., Media, A., Kini, M., Prodi, Z., & Agama, S. (n.d.). *SENSUALITAS MEDIA SOSIAL DI ERA GLOBALISASI*.