

# BAB I

## PENDAHULUAN

### 1.1 Latar Belakang

Komunitas virtual telah menjadi fenomena sosial yang dominan di era digital saat ini. Dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, individu dari berbagai belahan dunia dapat terhubung dan berinteraksi melalui platform digital seperti media sosial, forum *online*, dan aplikasi pesan instan. Komunitas-komunitas ini dibentuk berdasarkan berbagai minat dan tujuan, mulai dari hobi dan permainan hingga dukungan kesehatan mental dan profesionalisme. Keberadaan komunitas virtual tidak hanya memperluas jangkauan sosial individu, tetapi juga menciptakan ruang baru untuk pertukaran informasi, kolaborasi, dan pembentukan identitas sosial.<sup>1</sup> Fenomena komunitas virtual telah mengalami perkembangan yang signifikan dan memiliki dampak yang luas pada berbagai aspek kehidupan sosial, ekonomi, dan budaya. Komunitas virtual adalah kelompok individu yang berinteraksi melalui media elektronik, terutama internet, dan bukan secara langsung atau fisik. Interaksi ini terjadi di ruang digital seperti forum, media sosial, platform diskusi, dan *game online*. Komunitas virtual memungkinkan anggotanya untuk berbagi informasi, pengalaman, dan minat tertentu, terlepas dari batasan geografis dan waktu.

Fenomena-fenomena komunitas virtual di era digital ini dapat dilihat dari peningkatan partisipasi dan keberagaman di mana komunitas virtual telah menarik partisipasi dari berbagai demografi, termasuk berbagai usia, latar belakang etnis, dan tingkat ekonomi. Internet menyediakan akses yang lebih luas sehingga memungkinkan individu dari berbagai bagian dunia

---

<sup>1</sup> Futuwwah, A. I. & Mardhiyah, D 2019, Fenomena Komunitas Online di Indonesia, UNAIR News, dikutip dari <https://news.unair.ac.id/id/2019/10/15/fenomena-komunitas-online-di-indonesia/>, diakses pada 23 November 2024

untuk bergabung dalam komunitas yang memiliki minat yang sama<sup>2</sup>. Selain itu, komunitas virtual telah mendorong pertumbuhan ekonomi kolaboratif di mana individu dapat berbagi sumber daya dan layanan. Komunitas virtual juga memainkan peran penting dalam edukasi dan pembelajaran daring. Komunitas virtual menyediakan forum dan grup diskusi di mana peserta dapat berinteraksi, berbagi pengetahuan, dan mendukung satu sama lain. Komunitas *gaming* adalah salah satu contoh terbesar dari komunitas virtual. Platform forum *game* menyediakan ruang bagi para *gamer* untuk berinteraksi, berbagi strategi, dan berpartisipasi dalam permainan bersama. Bukan hal yang baru lagi komunitas virtual menjadi alat penting untuk mobilisasi dan aktivisme sosial. Kampanye seperti #FreePalestine dan #BlackLivesMatter telah menunjukkan bagaimana komunitas virtual dapat memicu perubahan sosial yang signifikan melalui partisipasi luas dan solidaritas global. Komunitas virtual juga berperan penting dalam perdagangan elektronik dan ulasan produk pada platform seperti Amazon, eBay, dan berbagai situs ulasan produk mengandalkan komunitas virtual untuk memberikan ulasan dan rekomendasi. Pengalaman dan pendapat anggota komunitas membantu pembeli dalam membuat keputusan yang lebih baik. Beberapa platform media sosial seperti Facebook, X, Instagram, dan LinkedIn telah menjadi tempat utama untuk pembentukan komunitas virtual. Selain itu, ada juga platform khusus seperti Reddit, Discord, dan Stack Overflow yang melayani minat atau profesi tertentu.

X menjadi salah satu platform media sosial yang menyediakan fitur untuk membentuk komunitas virtual. Salah satu komunitas virtual yang terbentuk di X adalah Komunitas Sedulur Jogja. Seperti namanya yaitu “*sedulur*” yang berarti saudara, Sedulur Jogja adalah komunitas yang beranggotakan dengan orang atau masyarakat yang sedang berada atau berdomisili di Yogyakarta, ataupun masyarakat lain yang tertarik dengan topik terkait Yogyakarta. Walaupun dikatakan *sedulur* atau satu saudara,

---

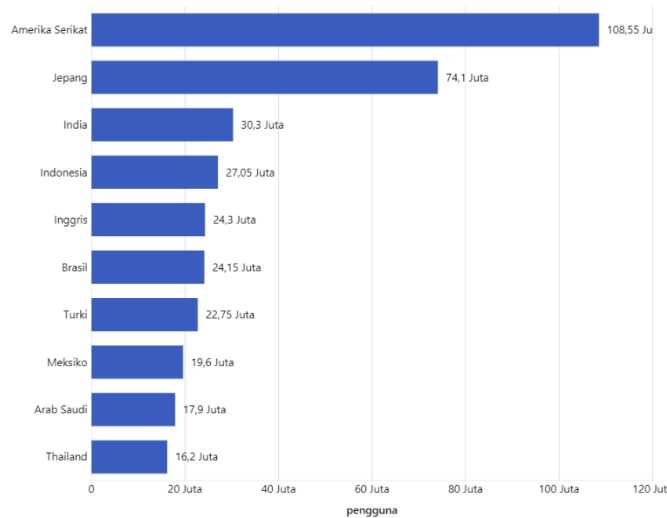
<sup>2</sup> Widyaningrum, Anastasya Yuni, 2021, ‘Kajian Tentang Komunitas Virtual: Kesempatan dan Tantangan Kajian di Bidang Ilmu Komunikasi’, Jurnal Ilmu Komunikasi, vol. 10, No. 2, hh. 143.

siapa pun dapat bergabung ke Komunitas Sedulur Jogja walaupun bukan warga asli Yogyakarta ataupun bahkan sedang tidak berada atau tidak berdomisili di Jogja. Di dalam Komunitas Sedulur Jogja terdapat banyak bahasan, mulai dari kegiatan jual beli, info kos, ajakan untuk bermutual (sebutan populer di X untuk mengajak saling mengikuti satu sama lain dan berteman), info mengenai sebuah tempat, bahkan juga tempat mencari jodoh.

