

**STUDI DESKRIPTIF KUALITATIF POLA KOMUNIKASI PADA KOMUNITAS
VIRTUAL SEDULUR JOGJA SEBAGAI MEDIA INFORMASI DAN
KOMUNIKASI DI PLATFORM X**

***(DESCRIPTIVE QUALITATIVE STUDY OF COMMUNICATION PATTERNS IN
THE VIRTUAL COMMUNITY SEDULUR JOGJA AS INFORMATION AND
COMMUNICATION MEDIA ON PLATFORM X)***

Oviana Tri Pramesti

Universitas Mercu Buana Yogyakarta

Email: ovianatripramesti01@gmail.com

ABSTRAK

Komunitas virtual merupakan fenomena baru yang terbentuk karena kemajuan teknologi dan informasi. Komunitas virtual ada di berbagai platform sosial media Komunitas Sedulur Jogja merupakan salah satu komunitas yang terbentuk di platform media sosial X. Komunitas ini terbentuk karena adanya tujuan yang sama dari anggotanya untuk mendapatkan informasi-informasi terkait segala hal di Yogyakarta. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pola komunikasi pada Komunitas Sedulur Jogja. Penelitian ini menggunakan metode deskriptif-kualitatif dengan metode pengumpulan data wawancara dan observasi. Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa pola komunikasi yang digunakan pada proses komunikasi di Komunitas Sedulur Jogja, dominan menggunakan Pola Bintang atau Semua Saluran (*All Channel*). Pola komunikasi bintang sesuai dengan karakteristiknya yaitu dinamis dan terbuka, pesan dapat disampaikan secara langsung. Sedangkan, Pola Komunikasi Lingkaran (*Circle*) dan Pola Roda (*Wheel*) dilakukan pada situasi tertentu.

Kata Kunci: Komunitas Virtual, Pola Komunikasi, X

ABSTRACT

Virtual communities are a new phenomenon formed due to advances in technology and information. Virtual communities exist on various social media platforms. Sedulur Jogja Community is one of the communities formed on the X social media platform. This community was formed because of the common goal of its members to get information related to everything in Yogyakarta. The purpose of this research is to find out the communication patterns in Sedulur Jogja Community. This research uses descriptive-qualitative method with data collection methods of interview and observation. Based on the results of the study, it can be concluded that the communication patterns used in the communication process in the Sedulur Jogja Community predominantly use the Star or All Channel Pattern. The star communication pattern is in accordance with its characteristics, namely dynamic and open, messages can be delivered directly. Meanwhile, the Circle Communication Pattern and Wheel Pattern are carried out in certain situations.

Keywords: *Virtual Community, Communication Pattern, X*

PENDAHULUAN

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.¹ 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 untuk bergabung dalam komunitas yang memiliki minat yang sama². 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.

¹ Futuwah, A. I. & Mardiyah, 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

² 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.

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, 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 dunia³. Fenomena X saat ini menunjukkan berbagai dinamika yang memengaruhi cara individu dan organisasi berkomunikasi,

³ 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.

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*.

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.

Permasalahan dan Tujuan Kajian

Fenomena di mana platform sosial media menjadi kebutuhan sehari-hari layaknya seperti kehidupan nyata, seperti dapat terbentuknya komunitas virtual seperti Komunitas Sedulur Jogja yang terbentuk di platform media sosial X dengan pola komunikasi yang tentu berbeda dari komunitas yang terbentuk secara fisik. Maka demikian, tersebut mendorong adanya penelitian ini karena relevan dengan masa digitalisasi ini.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi yang diterapkan pada Komunitas Virtual Sedulur Jogja sebagai media informasi dan komunikasi di Platform X.

Kerangka Teori

Konsumsi media sosial yang menjadi kebutuhan sehari-hari masyarakat sehingga tidak dapat terlepas dari media sosial itu sendiri. Hal ini membuktikan bahwa terbentuk masyarakat dalam jaringan. Salah satu terbentuknya masyarakat jaringan dari terbentuknya sebuah kelompok dalam dunia virtual. Konsep komunikasi virtual menurut Meinel dan Sack adalah komunikasi yang akan terjadi apabila dilakukan menggunakan media komunikasi digital. Werner mengatakan komunikasi virtual membuat manusia menyukai pola komunikasi yang menggunakan media daripada pola komunikasi tradisional yaitu tatap muka. Penggunaan internet lebih dapat diandalkan oleh pengguna internet jika dibandingkan dengan ekuivalen-ekuivalen tradisional mereka.

