

**ANALISIS DINAMIKA KOMUNIKASI KELOMPOK PADA KOMUNITAS SHOPEE
DRIVER YOGYAKARTA DI GROUP FACEBOOK**

SKRIPSI



Disusun Oleh:

PRADITA

22.96.3420

PROGRAM SARJANA

PROGRAM STUDI S1 – ILMU KOMUNIKASI

FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL

UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA

YOGYAKARTA

TAHUN 2026

**ANALISIS DINAMIKA KOMUNIKASI KELOMPOK PADA KOMUNITAS SHOPEE
DRIVER YOGYAKARTA DI GROUP FACEBOOK**

SKRIPSI

Untuk memenuhi Sebagian persyaratan
mencapai gelar sarjana
pada Program studi Ilmu Komunikasi



Disusun Oleh:

Pradita

22.96.3420

**PROGRAM SARJANA
PROGRAM STUDI S1- ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS EKONOMI DAN SOSIAL
UNIVERSITAS AMIKOM YOGYAKARTA
YOGYAKARTA
TAHUN 2026**

LEMBAR PERSETUJUAN

SKRIPSI

**ANALISIS DINAMIKA KOMUNIKASI KELOMPOK PADA KOMUNITAS
SHOPEE DRIVER YOGYAKARTA DI GROUP FACEBOOK**

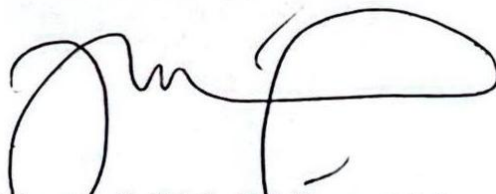
yang dipersiapkan dan disusun oleh

Pradita
22.96.3420

telah disetujui oleh Dosen Pembimbing Skripsi

pada 10 MEI 2020

Dosen Pembimbing,



Zahrotus Sa'idah, S.I.Kom., M.A.
NIK. 190302448

LEMBAR PENGESAHAN

SKRIPSI

**ANALISIS DINAMIKA KOMUNIKASI KELOMPOK PADA KOMUNITAS
SHOPEE DRIVER YOGYAKARTA DI GROUP FACEBOOK**

yang dipersiapkan dan disusun oleh

Pradita
22.96.3420

telah dipertahankan dihadapan Dewan Penguji

pada 6 Juli 2020

Nama Penguji

Sheila Lestari Giza Pudrianisa, S.I.Kom.,
M.I.Kom.
NIK. 190302437

Wajar Bimantoro Suminto, Sn., M.Des.
NIK. 190302506

Zahrotus Sa'idah, S.I.Kom., M.A.
NIK. 190302448

Tanda Tangan



Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan
Untuk memperoleh gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial



Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom. Ph.D
NIK. 1903.02.125.....

PERNYATAAN ORISINALITAS

Saya yang bertandatangan di bawah ini menyatakan bahwa, skripsi ini merupakan karya saya sendiri (ASLI), dan isi dalam skripsi ini tidak terdapat karya yang pernah diajukan oleh orang lain untuk memperoleh gelar akademis di suatu institusi pendidikan tinggi manapun, dan sepanjang pengetahuan saya juga tidak terdapat karya atau pendapat yang pernah ditulis dan/atau diterbitkan oleh orang lain, kecuali yang secara tertulis diacu dalam naskah ini dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Segala sesuatu yang terkait dengan naskah dan karya yang telah dibuat adalah menjadi tanggungjawab saya pribadi.

Yogyakarta, 7 Juli 2026



KATA PENGANTAR

Puji syukur kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, hidayah, serta karunia-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat serta salam senantiasa tercurah kepada Nabi Muhammad SAW yang telah membawa umat manusia dari zaman kegelapan menuju zaman yang penuh ilmu pengetahuan seperti saat ini. Skripsi yang Berjudul “Analisis Dinamika Komunikasi Kelompok pada Komunitas Shopee Driver Yogyakarta di Grup Facebook” ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu (S1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ekonomi dan Sosial, Universitas Amikom Yogyakarta. Selain itu, penyusunan skripsi ini merupakan bukti bahwa penulis telah melaksanakan dan menyelesaikan penelitian sesuai dengan ketentuan akademik yang berlaku.

Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis menyadari bahwa banyak pihak telah memberikan bantuan, dukungan, bimbingan, serta motivasi sehingga skripsi ini dapat terselesaikan. Oleh karena itu, pada kesempatan ini penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Prof. Dr. M. Suyanto, M.M., selaku Rektor Universitas Amikom Yogyakarta.
2. Emha Taufiq Luthfi, S.T., M.Kom., selaku Dekan Fakultas Ekonomi dan Sosial Universitas Amikom Yogyakarta.
3. Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta, yang telah memberikan arahan dan dukungan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi.
4. Zahrotus Sa'idah, S.I.Kom., M.A., selaku dosen pembimbing yang telah meluangkan waktu, tenaga, dan pikiran untuk memberikan bimbingan, arahan, kritik, serta saran yang sangat bermanfaat dalam penyusunan skripsi ini.
5. Papah & Mama, Selaku orang tua dari penulis yang selalu memberikan doa dan juga dukungan kepada penulis, sehingga penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan baik
6. Perempuan Ukuran kaki 38, yang senantiasa menemani proses penulisan skripsi ini dari awal hingga akhir.
7. Seluruh anggota dan pengurus Group Komunitas Shopee Driver Yogyakarta, yang telah bersedia menjadi objek penelitian serta memberikan informasi dan data yang diperlukan selama proses penelitian berlangsung.
8. Seluruh dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Amikom Yogyakarta yang

telah memberikan ilmu pengetahuan dan pengalaman selama masa perkuliahan.

9. keluarga, sahabat, dan semua pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu yang telah memberikan doa, dukungan, motivasi, serta bantuan dalam penyelesaian skripsi ini.
10. Kepada diri sendiri yang sudah bertahan hingga akhir dari penyusunan skripsi ini, terima kasih untuk tidak menyerah.
11. Aplikasi Shopee Driver, yang telah menjadi teman setia dalam menjalani aktivitas dan juga membantu penulis dalam menopang perjalanan selama menempuh pendidikan di bangku kuliah.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari sempurna. Oleh karena itu, penulis mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi perbaikan di masa yang akan datang. Semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi penulis, pembaca, serta pihak-pihak yang membutuhkan.

