

**POLA KOMUNIKASI FANS JKT48 MELALUI WHATSAPP GRUP (STUDI NETNOGRAFI KOMUNIKASI PADA WHATSAPP GRUP 48BANDUNG!)**

***JKT48 FANS COMMUNICATION PATTERNS VIA WHATSAPP GROUP  
(STUDY OF COMMUNICATION NETNOGRAPHY ON WHATSAPP GROUP  
48BANDUNG!)***

**Asti Noor Hotimah<sup>1</sup>, Ahmad Nada Kusnendar<sup>2</sup>**

<sup>1,2</sup>Program Studi Ilmu Komunikasi  
Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik  
Universitas Langlangbuana

---

**ABSTRAK**

Manusia sebagai makhluk sosial merupakan makhluk yang berhubungan secara timbal balik dengan manusia lain. Hal itu, tidak jauh dengan kegiatan berkomunikasi. Melalui perkembangan teknologi internet, kini komunikasi tidak hanya terjadi secara tatap muka, namun juga bermedia komputer atau dikenal dengan istilah *Computer Mediated Communication (CMC)*. Saat ini, berbagai platform media sosial banyak digunakan sebagai media komunikasi. kemunculan media sosial tentunya dimanfaatkan oleh komunitas sebagai sarana berinteraksi. Hal tersebut mendorong terbentuknya komunitas dalam ranah *virtual*, seperti komunitas *Fans JKT48 Bandung* yang memanfaatkan media sosial *whatsapp* untuk dijadikan media komunikasi komunitas. Penelitian ini berjudul “Pola komunikasi *Fans JKT48* melalui *Whatsapp grup*”. Tujuan dari penelitian ini untuk mengetahui aturan komunikasi, proses komunikasi, dan pola komunikasi *virtual* komunitas *Fans JKT48 Bandung*. penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan menggunakan pendekatan netnografi komunikasi. pengumpulan data dilakukan melalui observasi *virtual* dan wawancara. Hasil penelitian memperoleh bahwa pada aturan komunikasi, komunitas *Fans JKT48 Bandung* memiliki aturan komunikasi, pada proses komunikasi, penggunaan media sosial *whatsapp* sebagai media komunikasi dianggap membantu komunitas untuk berinteraksi dan pola komunikasi pada komunitas *Fans JKT48 Bandung* adalah pola komunikasi semua arah, sehingga setiap anggota bebas berinteraksi dengan anggota lainnya.

**Kata Kunci:** *Whatsapp, JKT48, Fans JKT48 Bandung, Komunitas Virtual, Netnografi Komunikasi.*

**ABSTRACT**

*Humans as social beings are creatures who relate reciprocally with other humans. This is not far from communicating activities. Through the development of internet technology, now communication does not only occur face-to-face, but also with computer media or known as Computer Mediated Communication (CMC). Currently, various social media platforms are widely used as a medium of communication. The emergence of social media is certainly used by the community as a means of interaction. This encourages the formation of communities in the virtual realm, such as the Bandung JKT48 Fan community who utilizes Whatsapp*

*social media to be used as a community communication medium. This research is entitled "Communication patterns of JKT48 fans through Whatsapp groups". The purpose of this study was to determine the rules of communication, communication processes, and virtual communication patterns of the Bandung JKT48 Fan community. This study uses qualitative research methods using a communication netnography approach. data collection was done through virtual observation and interviews. The results showed that in the communication rules, the Bandung JKT48 Fans community has communication rules, in the communication process, the use of Whatsapp social media as a communication medium is considered to help the community to interact and communication patterns in the JKT48 Bandung Fans community are all-way communication patterns, so that each member is free interact with other members.*

**Keywords:** *Whatsapp, JKT48, Bandung JKT48 Fans, Virtual Community, Communication Netnography.*

## **1 Pendahuluan**

### **1.1 Latar Belakang Penelitian**

Manusia sebagai makhluk sosial merupakan makhluk yang berhubungan secara timbal balik dengan manusia lain. Hal itu, tidak jauh dengan kegiatan berkomunikasi. Dahulu, kegiatan berkomunikasi sangat terbatas oleh ruang, jarak dan waktu. Namun seiring berkembangnya zaman, semakin berkembang pula media-media komunikasi, seperti sekarang di era zaman modern ini sebagian orang memilih berkomunikasi melalui gawai mereka. Terlebih lagi saat ini internet menjadi hal yang dibutuhkan dalam segala aspek kehidupan manusia.

Perkembangan teknologi internet telah membuat komunikasi semakin luas. Kini banyak *platform-platform* media di internet yang bermunculan menjadi wadah untuk berkomunikasi. Perkembangan teknologi tersebut juga telah mendasari lahirnya berbagai media sosial, dimana kemunculannya telah membawa perubahan-perubahan salah satunya pada pola perilaku atau perilaku komunikasi, sehingga jika dahulu komunikasi hanya bisa dilakukan secara tatap muka (*offline*)

namun karena adanya perkembangan teknologi dan munculnya media sosial, saat ini berkomunikasi pun bisa dilakukan secara *online* yang mengandalkan jaringan internet.

Media sosial seperti *facebook*, *twitter*, *whatsapp*, *line*, *instagram*, *youtube*, dan lain-lain merupakan situs sosial interaktif yang membuat penggunaanya dapat saling bertukar dan berbagi pesan, menambah teman hingga membentuk jaringan sosial di dunia *virtual*. Teknologi berbasis internet ini telah memudahkan orang-orang untuk saling terhubung dalam bertukar pesan dan membuat jaringan secara *online*.

Di era pandemi saat ini penggunaan media sosial tentunya sangat berguna untuk keberlangsungan kegiatan. Kemunculan beberapa media sosial membuat komunikasi menjadi tidak lagi terbatas pada jarak, ruang dan waktu. Melalui media sosial orang-orang dapat saling terhubung dan melakukan interaksi tanpa harus bertemu secara langsung. Tentunya hal tersebut tidak disia-siakan oleh individu, kelompok, komunitas atau organisasi sebagai media untuk saling berinteraksi. Salah satu aplikasi yang ramai

digunakan oleh sebagian orang yaitu aplikasi *Whatsapp*.

Rheingold (dalam Priowidodo, 2020:5) mendefinisikan komunitas *virtual* sebagai agresi sosial yang muncul dari internet ketika cukup banyak orang melakukan diskusi publik itu cukup lama, dengan perasaan manusia yang cukup, untuk membentuk jaringan hubungan pribadi di dunia maya.

Di antara sekian banyaknya komunitas *JKT48* yang tersebar di berbagai daerah, terdapat salah satu komunitas *Fans JKT48* yang memanfaatkan penggunaan media sosial *Whatsapp* untuk melakukan komunikasi *virtual* yaitu *Fans JKT48 Bandung*. *Fans JKT48 Bandung* merupakan komunitas penggemar *JKT48* yang berdomisili di Bandung, dibentuk pada 6 desember 2013 oleh Hildan Effendi. *Fans JKT48 Bandung* sendiri adalah suatu komunitas penggemar yang memiliki tujuan untuk menyatukan dan mewedahi seluruh *Fans JKT48* yang berada di wilayah Bandung dan sekitarnya.

