



## Praktik Penggunaan Aplikasi Gojek oleh Mahasiswa Universitas Sriwijaya dalam Perspektif Pierre Bourdieu

Aulia Novita Rizki<sup>1</sup>, Naura Putri Utaya<sup>2</sup>, Aura Tsabitah<sup>3</sup>, Vieronica Varbi Sununianti<sup>4</sup>, Istiqoma<sup>5</sup>, Deni Aries Kurniawan<sup>6</sup>

Universitas Sriwijaya, Indonesia<sup>1-6</sup>

Email Korespondensi : [aulianovita1105@gmail.com](mailto:aulianovita1105@gmail.com)<sup>1</sup>, [naurap737@gmail.com](mailto:naurap737@gmail.com)<sup>2</sup>, [aauwraaa@gmail.com](mailto:aauwraaa@gmail.com)<sup>3</sup>, [vieronica.varbis@unsri.ac.id](mailto:vieronica.varbis@unsri.ac.id)<sup>4</sup>, [istiqoma@fisip.unsri.ac.id](mailto:istiqoma@fisip.unsri.ac.id)<sup>5</sup>, [kurniawandeniaries@gmail.com](mailto:kurniawandeniaries@gmail.com)<sup>6</sup>

Article received: 01 Januari 2026, Review process: 12 Januari 2026

Article Accepted: 22 Maret 2026, Article published: 07 Mei 2026

### ABSTRACT

*This study is based on the increasing use of digital applications in students' daily lives, especially Gojek as a multifunctional platform. This research aims to analyze the practice of using Gojek among students of Sriwijaya University through the perspective of Pierre Bourdieu, focusing on habitus, capital, and field. The study employs a qualitative descriptive method with data collected through in-depth interviews, observation, and documentation involving active student users of Gojek. The findings show that Gojek usage has developed into a habitual practice formed through repeated experiences and carried out automatically. This practice is influenced by various forms of capital, including economic, social, and cultural capital owned by students. In addition, the digital field strengthens the normalization of Gojek usage as part of everyday life. Students prefer Gojek because it is practical, efficient, and helps fulfill mobility and consumption needs. Therefore, Gojek is not only a tool but also a social practice that shapes students' behavior in the digital era. In conclusion, the use of Gojek reflects how digital technology forms new social practices through the interaction of habitus, capital, and field.*

**Keywords:** Gojek, students, habitus, capital, field

### ABSTRAK

*Penelitian ini dilatarbelakangi oleh meningkatnya penggunaan aplikasi digital dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa, khususnya Gojek sebagai platform multifungsi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik penggunaan Gojek oleh mahasiswa Universitas Sriwijaya dalam perspektif Pierre Bourdieu dengan melihat habitus, modal, dan ranah. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi terhadap mahasiswa pengguna aktif Gojek. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Gojek telah menjadi kebiasaan yang terbentuk melalui pengalaman berulang dan dilakukan secara otomatis. Praktik ini dipengaruhi oleh modal ekonomi, sosial, dan budaya yang dimiliki mahasiswa. Selain itu, ranah digital turut memperkuat penggunaan Gojek sebagai sesuatu yang wajar dalam kehidupan sehari-hari. Mahasiswa memilih Gojek karena dinilai praktis, efisien, dan memudahkan pemenuhan kebutuhan mobilitas serta konsumsi. Dengan demikian, Gojek tidak hanya berfungsi sebagai alat tetapi juga sebagai praktik sosial yang membentuk perilaku mahasiswa di era digital. Kesimpulannya, penggunaan Gojek menunjukkan bagaimana teknologi digital membentuk praktik sosial melalui interaksi habitus, modal, dan ranah.*

**Kata Kunci:** Gojek, mahasiswa, habitus, modal, ranah

## PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan besar dalam kehidupan masyarakat, termasuk dalam cara mahasiswa menjalani aktivitas sehari-hari. Kehadiran internet, *smartphone*, dan berbagai aplikasi digital membuat banyak kegiatan menjadi lebih mudah, cepat, dan praktis. Salah satu aplikasi yang paling dekat dengan kehidupan mahasiswa adalah Gojek. Aplikasi ini tidak hanya digunakan sebagai alat transportasi, tetapi juga untuk memesan makanan, mengirim barang, melakukan pembayaran, dan memenuhi berbagai kebutuhan lain dalam satu platform. Bagi mahasiswa yang memiliki mobilitas tinggi, Gojek menjadi salah satu pilihan yang dianggap efisien untuk menunjang kegiatan akademik maupun non-akademik. Dalam keseharian mahasiswa, penggunaan aplikasi ini sudah tidak lagi dipandang sebagai hal yang baru, melainkan telah menjadi bagian dari kebiasaan dan praktik hidup di era digital. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa Gojek membantu mahasiswa dalam hal mobilitas, efisiensi waktu, dan kemudahan akses terhadap berbagai layanan (Atmaranti, 2023; Siregar & Nasution, 2026; Tyas et al., 2025).

