

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan terhadap cara individu berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari. Kehadiran internet memungkinkan masyarakat untuk berkomunikasi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu, sehingga proses pertukaran informasi berlangsung lebih cepat dan lebih luas. Transformasi digital tersebut turut mendorong lahirnya berbagai media sosial yang tidak hanya dimanfaatkan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media komunikasi, kolaborasi, pertukaran informasi, hingga pembentukan komunitas virtual. Dalam konteks ini, media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan masyarakat modern karena mampu mempertemukan individu dengan latar belakang, profesi, maupun kepentingan yang sama dalam satu ruang komunikasi digital.

Media sosial memberikan kesempatan kepada penggunanya untuk membangun hubungan sosial melalui komunikasi dua arah yang berlangsung secara interaktif. Berbeda dengan media konvensional yang cenderung bersifat satu arah, media sosial memungkinkan setiap individu berperan sebagai penyampai sekaligus penerima informasi. Kondisi tersebut menjadikan media sosial sebagai ruang yang efektif dalam membangun komunikasi kelompok, memperluas jaringan sosial, serta menciptakan budaya komunikasi baru yang berkembang melalui interaksi antarpengguna.

Salah satu media sosial yang masih banyak dimanfaatkan sebagai wadah komunitas adalah Facebook. Melalui fitur Facebook Group, pengguna dapat membentuk kelompok berdasarkan kesamaan minat, profesi, maupun tujuan tertentu. Fitur ini memungkinkan setiap anggota untuk berdiskusi, berbagi informasi, menyampaikan pengalaman, serta memberikan tanggapan terhadap berbagai persoalan yang dihadapi anggota lainnya. Dengan karakteristik tersebut, Facebook Group tidak hanya berfungsi sebagai media pertukaran informasi, tetapi juga menjadi ruang sosial yang membentuk pola komunikasi, norma, serta budaya komunikasi di dalam komunitas virtual.

Dalam dunia kerja berbasis platform digital, media sosial juga dimanfaatkan oleh para pekerja untuk memperkuat komunikasi. Salah satunya adalah komunitas pengemudi layanan logistik berbasis aplikasi, termasuk Shopee Driver. Sebagai mitra pengemudi yang memiliki mobilitas tinggi, para driver menghadapi berbagai tantangan di lapangan, seperti perubahan kebijakan perusahaan, kendala aplikasi, perubahan sistem insentif, kondisi lalu lintas, hingga permasalahan saat proses pengiriman barang. Berbagai persoalan tersebut mendorong para driver membentuk komunitas sebagai sarana berbagi informasi, pengalaman, dan dukungan sosial.

Komunitas Shopee Driver Yogyakarta merupakan salah satu komunitas virtual yang memanfaatkan Grup Facebook sebagai media komunikasi utama. Berdasarkan hasil observasi awal peneliti, grup ini menjadi ruang interaksi yang aktif bagi para driver dalam menyampaikan informasi mengenai perubahan sistem aplikasi, wilayah dengan tingkat permintaan pesanan yang tinggi, penyelesaian kendala operasional, penggunaan atribut kerja, hingga berbagi pengalaman selama menjalankan aktivitas sebagai driver. Selain itu, grup ini juga dimanfaatkan sebagai media diskusi ketika terjadi perbedaan pendapat maupun konflik antarsesama anggota. Aktivitas komunikasi tersebut menunjukkan bahwa Grup Facebook tidak hanya berfungsi sebagai media penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang pembentukan hubungan sosial dan solidaritas di antara anggota komunitas.

Interaksi yang berlangsung secara terus-menerus di dalam komunitas membentuk kebiasaan, nilai, dan norma komunikasi yang dipahami bersama oleh para anggotanya. Setiap unggahan, komentar, maupun tanggapan yang diberikan anggota mengandung makna tertentu yang dipahami berdasarkan pengalaman dan latar belakang mereka sebagai driver Shopee. Dengan demikian, komunikasi yang terjadi tidak hanya sebatas pertukaran pesan, tetapi juga mencerminkan proses pembentukan makna dan budaya komunikasi yang berkembang di dalam komunitas virtual.

Fenomena tersebut relevan untuk dikaji menggunakan Teori Interaksi Simbolik yang dikemukakan oleh George Herbert Mead. Teori ini menjelaskan bahwa makna terbentuk melalui proses interaksi sosial dan penggunaan simbol-simbol yang dipahami bersama oleh

anggota masyarakat. Dalam komunitas Shopee Driver Yogyakarta, berbagai istilah, simbol, pengalaman kerja, serta respons yang diberikan anggota terhadap suatu peristiwa menunjukkan adanya proses pembentukan makna melalui interaksi yang berlangsung secara berulang. Konsep mind, self, dan society dalam teori ini memberikan landasan untuk memahami bagaimana anggota komunitas memaknai informasi, membentuk identitas sebagai bagian dari komunitas, serta menyesuaikan perilaku komunikasi berdasarkan norma yang berlaku.