Yogyakarta, 10 Juni 2026



Pradita

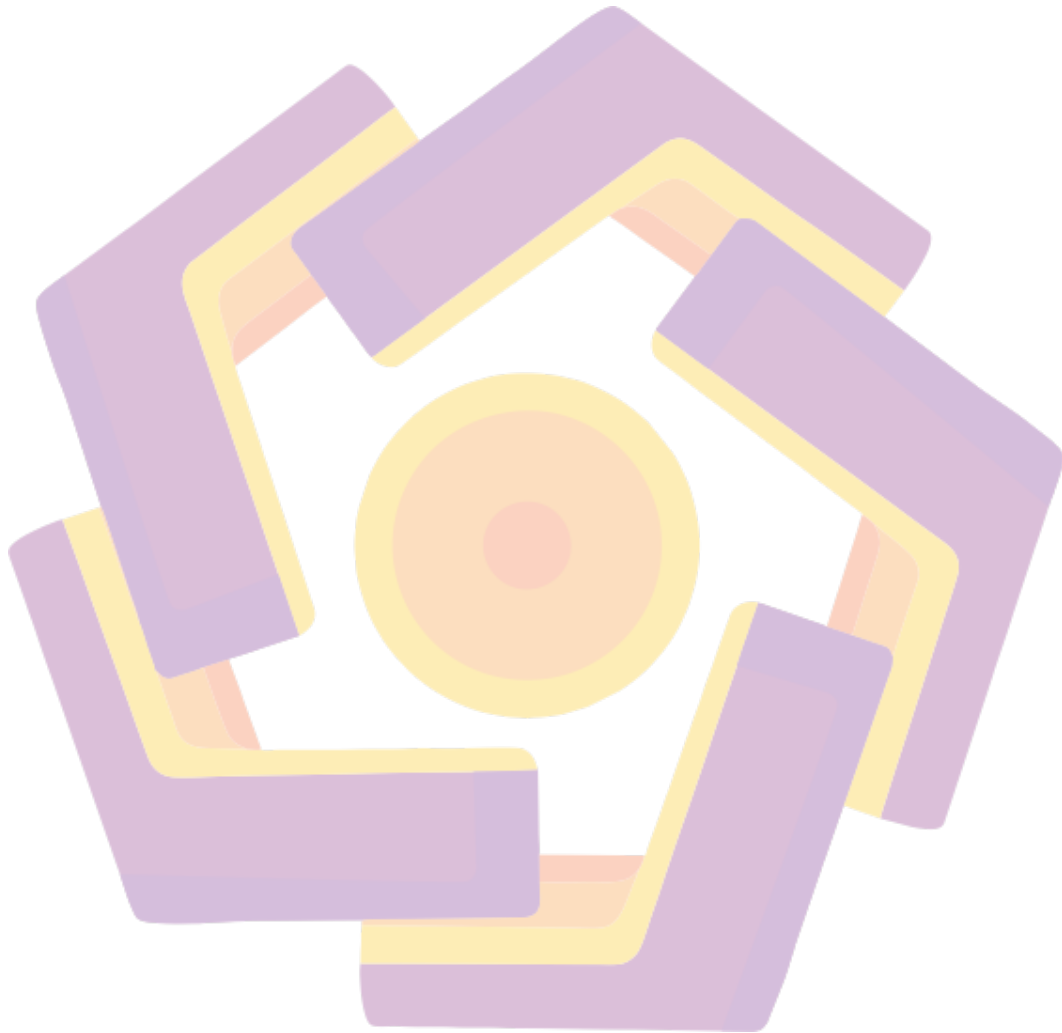
DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	i
DAFTAR ISI	iii
DAFTAR TABEL	v
DAFTAR GAMBAR	vi
ABSTRAK	vii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
1.5 Sistematika Penulisan	5
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	7
2.1 Penelitian Terdahulu.....	7
2.2 Landasan Konseptual dan Teori.....	11
2.2.1 Komunikasi Kelompok	11
2.2.2 Teori Interaksi Simbolik.....	12
2.3 Kerangka Berpikir.....	14
BAB III METODOLOGI PENELITIAN.....	16
3.1 Paradigma Penelitian.....	16
3.2 Pendekatan Penelitian	17
3.2.1 Definisi Etnografi Komunikasi	17
3.2.2 Alasan Menggunakan Etnografi	17
3.3 Metode Penelitian	18
3.3.1 Definisi Penelitian Kualitatif.....	18
3.3.2 Alasan Menggunakan Metode Kualitatif.....	18
3.4 Metode Penelitian	19
3.4.1 Definisi Penelitian Kualitatif.....	19
3.4.2 Alasan Menggunakan Metode Kualitatif.....	19
3.5 Metode Penelitian	20
3.5.1 Definisi Penelitian Kualitatif.....	20
3.5.2 Alasan Menggunakan Metode Kualitatif.....	20

3.6	Subjek dan Objek Penelitian	21
3.6.1	Subjek Penelitian	21
3.6.2	Objek Penelitian	22
3.7	Teknik Pengambilan Data	22
3.8	Teknik Analisis Data	23
3.9	Teknik Keabsahan Data	24
BAB IV TEMUAN DAN PEMBAHASAN		25
4.1	Profil Informan	25
4.2	Komunitas Shopee Driver	26
4.3	Hasil Temuan	28
4.4	Pembahasan	35
BAB V PENUTUP		38
5.1	KESIMPULAN	38
5.2	SARAN	40
5.2.1	Saran untuk Penelitian Selanjutnya	41
DAFTAR PUSTAKA		42
Teks Wawancara		45