Melihat perkembangan teknologi yang ada, komunitas ini akhirnya memutuskan untuk membuat sebuah grup percakapan *virtual* menggunakan media *Whatsapp* dengan nama 48Bandung!. Melalui grup percakapan ini anggota *Fans JKT48 Bandung* menjadi tersebar di berbagai daerah yang berada di wilayah Bandung dan sekitarnya dan dapat terhubung dan saling berinteraksi, sehingga tidak hanya *fans* yang berada di wilayah Bandung saja yang dapat saling berinteraksi.

Melalui grup percakapan, ketika anggota membagikan pesan mereka entah itu tentang suatu permasalahan, informasi, *sharing* dan sebagainya, maka anggota lainnya akan memberika pendapat,

berkomentar dan juga dukungan mengenai isi pesan yang disampaikan. Melalui penggunaan media sosial *whatsapp*, pesan mereka akan cepat tersebar kepada anggota lainnya, sehingga kapan pun mereka ingin bercerita dan memberikan pendapat mereka, mereka tidak perlu menunggu bertemu tatap muka.

Berdasarkan latar belakang yang telah peneliti uraikan, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian terhadap Komunitas *Fans JKT48* di *Whatsapp* grup, karena setiap komunitas tentunya memiliki karakter atau budaya masing-masing. Dengan begitu akan memudahkan penelitian dalam mendeskripsikan pola komunikasi *virtual* Komunitas *Fans JKT48* melalui analisis netnografi komunikasi.

## 1.2 Fokus Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka peneliti memformulasikan sebuah fokus penelitian yaitu bagaimana komunikasi *virtual Fans JKT48* melalui *Whatsapp* Grup 48Bandung! seperti apa aturan komunikasi yang diterapkan di dalam grup tersebut, seperti apa proses komunikasi yang terjadi, dan apa pola komunikasi yang digunakan di dalam grup tersebut.

## 1.3 Pertanyaan Penelitian

Berdasarkan latar belakang penelitian tersebut, maka pertanyaan penelitian yang peneliti susun adalah:

1. Bagaimana aturan komunikasi *Fans JKT48* di *Whatsapp* grup 48Bandung!
2. Bagaimana proses komunikasi *Fans JKT48* di *Whatsapp* grup 48Bandung!?

3. Bagaimana pola komunikasi *virtual Fans JKT48* yang terjadi di *Whatsapp* grup 48Bandung!

## 1.4 Maksud dan Tujuan Penelitian

### 1.4.1 Maksud Penelitian

Maksud penelitian ini untuk menjawab fokus penelitian yaitu Bagaimana Komunikasi *virtual Fans JKT48* melalui *Whatsapp* Grup 48Bandung!. Seperti apa aturan komunikasi yang diterapkan di dalam grup tersebut, seperti apa proses komunikasi sekunder yang digunakan, dan apa pola komunikasi yang digunakan di dalam grup tersebut.

### 1.4.2 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan penelitian ini untuk menjawab pertanyaan penelitian yaitu:

1. Untuk mengetahui aturan komunikasi *Fans JKT48* di *Whatsapp* grup 48Bandung!
2. Untuk mengetahui proses komunikasi *Fans JKT48* di *Whatsapp* grup 48Bandung!?
3. Untuk mengetahui pola komunikasi *virtual Fans JKT48* yang terjadi di *Whatsapp* grup 48Bandung!

## 1.5 Manfaat Penelitian

### 1.5.1 Manfaat Akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat akademis yaitu:

1. Mengembangkan manfaat penelitian komunikasi komunitas *virtual* untuk pengembangan ilmu komunikasi.
2. Mengembangkan penelitian studi netnografi dalam ilmu komunikasi.

3. Menjadi sumbangan pemikiran untuk penelitian selanjutnya.

### 1.5.2 Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat praktis yaitu:

Bagi mahasiswa atau khalayak umum dapat dijadikan sebagai sumber informasi dan masukan terkait pola komunikasi yang berguna untuk khalayak dan khususnya *fans* yang akan bergabung dalam komunitas.

## 2 Kajian Pustaka

### 2.2 Landasan Teoritis

#### 2.2.1 Komunikasi Kelompok

##### 2.2.1.1 Pengertian Komunikasi Kelompok

Kelompok adalah sekumpulan orang-orang yang terdiri dari dua atau tiga orang bahkan lebih. Kelompok memiliki hubungan yang intensif di antara mereka satu sama lainnya, terutama kelompok primer, intensitas hubungan di antara mereka merupakan persyaratan utama yang dilakukan oleh orang-orang dalam kelompok tersebut. kelompok memiliki tujuan dan aturan-aturan yang dibuat sendiri dan merupakan kontribusi arus informasi di antara mereka sehingga mampu menciptakan atribut kelompok sebagai bentuk karakteristik yang khas dan melekat pada kelompok itu

##### 2.2.1.2 Karakteristik Komunikasi Kelompok

Karakteristik dalam komunikasi kelompokm ditentukan melalui dua hal, yaitu norma dan peran. Norma adalah kesepakatan dan perjanjian tentang bagaimana orang-orang dalam suatu kelompok berhubungan dan berperilaku

satu dengan lainnya. Peran adalah aspek dinamis dari kedudukan (status).

### 2.2.1.3 Fungsi Komunikasi Kelompok

- a. Fungsi pertama dalam kelompok adalah hubungan sosial, dalam arti bagaimana suatu kelompok mampu memelihara dan memantapkan hubungan sosial di antara para anggotanya, seperti bagaimana suatu kelompok secara rutin memberikan kesempatan kepada anggotanya untuk melakukan aktivitas yang informal, santai, dan menghibur.
- b. Pendidikan adalah fungsi kedua dari kelompok, dalam arti bagaimana sebuah kelompok secara formal maupun informal bekerja untuk mencapai dan mempertukarkan pengetahuan. Melalui fungsi pendidikan ini, kebutuhan-kebutuhan dari para anggota kelompok, kelompok itu sendiri, bahkan kebutuhan masyarakat dapat terpenuhi.
- c. Fungsi persuasi, seorang anggota kelompok berupaya memengaruhi anggota lainnya supaya melakukan atau tidak melakukan sesuatu. Seseorang yang terlibat usaha-usaha persuasif dalam suatu kelompok, membawa risiko untuk tidak diterima oleh para anggota lainnya.
- d. Fungsi *problem solving*, kelompok juga dicerminkan dengan kegiatan-kegiatannya untuk memecahkan persoalan dan membuat keputusan-keputusan. Pemecahan masalah berkaitan dengan penemuan alternatif atau solusi yang tidak diketahui sebelumnya; sedangkan pembuatan keputusan berhubungan dengan pemilihan antara dua orang atau lebih solusi.
- e. Fungsi terapi, kelompok terapi memiliki perbedaan dengan kelompok lainnya, karena kelompok terapi tidak memiliki tujuan. Objek dari kelompok terapi adalah

membantu setiap individu mencapai perubahan personalnya.

