

JURNAL KAJIAN MEDIA

e-ISSN: 2579-9436, URL: <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/ilkom/index>

Vol 3 No 2

Desember 2019

Halaman 79 - 88

Aplikasi traveloka sebagai bentuk konstruksi sosial dalam dunia siber

Mishell Natalya Latuheru, Irwansyah

¹ Universitas Mercu Buana, Indonesia

² Universitas Indonesia

55217110081@student.mercubuana.ac.id

English Title: Traveloka application as a form of social construction in the world of cyberspace

Abstrak - Teknologi merupakan hal yang tidak dapat dipisahkan dari kehidupan manusia saat ini. Teknologi hadir sebagai media informasi dan komunikasi bagi manusia. Hidup dalam era *digital* yang mana teknologi berkembang begitu pesat melahirkan teknologi-teknologi baru yang membuat aktivitas manusia semakin mudah dan cepat. Teknologi media baru yang diciptakan dalam masyarakat tidak terlepas dari konstruksi sosial dalam masyarakat dimana teknologi itu sendiri terbentuk dari kebutuhan manusia akan hal-hal baru yang dapat membantu aktivitas kesehariannya. Traveloka sebagai bentuk dari konstruksi sosial dalam dunia siber ingin menggambarkan bahwa hadirnya aplikasi Traveloka sebagai teknologi media baru telah menjawab kebutuhan manusia akan kemudahan mendapatkan informasi tentang jasa perjalanan (*travel*). Aplikasi Traveloka dengan segala kecanggihannya menyediakan informasi transportasi, hotel, hiburan, dan informasi tentang destinasi wisata yang akan dituju oleh penggunanya. Traveloka lahir sebagai media baru dalam dunia siber yang memanfaatkan kecanggihan teknologi sebagai jawaban atas kebutuhan masyarakat.

Kata kunci: Teknologi; Media Baru; Konstruksi Sosial; Dunia Siber; Traveloka

Abstract - *Technology is a things that can not be separated from human life today. Technology is present as a medium of information and communication for human. Living in a digital world where technology is developing so rapidly gave a new technologies that make human activity more easy and faster. New media technologies created in society are inseparable from social constructions in societies where the technology is formed from human needs for new things that can help their daily activities. Traveloka as a form of social construction in cyberworld would like to illustrate that the presence of Traveloka application as a new media technology has answered the human need for easy information about travel services. Traveloka application with all advances in technology provides a transportation information, hotels, entertainment, and information about tourist destinations. Traveloka was born as a new media in cyberworld which make use of technological sophistication as responses of human needs.*

Keywords: Technology; New Media; Social Construction; Cyberworld; Traveloka

PENGANTAR

Perkembangan teknologi dari waktu ke waktu mengalami kemajuan yang sangat pesat. Teknologi hadir dari pengalaman yang dikonstruksikan menjadi sebuah pengetahuan, yang mana pengetahuan ini diolah menjadi ilmu pengetahuan untuk menciptakan teknologi (Dewey, 1925). Teknologi semata-mata diciptakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia. Para ahli semakin gencar menciptakan teknologi- teknologi baru yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan manusia. Perkembangan teknologi yang nyata terlihat terjadi pada teknologi informasi dan komunikasi. *“Technology has changed the way we communicate”* yang berarti teknologi telah mengubah cara kita berkomunikasi. Hal tersebut diungkapkan oleh Marshall McLuhan. Tidak dapat dipungkiri bahwa saat ini teknologi telah mempengaruhi aktivitas kita setiap hari. Kecanggihan teknologi membuat aktivitas manusia semakin mudah dan cepat. Kebutuhan akan teknologi terus menerus dikembangkan seiring meningkatnya kebutuhan manusia. Manusia dengan sifat tidak pernah merasa puas menuntut para ahli teknologi terus menciptakan teknologi-teknologi baru untuk memenuhi kebutuhan manusia. Perkembangan teknologi khususnya dalam bidang informasi dan komunikasi ditandai dengan munculnya teknologi berbasis digital dan internet.

Dalam era *digital* seperti yang kita rasakan saat ini, teknologi memiliki peran penting dalam perancangan produk dan layanan yang berbasis digital. Teknologi berbasis digital dapat kita temui dalam kehidupan sehari-hari. Memanfaatkan kecanggihan teknologi digital, saat ini banyak ditemukan media-media baru yang semakin memudahkan manusia untuk mencari informasi dan berkomunikasi. Beberapa contoh media baru yang memudahkan aktivitas masyarakat seperti: internet, *smartphone*, *bisnis berbasis digital*, dan lain sebagainya. Media-media baru ini diciptakan semata untuk memenuhi kebutuhan manusia akan informasi dan komunikasi. Meningkatnya kebutuhan manusia akan kebutuhan informasi dan komunikasi yang cepat menjadi alasan utama dalam mengembangkan teknologi media baru seperti yang kita rasakan saat ini.