Dalam konteks kehidupan mahasiswa, penggunaan Gojek tidak dapat dilepaskan dari kebutuhan akan kecepatan dan kepraktisan. Mahasiswa sering menghadapi jadwal yang padat, aktivitas yang berpindah-pindah, dan tuntutan untuk bergerak cepat dari satu tempat ke tempat lain. Dalam kondisi seperti ini, aplikasi Gojek hadir sebagai solusi yang mempermudah mobilitas mereka. Mahasiswa dapat bepergian ke kampus, membeli makanan, mengirim barang, hingga melakukan transaksi digital tanpa harus keluar banyak tenaga dan waktu. Penelitian oleh Atmaranti (2023) menunjukkan bahwa mahasiswa Universitas Negeri Surabaya memilih Gojek karena aplikasi ini dinilai membantu memenuhi kebutuhan sehari-hari secara lebih efisien. Penelitian lain juga memperlihatkan bahwa pengalaman pengguna berpengaruh terhadap efektivitas aplikasi, sehingga semakin baik pengalaman menggunakan Gojek, maka semakin tinggi pula tingkat efektivitas yang dirasakan pengguna (Siregar & Nasution, 2026). Selain itu, penggunaan Gojek di kalangan mahasiswa juga dipengaruhi oleh berbagai faktor lain, seperti harga, kualitas layanan, media sosial, dan citra merek. Penelitian oleh Supriyatna (2025) menunjukkan bahwa harga dan kualitas layanan berpengaruh terhadap loyalitas pelanggan mahasiswa pengguna Gojek. Sementara itu, penelitian Romdhani et al. (2025) menemukan bahwa sosial media dan *brand image* turut mempengaruhi keputusan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi Gojek. Hal ini menunjukkan bahwa keputusan mahasiswa untuk menggunakan Gojek tidak hanya ditentukan oleh kebutuhan praktis tetapi juga oleh bagaimana aplikasi tersebut dipersepsikan dalam ruang sosial dan digital. Dengan kata lain, Gojek bukan hanya layanan transportasi online, tetapi juga bagian dari gaya hidup mahasiswa yang hidup dalam budaya digital.

Penelitian lain juga menunjukkan bahwa kualitas layanan dan kepuasan pengguna menjadi aspek penting dalam mempertahankan penggunaan Gojek. Penelitian Fitriana & Rohman (2025) menjelaskan bahwa loyalitas mahasiswa terhadap Gojek dipengaruhi oleh kualitas layanan dan harga sedangkan penelitian

Siregar & Nasution (2026) menegaskan bahwa pengalaman pengguna berperan besar terhadap efektivitas aplikasi. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa Gojek telah menjadi bagian dari keseharian mahasiswa, bukan sekadar aplikasi tambahan. Di sisi lain, penelitian Tyas et al. (2025) menggambarkan bahwa ojek online dipandang memberikan kenyamanan, efisiensi waktu, serta kemudahan akses, walaupun masih ada beberapa kendala seperti sikap pengemudi yang kurang profesional dan persoalan verifikasi data. Ini menunjukkan bahwa pengalaman mahasiswa terhadap Gojek bersifat kompleks, tidak selalu positif sepenuhnya, dan layak dikaji lebih dalam. Meskipun sudah banyak penelitian yang membahas Gojek, sebagian besar penelitian sebelumnya masih melihatnya dari sisi fungsi, manfaat, dan kepuasan pengguna. Artinya, Gojek lebih sering dipahami sebagai alat yang memudahkan aktivitas, tanpa melihat lebih jauh bagaimana penggunaan aplikasi ini terbentuk dalam kehidupan sosial mahasiswa. Banyak penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kuantitatif dan menekankan hubungan antarvariabel seperti loyalitas, keputusan penggunaan, efektivitas, atau pengaruh promosi. Pendekatan tersebut memang penting tetapi belum cukup untuk menjelaskan bagaimana praktik penggunaan Gojek muncul dari kebiasaan, pengalaman hidup, lingkungan sosial, dan posisi mahasiswa dalam kehidupan digital. Karena itu, masih ada ruang penelitian yang perlu diisi, khususnya dengan pendekatan kualitatif yang lebih mendalam. Kondisi tersebut menunjukkan adanya kesenjangan penelitian. Hingga saat ini, masih terbatas kajian yang secara khusus membahas praktik penggunaan aplikasi Gojek oleh mahasiswa Universitas Sriwijaya dalam perspektif sosiologi, khususnya teori Pierre Bourdieu. Padahal, teori Bourdieu sangat relevan untuk membaca bagaimana kebiasaan, sumber daya, dan lingkungan sosial membentuk tindakan mahasiswa dalam menggunakan teknologi digital. Dengan kata lain, penggunaan Gojek tidak hanya dapat dipahami sebagai pilihan praktis, tetapi juga sebagai bagian dari praktik sosial yang dibentuk oleh struktur kehidupan sehari-hari mahasiswa. Di sinilah penelitian ini menjadi penting, karena berusaha melihat Gojek bukan hanya sebagai aplikasi tetapi juga sebagai fenomena sosial yang hidup dalam keseharian mahasiswa.