Terdapat konsep dasar dalam komunikasi virtual, di mana konsep ini akan terus berkembang mengikuti perkembangan teknologi. Komunikasi virtual memiliki beberapa konsep dasar, yaitu dunia maya, komunitas maya, interaktivitas, *hypertext*, dan multimedia. Komunikasi yang terbentuk pada komunitas virtual memiliki perlakuan berbeda karena komunikasi hanya bisa dilakukan apabila pengguna saling termediasi oleh jaringan komputer. Seperti yang dijelaskan pada Teori *Computer-Mediated Communication* (CMC), adalah bidang studi yang mempelajari bagaimana komunikasi antara individu atau kelompok dimediasi oleh teknologi komputer. Susan Herring mengatakan CMC merupakan di mana komunikasi berada di tempat antara manusia dan melalui teknologi komputer. John December juga mengungkapkan bahwa CMC adalah komunikasi yang melibatkan komputer, dengan suatu konteks, dan terlibat dalam proses membentuk media untuk berbagai tujuan.

Adapun menurut Wright & Webb, terdapat 7 karakteristik CMC dalam konsep komunikasi virtual, yaitu:

- a. Sinkronitas yang mengacu pada pertukaran pesan secara langsung tanpa tertunda.
- b. Anonimitas, menampilkan informasi pribadi yang diberikan oleh saluran media tertentu dengan sifat anonim.
- c. Kustomisasi, yaitu tingkatan ketika pengguna dapat memodifikasi alat mediasi informasi sesuai keinginannya sendiri.
- d. Interaktivitas, merujuk pada komunikasi interaktif.
- e. Social Presence, yaitu jumlah kehadiran sosial dalam dunia maya sama halnya seperti di dunia nyata.
- f. Users, yaitu jumlah pengguna yang banyak.
- g. Homogenitas, Pengguna mengacu pada karakteristik setiap user yang cenderung memiliki kesamaan.

CMC menyediakan sebuah komunitas virtual. Istilah ini digunakan untuk menggambarkan level komitmen dan keterhubungan yang terjadi pada penggunanya. CMC adalah bentuk agresi sosial yang muncul ketika banyak orang mencoba membawa diskusi publik untuk membentuk hubungan personal dalam dunia virtual. Dengan penerapan CMC, terbentuk sebuah pola komunikasi yang menghubungkan para anggota komunitas virtual untuk saling berbagi informasi dan saling bermanfaat satu sama lain. Menurut Ruliana, pola komunikasi dalam suatu organisasi adalah bagaimana pesan atau informasi, termasuk instruksi disampaikan secara rinci⁴. Lebih spesifik, pola komunikasi memiliki beberapa aspek, seperti struktur komunikasi, yaitu cara pesan atau informasi disampaikan, proses pertukaran pesan yaitu bagaimana pesan dikirim, diterima, dan direspons, lalu interaksi simbolis yang melibatkan komunikasi verbal dan non-verbal, atau simbol dan lambar dalam proses komunikasi, konteks budaya yang mencakup budaya, nilai, norma sosial mempengaruhi cara pesan disampaikan dalam komunikasi.

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

- a. Pola Komunikasi Roda

⁴ Poppy Ruliana. 2014. Komunikasi organisasi: Teori dan Studi Kasus. Jakarta: RajaGrafindo.

Dalam pola komunikasi roda, semua perintah, instruksi, dan pengawasan diarahkan pada satu pemimpin yang memimpin bawahannya. Bawahan tidak dapat berkomunikasi atau berinteraksi; komunikasi hanya terjadi antara pemimpin dan bawahan, dan sebaliknya.

b. Pola Komunikasi Rantai

Pada pola komunikasi rantai, terdapat lima tingkatan yang disebut dengan komunikasi ke atas (*upward*) yaitu aliran komunikasi terjadi dari atas ke bawah dan sebaliknya.

c. Pola Komunikasi Y

Pola Y memiliki pemimpin yang berbeda dalam proses aliran informasi. Semua anggota dapat mengirim dan menerima pesan satu sama lain.

d. Pola Komunikasi Lingkaran

Pada pola komunikasi lingkaran, semua anggota dapat berkomunikasi dan berinteraksi. Tetapi tidak terdapat pemimpin yang jelas, atau tidak ada kelanjutan pada tingkatan yang lebih tinggi.

e. Pola Komunikasi Bintang (*All Channels*)

Semua anggota dapat terlibat secara timbal balik, terlepas dari siapa yang menjadi figur pusat atau pemimpin.