X yang diluncurkan pada tahun 2006, telah berkembang menjadi salah satu platform media sosial terkemuka di dunia. Dengan format pesan singkat yang dibatasi hingga 280 karakter, platform X memungkinkan pengguna untuk berbagi pemikiran, berita, dan konten lainnya secara *real-time*. Menurut We Are Social, pengguna X di Indonesia mencapai 27,5 juta pengguna per Oktober 2023. Angka tersebut menempatkan Indonesia pada urutan keempat pengguna platform X di dunia<sup>3</sup>. Fenomena X saat ini menunjukkan berbagai dinamika yang memengaruhi cara individu dan organisasi berkomunikasi, berinteraksi, dan menyebarkan informasi. Platform X telah menjadi alat yang kuat bagi tokoh-tokoh berpengaruh, termasuk politisi, selebriti, dan pebisnis, untuk menyampaikan pesan langsung kepada publik tanpa perantara media tradisional. Fenomena ini memperlihatkan bagaimana individu dengan pengikut yang besar dapat mempengaruhi opini publik, memobilisasi gerakan, dan menciptakan berita. Platform X terkenal dengan kemampuannya meramaikan konten melalui *retweet* dan penggunaan *hashtag*. Kampanye sosial, gerakan politik, dan isu-isu global sering kali mendapatkan perhatian luas melalui *hashtag* yang *trending*.

---

<sup>3</sup> Cindy Mutia Annur, Ada 27 Juta Pengguna X di Indonesia, Terbanyak ke-4 Global, dikutip dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/28/ada-27-juta-pengguna-X-di-indonesia-terbanyak-ke-4-global>, diakses pada 22 Juni 2024.



Gambar 1.1 10 Negara dengan Jumlah Pengguna X Terbanyak di Dunia (Oktober 2023)

Sumber: <https://databoks.katadata.co.id/>, diakses pada 22 Juni 2024)

Secara konsisten, X memperkenalkan fitur baru untuk meningkatkan pengalaman pengguna. Fitur seperti X Spaces (untuk obrolan audio langsung) dan fitur komunitas diciptakan untuk tetap relevan dan bersaing dengan platform lain seperti Instagram. Fitur Komunitas X diluncurkan pada tahun 2022, merupakan salah satu langkah signifikan yang diambil oleh X dalam upayanya untuk meningkatkan keterlibatan pengguna dan memperkuat ikatan sosial di platformnya. Fitur ini memungkinkan pengguna untuk membentuk dan bergabung dalam kelompok berdasarkan minat atau topik tertentu, sehingga memfasilitasi interaksi yang lebih fokus dan mendalam di antara anggota komunitas. Setiap komunitas memiliki moderator atau pengelola yang bertanggung jawab untuk mengatur konten yang dibagikan di dalamnya. Hal ini membantu menjaga kualitas dan relevansi diskusi, serta mencegah penyebaran konten yang tidak sesuai atau melanggar aturan komunitas.

Keunggulan utama dari Fitur Komunitas X adalah kemampuannya untuk memperluas cakupan dan jaringan sosial pengguna. Dengan bergabung dalam komunitas yang sesuai dengan minat, pengguna dapat terkoneksi dengan masyarakat yang memiliki ketertarikan dan tujuan yang

serupa, serta berbagi informasi, pengalaman, dan pemikiran dengan mereka. Selain itu, fitur Komunitas juga memungkinkan para pengguna untuk lebih terlibat dalam diskusi yang berkelanjutan dan terfokus. Dibandingkan dengan lingkungan X yang lebih luas, di mana aliran informasi sering kali cepat dan beragam, komunitas menyediakan ruang yang lebih terstruktur dan terorganisir untuk berbagi ide dan berinteraksi dengan individu yang memiliki ketertarikan yang sama.

Fenomena di mana sebuah platform sosial media tidak hanya menjadi tempat untuk berinteraksi secara langsung antar individu, tetapi juga menyediakan sebuah ruang untuk pembentukan komunitas dengan minat dan tujuan yang sama. Meskipun komunitas virtual menawarkan banyak manfaat, pola komunikasi di dalamnya masih menjadi subjek yang kompleks dan dinamis untuk dipelajari. Pola komunikasi ini dapat dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti anonimitas, keterbukaan akses, dan keragaman anggotanya. Selain itu, pilihan media komunikasi (teks, gambar, video) juga memainkan peran penting dalam menentukan efektivitas interaksi dan kohesi kelompok. Namun, masih banyak yang perlu dipahami tentang bagaimana pola komunikasi ini terbentuk, berkembang, dan berfungsi dalam konteks komunitas virtual yang beragam. Dalam lingkup komunitas, tentu terdapat cara komunikasi antar anggota yang berbeda dari biasanya. Hal tersebut disebabkan oleh kebiasaan dan keakraban yang sudah terbentuk dari sejak sebuah komunitas dibentuk dan seiring berjalannya waktu. Cara komunikasi yang berbeda ini adalah upaya anggota untuk menyampaikan pesan kepada sesama anggotanya, sehingga pesan tersampaikan dengan baik dan komunikasi efektif tercapai. Hal tersebut menjadi pendorong bagi peneliti untuk mengkaji lebih dalam mengenai pola komunikasi yang diterapkan oleh Komunitas Sedulur Jogja sebagai media informasi dan komunikasi di Platform X.

Fokus penelitian pada pola komunikasi virtual menarik dan layak untuk diteliti karena pola komunikasi virtual merupakan transformasi dalam interaksi sosial manusia. Komunikasi virtual memungkinkan komunikasi

tanpa batasan geografis, menciptakan pola interaksi baru yang berbeda dengan komunikasi pada komunitas fisik. Penelitian pada pola komunikasi komunitas virtual membantu memahami bagaimana hubungan sosial terbentuk dan dipertahankan secara virtual, serta bagaimana dampak interaksi virtual terhadap hubungan interpersonal. Penelitian pada komunikasi komunitas virtual merupakan relevansi dalam era digital. Pola komunikasi pada komunitas virtual lebih unik dan dinamis karena keberagaman anggota yang berasal dari latar belakang budaya, geografis, dan sosial yang berbeda. Pola komunikasi komunitas virtual juga lebih kompleks karena menggunakan teknologi canggih yang memungkinkan anggota untuk berkomunikasi sinkron (misalnya *video call* atau telepon) dan asinkron (misalnya *chat* grup, forum atau diskusi). Selain itu, penelitian pada pola komunikasi komunitas virtual juga memberi kontribusi pada ilmu komunikasi, memberi wawasan baru yang relevan pada ilmu komunikasi seperti komunikasi lintas budaya, bagaimana bahasa, simbol, digunakan dalam komunitas yang beragam secara budaya.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan konteks yang telah diuraikan sebelumnya, berikut adalah rumusan permasalahan penelitian ini “Bagaimana Pola Komunikasi pada Komunitas Virtual Sedulur Jogja sebagai Media Informasi dan Komunikasi di Platform X?”