Dalam perspektif Pierre Bourdieu, kehidupan sosial dipahami sebagai hasil hubungan yang terus-menerus antara individu dan struktur sosial. Bourdieu menjelaskan bahwa praktik sosial lahir dari interaksi antara habitus, modal, dan ranah. Teori ini berangkat dari upaya untuk memahami bagaimana individu berelasi sehingga membentuk praktik, serta bagaimana relasi habitus, modal, dan arena saling bekerja dalam kehidupan sosial (Mustikasari et al., 2023). Bourdieu juga dikenal dengan pendekatan strukturalisme konstruktif, yaitu pendekatan yang mencoba menjembatani peran struktur sosial dengan tindakan individu secara bersamaan. Dengan demikian, tindakan manusia tidak berdiri sendiri, tetapi dibentuk oleh kebiasaan yang sudah tertanam, sumber daya yang dimiliki, serta ruang sosial tempat ia hidup. Habitus dalam pemikiran Bourdieu merujuk pada kebiasaan, cara berpikir, cara merasakan, dan cara bertindak yang terbentuk dari pengalaman hidup seseorang. Habitus tidak muncul begitu saja, tetapi dibentuk melalui proses panjang, seperti keluarga, pendidikan, lingkungan pergaulan, dan

pengalaman sosial sehari-hari. Habitus dijelaskan sebagai struktur kognitif yang memerantarai individu dengan realitas sosial, serta menjadi dasar bagi seseorang dalam merespons dunia di sekitarnya (Mustikasari et al., 2023). Habitus inilah yang kemudian mempengaruhi bagaimana mahasiswa memilih, menggunakan, dan memaknai aplikasi Gojek dalam keseharian mereka. Sebagian mahasiswa mungkin menggunakan Gojek karena sudah menjadi kebiasaan, sebagian karena merasa lebih praktis, dan sebagian lagi karena lingkungan sekitarnya juga melakukan hal yang sama.

Selain habitus, Bourdieu juga membahas mengenai modal sebagai sumber daya yang dimiliki individu. Modal dalam pandangan Bourdieu terdiri atas modal ekonomi, modal sosial, modal budaya, dan modal simbolik. Modal ekonomi berkaitan dengan kemampuan finansial, modal sosial berkaitan dengan jaringan relasi, modal budaya berkaitan dengan pengetahuan dan kebiasaan tertentu, sedangkan modal simbolik berkaitan dengan prestise atau pengakuan sosial. Modal berperan besar dalam menentukan posisi individu dalam ranah sosial, dan mereka yang memiliki modal lebih besar cenderung memiliki kekuatan lebih besar dalam kehidupan sosial (Mustikasari et al., 2023). Dalam konteks mahasiswa, kepemilikan uang saku, akses terhadap smartphone, koneksi internet, pertemanan, dan pengetahuan digital dapat mempengaruhi seberapa sering dan bagaimana mereka menggunakan Gojek.

Konsep berikutnya adalah ranah atau *field*, yaitu ruang sosial tempat individu berinteraksi, bersaing, dan menempati posisi tertentu. Ranah bukan hanya tempat fisik, tetapi juga ruang sosial yang memiliki aturan, nilai, dan bentuk persaingan tersendiri. Penelitian oleh Mustikasari et al. (2023) ranah dijelaskan sebagai jaringan relasi posisi-posisi objektif, tempat habitus dan modal bekerja secara bersamaan. Dalam penelitian ini, ranah yang dimaksud dapat berupa kehidupan kampus dan ruang digital mahasiswa, tempat mereka berinteraksi dengan teknologi dan membangun kebiasaan penggunaan aplikasi. Mahasiswa berada dalam ranah yang menuntut kecepatan, efisiensi, dan kemampuan menyesuaikan diri dengan perkembangan teknologi. Di ranah seperti ini, penggunaan Gojek dapat menjadi bagian dari strategi mahasiswa untuk bertahan, menyesuaikan diri dan menjalankan aktivitas secara lebih lancar. Hubungan antara habitus, modal, dan ranah bersifat dinamis. Ketiga konsep ini saling mempengaruhi dan membentuk praktik sosial. Bourdieu menekankan bahwa praktik tidak hanya muncul dari pilihan sadar individu tetapi juga dari hasil proses panjang internalisasi pengalaman sosial dan eksternalisasi tindakan dalam kehidupan sehari-hari. Artinya, ketika mahasiswa menggunakan Gojek, tindakan tersebut tidak hanya menunjukkan kebutuhan praktis tetapi juga dapat mencerminkan cara hidup, kebiasaan, preferensi, dan strategi sosial mereka. Dengan demikian, penggunaan Gojek dapat dipahami sebagai praktik sosial yang lahir dari pertemuan antara kebiasaan mahasiswa, sumber daya yang mereka miliki, dan ruang digital tempat mereka hidup dan beraktivitas.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini penting dilakukan untuk memahami lebih jauh praktik penggunaan aplikasi Gojek oleh mahasiswa