Metode Kajian

Metode penelitian secara sederhana adalah strategi ilmiah untuk mengumpulkan data untuk tujuan dan aplikasi tertentu. 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 yang dapat diamati⁵. Sedangkan, pendapat dari Sugiyono,

⁵ Bogdan dan Taylor, 1975 dalam J. Moleong, Lexy. 1989. Metode Penelitian Kualitatif. PT Remaja Rodakarya.

metode kualitatif berusaha mengidentifikasi pola hubungan yang saling berinteraksi, membangun hipotesis, menggambarkan realitas yang rumit, dan mencapai pemahaman tentang makna⁶. 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.

Dengan subjek atau informan penelitian yaitu anggota dan admin atau pengelola Komunitas Virtual Sedulur Jogja, pengumpulan data dilakukan dengan teknik wawancara, observasi oleh peneliti, dan dokumentasi yang berupa dokumentasi hasil observasi dan wawancara dengan informan, baik dalam bentuk gambar maupun transkrip. Agar data-data yang dikumpulkan mudah untuk dimengerti, data dianalisis menggunakan teknik dari Miles dan Huberman, yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dan verifikasi.

Hasil Kajian

Berdasarkan analisis, pola komunikasi di Komunitas Virtual Sedulur Jogja mencerminkan teori Stephen P. Robbins, yaitu Pola Rantai, Roda, Lingkaran, Huruf Y, dan Bintang (All Channel). Fitur komunitas di platform sosial media X mempermudah pembentukan komunitas seperti Sedulur Jogja, yang bermanfaat sebagai media berbagi dan mencari informasi dalam kehidupan sehari-hari. Pola komunikasi rantai, yang melibatkan arus pesan dari atasan ke bawahan secara berurutan, tidak relevan di Komunitas Virtual Sedulur Jogja. Komunitas ini mengandalkan media virtual seperti platform X, memungkinkan pesan langsung diterima oleh semua anggota tanpa hierarki atau perantara. Karakteristik komunikasi berbasis teknologi, seperti sinkronitas dan interaktivitas, mendukung respons langsung dan interaksi terbuka, sehingga pola rantai tidak sesuai untuk komunitas virtual ini. Pola komunikasi roda, di mana pemimpin menjadi pusat komunikasi dan anggota tidak berinteraksi satu sama lain, pernah diterapkan sekali di Komunitas Virtual Sedulur Jogja. Hal ini dilakukan karena adanya

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

pesan sensitif yang dikirim oleh anggota, sehingga admin membatasi komunikasi hanya antara admin dan anggota. Namun, pola ini dinilai kurang efektif untuk komunitas virtual yang membutuhkan komunikasi terbuka dan interaksi antar anggota. Oleh karena itu, pola roda tidak lagi digunakan karena bertentangan dengan tujuan komunitas untuk saling menguntungkan dan membangun hubungan. Pola komunikasi lingkaran memungkinkan anggota saling berinteraksi bebas tanpa keterlibatan pemimpin, sehingga tercipta komunikasi dinamis dan saling memberi umpan balik. Di Komunitas Sedulur Jogja, pola ini terbukti efektif, menghasilkan hubungan baru, baik pertemanan hingga intimasi antar anggota, bahkan di luar platform X. Komunikasi ini intens dan interaktif, mencerminkan karakteristik komunikasi virtual (CMC) seperti kustomisasi peran, interaktivitas, dan hilangnya anonimitas. Penelitian serupa juga mendukung pola lingkaran sebagai model yang cocok untuk komunikasi virtual, karena memperkuat hubungan dan kolaborasi antar anggota. Pola komunikasi huruf Y melibatkan pemimpin sebagai pusat yang menjadi perantara antar anggota, di mana tidak semua anggota dapat berinteraksi bebas tanpa perantara. Dalam Komunitas Sedulur Jogja, meskipun admin dan moderator memiliki peran sebagai pengawas dan penghubung, komunikasi tetap terbuka dan langsung antar anggota. Pola huruf Y tidak diterapkan karena struktur komunitas ini sederhana dan pesan dapat langsung diakses oleh semua anggota tanpa memerlukan perantara. Pola komunikasi semua saluran (all channel) memungkinkan setiap anggota komunitas berinteraksi bebas tanpa hierarki atau perantara. Komunitas Virtual Sedulur Jogja menerapkan pola ini, di mana anggota, admin, dan moderator dapat saling bertukar informasi melalui komentar, chat grup, atau fitur spaces seperti diskusi audio. Interaksi ini memberikan manfaat signifikan, termasuk akses informasi tentang Yogyakarta, membangun hubungan sosial, hingga kegiatan offline bersama. Penelitian menunjukkan pola komunikasi ini efektif untuk komunitas virtual, sesuai dengan teori Stephen P. Robbins dan konsep Computer Mediated Communication (CMC). Karakteristik CMC seperti sinkronitas, kustomisasi, anonimitas, interaktivitas, dan kehadiran sosial (social presence) mendukung penerapan pola ini, memperkuat hubungan antar anggota meskipun berbasis virtual.