## **1.3 Tujuan**

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah ditentukan, maka tujuan dari penelitian ini, yaitu:

1. Untuk mengetahui lebih lanjut mengenai Pola Komunikasi pada Komunitas Virtual Sedulur Jogja sebagai Media Informasi dan Komunikasi di Platform X.
2. Untuk mengidentifikasi jenis-jenis komunikasi yang dominan dalam komunitas virtual.

## **1.4 Manfaat**

### **1.4.1 Manfaat Teoritis**

- a. Diharapkan penelitian ini dapat berfungsi sebagai referensi pustaka, khususnya dalam bidang ilmu komunikasi dan sosial yang berkaitan dengan penerapan pola komunikasi dalam komunitas virtual.
- b. Penelitian ini diharapkan dapat memperdalam pemahaman mengenai dinamika komunikasi dalam lingkungan digital.
- c. Penelitian ini diharapkan mampu menjadi bahan pengembangan strategi untuk meningkatkan keterlibatan dan partisipasi dalam komunitas virtual.
- d. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi tambahan bacaan pustaka di Universitas Mercu Buana Yogyakarta.

### **1.4.2 Manfaat Praktis**

- a. Penelitian ini diharapkan dapat dijadikan pemahaman baru dan menambah wawasan pengetahuan baik bagi peneliti maupun masyarakat mengenai komunitas virtual.
- b. Penelitian ini diharapkan mampu menambah wawasan peneliti dan masyarakat mengenai pola-pola komunikasi dan dapat menerapkannya di kehidupan sehari-hari.
- c. Penelitian ini diharapkan dapat membantu pembuat kebijakan dan pengembang platform dalam menciptakan lingkungan virtual yang lebih inklusif dan suportif.
- d. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan praktis bagi pengelola komunitas virtual dalam mengelola interaksi dan menjaga kekompakan kelompok.

## 1.5 Metodologi Penelitian

### 1.5.1 Paradigma Penelitian

Hormon mengatakan bahwa paradigma penelitian adalah cara mendasar kita berpikir, melihat, menilai, dan bertindak dalam realitas. Paradigma ini membantu dalam memilih metode serta menentukan pendekatan dasar baik dari segi ontologi maupun epistemologi<sup>4</sup>. Sedangkan menurut Guba dan Lincoln, paradigma penelitian adalah metode yang digunakan oleh peneliti untuk memahami masalah tertentu dengan standar yang memungkinkan pengujian untuk menemukan solusi atas masalah tersebut<sup>5</sup>. Paradigma penelitian adalah landasan filosofis dan metodologis yang mendasari seluruh proses penelitian. Sebagai kerangka berpikir, paradigma penelitian menyediakan pemahaman yang digunakan para peneliti dalam memahami realitas, pengetahuan, dan nilai-nilai yang berlaku. Denzin dan Lincoln mengatakan paradigma penelitian kualitatif memiliki empat kategori, yaitu positivisme, post-positivisme, kritis, dan konstruktivisme.

Pada penelitian ini, paradigma yang diterapkan adalah paradigma post-positivisme. Paradigma post-positivisme adalah pendekatan filosofis yang berkembang sebagai tanggapan terhadap keterbatasan positivisme, terutama dalam konteks ilmu sosial dan humaniora. Paradigma ini mempertahankan beberapa prinsip dasar positivisme, seperti objektivitas dan penggunaan metode ilmiah, tetapi dengan modifikasi penting yang mengakui kompleksitas realitas sosial dan keterbatasan pengetahuan manusia. Karakter utama dari paradigma post-positivisme masih menekankan pentingnya objektivitas dalam penelitian, tetapi mengakui bahwa peneliti tidak sepenuhnya bebas dari bias. Paradigma ini mengakui bahwa realitas ada secara independen dari persepsi manusia, tetapi pemahaman kita tentang realitas tersebut selalu bersifat sementara dan bisa

---

<sup>4</sup>Moleong Lexy J. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

<sup>5</sup> Denzin & Lincoln. 2009. *Handbook of Qualitative Research*. Yogyakarta : Pustaka Pelajar.



direvisi berdasarkan bukti baru. Penelitian dianggap sebagai proses yang berkelanjutan, di mana teori dan temuan dapat diubah seiring dengan munculnya data baru. Dipengaruhi oleh filsuf Karl Popper, post-positivisme menekankan falsifikasi daripada verifikasi. Artinya, teori-teori harus diuji dan diuji ulang dengan tujuan untuk menemukan bukti yang bisa membantahnya. Post-positivisme menekankan pentingnya konteks dalam memahami fenomena sosial. Ini berarti bahwa data dan temuan harus dipahami dalam konteks di mana mereka terjadi.

Penggunaan berbagai metode pengumpulan data seperti observasi dan wawancara untuk mendapatkan gambaran lebih lengkap dan valid mengenai Pola Komunikasi pada Komunitas Virtual Sedulur Jogja sebagai Media Informasi dan Komunikasi.

### **1.5.2 Metode Penelitian**

Istilah metode mengacu pada strategi yang digunakan dalam sebuah penelitian. Metode penelitian secara sederhana adalah strategi ilmiah untuk mengumpulkan data untuk tujuan dan aplikasi tertentu<sup>6</sup>. Metode penelitian merupakan prosedur ilmiah yang diterapkan oleh peneliti untuk upaya memperoleh data-data serta informasi guna memperoleh solusi atau jawaban dari rumusan masalah yang telah dibuat. Metode penelitian yang digunakan oleh peneliti terkait dengan rumusan masalah bagaimana pola komunikasi pada Komunitas Sedulur Jogja sebagai Media Informasi dan Komunikasi di Platform Media Sosial X adalah menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif.