Universitas Sriwijaya dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini tidak hanya ingin melihat kebiasaan mahasiswa menggunakan Gojek tetapi juga ingin memahami alasan di balik penggunaannya, bagaimana kebiasaan itu terbentuk, sumber daya apa yang memengaruhinya, dan bagaimana lingkungan sosial membentuk praktik tersebut. Dengan memakai perspektif Pierre Bourdieu, penelitian ini diharapkan dapat menjelaskan hubungan antara teknologi digital dan kehidupan sosial mahasiswa secara lebih mendalam. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis praktik penggunaan aplikasi Gojek oleh mahasiswa Universitas Sriwijaya dalam perspektif Pierre Bourdieu, dengan melihat bagaimana habitus, modal, dan ranah mempengaruhi penggunaan aplikasi tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Dengan pendekatan kualitatif, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih utuh mengenai pengalaman mahasiswa dalam menggunakan Gojek, sekaligus menambah pemahaman tentang bagaimana teknologi digital menjadi bagian dari praktik sosial.

## METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis penelitian deskriptif Sugiyono (2023) untuk memahami secara mendalam praktik penggunaan aplikasi Gojek oleh mahasiswa Universitas Sriwijaya dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian dilakukan di lingkungan Universitas Sriwijaya dengan subjek mahasiswa aktif pengguna Gojek yang dipilih secara *purposive* sesuai kriteria penelitian hingga data dianggap cukup. Peneliti berperan sebagai instrumen utama dalam pengumpulan data melalui wawancara mendalam, observasi, dan dokumentasi guna memperoleh informasi yang komprehensif. Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif yang meliputi reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan yang kemudian diinterpretasikan menggunakan konsep habitus, modal, dan ranah dalam perspektif Pierre Bourdieu untuk memahami praktik sosial mahasiswa dalam penggunaan aplikasi Gojek.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini melibatkan enam mahasiswa sebagai informan yang aktif menggunakan aplikasi Gojek dalam kehidupan sehari-hari. Informan berasal dari latar belakang jurusan yang berbeda, sehingga memberikan gambaran yang beragam mengenai penggunaan Gojek dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Penggunaan Gojek dalam penelitian ini tidak hanya dilihat sebagai alat bantu, tetapi sebagai bagian dari praktik sosial yang terbentuk dalam keseharian mahasiswa.

**Tabel 1. Profil Informan dan Intensitas Penggunaan Gojek**

No	Inisial Informan	Jurusan	Intensitas Penggunaan	Kebutuhan Utama
1	A.N	Sosiologi	Hampir setiap hari	Transportasi & makanan
2	D.S.M	Teknik Informatika	1-2 kali/hari	Transportasi
3	T.A	Farmasi	Cukup sering	Transportasi & makanan

4	L.O.S	Matematika	Cukup sering	Transportasi & makanan
5	D.P.A	PGPAUD	Sering	Transportasi & makanan
6	L.A	Administrasi Publik	Cukup sering	Transportasi & makanan

Berdasarkan tabel diatas, seluruh informan menunjukkan penggunaan Gojek yang tergolong aktif dalam kehidupan sehari-hari. Informan A.N menggunakan Gojek hampir setiap hari, sedangkan informan D.S.M menggunakannya sekitar 1-2 kali dalam sehari. Informan lainnya, seperti T.A, L.O.S, D, dan L.A, juga memanfaatkan Gojek dengan frekuensi yang cukup sering. Perbedaan intensitas ini menunjukkan bahwa setiap informan memiliki pola penggunaan yang tidak sama tetapi tetap berada dalam kategori penggunaan rutin. Dari segi kebutuhan, seluruh informan memanfaatkan Gojek untuk dua keperluan utama, yaitu transportasi dan pemesanan makanan. Hal ini menunjukkan bahwa Gojek digunakan untuk mendukung berbagai aktivitas harian, baik untuk mobilitas maupun konsumsi. Secara umum, tabel ini memperlihatkan bahwa Gojek telah menjadi layanan yang digunakan secara konsisten oleh mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari.