Kesimpulan

Penelitian terhadap pola komunikasi di Komunitas Virtual Sedulur Jogja menunjukkan penerapan teori pola komunikasi Stephen P. Robbins, yaitu pola rantai (*chain*), roda (*wheel*), lingkaran (*circle*), huruf Y, dan semua saluran (*all channel*). Namun, tidak semua pola digunakan secara aktif.

Pola Rantai (*Chain*): Tidak diterapkan karena komunikasi vertikal kurang sesuai untuk komunitas virtual.

Pola Roda (*Wheel*): Digunakan sekali saat terjadi masalah informasi sensitif; komunikasi hanya antara admin dan anggota, tanpa interaksi antar anggota.

Pola Lingkaran (*Circle*): Dominan, memungkinkan komunikasi intens antar anggota tanpa hierarki. Pola ini mendukung hubungan pertemanan hingga intimasi, sesuai dengan karakteristik CMC.

Pola Huruf Y: Tidak diterapkan karena struktur komunitas sederhana tanpa perantara.

Pola Semua Saluran (*All Channel*): Sangat dominan, memungkinkan komunikasi bebas antara admin dan anggota, baik melalui komentar, *spaces*, maupun pertemuan *offline*. Pola ini mendukung sinkronitas, kustomisasi, dan *social presence*.

Komunitas Virtual Sedulur Jogja terbukti efektif sebagai media pemenuhan informasi dan interaksi sosial tentang Yogyakarta, memberikan manfaat seperti promosi, pertemanan, hiburan, dan dukungan emosional.

Daftar Pustaka

Buku

Creswell, John W. 2019. *Research Design Pendekatan Metode Kualitatif, Kuantitatif dan Campuran*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.

Moleong, Lexy J. 2014. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Li, H. 2014. *Virtual Community Studies : A Literature Review , Synthesis and Research Agenda. Proceedings of the Americas Conference on Information Systems*. New York, (January 2004).

M.Hardjana, A. 2016. *Ilmu Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Nasrullah, R. 2015. *Media Sosial; Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

- Ruliana, P. 2014. *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus*. Jakarta: RajaGrafindo.
- Salim & Syahrums. 2012. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Cipta Pustaka Media.
- Sugiyono. 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Umar, H. 2013. *Metode Penelitian Untuk Skripsi dan Tesis*. Jakarta: Rajawali.