### 2.2.2 Teori *Computer Mediated Communication (CMC)*

*Computer Mediated Communication* atau biasa disingkat dengan *CMC* dalam bahasa Indonesia bisa diterjemahkan menjadi komunikasi yang berwujud komputer atau komunikasi yang diperantarakan oleh komputer. Kajian *CMC* ini tergolong baru, mulai berkembang pada tahun 1987.

Dalam konteks *CMC* komputer yang dimaksud tidak hanya perangkat *Personal Computer (PC)* atau Laptop, tetapi semua alat-alat yang berbasis komputer seperti PDA, *smartphone*, tablet, dan sejenisnya, alat-alat tersebut disebut dengan media baru komunikasi.

Menurut John December dalam (Widjajanto, 2013, hal. 143) mendefinisikan komunikasi bermedia komputer sebagai proses komunikasi manusia dengan menggunakan komputer yang melibatkan sejumlah orang, dalam situasi dengan beragam konteks, yang terjadi dalam proses untuk membentuk media dengan berbagai tujuan.

Kehadiran komunikasi bermedia komputer memunculkan pertanyaan mengenai kemampuan sosial. Pertanyaan tersebut dijawab oleh Joseph Walter dengan menawarkan model Proses Informasi Sosial, sebuah model untuk berkomunikasi menggunakan media komputer (*CMC – Computer Mediated Communication*) bahwa pada intinya kualitas komunikasi bermedia komputer dapat sama dengan komunikasi tatap muka asalkan pelakunya meluangkan waktu yang memadai untuk saling bertukar kesan interpersonal dan terus membangun hubungan serta disertai

dengan komitmen yang tinggi. Komunikasi jenis ini pada dasarnya dapat membangun ikatan sosial. Hanya saja diperlukan waktu yang lebih lama dan mencari data serta menemukan cara untuk menggantikan petunjuk non-verbal yang muncul pada komunikasi tatap muka.

## 2.3 Landasan Konseptual

### 2.3.1 Pola Komunikasi

Menurut Miller dalam (Priyowidodo, 2020, hal. 65) Pola komunikasi diartikan sebagai jawaban atas pertanyaan mengenai bagaimana proses komunikasi yang terjadi dalam organisasi. Djamarah dalam (Priyowidodo, 2020, hal. 65) mengatakan pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.

### 2.3.2 Komunitas *Virtual*

Djik dalam (Priyowidodo, 2020, hal. 66) menyebutkan bahwa Komunitas *virtual* adalah perkumpulan orang-orang yang tidak terikat pada waktu, tempat dan keadaan fisik, dan media yang memungkinkan mereka. Mereka tercipta dalam lingkungan elektronik dengan bantuan mediasi komunikasi. Definisi lain dalam komunitas *virtual* adalah sekelompok orang yang melakukan interaksi menggunakan media internet, ruang ngobrol (*chat room*), *newsgroup*, *email* dan juga forum diskusi (Herman, 2015). Ouwersloot dan Schroeder dalam (Priyowidodo, 2020, hal. 66) menyebutkan beberapa alasan orang bergabung dalam komunitas, yaitu untuk memperoleh kepastian akan kualitas suatu produk dari sebuah komunitas yang telah menggunakan produk tersebut secara

berkala, untuk berbagai pengalaman mengenai suatu produk yang dikonsumsi kepada anggota komunitas lainnya, untuk ikut menikmati suatu produk atau jasa bersama-sama dengan anggota komunitas yang lain, dan tertarik akan nilai-nilai yang terkandung dalam simbol suatu merek (Adipradana & Shihab, 2013:14).

### 2.3.3 Media Sosial

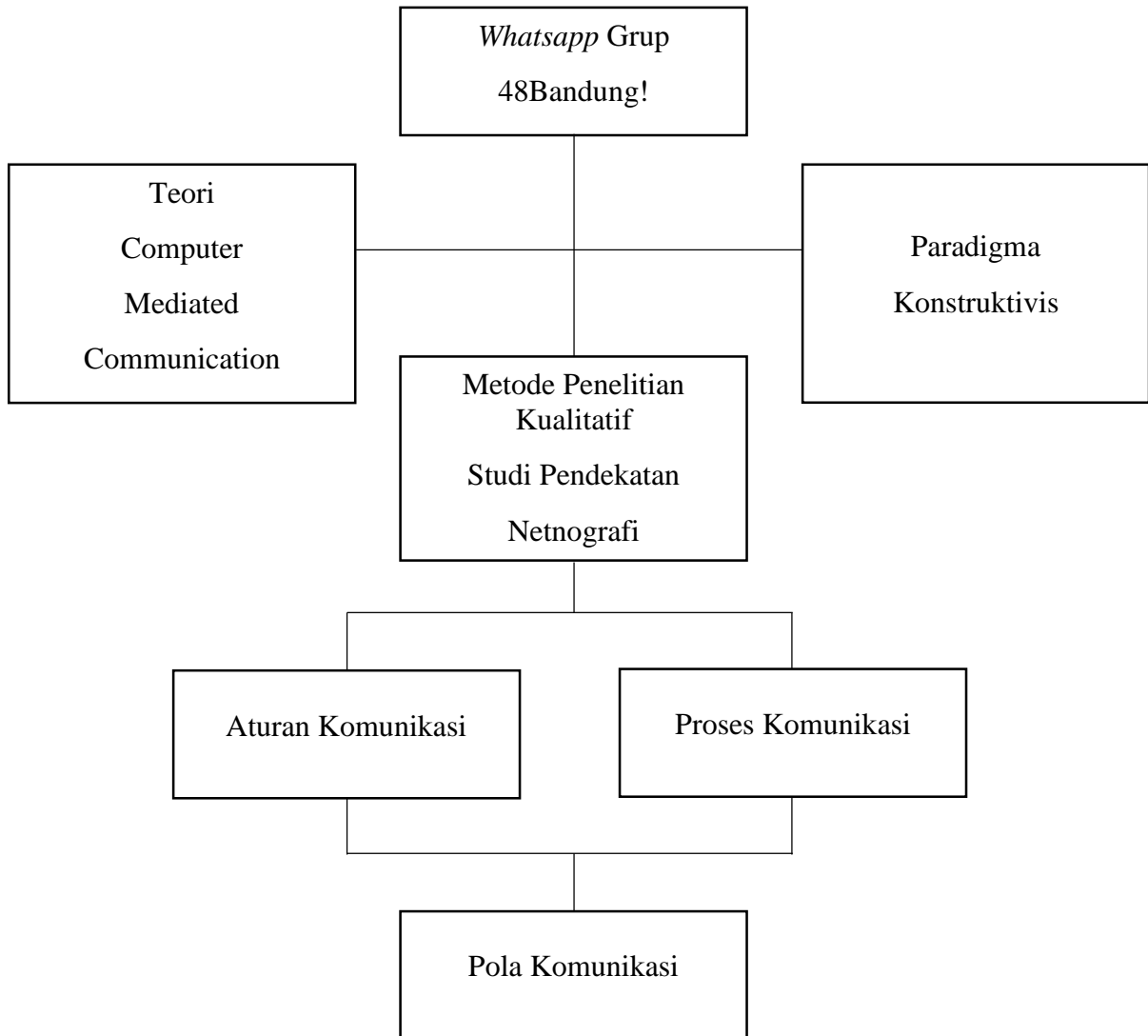
Shirky dalam (Priyowidodo, 2020, hal. 34) mendefinisikan bahwa media sosial merupakan perangkat lunak sosial untuk meningkatkan kemampuan pengguna untuk berbagi (*to share*), bekerja sama (*to cooperate*) di antara pengguna dan melakukan tindakan secara kolektif yang semuanya berada di luar kerangka institusional maupun organisasi. Sementara, Mieke dan Young (2012) mengartikan kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (*to be shared one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu (Nasrullah, 2017).