Hal ini diperkuat oleh pernyataan informan berikut: *"Aku hampir setiap hari pakai Gojek, apalagi kalau lagi capek atau nggak sempat masak"*. (Informan A.N, wawancara, 2026). *"Kalau ke kampus hampir selalu pakai Gojek, soalnya lebih cepat dan nggak ribet."* (Informan D.P.A, wawancara, 2026)

Pernyataan informan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan Gojek tidak hanya didasarkan pada kebutuhan tetapi juga pada kenyamanan dan efisiensi. Mahasiswa cenderung memilih layanan yang praktis untuk menghemat waktu dan tenaga dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini sejalan dengan penelitian yang menyatakan bahwa layanan berbasis digital dipilih karena memberikan kemudahan dan efisiensi dalam aktivitas harian (Wikara & Hidayati, 2023).

### *Pembentukan Kebiasaan dalam Penggunaan Gojek*

**Tabel 2. Proses Pembentukan Kebiasaan**

<b>Inisial Informan</b>	<b>Awal Penggunaan</b>	<b>Kondisi Saat Ini</b>	<b>Pola Tindakan</b>
A.N	Sejak SMA	Kebiasaan	Otomatis
D.S.M	Sejak pandemi	Rutinitas	Pilihan utama
T.A	Sejak kuliah	Kebiasaan	Spontan
L.O.S	Sejak SMA	Kebiasaan	Otomatis
D.P.A	Sejak kuliah	Kebiasaan	Spontan
L.A	Sejak kuliah	Kebiasaan	Pilihan utama

Berdasarkan tabel diatas, awal penggunaan Gojek oleh informan terjadi pada waktu yang berbeda, yaitu sejak SMA, masa pandemi, maupun saat kuliah.

Perbedaan ini menunjukkan bahwa setiap informan memiliki pengalaman awal yang tidak sama dalam mengenal dan menggunakan Gojek. Meskipun demikian, seluruh informan tetap melanjutkan penggunaan hingga saat ini dengan frekuensi yang relatif stabil.

Kondisi saat ini menunjukkan bahwa penggunaan Gojek telah menjadi kebiasaan bagi sebagian besar informan. Hal ini terlihat dari pola tindakan yang muncul, seperti otomatis, spontan, atau menjadi pilihan utama dalam situasi tertentu. Tabel ini menggambarkan adanya perubahan dari penggunaan awal menuju penggunaan yang lebih tetap, sehingga Gojek digunakan secara berulang dalam aktivitas sehari-hari.

*"Awalnya cuma coba-coba, tapi lama-lama jadi kebiasaan." (Informan A.N, wawancara, 2026)*

*"Kalau butuh transportasi langsung kepikiran Gojek." (Informan T.A, wawancara, 2026)*

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa penggunaan Gojek telah menjadi bagian dari pola pikir mahasiswa. Mereka tidak lagi mempertimbangkan banyak pilihan tetapi langsung menjadikan Gojek sebagai pilihan utama dalam kehidupan sehari-hari.

### Peran Modal dalam Penggunaan Gojek

**Tabel 3. Jenis Modal dalam Penggunaan Gojek**

Jenis Modal	Bentuk	Peran
Ekonomi	Uang saku	Menentukan frekuensi
Sosial	Teman	Sumber informasi
Budaya	Literasi digital	Kemampuan penggunaan

Penggunaan Gojek oleh mahasiswa dipengaruhi oleh beberapa jenis modal, yaitu modal ekonomi, sosial, dan budaya. Modal ekonomi dalam bentuk uang saku berperan dalam menentukan seberapa sering mahasiswa menggunakan Gojek. Mahasiswa dengan kondisi keuangan yang lebih stabil cenderung memiliki frekuensi penggunaan yang lebih tinggi. Sementara itu, modal sosial yang berasal dari teman berfungsi sebagai sumber informasi, terutama terkait promo, diskon, maupun pengalaman penggunaan. Modal budaya dalam bentuk literasi digital memungkinkan mahasiswa memahami cara menggunakan aplikasi dengan baik, sedangkan modal teknologi seperti kepemilikan *smartphone* dan akses internet menjadi syarat utama dalam mengakses layanan Gojek.

*"Kalau lagi ada uang sering pakai, kalau nggak ya dikurangin." (Informan D, wawancara, 2026)*

Selain itu, modal sosial juga berperan melalui informasi dari teman mengenai promo atau diskon.