Artikel Jurnal

- Agung Rahmat Lukito, Wahyu Utamidewi, & Luluatu Nayiroh. (2022). 'Pola Komunikasi Komunitas Game Online Forza Horizon 4 (Studi Etnografi Virtual Mengenai Pola Komunikasi Dalam Grup Discord)'. *Jurnal Heritage*, 10(1), 17–26. <https://doi.org/10.35891/heritage.v10i1.2980>
- Arung Triantoro, D. (2019). 'Konflik Sosial dalam Komunitas Virtual di Kalangan Remaja'. *Jurnal Komunikasi*, 13(2), 135–150. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol13.iss2.art2>
- Ayuningtyas, F., & Abdullah, A. Z. (2018). 'Kognisi Sosial Melalui Situs Jejaring Youtube Pada Komunitas Online (Studi Kasus pada Komunitas Online LinkPictureID)'. *Jurnal Komunikasi*, 9(2), 137. <https://doi.org/10.24912/jk.v9i2.1076>
- Firda, A. (2014). 'Media Online Utilization as Community's Social Interaction'. *Jurnal Penelitian Pers Dan Komunikasi Pembangunan*, 18(2), 171–184.
- Firdanianty, N., Lubis, D. P., Puspitawati, H., & Susanto, D. (2016). 'Pola Komunikasi Remaja Dan Pengaruhnya Terhadap Kecerdasan Emosional Siswa Sma Di Kota Bogor'. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 1(1), 37. <https://doi.org/10.25008/jkiski.v1i1.34>
- Istiyanto, S. B., & Novianti, W. (2018). 'Etnografi Komunikasi Komunitas yang Kehilangan Identitas Sosial dan Budaya di Kabupaten Cilacap'. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 6(1), 64. <https://doi.org/10.24198/jkk.v6i1.15213>
- Kurniawati, I., Wulan, R. R., Pamungkas, I. N. A., & Telkom, U. (2017). 'Pola Komunikasi Pertemuan Offline Komunitas Insta Nusantara Bandung Communication Patterns of Insta Nusantara Bandung'. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 5(1), 31–42.
- Nurhaliza, W. O., & Fauziah, N. (2020). 'Komunikasi Kelompok dalam Virtual Community'. *KOMUNIDA: Media Komunikasi Dan Dakwah*, 10(01), 18–38. <https://doi.org/10.35905/komunida.v10i01.1220>
- Putri, D. W. (2017). 'The Virtual Community: Interaktivitas pada Komunikasi Peer-to-Peer di Balik Jaringan Protokol Berbagi Berkas BitTorrent' Dhita Widya Putri STIKOM The London School of Public Relations – Jakarta. *Communicare Jurnal of Communication Studies*, 3(2), 59–71.
- Ricky, R., Sudrajat, R. H., & Pamungkas, I. N. . (2016). 'Pola Komunikasi Kelompok Game Online (studi Virtual Etnografi Pada Pengguna Game “clash Of Clans” Komunitas 1-ron)'. *EProceedings of Management*, 3(1), 753–760.

<http://librarye proceeding.telkomuniversity.ac.id/index.php/management/article/view/3424/3249>

Supratman, L. P. (2018). 'Pola Komunikasi Organisasi Kepemimpinan Strategis di PT TelkomSel'. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 16(1), 31. <https://doi.org/10.31315/jik.v16i1.2680>

Artikel Web

Anugrah Dwi, 2023, Komunikasi Adalah: Pengertian, Jenis, dan Tujuannya, dikutip dari <https://fisip.umsu.ac.id/komunikasi-adalah-pengertian-jenis-dan-tujuannya/>, diakses pada 1 Mei 2024.

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.

Ferdianto, 2020, Virtual Communities, dikutip dari <https://sis.binus.ac.id/2020/12/04/virtual-communities/>, diakses pada 2 Mei 2024.

Husnul Abdi, 2023, Proses Komunikasi Menurut Para Ahli, Pengertian, dan Fungsinya, dikutip dari <https://www.liputan6.com/hot/read/5308153/proses-komunikasi-menurut-para-ahli-pengertian-dan-fungsinya>, diakses pada 6 Mei 2024.

Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) versi online, dikutip dari <https://kbbi.web.id/media>, diakses pada 5 Mei 2024.

Muhammad Eko Atmojo, Media Sosial X sebagai Platform Media Informasi Digital dalam Penerapan New Normal, dikutip dari www.researchgate.net, diakses pada 22 Maret 2024.

Nabilah Hannani, Pengertian X Beserta Sejarah dan Manfaat X yang Dibahas Secara Lengkap, (<https://www.nesabamedia.com/pengertian-X/>), diakses pada 22 Maret 2024.

Nandy, Pengertian Media Sosial, Sejarah, Fungsi, Jenis, Manfaat, dan Perkembangannya, dikutip dari <https://www.gramedia.com/literasi/pengertian-media-sosial/>, diakses pada 2 Mei 2024.

Silmi Nurul Utami, Serafica Gischa, 2021, Komunikasi: Pengertian Para Ahli, Fungsi, Tujuan, dan Jenis-Jenisnya, dikutip dari <https://www.kompas.com/skola/read/2021/08/05/120000469/komunikasi--pengertian-para-ahli-fungsi-tujuan-dan-jenis-jenisnya?page=all>, diakses pada 1 Mei 2024.

Vanya Karunia, Media Komunikasi: Pengertian dan Contohnya, dikutip dari <https://www.kompas.com/skola/read/2024/02/02/090000569/media-komunikasi-pengertian-dan-contohnya>, diakses pada 11 Mei 2024.

Zulfikar Hardiansyah, 2022, Mengenal Fitur Komunitas yang Tengah Ramai di X, Mirip Grup Facebook, dikutip dari <https://tekno.kompas.com/read/2022/08/26/12150097/mengenal-fitur-komunitas-yang-tengah-ramai-di-X-mirip-grup-facebook?page=all>, diakses pada 12 Mei 2024.