

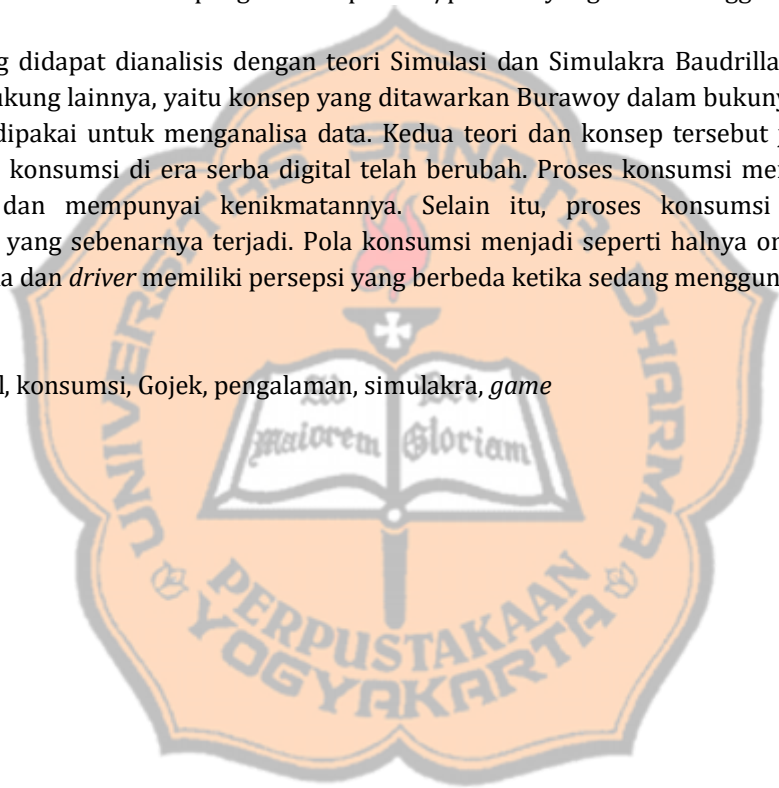
Abstrak

Seperti yang telah dialami bersama, era informasi yang cepat menghasilkan dunia virtual yang mudah dan nyaman dalam mengakses segala sesuatu. Begitupun yang terjadi dalam fenomena konsumerisme di era virtual. Adanya akses yang cepat, mudah, dan nyaman justru memudahkan warga masyarakat dalam melakukan praktik konsumsi. Akses itu juga mengaburkan eksploitasi. Hal-hal itu di antaranya yang mengubah pola konsumsi masyarakat di era digital saat ini.

Penelitian ini mencoba mengambil studi kasus Gojek. Gojek pada awalnya memang fokus pada jasa transportasi *online*(daring). Namun, dalam perkembangannya, Gojek tidak lagi sekadar menawarkan jasa transportasi daring. Gojek tidak hanya dilihat dari perkembangan dan fitur-fiturnya, tetapi juga pengalaman orang menggunakan(mengonsumsi)nya. Pengalaman mengonsumsi didapatkan dari beberapa narasumber yang diwawancarai, baik pengguna dan juga *driver*. Pengalaman narasumber tersebut juga direfleksikan dari pengalaman peneliti/penulis yang ikut menggunakan jasa aplikasi tersebut.

Data yang didapat dianalisis dengan teori Simulasi dan Simulakra Baudrillard. Di samping itu, ada konsep pendukung lainnya, yaitu konsep yang ditawarkan Burawoy dalam bukunya. Kedua teori dan konsep tersebut dipakai untuk menganalisa data. Kedua teori dan konsep tersebut juga untuk melihat sejauh mana pola konsumsi di era serba digital telah berubah. Proses konsumsi menjadi seperti orang bermain *games* dan mempunyai kenikmatannya. Selain itu, proses konsumsi seperti itu telah mengaburkan hal yang sebenarnya terjadi. Pola konsumsi menjadi seperti halnya orang bermain *game* sehingga pengguna dan *driver* memiliki persepsi yang berbeda ketika sedang menggunakan Gojek.

Kata kunci: virtual, konsumsi, Gojek, pengalaman, simulakra, *game*



Abstract

As has been experienced together, the fast information era produces a virtual world that is easy and comfortable to access everything. The similar phenomenon also happened in the consumerism of the virtual era. The existence of fast, easy and convenient access actually smoothens consumerism. Not only smoothing it, that access also masks exploitation, which is often missed as a crucial thing. Those things change people's consumption patterns in today's digital era.

This study used a case study by inquiring Gojek. At first, Gojek was focused on online transportation services. However, in its development, Gojek is no longer just offering online transportation services. Gojek is seen not only from its growth and features, but also from the experience of using it. The consuming experience was obtained from several interviewees, both users and drivers. The experiences of those interviewees are juxtaposed with the experience of the researcher/writer who is also the user of the application service.

The obtained data is analyzed by theory of Baudrillard's Simulation and Simulacra. Moreover, there are other supporting concepts, namely the concept offered by Burawoy(1979). Both theories and concepts are synthesized to analyze the data. Both theories and concepts are also used to see the extent to which consumption patterns in the digital era have changed.

Keywords: Gojek, virtual, consumption, experience, simulacra, game