Dalam buku Lexy J Moleong, Bogdan dan Taylor mendefinisikan pendekatan kualitatif sebagai strategi penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku

---

<sup>6</sup> Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

yang dapat diamati<sup>7</sup>. Sedangkan, pendapat dari Sugiyono, metode kualitatif berusaha mengidentifikasi pola hubungan yang saling berinteraksi, membangun hipotesis, menggambarkan realitas yang rumit, dan mencapai pemahaman tentang makna<sup>8</sup>. Dabbs dalam Berg juga mendefinisikan penelitian kualitatif mengacu pada makna, konsep, karakteristik, simbol, dan pemaparan segala sesuatu<sup>9</sup>. Penelitian kualitatif menurut Hendryadi, *et. al*, merupakan proses penelitian naturalistik yang bertujuan memperoleh pemahaman mendalam tentang fenomena sosial dalam konteks alaminya. Creswell mendefinisikan Penelitian kualitatif adalah jenis penelitian yang menyelidiki dan memahami dampak pada sekelompok orang atau individu yang berkaitan dengan masalah sosial<sup>10</sup>. Pendekatan kualitatif berfokus pada latar belakang dan individu secara keseluruhan (utuh). Ini tidak membagi organisasi atau individu ke dalam variabel atau hipotesis, tetapi sebaliknya melihatnya sebagai bagian dari suatu keutuhan.

Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif kualitatif yang bertujuan untuk menguraikan atau menggambarkan suatu fenomena secara mendalam. Data-data yang disajikan berupa uraian atau lisan yang memberikan gambaran. Peneliti mengumpulkan data-data terkait dengan pola komunikasi yang terjadi pada Komunitas Virtual Sedulur Jogja sebagai media informasi dan komunikasi dalam jangka waktu yang pendek.

### 1.5.3 Subjek Penelitian

Untuk mendapatkan data-data dan informasi terkait dengan permasalahan yang diteliti, diperlukan subjek penelitian. Dalam Kamus Bahasa Indonesia, dijelaskan bahwa definisi dari subjek atau subyek

---

<sup>7</sup> Bogdam dan Taylor, 1975 dalam J. Moleong, Lexy. 1989. Metode Penelitian Kualitatif. PT Remaja Rodakarya.

<sup>8</sup> Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

<sup>9</sup> Dabbs, dalam Berg 2001, dalam Salim dan Syahrur. 2012. Metodologi Penelitian Kualitatif. Bandung: Cipta Pustaka Media

<sup>10</sup> Creswell, J. W. 2019. Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

penelitian adalah orang, tempat, atau benda yang diamati dalam pembubutan sasaran<sup>11</sup>. Subjek penelitian merupakan seorang informan atau narasumber yang sudah memenuhi standar kriteria untuk dijadikan sebagai informan. Seorang informan atau narasumber tentu memiliki standar atau kriteria yang harus dipenuhi, dalam penelitian ini, berikut adalah kriteria menjadi seorang informan penelitian:

- a. Seorang pendiri atau anggota aktif dari Komunitas Sedulur Jogja.
- b. Sudah bergabung di komunitas minimal 2 bulan.
- c. Aktif mengirim atau menanggapi pesan dan informasi atau berinteraksi di komunitas, setidaknya satu kali dalam seminggu.

Dari kriteria di atas, yang paling tepat dan memenuhi standar kriteria sebagai subjek penelitian adalah admin atau pengelola dan anggota aktif dari Komunitas Virtual Sedulur Jogja. Data-data informan atau subjek dalam penelitian ini adalah:

1. Iyan, sebagai Admin dari Komunitas Virtual Sedulur Jogja, bertanggung jawab dalam mengelola segala aktivitas yang ada dalam Komunitas Sedulur Jogja.
2. Putri, seorang mahasiswa di salah satu universitas yang berada di Yogyakarta, anggota aktif Komunitas Virtual Sedulur Jogja, sudah bergabung dalam Komunitas Sedulur Jogja sejak tahun 2023, berinteraksi aktif dalam mengirim maupun menanggapi pesan dalam Komunitas Sedulur Jogja.
3. Okhta, penduduk asli Yogyakarta, bergabung dengan Komunitas Virtual Sedulur Jogja sejak Februari 2023, aktif berinteraksi dalam komunitas.
4. Apriliana, bergabung dengan Komunitas Virtual Sedulur Jogja sejak Desember 2023, aktif mengirim dan menanggapi pesan dalam komunitas. Penduduk asli Yogyakarta.

---

<sup>11</sup> Depdikbud, 1989, Kamus Besar Bahasa Indonesia, Buku Satu, Jakarta: Balai Pustaka Utama

5. Caca, mahasiswa perantauan di Yogyakarta, bergabung Komunitas Virtual Sedulur Jogja sejak April 2024, aktif berinteraksi dalam komunitas.

Dari subjek atau informan yang sudah ditetapkan tersebut, terdapat proses dalam menemukan informan. Proses tersebut dimulai dari peneliti yang juga berperan sebagai anggota dalam komunitas. Dengan demikian, peneliti sudah melakukan pengamatan atau observasi secara kasar. Peneliti mengamati proses interaksi yang terjadi di Komunitas Sedulur Jogja selama beberapa waktu. Dalam jangka waktu tersebut, peneliti fokus mengamati pada anggota yang berinteraksi di komunitas dengan intensitas atau frekuensi tinggi. Dalam jangka beberapa waktu, peneliti menemukan beberapa akun yang sering berinteraksi di komunitas. Lalu akun-akun tersebut dijangkau oleh peneliti melalui pesan yang dikirim di fitur X yaitu pesan langsung (*direct message*). Dari beberapa akun yang menanggapi pesan peneliti, peneliti mengelompokkan anggota tersebut sesuai dengan kriteria subjek yang telah ditentukan. Setelah dilakukan percakapan singkat, ditemukanlah informan atau subjek dari penelitian ini.

#### **1.5.4 Objek Penelitian**

Objek penelitian kualitatif adalah fenomena atau subjek yang menjadi fokus dalam sebuah penelitian yang menggunakan pendekatan kualitatif. Objek penelitian kualitatif dapat berupa berbagai hal, termasuk perilaku manusia, interaksi sosial, budaya, persepsi, dan pengalaman subjektif. Menurut Supriati objek penelitian adalah variabel yang diteliti oleh peneliti di lokasi penelitian.

Objek dari penelitian ini adalah pola-pola komunikasi yang diterapkan pada aktivitas atau kegiatan sehari-hari Komunitas Virtual Sedulur Jogja sebagai media informasi dan komunikasi.