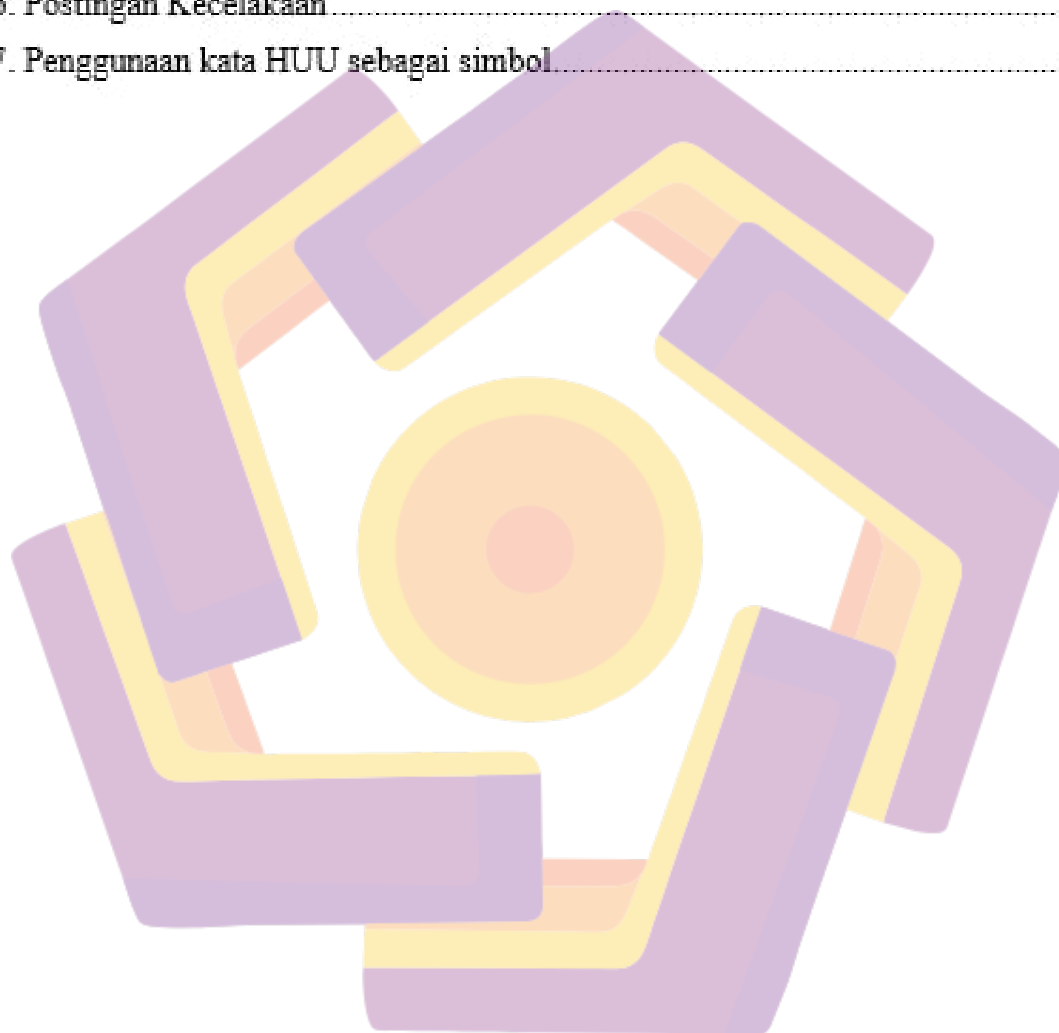
DAFTAR TABEL

Tabel 1. Penelitian Terdahulu.....	7
Tabel 2. Profil Informan.....	25



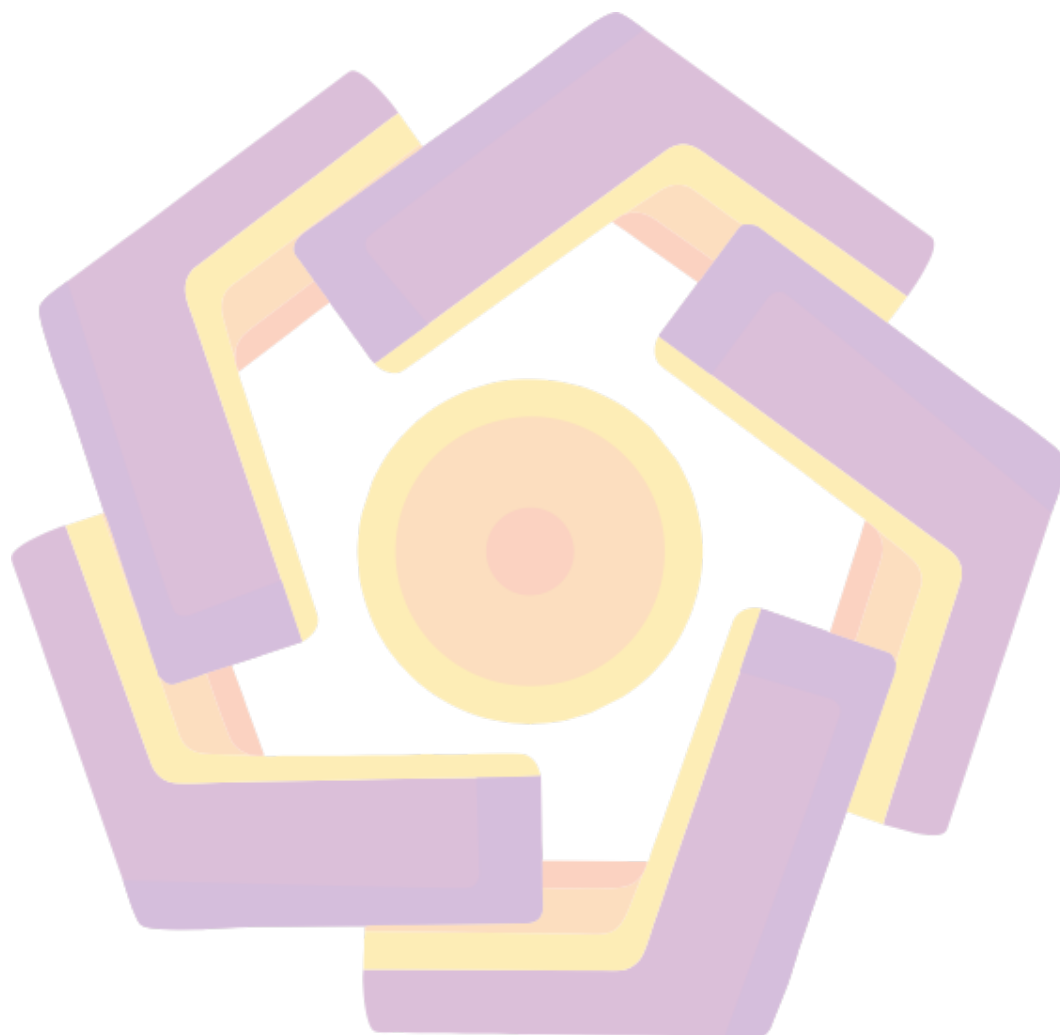
DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Kerangka Berpikir.....	15
Gambar 2. Profil Grup Facebook.....	26
Gambar 3. Postingan Anggota baru.....	30
Gambar 4. Postingan informasi area ramai orderan dan perubahan sistem aplikasi (insentif).....	31
Gambar 5. beberapa bentuk postingan terkait pertanyaan dan kehilangan	32
Gambar 6. Postingan Kecelakaan	33
Gambar 7. Penggunaan kata HUU sebagai simbol.....	34



DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Bukti Dokumentasi Wawancara	44
Lampiran 2 Teks Wawancara	45



ABSTRACT (In English)

The development of social media has transformed the way individuals and groups communicate, including within professional communities. One medium utilized as a communication space is the Shopee Driver Yogyakarta Facebook Group, which serves as a means of exchanging information, sharing experiences, resolving work-related issues, and building social relationships among community members. This study aims to analyze the dynamics of group communication within the official Shopee Driver Yogyakarta Facebook Group and to understand the communication culture formed through interactions between members, using Symbolic Interaction Theory as a basis for analysis.

This study employed a qualitative approach using the Communication Ethnography method. This method was chosen to understand communication patterns, symbolic meanings, norms, and communication practices that develop within the Shopee Driver Yogyakarta virtual community. Data were obtained through participant observation of communication activities in the Facebook Group, in-depth interviews with five informants: one group admin, one senior member, and three active community members, and documentation in the form of screenshots of posts, comments, and archived group activity. Data analysis was conducted through data reduction, data presentation, and drawing conclusions by interpreting findings based on the context of the community's communication culture. Data validity was tested through source triangulation.