### 2.3.4 *Whatsapp*

*Whatsapp* merupakan aplikasi pesan lintas platform yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa biaya SMS, karena *Whatsapp Messenger* menggunakan paket data internet yang sama untuk *email*, *browsing web*, dan lain-lain. (Hakkajiten.com, 2017). Fitur-fitur yang ada pada pesan instan *Whatsapp* di antaranya (1) aplikasi ini ringan dan tidak boros baterai seperti *messenger* lainnya, (2) ketika pengguna sedang mengobrol dengan seseorang ia akan tahu apakah lawan bicaranya sedang mengetik pesan untuknya atau tidak, (3) memiliki fitur '*last seen*', kapan terakhir pengguna membuka

*Whatsapp*, (4) dapat mengetahui apakah lawan bicara sudah membaca pesan dari pengguna atau belum, (5) *fitur live*

*location*, (6) *Video Call*, (7) *Free Call*, dan lain-lain.



Gambar 2.1  
Skema Kerangka Pemikiran  
Sumber: Data hasil penelaahan penelitian 2021

### 3 Metode Penelitian

#### 3.1 Paradigma Penelitian

Pada hakekatnya suatu penelitian bertujuan untuk mencari serta mendapatkan kebenaran ataupun untuk lebih membenarkan sesuatu kebenaran. Upaya ini dicoba oleh para ilmuwan sesuai dengan metode pemikirannya yang dikenal dengan paradigma. Paradigma merupakan suatu konsensus yang paling luas dalam suatu ilmu pengetahuan dan membantu membedakan satu komunitas ilmiah (atau sub komunitas) dari yang lain. Paradigma memasukkan, mendefinisikan, dan menghubungkan eksemplar, teori, metode, dan instrumen yang ada di dalamnya.

Definisi paradigma yang dikemukakan Ritzer dalam (Gunawan, 2015, hal. 31) mengandung tiga asumsi yaitu ontologi, epistemologi, dan metodologi. Ini dapat dilihat dari pernyataan: “paradigma membantu memberikan definisi tentang apa yang harus dipelajari (asumsi ontologi), pernyataan apa yang harus dikemukakan (asumsi epistemologi), bagaimana pernyataan itu dikemukakan, dan peraturan apa yang harus dipatuhi dalam menginterpretasikan jawaban yang diperoleh (asumsi metodologi).

#### 3.2 Desain Penelitian Kualitatif

Sesuai permasalahan yang telah dirumuskan oleh peneliti, maka penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif. Penelitian kualitatif merupakan sebuah metode penelitian yang digunakan dalam mengungkapkan permasalahan dalam kehidupan kerja organisasi pemerintah, swasta, masyarakat, kepemudaan, perempuan, olahraga, seni dan budaya, sehingga dapat dijadikan suatu kebijakan

untuk dilaksanakan demi kesejahteraan bersama. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bertujuan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam tentang masalah-asalah manusia dan sosial, bukan mendeskripsikan bagian permukaan dari suatu realitas sebagaimana dilakukan penelitian kuantitatif dengan positivismenya.

Peneliti menginterpretasikan bagaimana subjek memperoleh makna dari lingkungan sekeliling, dan bagaimana makna tersebut memengaruhi perilaku mereka. Penelitian dilakukan dalam latar (*setting*) yang alamiah (*naturalistic*) bukan hasil perlakuan (*treatment*) atau manipulasi variabel yang dilibatkan.

#### 3.3 Metode Penelitian Netnografi Komunikasi

Netnografi berasal dari kata internet dan etnografi, yang secara singkat diartikan sebagai metode etnografi yang dipergunakan untuk menyelidiki kehidupan dunia *virtual* di internet.

*“Netnografi is a participant-observational research based in online fieldwork which uses computer-mediated communications as a source of data to arrive at the ethnographic understanding and representation of a cultural or communal phenomenon.”* (Kozinets, 2013:61)

Artinya, netnografi adalah penelitian observasional partisipan yang berbasis di lapangan *online* yang menggunakan komunikasi yang dimediasi oleh komputer sebagai sumber data untuk sampai pada pemahaman etnografi dan representasi fenomena budaya atau komunal. Menurut Kozinets dalam



(Priyowidodo, 2020, hal. 68) “netnografi” dapat disebut juga etnografi pada internet, atau dari “inter[net] dan et[nografi]”, di mana merupakan metode penelitian kualitatif yang relatif baru dengan mengadaptasi teknik penelitian etnografi untuk meneliti berbagai budaya dan komunitas yang dikumpulkan melalui komunikasi-komunikasi dengan menggunakan media komputer. Sebagai sebuah teknik riset, “netnografi” menggunakan informasi yang terpublikasi dalam forum-forum daring. Ada juga yang menyebut netnografi sebagai “*digital ethnography*” atau “*virtual ethnography*” (Nguyen, 2013). Netnografi intinya metode yang mengandalkan komputer atau *Computer Mediated Communications (CMC)*, yaitu komunikasi yang terjadi melalui komputer atau jaringan. *CMC* tersebut termasuk di dalamnya ialah *forums, postings, instant message, email, chat-room, dan mobile text message* (Kozinets (2010) dalam Purwanto dan Ihalauw (2017)).