## 1.6 Jenis Data

Data penelitian ini terdiri dari data primer dan sekunder. Husein Umar mendefinisikan data primer sebagai data yang diperoleh dari sumber langsung, seperti hasil wawancara atau pengisian kuesioner oleh peneliti<sup>12</sup>. Data primer adalah data yang berasal dari sumber utama atau sumber asli. Data primer diperoleh langsung oleh peneliti baik melalui observasi lapangan ataupun dari subjek penelitian secara langsung tanpa perantara. Data primer dari penelitian ini adalah data yang didapatkan dari wawancara informan dan observasi partisipan yang dilakukan oleh peneliti.

Selanjutnya terdapat data sekunder, yaitu data yang bukan berasal dari sumber asli atau juga sering disebut sebagai data pendukung. Husein Umar mendefinisikan data sekunder sebagai data primer yang telah diolah lebih lanjut dan disajikan, baik oleh pihak pengumpul data awal maupun oleh pihak lain, seperti tabel-tabel atau diagram-diagram. Sedangkan Nur Indrianto dan Bambang Supono juga mendefinisikan data sekunder sebagai data-data penelitian yang didapat peneliti tidak secara langsung atau melalui media perantara (didapat dan dicatat oleh pihak lain). Dalam penelitian ini data sekundernya adalah hasil riset terdahulu.

## 1.7 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data adalah metode atau langkah-langkah yang digunakan oleh peneliti dalam upaya memperoleh data-data dan informasi yang berguna untuk keberlangsungan penelitian. Dalam mengumpulkan data-data yang memenuhi standar kriteria data yang dibuat, diperlukan teknik yang sesuai. Tanpa mengetahui teknik pengumpulan data, maka peneliti tidak akan mendapatkan data yang memenuhi standar data yang sudah ditetapkan<sup>13</sup>.

---

<sup>12</sup> Husein Umar. 2013. Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis. Jakarta: Rajawali

<sup>13</sup> Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik-teknik pengumpulan data sebagai berikut:

a. Teknik Wawancara

Untuk memperoleh informasi yang akurat atau disebut dengan data primer, peneliti melakukan metode wawancara. Esterberg dalam Sugiyono, mendefinisikan wawancara yaitu dua orang yang saling bertemu untuk bertukar informasi dan ide melalui percakapan interaktif berupa tanya jawab, sehingga terjadi komunikasi dan konstruksi makna bersama mengenai suatu topik tertentu<sup>14</sup>. Wawancara adalah pengajuan pertanyaan kepada informan atau narasumber yang sudah memenuhi kriteria. Wawancara tersebut dilakukan dengan anggota aktif Komunitas Virtual Sedulur Jogja, baik dilakukan secara langsung maupun secara virtual.

b. Teknik Observasi

Observasi merupakan teknik pengumpulan data dengan cara melakukan pengamatan terhadap objek penelitian secara langsung. Marshall dalam Sugiyono mengatakan melalui observasi, peneliti mempelajari tentang perilaku serta makna berdasarkan pada perilaku itu sendiri<sup>15</sup>. Dalam penelitian ini, peneliti menerapkan teknik observasi partisipasi yang artinya peneliti juga ikut berpartisipasi aktif dalam berlangsungnya aktivitas sehari-hari Komunitas Virtual Sedulur Jogja yang digunakan sebagai sumber data penelitian.

c. Dokumentasi Media

Dokumentasi merupakan pelengkap data penelitian dari teknik wawancara dan teknik observasi. Dokumentasi media dapat berupa gambar atau tulisan. Teknik dokumentasi dalam penelitian kualitatif merupakan salah satu metode untuk menelusuri data-data historis. Terkait dengan pengumpulan data melalui dokumen, Bogdan dalam Sugiyono mengatakan dalam sebagian besar tradisi penelitian kualitatif, istilah “dokumen pribadi”

---

<sup>14</sup> Esterberg, 2002 dalam Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

<sup>15</sup> Marshall, 2002 dalam Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

digunakan secara menyeluruh sebagai maksud kepada narasi orang kesatu yang dibuat oleh seseorang yang mendeskripsikan tindakan, pengalaman, dan keyakinannya sendiri<sup>16</sup>. Dokumentasi penelitian ini berupa pengambilan gambar ketika melaksanakan wawancara dengan informan atau narasumber serta pengamatan yang dilakukan oleh peneliti di dalam aktivitas Komunitas Virtual Sedulur Jogja. Dokumentasi ini adalah sebagai bukti bahwa benar telah dilakukan penelitian dan wawancara dengan informan. Dengan bukti dokumentasi, hasil penelitian observasi dan wawancara akan lebih kredibel dan dipercaya.

d. Studi Pustaka

Tinjauan literatur adalah strategi yang melengkapi data yang dikumpulkan melalui metode lain, seperti wawancara dan observasi. Studi literatur dilakukan untuk mengidentifikasi pustaka-pustaka lain yang relevan yang membahas isu yang sama dengan penelitian yang sedang diteliti. Studi literatur merupakan salah satu strategi pengumpulan data yang digunakan oleh peneliti untuk menganalisis teori, pandangan, dan sudut pandang dalam media cetak, khususnya karya-karya yang mendukung dan sesuai dengan permasalahan yang disebutkan dalam penelitian. Peneliti dalam penelitian ini melakukan studi pustaka untuk mencari penelitian atau riset terdahulu yang membahas masalah yang sama, yaitu pola komunikasi dalam komunitas virtual.

## 1.8 Teknik Analisis Data

Analisis data menurut Bogdan dalam Sugiyono adalah proses mengumpulkan dan menyusun data secara sistematis yang didapat dari wawancara, catatan lapangan, dan sumber lainnya, sehingga data tersebut mudah dimengerti dan temuan-temuannya dapat disampaikan kepada orang lain<sup>17</sup>. Berdasarkan waktunya, teknik analisa data pada penelitian kualitatif

---

<sup>16</sup> Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

<sup>17</sup> Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta.

ada dari sebelum penelitian, selama dilaksanakan penelitian, dan sesudah penelitian. Analisis data yang dilakukan sebelum peneliti terjun ke lapangan sifatnya masih belum pasti dan terus berkembang ketika terjun langsung ke lapangan. Analisa data dalam penelitian kualitatif dilakukan saat penelitian berlangsung dan sesudah selesai pengumpulan data dalam periode waktu tertentu.