Dalam *paper* ini, penulis mengambil salah satu contoh teknologi media baru yang menerapkan bisnis berbasis digital yang sudah banyak digunakan oleh masyarakat khususnya masyarakat Indonesia, yaitu Traveloka. Traveloka merupakan bisnis digital yang menyediakan layanan perjalanan (*travel*). Bisnis digital yang didirikan oleh Ferry Unardi pada tahun 2012 ini memulai bisnis digital ini karena ia melihat dan merasakan sulitnya mendapatkan tiket perjalanan sewaktu ia kuliah di Amerika dan harus melakukan perjalanan dari Amerika ke Jakarta dan sebaliknya (www.dictio.id). Tidak dapat dipungkiri bahwa, sebelum hadirnya bisnis digital seperti traveloka, tiket.com, dan lainnya, masyarakat cukup sulit untuk mendapatkan tiket perjalanan baik kereta maupun pesawat. Untuk mendapatkan tiket perjalanan, kita harus membelinya di kantor resmi maskapai penerbangan untuk mendapatkan tiket pesawat, atau di stasiun kereta api untuk mendapatkan tiket kereta api, atau juga bisa didapatkan di kantor-kantor agen perjalanan terdekat. Namun, hal itu membutuhkan waktu dan tenaga yang tidak sedikit. Melihat fenomena yang terjadi, dengan pengetahuan yang dimiliki oleh Ferry Unardi, ia memanfaatkan teknologi digital untuk membangun bisnis digital yang menyediakan layanan perjalanan melalui *website traveloka.com*. Awalnya Traveloka diakses melalui *website*, namun *website* sering mengalami kendala ketika mengaksesnya. Kemudian Traveloka membuat aplikasi digital yang dapat diakses melalui *smartphone*. Masyarakat yang menggunakan *smartphone* dapat mengunduh aplikasi ini

melalui *app store* dan *play store* yang tersedia dalam *smartphone*. Lewat aplikasi Traveloka, masyarakat semakin dimudahkan untuk mendapatkan tiket perjalanan pesawat dan kereta. Aplikasi Traveloka terus-menerus mengalami perkembangan baik dari teknologinya maupun dari *user interfacy*nya. Selain menyediakan tiket pesawat dan tiket kereta yang mana traveloka bekerja sama langsung dengan maskapai resmi, Traveloka juga menyediakan layanan pemesanan hotel, bus, tempat-tempat wisata, bahkan Traveloka juga menyediakan layanan informasi tentang kuliner, hiburan, dan lainnya.

Banyaknya layanan yang ditawarkan lewat aplikasi Traveloka disebabkan oleh kebutuhan masyarakat akan sesuatu yang instan dan cepat semakin meningkat khususnya ketika ingin melakukan perjalanan. Kebutuhan masyarakat ini dijawab oleh Traveloka, yang mana melalui aplikasinya masyarakat dimudahkan untuk mendapatkan tiket perjalanan, hotel, dan lain sebagainya. Melalui aplikasi Traveloka, masyarakat juga dapat menghemat waktu untuk memenuhi kebutuhannya akan perjalanan. Banyak layanan yang disediakan dalam aplikasi Traveloka untuk membantu dan memudahkan aktivitas masyarakat khususnya saat akan melakukan perjalanan. Penggunaan aplikasi Traveloka dirasa semakin memudahkan masyarakat karena penggunaannya melalui *smartphone* yang dimana masyarakat dapat menggunakan aplikasi ini dimana saja dan kapan saja yang juga memanfaatkan kecanggihan teknologi. Aplikasi Traveloka merupakan gambaran dari bentuk teknologi media baru yang diterapkan dalam bisnis.

Media baru muncul sebagai inovasi dari penerapan teknologi dalam memenuhi kebutuhan masyarakat. Traveloka menjadi media baru yang berkembang dalam masyarakat dengan memanfaatkan canggihnya teknologi digital. Media baru sebagai teknologi komunikasi yang memfasilitasi dan memungkinkan untuk terjadinya interaktifitas antar pengguna dan informasi (Rice, 1984). Dari pendapat Ronald Rice tentang media baru, dapat kita pahami bahwa Traveloka hadir sebagai teknologi komunikasi dimana aplikasi Traveloka menyediakan informasi layanan perjalanan yang dapat diakses oleh pengguna *smartphone*.