*"Sering dapat info promo dari teman." (Informan L.O.S, wawancara, 2026)*

Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan Gojek tidak hanya bersifat individual tetapi juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial di sekitar mahasiswa. Informasi dari teman, pengalaman orang lain, serta paparan terhadap promo atau

---

layanan turut membentuk keputusan penggunaan. Hal ini sejalan dengan temuan Supriyatna (2025) yang menjelaskan bahwa faktor harga dan kemudahan layanan menjadi pertimbangan utama dalam penggunaan Gojek, serta diperkuat oleh temuan Permana & Dwiridotjahjono (2023) yang menunjukkan bahwa kualitas layanan turut mempengaruhi keputusan pengguna. Dengan demikian, penggunaan Gojek tidak sepenuhnya merupakan keputusan personal melainkan hasil dari interaksi antara individu dan lingkungan sosialnya. Dalam kehidupan modern, mahasiswa sebagai pengguna aktif teknologi cenderung menjadikan aplikasi digital sebagai bagian dari rutinitas mereka. Hal ini sejalan dengan temuan Wikara & Hidayati (2023) yang menyatakan bahwa penggunaan aplikasi digital telah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari mahasiswa, serta diperkuat oleh temuan Setyaningrum et al. (2024) yang menjelaskan bahwa layanan berbasis aplikasi memberikan kemudahan dan efisiensi dalam aktivitas masyarakat. Dengan demikian, penggunaan Gojek tidak lagi hanya berkaitan dengan fungsi tetapi juga mencerminkan perubahan pola hidup mahasiswa yang semakin praktis.

Dalam perspektif Pierre Bourdieu Ritzer (2012), praktik penggunaan Gojek dapat dijelaskan melalui konsep habitus, yaitu kebiasaan yang terbentuk dari pengalaman yang dilakukan secara berulang. Dalam penelitian ini, penggunaan Gojek yang awalnya dilakukan karena kebutuhan tertentu, seperti transportasi atau pemesanan makanan, secara bertahap berubah menjadi kebiasaan yang bersifat otomatis. Mahasiswa tidak lagi mempertimbangkan berbagai alternatif ketika membutuhkan layanan melainkan langsung menggunakan Gojek sebagai solusi. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan Gojek telah melekat dalam kehidupan mahasiswa dan menjadi bagian dari pola tindakan sehari-hari.

Habitus ini tidak terbentuk secara individu saja tetapi juga dipengaruhi oleh lingkungan sosial. Mahasiswa yang berada dalam lingkungan yang terbiasa menggunakan Gojek akan cenderung mengikuti pola tersebut. Dalam hal ini, penggunaan Gojek menjadi sesuatu yang dianggap normal dan wajar. Artinya, kebiasaan menggunakan Gojek tidak hanya berasal dari kebutuhan pribadi tetapi juga dari pengaruh lingkungan sosial yang terus-menerus terjadi.

Selain habitus, praktik ini juga dipengaruhi oleh modal yang dimiliki mahasiswa yaitu modal ekonomi, sosial, dan budaya. Modal ekonomi berperan dalam menentukan intensitas penggunaan, karena layanan Gojek membutuhkan biaya dalam setiap penggunaannya. Mahasiswa dengan kondisi ekonomi yang lebih memadai cenderung lebih sering menggunakan layanan tersebut, sementara yang memiliki keterbatasan akan menyesuaikan penggunaan sesuai kondisi keuangan. Hal ini sejalan dengan temuan Supriyatna (2025) yang menjelaskan bahwa faktor harga menjadi pertimbangan utama dalam penggunaan layanan Gojek.

Modal sosial berperan melalui hubungan pertemanan yang menjadi sumber informasi, baik mengenai promo, pengalaman penggunaan, maupun rekomendasi layanan. Interaksi ini memperkuat penggunaan Gojek karena mahasiswa memperoleh referensi dari lingkungan sekitarnya. Temuan Permana & Dwiridotjahjono (2023) juga menegaskan bahwa kualitas layanan dan informasi

yang diterima pengguna turut mempengaruhi keputusan penggunaan. Dengan demikian, penggunaan Gojek tidak hanya dipengaruhi oleh kebutuhan individu tetapi juga oleh relasi sosial yang dimiliki mahasiswa. Sementara itu, modal budaya dalam bentuk literasi digital memungkinkan mahasiswa untuk memahami cara penggunaan aplikasi serta memanfaatkan fitur yang tersedia secara optimal. Mahasiswa yang memiliki kemampuan digital yang baik cenderung lebih mudah beradaptasi dengan layanan berbasis aplikasi. Hal ini diperkuat oleh temuan Mauludin et al. (2022) yang menjelaskan bahwa pengalaman dan pemahaman pengguna terhadap teknologi mempengaruhi keputusan penggunaan layanan digital.