Nguyen (2013) dalam Purwanto dan Ihalauw (2017) memberikan beberapa langkah dalam melakukan riset netnografi: (1) langkah pertama adalah menetapkan rumusan masalah, situs-situs sosial atau topik-topik untuk diteliti, (2) langkah kedua adalah identifikasi dan pemilihan komunitas yang akan diteliti, (3) langkah ketiga adalah pengumpulan data, (4) langkah keempat adalah analisis data dan interpretasi berbagai temuan secara terus-menerus hingga titik jenuh, kemudian (5) langkah kelima adalah menulis, mempersentasikan dan melaporkan temuan-temuan penelitian atau implikasi-implikasi teoritis dan kebijakan.

### 3.4 Sumber data

Sumber data pada penelitian ini yaitu bersumber dari informan yang tergabung dalam *Whatsapp* grup dan juga bersumber dari hasil percakapan di dalam grup 48Bandung!. Di mana peneliti akan mengumpulkan data menggunakan metode netnografi komunikasi yaitu menggunakan data arsip (peneliti meng-*capture* percakapan dalam komunitas), data elisitasi (wawancara dengan admin dan anggota melalui pesan instan ataupun secara langsung).

#### 3.4.1 Mengumpulkan Data *Whatsapp* Grup

Dalam pengumpulan data *whatsapp* grup, peneliti akan menggunakan data arsip. Data arsip nantinya peneliti akan meng-*capture* peristiwa percakapan dalam komunitas yang merupakan bagian dari proses komunikasi di dalam grup percakapan.

#### 3.4.2 Wawancara Mendalam

Pada prinsipnya, teknik wawancara merupakan teknik di mana penelitian dan informasi bertatap muka langsung di dalam wawancara yang dilakukan.

Menurut Patton dalam (Suharsaputra, 2012, hal. 214) terdapat enam jenis pertanyaan yang dapat digunakan oleh peneliti untuk mendapatkan jenis informasi yang berbeda dari responden yaitu: (1) pertanyaan pengalaman perilaku, (2) pertanyaan pendapat nilai, pertanyaan perasaan, (4) pertanyaan pengetahuan, (5) pertanyaan sensasi, (6) pertanyaan latar belakang demografi.

Wawancara digunakan sebagai teknik pengumpulan data untuk

mengetahu hal-hal dari responden secara mendalam. Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara secara *online* dan *offline* untuk mendapatkan data dan melakukan klarifikasi dan konfirmasi terhadap informasi atau data kepada informan. Hal tersebut dilakukan untuk mencegah bias informasi dan ketidakpastian validasi data.

### 3.4.3 Teknik Observasi *Virtual*

Hardiansyah dalam (Suharsaputra, 2012, hal. 209) mendefinisikan observasi sebagai suatu proses melihat, mengamati dan mencermati serta merekam perilaku secara sistematis untuk suatu tujuan tertentu. Observasi ialah suatu kegiatan mencari data yang dapat digunakan untuk memberikan suatu kesimpulan.

Dalam penelitian ini, peneliti akan melakukan tahap observasi secara *virtual*, peneliti akan ikut bergabung kedalam grup percakapan komunitas *Fans JKT48 Bandung* (48Bandung!) di media sosial *Whatsapp*. Hal tersebut dilakukan agar peneliti dapat mengetahui dan memahami aktivitas komunikasi *virtual* komunitas tersebut.

### 3.5 Metode Analisis Data

Spradley dalam (Gunawan, 2015, hal. 210) Analisis data adalah “pencarian atau pelacakan pola-pola. Analisis data kualitatif adalah pengujian sistematis dari sesuatu untuk menetapkan bagian-bagiannya, hubungan antarkajian, dan hubungannya terhadap keseluruhannya.”. “Semua analisis data kualitatif akan mencakup penelusuran data, melalui catatan-catatan (pengamatan lapangan) untuk menemukan pola-pola budaya yang dikaji oleh peneliti”.

Teknik pengumpulan data dan analisis data pada praktiknya tidak secara mudah dipisahkan. Kedua kegiatan tersebut berjalan serempak, artinya analisis data memang seharusnya dikerjakan bersamaan dengan pengumpulan data, dan kemudian dilanjutkan setelah pengumpulan data selesai dikerjakan. Analisis data mencakup kegiatan dengan data, mengorganisasikannya, memilih, dan mengaturnya ke dalam unit-unit, mensintesisnya, mencari pola-pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang akan dipaparkan kepada orang lain sebagai pembaca laporan penelitian.

Miles dan Huberman dalam (Gunawan, 2015, hal. 210) mengemukakan tiga tahapan yang harus dikerjakan dalam menganalisis data penelitian kualitatif, yaitu: (1) reduksi data (*data reduction*); (2) paparan data (*data display*); dan (3) penarikan kesimpulan dan verifikasi (*conclusion drawing/verifying*).

### 3.6 Unit Analisis Data

Proses analisis data secara keseluruhan melibatkan usaha memaknai data yang berupa tes atau gambar. Untuk itu, peneliti perlu mempersiapkan data tersebut untuk dianalisis, melakukan analisis-*analisis* yang berbeda, memperdalam pemahaman akan data tersebut, menyajikan data, dan membuat interpretasi maka yang lebih luas akan data tersebut. ada sejumlah proses umum yang bisa dijelaskan oleh peneliti dalam proposal mereka untuk menggambarkan keseluruhan aktivitas analisis data ini:

### 3.7 Teknik Analisis Data

Analisis dalam data kualitatif menurut Bogdan dan Biklen (dalam Moleong, 2015: 248) merupakan upaya “mengorganisasikan data, memilah-milahnya menjadi satuan yang dapat dikelola, mensistensikannya, mencari dan menemukan pola, menemukan apa yang penting dan apa yang dipelajari, dan memutuskan apa yang dapat diceritakan kepada orang lain”.

Data yang terkumpul dianalisis melalui tahap-tahap berikut:

#### Tahap I: Mentranskripsikan Data

Pada tahap ini dilakukan pengalihan data rekaman ke dalam bentuk skripsi dan menerjemahkan hasil transkripsi.

#### Tahap II: Kategorisasi

Pada tahap ini, peneliti melakukan klasifikasi data berdasarkan item-item masalah yang diamati dan diteliti, kemudian melakukan kategorisasi data sekunder dan data lapangan. Selanjutnya menghubungkan sekumpulan data dengan tujuan mendapatkan makna yang relevan.

#### Tahap III: Verifikasi

Pada tahap ini data dicek kembali untuk mendapatkan akurasi dan validitas data sesuai dengan yang dibutuhkan dalam penelitian. Sejumlah data.

#### Tahap IV : Interpretasi dan Deskripsi

Pada tahap ini data yang telah diverifikasi diinterpretasikan dan dideskripsikan. Peneliti berusaha meng-koneksikan sejumlah data untuk mendapatkan makna dari hubungan data tersebut. Peneliti menetapkan pola dan menemukan korespondensi antara dua atau lebih kategori data.