Hadirnya aplikasi Traveloka sebagai bentuk media baru yang yang dibuat untuk memenuhi kebutuhan masyarakat akan layanan penyedia jasa perjalanan ini merupakan bentuk dari konstruksi sosial dalam dunia siber. Pinch dan Bijker mengonsepan teori konstruksi sosial seperti kebutuhan akan sepeda. Awalnya sepeda di desain untuk lelaki. Namun, hal ini mengalami evolusi ketika wanita juga ingin bersepeda. Gencarnya gerakan feminisme pada akhirnya melahirkan sepeda yang di desain untuk wanita. Teori konstruksi sosial yang digambarkan Pinch dan Bijker ini membuktikan bahwa teknologi diciptakan untuk menjawab dan memenuhi kebutuhan manusia. Konsep konstruksi sosial ini juga yang diadaptasi oleh Traveloka. Seperti yang telah dijelaskan sebelumnya, hadirnya aplikasi Traveloka untuk menjawab dan memenuhi kebutuhan masyarakat dalam mencari informasi dan layanan perjalanan (*travel*) melalui dunia siber. Sebelum hadirnya Traveloka sebagai bentuk teknologi media baru saat ini, masyarakat sedikit mengalami kesulitan dalam mencari dan mendapatkan informasi ketika ingin melakukan perjalanan. Masyarakat cukup membutuhkan banyak waktu dan tenaga untuk mencari dan mendapatkan tiket pesawat atau kereta api, informasi hotel, dan hiburan lainnya. Untuk menjawab permasalahan yang dihadapi masyarakat, Traveloka hadir dengan segala layanan yang disediakan untuk memudahkan masyarakat mendapatkan informasi perjalanan (*travel*) melalui dunia siber dengan memanfaatkan teknologi internet. Hal ini merupakan bentuk dari konstruksi sosial dalam dunia siber dimana teknologi media baru dibentuk dari kebutuhan manusia akan informasi dan komunikasi yang cepat.

Trevor Pinch dan Wiebe E. Bijker lewat bukunya *The Social Construction of Technological System* menjelaskan konsep konstruksi sosial seperti halnya sepeda. Sepeda pada mulanya didesain untuk laki-laki. Namun setelah dipengaruhi oleh gerakan feminisme, wanita pun akhirnya membutuhkan sepeda untuk melakukan aktivitasnya. Melihat hal itu, muncul lah sepeda yang di desain untuk wanita.

Konsep yang dikemukakan Pinch dan Bijker ini menjelaskan bahwa teknologi dibentuk atas dasar kebutuhan manusia, dimana teknologi itu sendiri diciptakan atau didesain untuk memenuhi kebutuhan manusia. Dalam hubungannya dengan media baru, konstruksi sosial memicu hadirnya inovasi-inovasi baru dalam teknologi.

Teori yang konstruksi sosial yang dikemukakan Pinch dan Bijker ini menentang teori determinasi yang dikemukakan McLuhan yang mengatakan bahwa teknologi berpengaruh besar dalam kehidupan masyarakat atau dengan kata lain, kehidupan masyarakat ditentukan oleh teknologi. Pinch dan Bijker menentang hal itu dengan berpendapat bahwa teknologi hadir untuk menjawab kebutuhan masyarakat, atau dengan kata lain perkembangan teknologi diciptakan untuk memenuhi kebutuhan manusia.

Terdapat 4 kajian yang menjadi landasan teori konstruksi sosial, diantaranya (Ishtifa):

- Kajian fleksibilitas interpretatif, yang menunjukkan bahwa desain teknologi merupakan proses terbuka sehingga dapat menghasilkan hasil yang berbeda, tergantung pada keadaan sosial dari proses membangun teknologi itu sendiri.
- Memiliki hubungan yang relevan dengan kelompok sosial, dimana kelompok sosial yang relevan membuat suatu interpretasi sehingga semua anggota kelompok sosial tertentu berbagi set yang sama, makna, melekat pada artefak tertentu.
- Keberakhiran dan stabilisasi, penciptaan desain antar kelompok yang berbeda dapat mengalami kontroversi dalam hal interpretasi gambaran mengenai artefak teknologi. Konflik tersebut dapat selesai ketika desain artefak tidak lagi menimbulkan masalah kepada setiap kelompok sosial yang relevan.
- Memiliki kaitan dengan aspek sosial, budaya, dan politik, dimana pembangunan artefak itu berlangsung. Kelompok sosial memiliki cara pandang berbeda dalam menjalankan nilai sosial, budaya, dan politik. Kelompok sosial adalah keberagaman, sehingga cara kelompok sosial yang beragam dalam mengonsepan suatu artefak adalah melalui gagasan yang relevan antar kelompok sosial dalam mendefinisikan proses desain artefak teknologi tersebut.