Penggunaan Gojek juga dipengaruhi oleh ranah, yaitu lingkungan digital yang semakin berkembang. Kehidupan mahasiswa yang dekat dengan teknologi membuat penggunaan aplikasi seperti Gojek menjadi hal yang wajar. Dalam konteks ini, ranah digital tidak hanya menyediakan fasilitas saja tetapi juga membentuk preferensi mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan sehari-hari. Penelitian Purnama & Aprillia (2024) menjelaskan bahwa perkembangan teknologi mendorong masyarakat menuju pola hidup yang lebih praktis dan instan, sementara Tumuwe et al. (2018) menegaskan bahwa transportasi *online* merupakan bagian dari perubahan sosial di masyarakat modern. Dengan demikian, penggunaan Gojek dapat dipahami sebagai bagian dari perubahan tersebut. Selain itu, mahasiswa menggunakan Gojek karena alasan kepraktisan dan efisiensi waktu. Putra & Rastini (2022) menjelaskan bahwa faktor digital seperti informasi *online* dan pengalaman pengguna turut memengaruhi keputusan penggunaan layanan. Dalam penelitian ini, mahasiswa lebih memilih Gojek karena dianggap lebih mudah dibandingkan dengan alternatif lain. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan Gojek tidak hanya didasarkan pada kebutuhan saja tetapi juga pada pilihan terhadap gaya hidup yang lebih praktis. Penggunaan Gojek juga menunjukkan adanya perubahan dalam cara mahasiswa mengambil keputusan. Jika sebelumnya seseorang mungkin mempertimbangkan berbagai pilihan sebelum bertindak, kini keputusan sering kali diambil secara cepat karena sudah terbiasa. Mahasiswa langsung menggunakan Gojek tanpa berpikir panjang. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan Gojek telah menjadi kebiasaan yang tertanam dalam kehidupan sehari-hari.

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan Gojek tidak cukup dipahami hanya sebagai alat bantu tetapi sebagai praktik sosial yang terbentuk dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa. Gojek tidak hanya digunakan untuk memenuhi kebutuhan tetapi telah menjadi bagian dari rutinitas yang dianggap normal. Mahasiswa mulai memiliki ketergantungan terhadap layanan digital seperti Gojek. Mahasiswa cenderung menjadikan Gojek sebagai pilihan utama tanpa mempertimbangkan alternatif lain. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi tidak hanya mempermudah aktivitas tetapi juga membentuk cara berpikir dan bertindak. Dalam kondisi ini, teknologi tidak lagi bersifat netral tetapi ikut membentuk praktik sosial pengguna.

Dengan demikian, penggunaan Gojek dalam kehidupan sehari-hari mahasiswa merupakan hasil dari interaksi antara habitus, modal, dan ranah sebagaimana dijelaskan oleh Bourdieu (Ritzer, 2012). Ketiga unsur tersebut saling berkaitan dan membentuk praktik sosial yang dilakukan mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa teknologi digital tidak hanya digunakan sebagai alat, tetapi juga membentuk kebiasaan, gaya hidup, dan cara mahasiswa menjalani kehidupan sehari-hari di era modern, gaya hidup, serta cara mahasiswa dalam menjalani kehidupan sehari-hari..

## SIMPULAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi Gojek oleh mahasiswa Universitas Sriwijaya dapat dipahami sebagai praktik sosial dalam perspektif teori Pierre Bourdieu. Praktik tersebut terbentuk dari hubungan antara habitus, modal, dan ranah. Habitus terlihat dari kebiasaan mahasiswa yang menggunakan Gojek secara berulang hingga menjadi tindakan otomatis. Modal yang dimiliki mahasiswa, seperti modal ekonomi, sosial, dan budaya, turut mempengaruhi bagaimana dan seberapa sering aplikasi tersebut digunakan. Sementara itu, ranah digital menjadi ruang yang mendorong penggunaan Gojek sebagai sesuatu yang wajar dalam kehidupan sehari-hari. Dengan demikian, penggunaan Gojek tidak hanya sekadar pilihan praktis saja tetapi merupakan hasil dari proses sosial yang terus berlangsung.

Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa praktik penggunaan Gojek mencerminkan bagaimana teori Bourdieu bekerja dalam kehidupan nyata, di mana kebiasaan, sumber daya, dan ruang sosial saling berhubungan dalam membentuk tindakan individu. Oleh karena itu, penelitian selanjutnya disarankan untuk mengembangkan kajian serupa dengan melihat konteks atau fenomena digital lainnya agar pemahaman tentang praktik sosial dalam era digital dapat semakin luas dan mendalam.