Penelitian ini menggunakan pendekatan Etnografi Komunikasi karena tidak hanya bertujuan mendeskripsikan dinamika komunikasi kelompok, tetapi juga memahami budaya komunikasi yang berkembang di dalam komunitas Shopee Driver Yogyakarta. Pendekatan ini memungkinkan peneliti mengkaji bagaimana anggota komunitas menggunakan bahasa, simbol, norma, dan praktik komunikasi dalam kehidupan sehari-hari di ruang digital. Melalui pendekatan tersebut, penelitian diharapkan mampu memberikan gambaran yang lebih mendalam mengenai budaya komunikasi yang terbentuk dalam komunitas virtual serta faktor-faktor yang memengaruhi keberlangsungan interaksi antaranggotanya.

Beberapa penelitian terdahulu telah membahas komunikasi kelompok dalam komunitas virtual maupun penggunaan media sosial sebagai sarana komunikasi. Namun, sebagian besar penelitian lebih berfokus pada fungsi media sosial atau efektivitas komunikasi, sedangkan kajian mengenai budaya komunikasi dalam komunitas profesi berbasis platform digital, khususnya Komunitas Shopee Driver Yogyakarta di Grup Facebook, masih relatif terbatas. Oleh karena itu, penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian Ilmu Komunikasi, khususnya pada bidang komunikasi kelompok, komunikasi digital, dan etnografi komunikasi.

Berdasarkan uraian tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "Analisis Dinamika Komunikasi Kelompok pada Komunitas Shopee Driver Yogyakarta di Grup Facebook."

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang sudah peneliti paparkan diatas, maka rumusan masalah pada penelitian ini adalah bagaimana dinamika komunikasi kelompok yang terjadi dalam komunitas Driver Shopee Yogyakarta di grup Facebook resmi?

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dinamika komunikasi kelompok yang terjadi dalam komunitas driver shopee Yogyakarta di grup Facebook resmi.

1.4 Manfaat Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang sudah peneliti paparkan di atas, maka untuk manfaat penelitian sendiri dapat dibagi menjadi 2 yaitu:

Manfaat Teoritis: Penelitian ini memiliki harapan dapat memberikan kontribusi di dalam pengembangan ilmu komunikasi, khususnya sendiri dalam hal kajian komunikasi kelompok dan komunikasi digital. Selain itu juga diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang memiliki kaitan dengan komunitas online.

Manfaat Praktis: Bagi Komunitas driver Shopee Diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai pentingnya komunikasi yang efektif di dalam menjaga keharmonisan dan produktivitas antar individu kelompok maupun kelompok. Bagi Pembuat, Moderator, dan Pengelola Group Facebook Diharapkan juga sebagai bahan evaluasi di dalam mengelola komunikasi agar lebih baik dan juga terstruktur lebih baik sehingga membuat suasana komunikasi kelompok di grup komunitas menjadi lebih kondusif Bagi Peneliti Selanjutnya diharapkan juga bisa menjadi referensi sebagai penelitian lanjutan dengan topik yang serupa

1.5 Sistematika Penulisan

Untuk sistematika penulisan di dalam penelitian ini disusun berdasarkan buku pedoman skripsi Prodi ilmu Komunikasi, Universitas Amikom Yogyakarta. Berikut sistematika penulisannya:

1. **BAB I Pendahuluan:** Berisikan latar belakang penelitian yang memaparkan fenomena dan permasalahan yang melatarbelakangi peneliti melakukan penelitian terkait dinamika komunikasi kelompok pada komunitas Shopee Driver Yogyakarta di grup Facebook. rumusan masalah menjadi fokus penelitian, tujuan penelitian yang ingin dicapai, manfaat penelitian baik secara teoritis maupun praktis, dan sistematika penulisan yang menjelaskan susunan bab dalam penelitian.
2. **BAB II Tinjauan Pustaka:** Berisikan Penelitian terdahulu yang relevan sebagai bahan perbandingan dan penguat penelitian, Landasan teori/konsep yang digunakan untuk menganalisis fenomena penelitian, dan kerangka konsep menggambarkan hubungan antar konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian.
3. **BAB III Metodologi Penelitian:** Berisikan Paradigma penelitian, pendekatan penelitian, metode penelitian, subjek dan objek penelitian, teknik pengambilan data yang terdiri dari observasi, wawancara, dan dokumentasi, teknik analisis data, dan Teknik keabsahan penelitian untuk menjamin validitas dan kredibilitas hasil penelitian.
4. **BAB IV Temuan dan Pembahasan:** Berisikan Deskripsi Objek yaitu berupa profil Grup komunitas Shopee Driver Yogyakarta di grup Facebook. Temuan penelitian yang diperoleh melalui proses observasi, wawancara, dan dokumentasi terkait dinamika komunikasi kelompok yang terjadi dalam komunitas, dan pembahasan berisikan temuan yang kemudian dianalisis dan dibahas menggunakan konsep-konsep serta teori yang sudah dipaparkan pada Bab II, sehingga menghasilkan pemahaman yang mendalam mengenai fenomena komunikasi kelompok yang terjadi di dalam komunitas tersebut.
5. **BAB V Penutup:** Berisikan Kesimpulan berdasarkan hasil penelitian dan juga pembahasan yang telah dilakukan, saran yang ditujukan kepada komunitas, admin grup Facebook, maupun untuk peneliti selanjutnya yang tertarik untuk mengkaji topik serupa, dan Penelitian Selanjutnya sebagai upaya untuk pengembangan kajian ini mengenai

komunikasi kelompok di dalam komunitas virtual maupun komunitas lainnya berbasis media sosial.