The research results show that group communication dynamics within the Yogyakarta Shopee Driver Community are active, open, and participatory. The Facebook group not only serves as a medium for disseminating information about changes to the application system, areas with high order demand, and resolving operational issues, but also serves as a social space that builds solidarity, a sense of togetherness, and a collective identity among members. Communication practices through posts, comments, and discussions demonstrate a horizontal communication pattern that provides opportunities for each member to exchange information, experiences, and provide support to fellow drivers. Based on a communication ethnography perspective, these interactions shape a communication culture characterized by the use of a shared language, communication norms that emphasize mutual respect and assistance, and the role of the admin as a communication manager who maintains orderly interactions and minimizes potential conflict. The research findings indicate that communication within the community not only results in the exchange of information but also in the formation of shared meaning, strengthening social solidarity, and maintaining the sustainability of the virtual community as an effective communication space for Shopee Drivers in Yogyakarta.

Keywords: communication ethnography, group communication dynamics, virtual community, Facebook, Shopee Driver, symbolic interaction.

ABSTRAK

Perkembangan media sosial telah mengubah cara individu dan kelompok berkomunikasi, termasuk dalam komunitas profesi. Salah satu media yang dimanfaatkan sebagai ruang komunikasi adalah Grup Facebook Shopee Driver Yogyakarta yang digunakan sebagai sarana bertukar informasi, berbagi pengalaman, menyelesaikan berbagai permasalahan pekerjaan, serta membangun hubungan sosial antaranggota komunitas. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika komunikasi kelompok pada Komunitas Shopee Driver Yogyakarta di Grup Facebook resmi serta memahami budaya komunikasi yang terbentuk melalui interaksi antaranggota dengan menggunakan Teori Interaksi Simbolik sebagai landasan analisis.

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode Etnografi Komunikasi. Metode ini dipilih untuk memahami pola komunikasi, makna simbolik, norma, serta praktik komunikasi yang berkembang dalam komunitas virtual Shopee Driver Yogyakarta. Data penelitian diperoleh melalui observasi partisipatif terhadap aktivitas komunikasi di Grup Facebook, wawancara mendalam dengan lima informan yang terdiri atas satu admin grup, satu anggota senior, dan tiga anggota aktif komunitas, serta dokumentasi berupa tangkapan layar postingan, komentar, dan arsip aktivitas grup. Analisis data dilakukan melalui reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan dengan menginterpretasikan temuan berdasarkan konteks budaya komunikasi komunitas, sedangkan keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa dinamika komunikasi kelompok pada Komunitas Shopee Driver Yogyakarta berlangsung secara aktif, terbuka, dan partisipatif. Grup Facebook tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi mengenai perubahan sistem aplikasi, wilayah dengan permintaan pesanan yang tinggi, maupun penyelesaian kendala operasional, tetapi juga menjadi ruang sosial yang membangun solidaritas, rasa kebersamaan, serta identitas kolektif antaranggota. Praktik komunikasi yang berlangsung melalui unggahan, komentar, dan diskusi memperlihatkan pola komunikasi horizontal yang memberikan kesempatan kepada setiap anggota untuk saling bertukar informasi, pengalaman, serta memberikan dukungan terhadap sesama driver. Berdasarkan perspektif etnografi komunikasi, interaksi tersebut membentuk budaya komunikasi yang ditandai oleh penggunaan bahasa yang dipahami bersama, norma komunikasi yang menekankan sikap saling menghormati dan membantu, serta peran admin sebagai pengelola komunikasi yang menjaga keteraturan interaksi dan meminimalkan potensi konflik. Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi dalam komunitas tidak hanya menghasilkan pertukaran informasi, tetapi juga membentuk makna bersama, memperkuat solidaritas sosial, dan mempertahankan keberlangsungan komunitas virtual sebagai ruang komunikasi yang efektif bagi para Shopee Driver di Yogyakarta.

Kata Kunci: etnografi komunikasi, dinamika komunikasi kelompok, komunitas virtual, Facebook, Shopee Driver, interaksi simbolik.