## DAFTAR RUJUKAN

- Atmaranti, N. F. (2023). Peran Aplikasi Gojek bagi Mahasiswa Universitas Negeri Surabaya di Era Digital. *Prosiding Seminar Nasional Universitas Negeri Surabaya*, 792–800.
- Fitriana, & Rohman, A. (2025). Determinasi Loyalitas Pelanggan Gojek di Kalangan Mahasiswa Universitas Trunojoyo Madura: Pendekatan Kuantitatif. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 3(6).
- Mauludin, M. S., Ratnawati, D., Arianti, N., Pryastara, M. D., & Novitawati, V. A. (2022). Analisis Persepsi Konsumen Terhadap Penggunaan Jasa Gojek. *Salimiya: Jurnal Studi Ilmu Keagamaan Islam*.
- Mustikasari, M., Arlin, & Kamaruddin, S. A. (2023). Pemikiran Pierre Bourdieu dalam Memahami Realitas Sosial. *Jurnal Pendidikan Sejarah Dan Riset Sosial Humaniora (KAGANGA)*, 6(1), 9–14. <https://doi.org/10.31539/kaganga.v6i1.5089>

- Permana, S. D., & Dwiridotjahjono, J. (2023). Pengaruh Citra Merek, Kualitas Layanan dan Harga Terhadap Preferensi Konsumen Dalam Menggunakan Aplikasi Gojek. *JURKAMI: Jurnal Pendidikan Ekonomi*, 8(2). <https://doi.org/10.31932/jpe.v8i1.2002>
- Purnama, N. I., & Aprillia, N. (2024). Pengaruh Dimensi Kualitas Pelayanan Terhadap Loyalitas Pelanggan Melalui Kepuasan Pelanggan Sebagai Variabel Intervening Pada Mahasiswa FEB UMSU Pengguna Aplikasi Gojek. *MANEGGIO: Jurnal Ilmiah Magister Manajemen*, 7(2), 203–214. <https://doi.org/10.30596/maneggio.v7i2.21505>
- Putra, I. K. P. M., & Rastini, N. M. (2022). Peran Brand Image Dalam Memediasi Pengaruh E-WOM Terhadap Niat Menggunakan Gojek Di Kota Denpasar. *E-Jurnal Manajemen*.
- Ritzer, G. (2012). *Teori Sosiologi: Dari Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Terakhir Postmodern* (Edisi Kedelapan). Pustaka Pelajar.
- Romdhani, F. A., Nabila, N. B., Arnetta, R. S., Pratama. Saka, & Utami, W. (2025). Aplikasi Gojek di Mata Mahasiswa: Analisis Pengaruh Social Media dan Brand Image pada Keputusan Penggunaan. *ECONOMIE*, 7(2), 117.
- Setyaningrum, D., Salsabila, Y., Cahyani, M. P., Ramadhani, A. R. F., Nurdevi, E. P. F., & Nugraha, J. T. (2024). Analisis Kepuasan Masyarakat Terhadap Penggunaan Aplikasi Gojek Untuk Memenuhi Kebutuhan Masyarakat. *Journal of Governance and Public Administration (JoGaPA)*.
- Siregar, M., & Nasution, M. I. P. (2026). Analisis Pengalaman Mahasiswa terhadap Efektivitas Aplikasi Gojek dalam Layanan Transportasi Online. *Saturnus: Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi*, 4(1), 37. <https://doi.org/10.61132/saturnus.v4i1.1383>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kualitatif* (Edisi ke-3). Alfabeta.
- Supriyatna. (2025). Pengaruh Harga dan Kualitas Layanan terhadap Loyalitas Pelanggan Ojek Online Gojek (Studi Kasus Pada Mahasiswa STIE Dharma Agung Indonesia). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 9(3).
- Tumuwe, R., Damis, M., & Mulianti, T. (2018). Pengguna Ojek Online di Kalangan Mahasiswa Universitas Sam Ratulangi Manado. *Holistik*, 11(21A).
- Tyas, S. H., Abdillah, T. R., Tantowi, A. L., Wulan, D. A. N., Syaefudin, F. N. M., & Nugraheni, A. H. (2025). Persepsi Pengguna Terhadap Transformasi Sarana Transportasi di Banyumas: Studi Tentang Aksesibilitas dan Kualitas Layanan Ojek Online. *PARTA: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 6(2).
- Wikara, B. P. S., & Hidayati, U. (2023). Motif dan Pola Penggunaan Aplikasi Layanan Pesan Antar Makanan di Kalangan Mahasiswa di Yogyakarta. *Lektor: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1).