Setelah membahas tentang kajian yang menjadi landasan teori konstruksi sosial, Pinch dan Bijker (1984) juga membagi kajian teknologi (*technology studies*) dalam 3 bagian, diantaranya: *innovation studies*, *history of technology*, dan *sociology of technology*. Pendekatan *innovation technology* dan *history of technology* cenderung melihat perkembangan teknologi secara linear melalui kajian empirik terhadap teknologi yang berhasil saja. Sedangkan *sociology of technology* melihat bahwa keberhasilan dan kegagalan suatu teknologi merupakan hasil interaksi sosial di tempat teknologi itu berkembang. Pendekatan *sociology of technology* inilah yang kemudian menjadi acuan munculnya konsep *Social Construction of Technology (SCOT)*.

Selain Pinch dan Bijker, H.K. Klein dan D.L. Kleinman juga menjelaskan *social construction of technology (SCOT)* merupakan suatu bagian penting dari kajian terhadap ilmu pengetahuan dan teknologi sebagai hasil bentukan sosial. Dalam kajiannya "*Social Shapping of Technology*", *SCOT* lebih menekankan pengaruh masyarakat terhadap teknologi atau sebaliknya. *SCOT*

berupaya memahami hubungan yang kompleks antara masyarakat dan teknologi. Pemahaman dari pendapat ini sama dengan apa yang dikatakan oleh Pinch dan Bijker. Pendapat yang dikemukakan oleh Klein dan Kleinman juga menentang pemikiran McLuhan tentang determinasi, yang mana McLuhan berpikir bahwa teknologi membentuk kehidupan sosial masyarakat.

Pendekatan *social construction of technology* yang dikemukakan oleh Klein dan Kleinman lebih menekankan pengaruh struktur pada intinya merefleksikan asumsi dasar terhadap dunia sosial yang dibatasi struktur. Klein dan Kleinman mengatakan bahwa “*The fundamnetal premise of our approach is that social world constituted of historically established structures that at any given point in time confront actors as external and constraining*”. Klein dan Kleinman menegaskan bahwa pendekatan mereka lebih menaruh perhatian terhadap pengaruh yang ditimbulkan struktur daripada mengkaji pembentukan struktur itu sendiri. Mereka percaya bahwa teknologi dan konteks sosial yang melingkupinya, walaupun saling membentuk tetapi masih dapat dikaji sebagai fenomena yang terpisah.

Secara etimologis, kata teknologi berasal dari kata “*techno*” yang berarti seni, dan *logia* (*logos*) yang berarti ilmu atau pengetahuan. Teknologi dapat didefinisikan sebagai aplikasi ilmu dan *engineering* untuk mengembangkan mesin dan prosedur agar memperluas dan memperbaiki kondisi manusia, atau paling tidak memperbaiki efisiensi manusia dalam berbagai aspek. Secara luas teknologi merupakan semua manifestasi dalam arti materiil yang lahir dari daya cipta manusia untuk membuat segala sesuatu yang bermanfaat guna mempertahankan kehidupannya (Febrian, 2000).

John Dewey (1925) menjelaskan bahwa dasar terbentuknya teknologi adalah pengetahuan. Manusia mempelajari segala sesuatu yang ada disekitarnya (alam sekitarnya) yang kemudian dikonstruksikan menjadi pengetahuan. Kemudian pengetahuan diserap oleh manusia menjadi sebuah pengalaman. Dari pengalaman inilah yang kemudian menjadi dorongan bagi manusia untuk menciptakan teknologi yang mana teknologi diciptakan untuk memenuhi kebutuhan hidup manusia itu sendiri.

Teknologi yang diciptakan oleh manusia berevolusi dan membentuk media-media baru. Media baru muncul akibat inovasi teknologi dalam bidang media meliputi televisi kabel, satelit, teknologi *optic fiber* dan komputer (Croteau, 1997).