Miles dan Huberman dalam Sugiyono mengatakan bahwa analisis data kualitatif dilakukan secara interaktif dan tidak terhenti sampai tuntas dan data jenuh<sup>18</sup>. Teknik analisa data yang digunakan peneliti dalam penelitian ini adalah teknik analisa data selama di lapangan model Miles dan Huberman melalui tiga tahap, yaitu:

a. Reduksi Data (*Data Reduction*)

Dalam proses pengumpulan data, tentu mendapatkan data yang sangat banyak dan beragam. Untuk dapat berlanjut ke langkah selanjutnya diperlukan mereduksi data yaitu melakukan kategorisasi dengan cara mengumpulkan data informasi penting terkait dengan masalah penelitian, selanjutnya dikelompokkan sesuai dengan topik masalah.

b. Penyajian Data (*Data Display*)

Data dapat disajikan dalam berbagai cara, termasuk tabel, grafik, deskripsi, bagan, dan asosiasi kategori. Agar data lebih mudah diinterpretasikan, peneliti kualitatif sering kali memberikan informasi dalam bentuk cerita atau narasi.

c. Penarikan Kesimpulan dan Verifikasi (*Conclusion Drawing and Verification*)

Pengambilan kesimpulan berdasarkan narasi yang telah disusun pada tahap penyajian data, apabila penarikan kesimpulan pertama memberikan jawaban atas masalah penelitian maka tidak diperlukan penarikan kesimpulan selanjutnya. Untuk mengetahui apakah penarikan

---

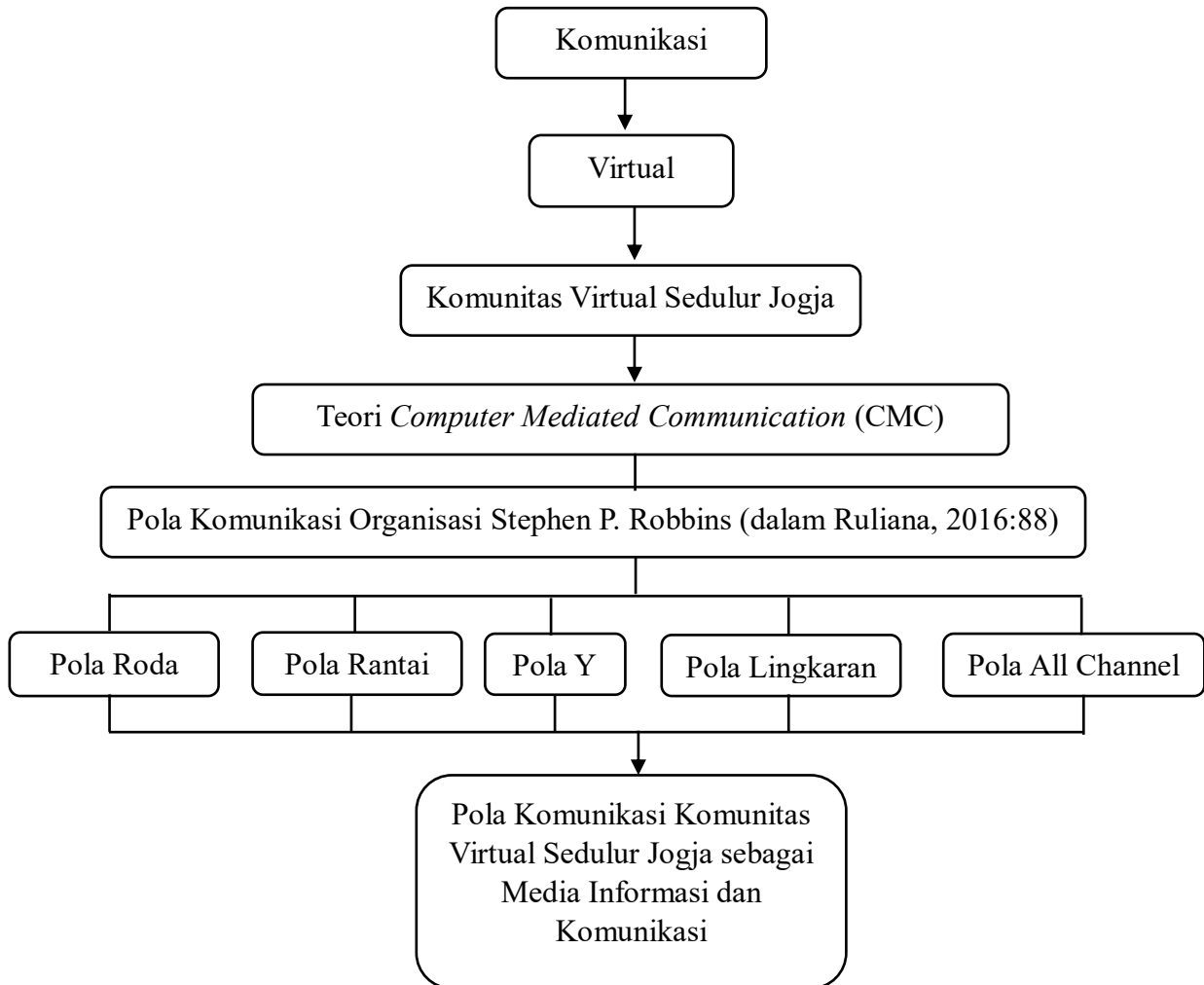
<sup>18</sup> Miles Huberman, 1984 dalam Sugiyono. 2013. Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta



kesimpulan yang pertama memberikan jawaban atas masalah dalam kesimpulan, dilakukan verifikasi. Kesimpulan merupakan ilmu baru yang sebelumnya belum pernah ada atau temuan yang lebih terbaru dari temuan sebelumnya. Kesimpulan bisa berbentuk deskripsi atau gambaran suatu objek yang sebelumnya sudah ada, tetapi masih belum jelas, sehingga diteliti lebih lanjut menjadi jelas.

## 1.9 Kerangka Konsep, Definisi Konsep, dan Operasionalisasi Konsep

### 1.9.1 Kerangka Konsep



Bagan 1 Kerangka Konsep Penelitian

### 1.9.2 Definisi Konsep

#### 1. Komunikasi

Komunikasi adalah proses pertukaran informasi, ide, emosi, dan pesan melalui simbol-simbol, tanda, atau perilaku yang disepakati

dalam konteks tertentu. Dalam proses ini, terdapat elemen-elemen penting seperti pengirim (*sender*), penerima (*receiver*), pesan (*message*), saluran (*channel*), dan umpan balik (*feedback*).