### 3.8 Teknik Pemeriksaan Pengabsahan Data

Uji kredibilitas data dapat dilakukan dengan triangulasi salah satunya, triangulasi dilakukan melalui wawancara, observasi dan dokumentasi. Observasi ini dilakukan dalam bentuk pengamatan atas beberapa kelakuan dan kejadian, yang kemudian dari hasil pengamatan tersebut ditarik benang merah yang menghubungkan antara berbagai fenomena kejadian (Suharsaputra, 2012, hal. 205).

Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara dan berbagai waktu, pelaksanaan teknis dari langkah pengujian keabsahan triangulasi dapat memanfaatkan

#### Triangulasi Sumber:

Untuk menguji kredibilitas data dilakukan dengan mengecek dan membandingkan data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber data yang berbeda. Misalnya, memanfaatkan data dari wawancara dan observasi, peneliti dapat menggunakan observasi terlibat (*participant observation*), dokumen

tertulis, dokumen sejarah, arsip, catatan resmi, catatan/tulisan pribadi, gambar/foto, dan wawancara. Masing-masing sumber data akan menghasilkan bukti atau data yang berbeda, yang selanjutnya akan memberikan pandangan yang berbeda pula mengenai fenomena yang diteliti. Berbagai pandangan itu akan melahirkan keluasan pengetahuan untuk memperoleh kredibilitas. (Sugeng Pujileksono, 2015:144)

### 3.9 Data Informan

Informan dalam penelitian ini merupakan bagian dari peneliti guna memperoleh data informasi. Informan dalam penelitian ini adalah sebanyak 3 (tiga) informan yang dibagi menjadi Informan utama dan informan pendukung yaitu admin dan anggota dalam grup 48Bandung!.

### 3.10 Lokasi dan Waktu Penelitian

#### 3.10.1 Lokasi Penelitian

Penelitian ini difokuskan pada informan yaitu admin dan anggota grup yang berdomisili di wilayah Bandung.

#### 3.10.2 Waktu Penelitian

Penelitian ini direncanakan selama 5 bulan yaitu dimulai dari bulan Februari sampai dengan Juni 2021.

## 4 Hasil Penelitian dan Pembahasan

### 4.1 Gambaran Umum Penelitian

Dalam BAB ini peneliti akan memaparkan dan menjalankan hasil dan pembahasan dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti berdasarkan fokus peneliti yang telah ditentukan sebelumnya. Peneliti akan menganalisis dari berbagai informasi yang peneliti dapatkan dan nantinya informasi data yang telah peneliti dapatkan tersebut akan

menghasilkan pemahaman mengenai pola komunikasi *Fans JKT48* melalui *whatsapp* grup 48Bandung!.

*Fans JKT48* Bandung sendiri merupakan komunitas penggemar *JKT48* yang berdomisili di Bandung, dibentuk pada 6 Desember 2013 oleh Hildan, komunitas ini memiliki tujuan untuk menyatukan dan mewadahi seluruh *Fans JKT48* yang berada di wilayah Bandung dan Sekitarnya. Komunitas *Fans JKT48* Bandung memiliki kegiatan seperti *gathering*, bakti sosial, mengadakan sebuah *project* dan lain-lain. Kegiatan tersebut ada yang dilakukan secara *offline* maupun *online*.

Dalam penelitian yang berjudul “Pola Komunikasi *Fans JKT48* melalui *Whatsapp* Grup (Studi Netnografi komunikasi pada *Whatsapp* grup 48Bandung!) ini, peneliti menggunakan metode studi pendekatan Netnografi Komunikasi. Kozinets dalam (Priyowidodo, 2020, hal. 68) “netnografi” dapat disebut juga etnografi pada internet, atau dari “inter[net] dan et[nografi]”, di mana merupakan metode penelitian kualitatif yang relatif baru dengan mengadaptasi teknik penelitian etnografi untuk meneliti berbagai budaya dan komunitas yang dikumpulkan melalui komunikasi-komunikasi dengan menggunakan media komputer. Melalui pendekatan ini, peneliti menghimpun data-data melalui data arsip (peneliti meng-*capture* percakapan komunitas), data elisitasi (wawancara dengan admin dan anggota baik itu secara *offline* maupun *online*) dan juga melakukan observasi *virtual* pada grup percakapan *Fans JKT48* di *Whatsapp* grup.

Wawancara dilakukan dengan mewawancarai admin dan anggota

komunitas *Fans JKT48* yang sudah memenuhi kriteria informan sesuai yang telah ditentukan sebelumnya.

Observasi *virtual* dilakukan dengan cara peneliti bergabung ke dalam grup percakapan komunitas *Fans JKT48* di media sosial *Whatsapp* yang bernama 48Bandung!. Hal tersebut dilakukan untuk membangun hubungan antara peneliti dan subjek penelitian dan juga untuk memudahkan peneliti untuk dapat mengetahui dan mengamati aktivitas komunitas *virtual* komunitas tersebut. *Whatsapp* dipilih karena merupakan media sosial yang digunakan komunitas *Fans JKT48* untuk saling berinteraksi.

## 4.2 Hasil Penelitian

### 4.2.1 Aturan Komunikasi Kelompok di dalam grup 48Bandung!

Dalam komunikasi kelompok, setiap kelompok memiliki aturan masing-masing, di mana aturan tersebut fungsinya untuk mengatur bagaimana para anggota kelompok dalam berperilaku. Berdasarkan wawancara yang telah dilakukan oleh peneliti bersama Hildan selaku informan 1 dan juga *founder* dari komunitas *Fans JKT48* Bandung mengenai adakah aturan tertentu yang berlaku di dalam grup 48Bandung hildan mengatakan bahwa di dalam grup 48Bandung! Memiliki aturan yang harus dipatuhi oleh semua anggota seperti dilarang *out of topic*, membahas unsur politik dan SARA.

### 4.2.2 Proses Komunikasi *Fans JKT48* Bandung

Proses komunikasi menurut Lasswell dimulai dari pengirim pesan (*sender*) yang menyampaikan pesan (*message*) melalui media (*medium*) yang

diterima oleh penerima pesan (*receiver*) yang kemudian menciptakan umpan balik (*feedback*) yang diberikan penerima pesan kepada pengirim pesan. Komunitas *Fans JKT48* menggunakan grup percakapan media sosial *Whatsapp* sebagai media komunikasi yang dapat membantu anggota untuk saling berinteraksi.

### 4.2.3 Pola Komunikasi *Virtual* di dalam grup 48Bandung!

Djamarah dalam (Priyowidodo, 2020:65) mengatakan pola komunikasi diartikan sebagai bentuk atau pola hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman dan penerimaan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Pola Komunikasi juga merupakan hubungan-hubungan khas dan berulang antar komponen komunikasi.