McQuail membagi kelompok media baru ke dalam 4 kategori:

- Pertama, media komunikasi interpersonal yang terdiri dari telepon, *handphone*, dan *e-mail*.
- Kedua, media bermain interaktif seperti komputer, *videogame*, dan permainan dalam internet lainnya.
- Ketiga, media pencarian informasi yang berupa portal atau *search engine*.
- Keempat, media partisipasi kolektif seperti penggunaan internet untuk berbagi dan pertukaran informasi, pendapat, pengalaman, dan menjalin melalui komputer dimana penggunaanya tidak semata-mata untuk alat namun juga dapat menimbulkan afeksi dan emosional.

McQuail juga menjabarkan 6 perubahan yang berkaitan dengan munculnya media baru, diantaranya:

- Digitalisasi dan konvergensi atas segala aspek media.
- Interaktivitas dan konektivitas jaringan yang semakin meningkat.

- Mobilitas dan delokasi untuk mengirim dan menerima.
- Adaptasi terhadap peranan publikasi dan khalayak.
- Munculnya beragam bentuk baru pintu (*gateway*) media.
- Pemisahan dan pengaburan dari lembaga media.

McLuhan merupakan salah satu akademisi yang memperkenalkan Media Baru (*New Media*). Media baru (*new media*) yang dimaksud tidak sama dengan *new media* yang dikenal sekarang. Media baru (*new media*) yang dimaksud adalah perkembangan teknologi komunikasi yang dalam sejarahnya telah memperluas jangkauan komunikasi manusia. Perkembangan tersebut berpuncak pada era media massa modern.

Media baru memiliki karakteristik, yaitu: *digital, interactive, hypertextual, virtual, network*, dan *simulated* (Lister, Dovey, dan Giddings, 2003).

Media baru (*new media*) sebagai teknologi komunikasi yang memfasilitasi dan memungkinkan untuk terjadinya interaktifitas antar pengguna dan interaktifitas antar pengguna dan informasi (Rice, 1984).

Cyberworld atau yang disebut juga dengan dunia siber/dunia maya merupakan media elektronik dalam jaringan komputer yang banyak dipakai untuk keperluan komunikasi satu arah maupun timbal-balik secara *online* (terhubung langsung). *Cyberworld* merupakan integrasi dari berbagai peralatan teknologi komunikasi dan jaringan komputer yang dapat menghubungkan peralatan komunikasi dan yang tersebar ke seluruh penjuru dunia secara interaktif. Hadirnya *cyberworld* tidak luput dari dampak yang ditimbulkan, diantaranya:

- Dampak Positif yang ditimbulkan dari *cyberworld* yaitu: menambah wawasan, sebagai sarana berkomunikasi, dan dapat dimanfaatkan sebagai media hiburan.
- Selain dampak positif, ada pula dampak negatif yang ditimbulkan oleh *cyberworld* yaitu: adiktif, anti-sosial, memicu terjadinya *cybercrime*, tidak lagi berpikiran realistis.

Cyberspace digunakan untuk menyebut tempat kata, hubungan manusia, data, kekayaan dijalankan melalui aktivitas menggunakan teknologi “*Computer Mediated Communication*” (CMC) (Bell, 2001:22). Kehidupan maya berasal dari fantasi manusia tentang realitas dunia yang lebih maju, sebuah hiper-realitas manusia tentang nilai, citra, dan makna kehidupan manusia sebagai simbol pembebasan manusia akan kekuatan materi dan alam semesta (Bungin, 2006:160). Ketika teknologi memungkinkan semua itu, maka terbentuklah ruang baru bagi manusia di dalam dunia hiper realitas (*hyperreality*).

Saat ini, keterhubungan antar individu baik secara “*one to one, one, to many dan many to many*” sudah dapat terselenggara melalui berbagai fasilitas dalam aplikasi internet. CMC menyediakan ruang baru bagi pembentukan keterhubungan antar manusia dengan menanggalkan batasan waktu dan tempat. Holmes (2005:45) mengatakan, “*Any medium which enclose human communication in an electronically generated space could be a form of cyberspace*”. *Cyberspace* sering kali disandingkan dengan internet, mengingat ruang maya ini terbentuk dari kondisi keterhubungan komputer dalam suatu jaringan (*network*). Bell (2001:7) mengungkapkan, “*we can define cyberspace in terms of hardware – as a global network computers, linked through communications infrastructures that facilitate form of interaction between remote actors*”. Keterhubungan ini tidak hanya bersifat perangkat teknis semata antar

komputer (*hardware network*), namun harus dipahami pula bahwa keterhubungan manusia penggunaannya ini memungkinkan terjadinya pertukaran makna simbolik hingga membentuk suatu realitas baru.