Pengirim adalah entitas yang memulai proses komunikasi dengan menyandikan (*encoding*) pesan yang akan dikirim. Pesan kemudian disampaikan melalui saluran komunikasi, yang bisa berupa media lisan, tulisan, visual, atau non-verbal. Penerima bertugas untuk menerima dan memaknai pesan tersebut dengan cara mendekodekannya (*decoding*), di mana keberhasilan komunikasi tergantung pada sejauh mana penerima memahami pesan sesuai dengan maksud pengirim.

## 2. Virtual

Virtual merujuk pada sesuatu yang ada atau terjadi dalam bentuk simulasi atau representasi digital, tetapi tidak secara fisik nyata. Dalam konteks teknologi informasi dan ilmu komputer, "virtual" menggambarkan fenomena yang dihasilkan oleh perangkat lunak atau sistem komputer, yang mensimulasikan pengalaman dunia nyata atau konsep yang nyata dalam lingkungan digital.

## 3. Komunitas Virtual

Komunitas virtual adalah sekumpulan individu yang berinteraksi dan berkomunikasi melalui platform digital, membentuk hubungan sosial dan jaringan berdasarkan minat, tujuan, atau identitas bersama, tanpa batasan geografis. Interaksi dalam komunitas ini terjadi terutama melalui internet, menggunakan berbagai media seperti forum, media sosial, aplikasi pesan, dan platform kolaboratif lainnya. Karakteristik komunitas virtual adalah tidak dibatasi lokasi, berbasis interaksi digital, fleksibilitas waktu, diversitas anggota, anonimitas dan identitas, serta berorientasi pada minat dan tujuan.

Dapat ditarik kesimpulan, komunitas virtual adalah fenomena sosial yang signifikan dalam era digital, menawarkan berbagai manfaat dan fungsi yang penting bagi anggotanya. Meskipun menghadapi

sejumlah tantangan, komunitas ini tetap menjadi platform vital untuk penyebaran informasi, dukungan sosial, kolaborasi, dan inovasi.

#### 4. Teori CMC

CMC (Computer-Mediated Communication) merupakan bentuk komunikasi yang sangat berbeda dengan bentuk komunikasi yang lain seperti komunikasi interpersonal, komunikasi kelompok, organisasi dan komunikasi massa. Seperti yang dikatakan Andrew F. Wood dan Matthew J. Smith bahwa CMC merupakan sebuah integrasi teknologi komputer dengan kehidupan sehari-hari. Dibandingkan dengan komunikasi *face to face*, komunikasi menggunakan media akan memiliki kelemahannya masing-masing. Seperti dalam CMC, komunikasi kinetik sangat terbatas. Bahasa dan tanda yang datang melalui sebuah layar akan berbeda dibandingkan dengan bahasa dan tanda yang secara langsung kita simak.

#### 5. Pola Komunikasi

Pola komunikasi mengacu pada struktur tertentu dari proses komunikasi yang dapat diamati dan dianalisis. Pola komunikasi mencakup berbagai aspek, seperti frekuensi interaksi, jenis pesan yang disampaikan, saluran komunikasi yang digunakan, dan karakteristik komunikator yang terlibat. Pola komunikasi mencakup struktur komunikasi yang mencerminkan cara pesan disampaikan dan diterima, dan peran individu atau kelompok dalam proses komunikasi. Dalam penelitian ini berfokus pada bagaimana pola komunikasi dan sejauh mana pola komunikasi pada Komunitas Virtual Sedulur Jogja mencapai tujuan komunikatif yang diinginkan sebagai media informasi dan komunikasi di platform media sosial X.

Stephen P. Robbins dalam Ruliana menyatakan terdapat lima pola komunikasi organisasi, yaitu:

##### a. Pola Roda

Dalam model jaringan komunikasi ini, semua laporan, instruksi, perintah tugas, dan pengawasan dipusatkan oleh satu

orang yang memimpin empat atau lebih bawahan, tanpa interaksi di antara anggota.

b. Pola Rantai

Model jaringan komunikasi ini mencakup lima tingkat dalam hierarkinya, dan hanya sistem komunikasi ke atas dan ke bawah yang dikenal, menyiratkan mengikuti hubungan jalur langsung (perintah) baik ke atas maupun ke bawah, tanpa suatu penyaringan.

c. Pola Y

Pola jaringan komunikasi ini sangat mirip dengan model rantai, yang memiliki empat tingkat hierarki. Satu atasan memiliki dua bawahan dan dua atasan dari divisi atau departemen yang berbeda.

d. Pola Lingkaran

Dalam pola jaringan komunikasi ini, semua anggota atau staf dapat terlibat di masing-masing dari tiga tingkat hierarki, tetapi interaksi terbatas pada setiap tingkat dan tidak berlanjut ke tingkat yang lebih tinggi.

e. Pola *All Channel*

Pola komunikasi ini merupakan variasi dari model lingkaran di mana semua anggota dari tiga tingkatan dapat terlibat secara timbal balik tanpa memperhatikan siapa yang menjadi figur sentral. Semua jalur komunikasi antar level hierarki tidak dibatasi, dan setiap anggota atau bawahan memiliki kebebasan untuk berkomunikasi dengan berbagai pihak atau pimpinan, dan sebaliknya.

6. Platform Media Sosial

Platform media sosial adalah situs web atau program yang memungkinkan pengguna membangun profil pribadi, berkomunikasi dengan orang lain, dan berbagi materi dalam berbagai format, termasuk teks, foto, dan video. Ini adalah platform *online* yang memungkinkan pengguna untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan berpartisipasi dalam

berbagai kegiatan sosial. Platform media sosial menawarkan berbagai kemampuan bagi pengguna untuk terlibat satu sama lain, termasuk kemampuan untuk membuat profil, berbagi materi, berkomunikasi, mencari informasi, mengatur kelompok atau komunitas, dan mengirim pesan.