Pada tahap observasi *virtual*, peneliti mendapatkan data bahwa terdapat beberapa peristiwa komunikasi yang dibicarakan oleh komunitas *Fans JKT48* Bandung pada grup percakapan komunitas dan terjadi secara berulang. Peristiwa komunikasi tersebut berupa *Greetings*, informasi mengenai *Event* umum, informasi mengenai *Event Fans JKT48* Bandung, Share foto kegiatan komunitas *Fans JKT48* Bandung dan Ucapan selamat ulang tahun. Topik-topik tersebutlah yang secara konsisten sering muncul pada grup percakapan komunitas. Selanjutnya, peneliti juga mendapatkan data bahwa setiap anggota komunitas *Fans JKT48* Bandung bebas melakukan komunikasi dengan anggota lainnya. Hal tersebut terlihat pada grup percakapan 48Bandung!. di mana anggota komunitas tidak memiliki aturan tertentu yang mengatur jaringan komunikasi antar anggota.

### 4.3 Pembahasan

Berdasarkan teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori *Computer Mediated Communication (CMC)*. Kaitan teori dengan penelitian ini yaitu karena pada dasarnya netnografi merupakan metode yang mengandalkan komputer atau *Computer Mediated Communication (CMC)*. Maka dari itu, teori ini sangat cocok dengan penelitian ini, karena objek dari penelitian ini yaitu *whatsapp* grup, di mana *whatsapp* grup merupakan aplikasi pesan lintas platform yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa biaya SMS, karena *Whatsapp Messenger* menggunakan paket data internet yang sama untuk *email, browsing web*, dan lain-lain. *Whatsapp* juga dapat diakses melalui jaringan komputer seperti smartphone, Personal Computer (PC) ataupun tablet.

Dalam pembahasan penelitian ini, berdasarkan hasil wawancara dan observasi *virtual*, peneliti melakukan penelitian dalam kurun waktu Maret 2021 hingga Mei 2021. Peneliti menemukan bahwa dalam komunitas *virtual Fans JKT48* Bandung di dalam grup percakapan *whatsapp* grup 48bandung! seluruh anggota dapat berkomunikasi satu sama lainnya tanpa batasan-batasan hubungan antaranggota, sehingga setiap anggotanya bebas berkomunikasi dengan siapapun. Pola ini dijalankan saat anggota atau sedang berbagi komponen komunikasi yang dapat membangun sebuah peristiwa komunikasi antaranggotanya, seperti di antaranya *Greetings, Curhat, Oshi*, Informasi mengenai *Event* umum, Informasi mengenai *Event* komunitas, Share foto kegiatan dan Ucapan selamat ulang tahun.

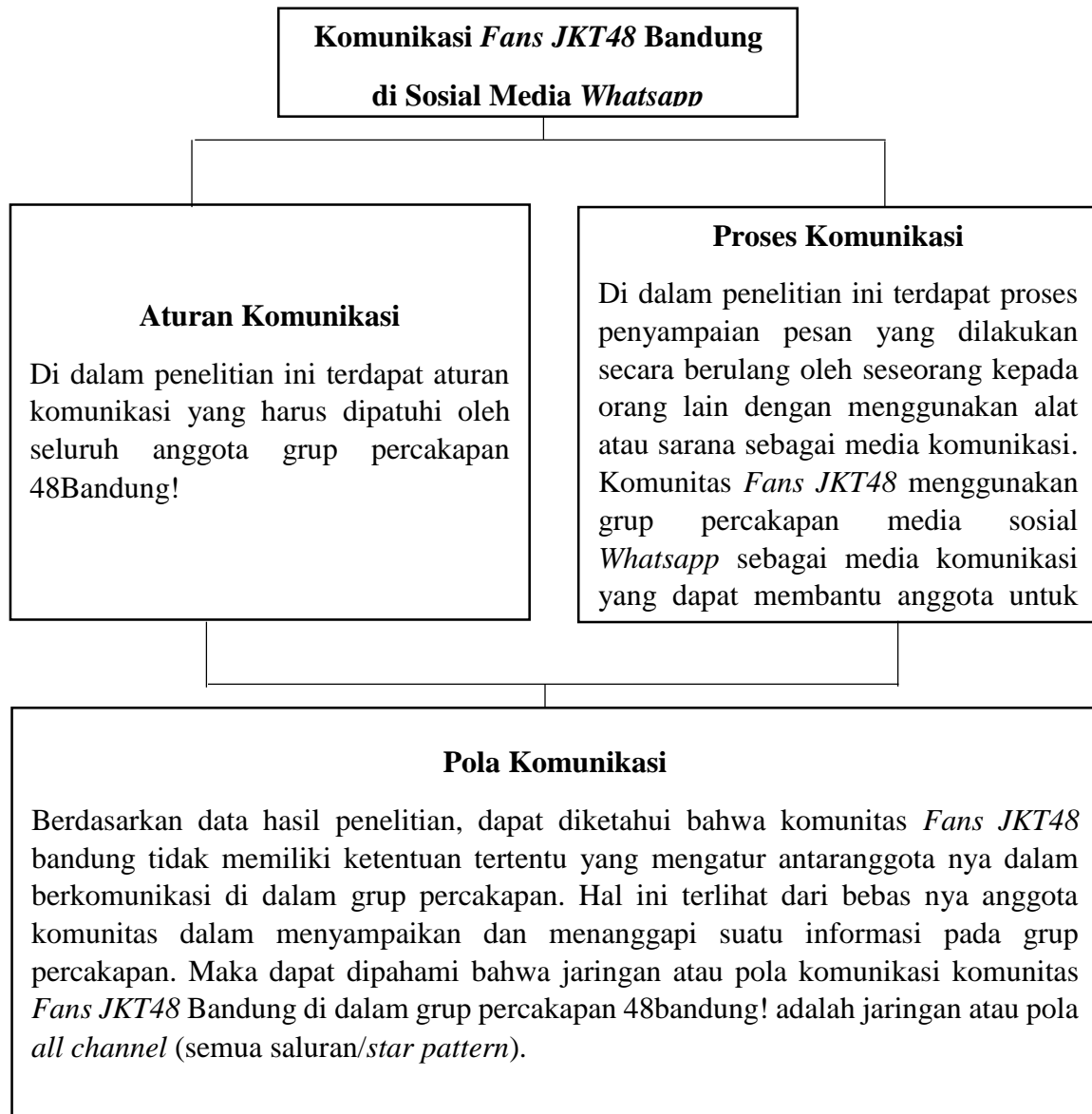
Pola tersebut sesuai dengan pengertian *Star Pattern* menurut Devito dalam (Priyowidodo, 2020: 66) di mana setiap anggota dalam pola komunikasi ini dimungkinkan berkomunikasi satu sama lainnya tanpa batasan-batasan hubungan antaranggota, sehingga setiap anggotanya bebas berkomunikasi dengan siapapun. Pola ini dijalankan dalam komunitas *virtual* di dalam grup percakapan *whatsapp* 48Bandung!, karena *Whatsapp* grup merupakan media sosial di mana penggunaannya dapat membagikan apa yang ingin dibagikan di dalam *room chat*, kemudian ada yang menanggapi entah itu menggunakan tulisan, stiker, foto, dan lain-lain. Hasil tersebut juga sesuai dengan hasil penelitian terdahulu yang menyatakan bahwa pola komunikasi yang terjadi di media sosial *whatsapp* grup melakukan pola semua saluran (*all-channel/star*), karena dalam proses penyampaian informasi di dalam grup semua anggota tidak perlu mengkoordinasikan pesan kepada satu orang, tetapi semua anggota dapat mengirimkan pesan di dalam grup percakapan tersebut dengan bebas, seperti yang dikatakan oleh Mieke dan Young (2012) mengartikan bahwa kata media sosial sebagai konvergensi antara komunikasi personal dalam arti saling berbagi di antara individu (*to be shared one-to-one*) dan media publik untuk berbagi kepada siapa saja tanpa ada kekhususan individu (Nasrullah, 2017).