Saat ini, aplikasi multimedia banyak diterapkan dalam berbagai bidang, baik ekonomi, sosial, kesehatan, hiburan, dan lain sebagainya. Berikut adalah beberapa penerapan aplikasi multimedia:

- *Computer Based Training* (pelatihan berbasis komputer), yaitu suatu aplikasi berbasis multimedia yang dipakai untuk melatih penggunaan suatu aplikasi.
- *Business Automation* (otomatisasi bisnis), yaitu aplikasi multimedia untuk keperluan bisnis dimana informasi yang disajikan akan terlihat lebih menarik dan interaktif, misalnya dalam presentasi. Bentuk lain dari aplikasi bisnis yaitu *virtual shopping*, *point of sales*, serta kios multimedia umum.
- *Transaction Processing* (proses transaksi), yaitu aplikasi multimedia yang digunakan sebagai pendukung proses transaksi, misalnya kartu kredit, mesin ATM, serta tagihan asuransi medis.
- *Monitoring and Alarm* (pengawasan dan peringatan), yaitu penggunaan aplikasi multimedia dalam meningkatkan sistem keamanan, kebakaran, dan penanganan medis.
- *Education* (pendidikan), yaitu penggunaan aplikasi multimedia dalam menyampaikan teori dan praktek agar lebih mudah dan jelas sehingga topik pendidikan menjadi lebih menarik dan interaktif.
- *Entertainment* (hiburan), yaitu penggunaan aplikasi multimedia untuk bidang hiburan. Merupakan bidang yang cukup banyak menggunakan multimedia untuk menciptakan suatu dimensi baru dan terus berkembang dalam memenuhi kepuasan manusia seperti *computer games* dan *virtual reality*.

Dalam melakukan analisis terhadap aplikasi Traveloka sebagai bentuk konstruksi sosial dalam dunia siber, penulis menggunakan penelitian kualitatif dengan metode deskriptif. Penulis menggunakan metode tersebut dikarenakan penulis berusaha untuk mendeskripsikan dan memperoleh informasi mengenai fenomena atau peristiwa secara sistematis secara apa adanya.

Subjek dalam penelitian ini adalah aplikasi Traveloka itu sendiri dan pengguna aplikasi tersebut. Data dalam penelitian ini penulis dapatkan dari studi literatur dan wawancara dengan beberapa pengguna aplikasi Traveloka.

Dalam penelitian ini, penulis melihat penggunaan aplikasi Traveloka ini juga sebagai suatu fenomena dalam membentuk konstruksi sosial dalam dunia siber. Melihat fenomena tersebut, dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan fenomenologi. Husserl (dalam Moleong, 2001) mengartikan fenomenologi sebagai: pengalaman subyektif atau pengalaman fenomenologis dan studi tentang kesadaran dari perspektif pokok dari seseorang.

Menurut Bogdan dan Biklen (dalam Alsa, 2004) peneliti dengan pendekatan fenomenologis berusaha memahami makna dari suatu peristiwa dan saling pengaruhnya dengan manusia dalam situasi tertentu. Istilah fenomenologi sering digunakan sebagai anggapan umum untuk menunjukkan pada pengalaman subyektif dari berbagai jenis dan tipe subyek yang ditemui. Dalam arti yang lebih khusus, istilah ini mengacu pada penelitian terdisiplin tentang kesadaran dari perspektif pertama seseorang (Moleong, 2009). Fenomenologi merupakan pandangan berpikir yang menekankan pada fokus kepada pengalaman-pengalaman subyektif manusia dan interpretasiinterpretasi dunia. Dalam hal ini, para fenomenologis ingin memahami bagaimana

dunia muncul kepada orang lain (Moleong, 2009).

DISKUSI

Traveloka didirikan sejak tahun 2012 oleh Ferry Unardi, Derianto Kusuma, dan Albert. Pada awalnya, Traveloka dibuat dengan fungsi sebagai media untuk membandingkan harga tiket pesawat dari berbagai situs. Pertengahan tahun 2013, Traveloka berubah menjadi situs reservasi tiket pesawat yang dapat diakses melalui *traveloka.com*. Pada tahun 2014, Traveloka melebarkan bisnisnya hingga menyediakan reservasi hotel. Hingga saat ini, Traveloka melalui *website* dan aplikasi *mobilenya* telah menyediakan berbagai layanan yang semakin memudahkan aktivitas penggunaannya. Beberapa layanan yang ditawarkan Traveloka diantaranya: pemesanan tiket pesawat, reservasi hotel, pemesanan tiket kereta api, reservasi tiket konser dan wisata, pemesanan tiket bus, hingga menyediakan informasi tempat-tempat wisata dan kuliner hampir seluruh wilayah di Indonesia.