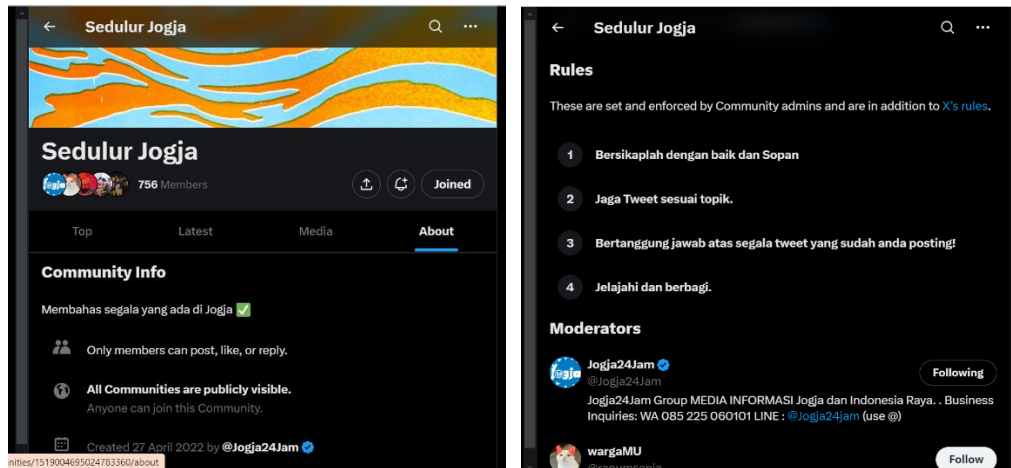
Contoh platform media sosial yang populer termasuk Facebook, X, Instagram, LinkedIn, TikTok, dan banyak lagi. Platform-platform ini memberikan pengguna kesempatan untuk membangun jaringan sosial, menjalin hubungan, dan berpartisipasi dalam berbagai Komunitas Virtual. Dengan penggunaan yang luas dan beragam, platform media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari orang. Ini berdampak pada cara orang berkomunikasi, mendapatkan informasi, dan berinteraksi dengan dunia luar.

#### 7. Komunitas Virtual Sedulur Jogja

Komunitas Virtual adalah sekelompok individu yang terhubung melalui platform digital, seperti media sosial atau forum internet, dan berinteraksi berdasarkan kesamaan minat, nilai, atau tujuan. Antar anggota saling berbagi informasi, mendiskusikan topik tertentu, dan memberikan dukungan satu sama lain dalam lingkungan virtual. Komunitas Virtual memberikan kesempatan bagi individu untuk terhubung dengan orang-orang dari berbagai latar belakang geografis atau budaya yang memiliki minat atau pengalaman yang sama.

Komunitas Sedulur Jogja dibentuk pada tanggal 27 April 2022 oleh akun X @Jogja24Jam. Anggota dari komunitas ini dapat dari mana saja, baik warga asli Yogyakarta ataupun bukan. Untuk bergabung dengan komunitas ini, pengguna X hanya perlu mematuhi aturan-aturan yang telah ditentukan. Hingga Maret 2024, Komunitas Sedulur Jogja memiliki 756 anggota. Dalam Komunitas Sedulur Jogja, bahasanya dapat berbagai macam topik, mulai dari kegiatan jual beli, informasi rekomendasi wisata, informasi akomodasi, promosi, saling bertukar informasi, bahkan lapak mencari jodoh, dan banyak topik lainnya.

Komunitas Sedulur Jogja memberi banyak informasi seputar topik tentang Yogyakarta.



Gambar 1.2 Tampilan Beranda Komunitas Sedulur Jogja

(Sumber: X.com, diakses pada 22 Maret 2024)

## 8. Media Informasi dan Komunikasi

Media komunikasi dan informasi dapat didefinisikan sebagai sebuah sarana untuk menyampaikan atau berbagi informasi dan memfasilitasi interaksi komunikatif antar individu atau kelompok. Konsep media informasi dan komunikasi mengandung beberapa aspek seperti penyampaian informasi, fasilitasi komunikasi, pembentukan opini, dan pengaruhnya terhadap sosial atau masyarakat.

### 1.9.3 Operasionalisasi Konsep

Operasionalisasi konsep merupakan proses dalam penelitian di mana peneliti melakukan kajian terhadap ide-ide dengan indikasi atau batasan yang lebih eksplisit dan dapat diamati. Tujuan dari operasionalisasi adalah untuk memudahkan peneliti dalam melakukan analisis. Operasionalisasi konsep harus mengubah gagasan abstrak menjadi indikator atau elemen konkret yang dapat diamati dalam konteks komunitas virtual. Operasionalisasi konsep yang diturunkan dalam penelitian ini sesuai dengan judul penelitian, yaitu “Studi Deskriptif Kualitatif Pola Komunikasi pada

Komunitas Virtual Sedulur Jogja sebagai Media Informasi dan Komunikasi di Platform X”, maka konsep yang digali dalam penelitian ini adalah pola komunikasi pada komunitas virtual. Pola komunikasi komunitas virtual merupakan proses komunikasi yang terjadi pada kelompok atau komunitas melalui media digital. Maka pola komunikasi di sini merujuk cara anggota komunitas berinteraksi secara digital, yang mencakup media yang digunakan, intensitas komunikasi, dan bentuk pesan yang disampaikan.

Komunitas virtual terbentuk karena adanya komunikasi yang terjadi melalui media-media digital. Seperti konsep *Computer Mediated Communication* (CMC) yaitu konsep yang mengeksplorasi berbagai aspek komunikasi yang terjadi melalui media digital seperti pesan instan, forum *online*, media sosial, dan sebagainya. Pada konsep CMC terdapat 7 karakteristik, di antaranya adalah sinkronitas, anonimitas, kustomisasi, interaktivitas, *social presence*, *users*, dan homogenitas. Dalam penelitian ini, untuk dapat menemukan indikator dari pola komunikasi pada komunitas virtual digunakan konsep CMC sebagai dasarnya. Berikut indikator yang dapat digunakan untuk dapat mengamati pola komunikasi pada Komunitas Virtual Sedulur Jogja:

Tabel 1.1 Operasionalisasi Konsep

No.	Konsep	Indikator
1.	Sinkronitas	Bagaimana anggota komunitas saling berinteraksi secara digital (sinkron atau asinkron)
2.	Anonimitas	Dalam proses interaksi secara virtual, apakah anggota menampilkan informasi pribadi secara anonim.
3.	Kustomisasi	Bagaimana anggota komunitas menyesuaikan keberadaannya, sebagai komunikator atau komunikan.



4.	Interaktivitas	Apakah proses komunikasi yang terjadi pada anggota komunitas bersifat interaktif atau saling memberi umpan balik atau respons.
5.	<i>Social Presence</i>	Apakah kehadiran anggota di komunitas virtual dirasakan sama seperti halnya di dunia nyata.
6.	<i>Users</i>	Bagaimana jumlah anggota dalam Komunitas Virtual Sedulur Jogja.
7.	Homogenitas	Bagaimana karakteristik anggota pada Komunitas Virtual Sedulur Jogja? Apakah cenderung memiliki kesamaan?