#### 4.3.1 Komponen Komunikasi

Untuk menganalisis komponen komunikasi dalam dalam grup percakapan komunitas *Fans JKT48* Bandung, maka peneliti menggunakan model SPEAKING

dari Dell Hymes yang terdiri atas delapan komponen yaitu: *Setting, Participats, Ends, Act Sequences, Key, Instrumental, Norm, dan Genre.*

**Gambar 4.1 Bagan Hasil Penelitian**



**Sumber: Data Hasil Penelaahan Peneliti 2021**

## V Kesimpulan dan Saran

### 5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dianalisa peneliti dengan menggunakan teori terkait, maka peneliti dapat menarik kesimpulan mengenai pola komunikasi *virtual* komunitas *Fans JKT48* Bandung pada grup percakapan 48Bandung! di media sosial *whatsapp*. Maka kesimpulannya sebagai berikut:

1. Pada aturan komunikasi kelompok, komunitas *Fans JKT48* Bandung memiliki aturan yang harus dipatuhi oleh anggota komunitas seperti dilarang membagikan hal yang berbau pornografi, *out of topic*, berbicara kasar atau tidak sopan, membahas politik, SARA, berperilaku buruk, promosi tanpa seijin admin, bercanda saat sedang diskusi serius. Ketika ada anggota komunitas yang melanggar aturan itu maka admin akan memberikan peringatan, mengeluarkan anggota dari grup sampai anggota diblacklist dari komunitas.
2. Pada proses komunikasi, komunitas *Fans JKT48* menggunakan grup percakapan pada media sosial *whatsapp* sebagai media komunikasi komunitas. Penggunaan *whatsapp* sebagai media komunikasi oleh komunitas dianggap telah membantu antaranggota untuk berinteraksi. Penggunaan media sosial *whatsapp* ini dapat menghubungkan antaranggota kapan saja tanpa

mengenal jarak dan waktu. Penggunaan media *whatsapp* juga memberikan pengaruh positif terhadap komunitas, terutama dalam tujuan untuk berkomunikasi dengan anggota lainnya dan sebagai media untuk sharing, bertukar informasi dan saling berbincang santai. Setiap anggota dapat berperan baik sebagai komunikator maupun komunikan.

3. Pada pola komunikasi *virtual*, khususnya pada grup percakapan komunitas *Fans JKT48* Bandung yang bernama 48Bandung!, peristiwa komunikasi yang terjadi secara berulang adalah *Greetings*, curhat, *Oshi*, informasi mengenai *Event*, informasi mengenai *Event* komunitas, share foto kegiatan dan ucapan selamat ulang tahun. Dalam peristiwa komunikasi yang terjadi secara berulang di grup percakapan tersebut, terdapat komponen komunikasi yang membangun peristiwa komunikasi tersebut diantaranya seperti adanya komunitas yang memulai percakapan, dan penggunaan foto, poster, atau stiker yang merupakan komponen interaktif pada media *whatsapp*. Selanjutnya komunitas *Fans JKT48* Bandung tidak memiliki aturan tertentu yang mengatur antaranggotanya dalam berkomunikasi di dalam grup



percakapan. Hal ini terlihat dari bebas nya anggota komunitas dalam menyampaikan dan menanggapi suatu informasi pada grup percakapan. Sehingga komunitas *Fans JKT48* Bandung memiliki pola atau jaringan semua saluran (*All-Channel/Star Pattern*). Di mana setiap anggota komunitas bebas berkomunikasi dengan anggota lainnya tanpa aturan atau prosedur tertentu karena semua saluran komunikasi bersifat terbuka.

4.

## 5.2 Saran

### 5.2.1 Saran Akademis

Penelitian ini diharapkan memberikan saran akademik yaitu:

1. Mengembangkan manfaat penelitian komunikasi komunitas *virtual* untuk pengembangan ilmu komunikasi.
2. Mengembangkan penelitian studi netnografi dalam ilmu komunikasi.

3.

### 5.2.2 Saran Praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan saran praktis yaitu:

1. Memberikan pegangan sebagai sarana untuk menerapkan ilmu komunikasi terkait Aturan Komunikasi, Proses Komunikasi, dan Pola komunikasi.

2. Sebagai informasi yang berguna untuk khalayak dan khususnya *fans* yang akan bergabung ke dalam komunitas.
3. Menjadi sumbangan pemikiran untuk penelitian selanjutnya

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku dan Jurnal

- Briliana, C. N. (2017). Pola Komunikasi *Virtual* Komunitas di Media Sosial Line. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Telkom*.
- Bungin, B. (2019). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Creswell, J. W. (2013). *Research Design. Pendekatan Kualitatif Kuantitatif dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Felicia, F. (2015). Pola Komunikasi Penggemar K-POP (Korean POP) melalui Media Sosial Twitter. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Multimedia Nusantara*.
- Gunawan, I. (2015). *Metode Penelitian Kualitatif*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Kamal, A. (2014). Pola Komunikasi Organisasi Forum Komunikasi Pemuda Indonesia. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa UIN Syarif Hidayatullah*.
- Priowidodo, G. (2020). *Netnografi Komunikasi: Aplikasi pada tiga riset*. Depok: Rajawali Pers.

Putri, R. A. (2018). Perilaku Bermedia Sosial Anggota Komunitas Virtual. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Universitas Muhammadiyah Malang*.

Suharsaputra, U. (2012). *Metode Penelitian: Kuantitatif, Kualitatif, dan tindakan*. Bandung: Refika Aditama.

Tutisari, R. P. (2016). Komunikasi dalam Komunikasi Kelompok. *Jurnal Ilmiah Universitas Ahmad Dahlan*.

Widjajanto, K. (2013). *Perencanaan Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Bandung: Ultimus.

#### **Website**

Whatsapp,  
(<https://www.Whatsapp.com/about/?lang=id>) diakses melalui internet pada tanggal 24 Februari 2021 Pukul 06:30 WIB