Untuk melakukan dan berinteraksi lewat Traveloka, dapat dilakukan melalui *website traveloka.com* dan aplikasi Traveloka yang dapat diunduh lewat *smartphone*. Dikutip dari *www.beritasatu.com*, dikatakan bahwa pengguna Traveloka semakin meningkat. Memasuki pertengahan 2017 ini, jumlah pengunduh aplikasi Traveloka berhasil meningkat hingga 50 persen. Bila tahun lalu baru diunduh sebanyak 10 juta, saat ini sudah mencapai 15 juta pengunduh, dimana mayoritasnya merupakan pengguna aktif.

Dalam melakukan penelitian tentang aplikasi Traveloka sebagai bentuk konstruksi sosial dalam dunia siber, peneliti juga melakukan wawancara dengan beberapa pengguna Traveloka dari berbagai kalangan. Data hasil wawancara ini dapat menjadi gambaran bagaimana konstruksi sosial dalam dunia siber terbentuk saat pengguna menggunakan aplikasi Traveloka. Dalam wawancara yang dilakukan, penulis memfokuskan pertanyaan kepada bagaimana dan mengapa pengguna menggunakan Traveloka, dan juga apa dampak yang dirasakan pengguna setelah menggunakan Traveloka. Hasil wawancara akan dianalisis dan menjadi data penelitian. Berikut penulis uraikan hasil wawancara yang telah dilakukan:

a. Viando – 25 tahun, Pegawai Swasta

Narasumber telah menggunakan Traveloka kurang lebih 3 tahun terakhir. Awal menggunakan Traveloka, diakses melalui *website traveloka.com*. Namun, saat menggunakan *website traveloka.com*, narasumber mengaku sedikit mengalami kesulitan ketika akan memesan tiket pesawat yang pada akhirnya membuat narasumber ragu untuk memesan tiket lewat *website traveloka.com*. Namun melihat Traveloka yang semakin berkembang dan hadir dengan teknologi yang semakin canggih dan mudah dalam penggunaannya, narasumber mengaku bahwa saat ini ia menggunakan Traveloka melalui aplikasi pada *smartphonenya*. Penggunaan aplikasi Traveloka dirasa lebih mudah dan praktis ketika akan memesan tiket perjalanan.

Setelah beberapa kali menggunakan aplikasi Traveloka untuk memesan tiket perjalanan, narasumber merasakan dampak positif dari penggunaan aplikasi Traveloka yang mana pemesanan tiket perjalanan lebih mudah dan praktis.

b. Jeqlin – 24 tahun, Pegawai BUMN

Narasumber merupakan salah satu pengguna aktif aplikasi Traveloka karena sering melakukan perjalanan menggunakan pesawat dan kereta. Menurut narasumber, aplikasi Traveloka dengan segala kecanggihannya sangat membantu aktivitasnya dalam melakukan reservasi. Sebelum hadirnya aplikasi Traveloka, narasumber harus mengunjungi kantor *travel agent* untuk melakukan pemesanan tiket pesawat, dan harus mengunjungi stasiun kereta untuk melakukan pemesanan tiket kereta, dan hal tersebut memakan banyak waktu, tenaga, dan biaya. Namun, setelah muncul aplikasi Traveloka, narasumber menjadi lebih mudah melakukan reservasi perjalanan. Menurut narasumber, hadirnya aplikasi Traveloka telah memunculkan budaya baru dalam masyarakat ketika ingin melakukan reservasi perjalanan. Dampak yang dirasakan oleh narasumber ketika menggunakan aplikasi Traveloka yaitu penggunaan yang mudah, lebih hemat waktu dan tenaga, serta dapat dilakukan dimana saja hanya dengan bermodalkan *smartphone*.

c. Fera – 39 tahun, Ibu Rumah Tangga

Sebagai ibu rumah tangga, mungkin tidak begitu banyak melakukan perjalanan. Namun, narasumber yang penulis wawancarai ini merupakan salah satu pengguna aplikasi Traveloka. Narasumber baru menggunakan aplikasi Traveloka kurang dari 2 tahun terakhir. Sebelumnya, untuk melakukan pemesanan tiket pesawat, narasumber melakukan pemesanan lewat temannya yang bekerja di *travel agent*. Namun, setelah temannya tidak lagi bekerja di *travel agent*, narasumber mengaku sedikit mengalami kesulitan dalam melakukan reservasi tiket perjalanan. Setelah dikenalkan dengan aplikasi Traveloka, hingga saat ini narasumber selalu melakukan reservasi tiket perjalanan melalui aplikasi Traveloka karena dianggap lebih mudah dan praktis. Setelah menggunakan aplikasi Traveloka, narasumber dapat melakukan pemesanan tiket pesawat dan kereta sendiri tanpa bergantung pada orang lain. Realita yang ada terjadi terus-menerus yang menjadi penyebab terjadinya konstruksi sosial.

Dari hasil wawancara yang telah penulis lakukan, dapat disimpulkan bahwa banyak masyarakat menggunakan Traveloka baik melalui *website* ataupun aplikasi *mobile* untuk melakukan resevasi tiket perjalanan. Sebelum munculnya Traveloka, rata-rata masyarakat melakukan reservasi tiket perjalanan melalui *travel agent* yang dapat ditemukan pada ruko-ruko, mall, dan tempat-tempat umum lainnya. Namun, hal tersebut diakui lebih banyak membutuhkan waktu, tenaga, dan biaya. Hadirnya Traveloka memberikan kemudahan bagi penggunanya dalam melakukan reservasi tiket perjalanan, sehingga dapat meminimalisir waktu dan tenaga dan dapat dilakukan dimana saja hanya dengan bermodalkan *smartphone*. Konstruksi sosial yang terjadi dalam kasus ini dimana hadirnya Traveloka mempengaruhi perilaku dan budaya masyarakat dalam melakukan reservasi tiket perjalanan. Kemudahan yang diberikan oleh Traveloka pada akhirnya menciptakan budaya baru dan perubahan perilaku masyarakat yang berkaitan dengan reservasi tiket perjalanan. Perubahan yang terjadi karena masyarakat lebih memilih menggunakan teknologi yang berkembang dalam dunia siber dengan memanfaatkan teknologi internet.

KESIMPULAN

Pada era digital seperti sekarang ini, teknologi dalam dunia siber semakin berkembang karena dianggap semakin mempermudah masyarakat dalam beraktivitas. Dunia siber dipandang sebagai ruang yang dapat meminimalisir jarak dan waktu ketika seseorang ingin berkomunikasi atau mencari informasi. Hadirnya Traveloka dalam bentuk *website* dan aplikasi menjadi bentuk dari teknologi media baru yang berhubungan dengan dunia siber. Traveloka dianggap sangat membantu dan memudahkan aktivitas masyarakat atau penggunanya dalam melakukan reservasi tiket perjalanan. Teknologi yang diterapkan Traveloka juga turut mempengaruhi perubahan perilaku dan budaya dalam masyarakat. Hal ini yang menyebabkan terjadinya konstruksi sosial dalam masyarakat, dimana penggunaan *website* dan aplikasi Traveloka oleh masyarakat dilihat sebagai suatu realitas yang dilakukan oleh individu atau kelompok. Realita ini terjadi terus menerus dan saling mempengaruhi. Hal tersebut yang dimaksudkan sebagai konstruksi sosial yang terjadi akibat teknologi media baru khususnya dalam kaitannya dengan dunia siber.

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, G. (2005). Experience and nature, John Dewey, (May), 1–20.
<https://doi.org/10.1097/00005053-192701000-00094>.
- Alsa, A. (2004). *Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatif serta Kombinasinya dalam penelitian Psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Bell, D. (2001). *Introduction of Cyberculture*, London : Routledge.
- Bijker, W., Thomas P, and Trevor J. (1987). *The Social Construction of Technological Systems*. Retrieved (<http://books.google.com/books?id= SUCtOwns7TEC>).
- Bungin, B. 2006. *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana
- Croteau, D & William H. (1997). *Media/society: industries, images, and audiences*. Thousand Oaks, London, New Delhi: Pine Forge Press.
- Holmes, D. (2005). *Communication Theory: Media, Technology, and Society*. Sage Publications: London.
- Ishthifa, I. *Social Construction of Technology*. retrieved from *academia.edu*
- Klein, H., & Kleinman, D. (2002). The Social Construction of Technology: Structural Considerations. *Science, Technology & Human values*, 27(1), 28-52.
- Lister, Martin, Dovey, Jon, Giddings, Seth, Grant, Iain, & Kelly, Kieran. (2003). *New Media: A Critical Introduction* (2 ed.). USA and Canada: Routledge.
- Moleong, L. (2001) *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung; RemajaRosdakarya
- Rice, R. (1984). *The New Media: Communication, Research and Technology*. California: Sage.