

BAB V

PENUTUP

5.1 KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian yang berjudul Analisis Dinamika Komunikasi Kelompok pada Komunitas Shopee Driver Yogyakarta di Grup Facebook Resmi, maka dapat disimpulkan bahwasannya dinamika komunikasi kelompok di dalam komunitas tersebut berlangsung secara aktif, interaktif, dan juga berkelanjutan melalui sebuah media sosial Facebook yang digunakan sebagai sarana komunikasi utama dalam komunitas. Komunikasi kelompok yang terjadi di dalamnya tidak hanya memiliki fungsi sebagai media pertukaran informasi terkait pekerjaan saja, melainkan juga menjadi ruang sosial bagi anggota yang tergabung dalam komunitas tersebut untuk membangun hubungan interpersonal dan juga solidaritas kelompok. Aktivitas komunikasi yang terlihat yaitu berupa unggahan postingan, komentar, diskusi, hingga pada pemberian tanggapan yang dilakukan oleh anggota komunitas secara intensif di setiap harinya. Hal ini sendiri menunjukkan bahwa media sosial itu sendiri mampu memfasilitasi untuk terbentuknya komunikasi kelompok di dalam sebuah komunitas virtual secara efektif.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa budaya komunikasi yang terbentuk dalam Komunitas Shopee Driver Yogyakarta di Grup Facebook berkembang melalui interaksi yang berlangsung secara aktif, terbuka, dan berkesinambungan. Berdasarkan perspektif etnografi komunikasi, komunikasi yang terjadi tidak hanya berfungsi sebagai proses pertukaran informasi, tetapi juga mencerminkan praktik budaya yang dipahami dan dijalankan bersama oleh anggota komunitas. Peristiwa komunikasi yang berlangsung di dalam grup menjadi sarana bagi anggota untuk bertukar informasi, berbagi pengalaman, memberikan solusi terhadap berbagai kendala pekerjaan, serta membangun hubungan sosial yang memperkuat kebersamaan di antara sesama driver.

Budaya komunikasi tersebut tercermin melalui penggunaan bahasa yang sederhana, istilah-istilah khas yang dipahami bersama oleh para driver, serta kebiasaan saling memberikan tanggapan terhadap setiap unggahan yang berkaitan dengan aktivitas operasional. Melalui interaksi yang berlangsung secara terus-menerus, anggota komunitas membangun kesepahaman mengenai cara berkomunikasi yang dianggap sesuai dengan norma kelompok. Suasana komunikasi yang tercipta

cenderung santai, terbuka, dan partisipatif sehingga anggota merasa nyaman untuk menyampaikan pendapat, bertanya mengenai kendala pekerjaan, maupun berbagi pengalaman berdasarkan aktivitas mereka di lapangan.

Selain sebagai media pertukaran informasi, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa komunikasi dalam komunitas membentuk budaya solidaritas yang kuat. Solidaritas tersebut tampak dari kebiasaan anggota yang saling membantu ketika terdapat driver yang mengalami kendala, seperti permasalahan akun, kesulitan dalam proses pengiriman, kecelakaan kerja, maupun persoalan operasional lainnya. Praktik saling membantu tersebut telah menjadi bagian dari norma komunikasi yang berkembang di dalam komunitas dan dipahami sebagai bentuk kepedulian antarsesama anggota. Dengan demikian, komunikasi yang berlangsung di Grup Facebook tidak hanya menghasilkan pertukaran informasi, tetapi juga membangun rasa kebersamaan, kepercayaan, serta dukungan sosial yang memperkuat identitas kolektif Komunitas Shopee Driver Yogyakarta.

Penelitian ini juga menemukan bahwa dalam berbagai peristiwa komunikasi terdapat perbedaan pendapat yang berpotensi menimbulkan konflik, terutama ketika membahas penggunaan atribut driver yang tidak sesuai dengan Standar Operasional Prosedur (SOP) Shopee maupun kebijakan operasional lainnya. Berdasarkan pendekatan etnografi komunikasi, perbedaan pendapat tersebut dipahami sebagai bagian dari dinamika budaya komunikasi yang muncul akibat perbedaan pengalaman, pengetahuan, serta cara anggota memaknai suatu aturan. Meskipun demikian, konflik umumnya diselesaikan melalui proses diskusi di kolom komentar dengan melibatkan anggota lain yang memberikan penjelasan, pengalaman, maupun saran sebagai bentuk negosiasi makna.

Dalam situasi tersebut, admin grup memiliki peran penting sebagai pengelola komunikasi komunitas. Admin tidak hanya bertugas mengawasi aktivitas grup, tetapi juga berfungsi sebagai moderator yang menjaga norma komunikasi agar tetap berjalan secara kondusif. Admin memberikan klarifikasi terhadap informasi yang belum jelas, mengingatkan anggota yang melanggar etika komunikasi, serta memediasi ketika terjadi perdebatan agar tidak berkembang menjadi konflik yang lebih besar. Peran tersebut menunjukkan bahwa keberadaan admin menjadi salah satu unsur penting dalam menjaga keteraturan budaya komunikasi di dalam komunitas.

Berdasarkan temuan penelitian, dapat disimpulkan bahwa budaya komunikasi dalam Komunitas Shopee Driver Yogyakarta terbentuk melalui peristiwa komunikasi yang berlangsung secara terus-menerus dan menghasilkan norma, nilai, serta praktik komunikasi yang dipahami bersama oleh seluruh anggota. Melalui perspektif etnografi komunikasi, Grup Facebook tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi digital, tetapi juga sebagai ruang budaya tempat anggota membangun makna bersama, memperkuat solidaritas sosial, serta mempertahankan identitas komunitas melalui praktik komunikasi dalam kehidupan sehari-hari. Adanya temuan dalam penelitian ini sejalan dengan penelitian dari M Syarif Taufiq Hidayatullah & Fitria Nur'Aini (2025) yang mana menyebutkan bahwa media sosial facebook sendiri mampu menciptakan komunikasi kelompok yang partisipatif dan juga dapat memperkuat hubungan sosial di dalam komunitas online. Dengan demikian, maka dapat disimpulkan bahwa dinamika komunikasi kelompok pada Komunitas Shopee Driver Yogyakarta di grup facebook resmi terbentuk melalui adanya komunikasi yang aktif, solidaritas sosial yang tinggi, konflik kelompok, hingga fungsi dari media sosial sebagai sarana komunikasi dan juga kontrol sosial di dalam komunitas digital.

5.2 SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang sudah dilakukan, peneliti memberikan beberapa saran. Saran ini diharapkan mampu menjadi bahan masukan khususnya bagi Komunitas Shopee Driver Yogyakarta maupun juga kepada penelitian selanjutnya.

1. Bagi Komunitas Shopee Driver Yogyakarta

Saran dari peneliti yaitu untuk komunitas diharapkan dapat mempertahankan komunikasi, khususnya yang positif dan membangun. Anggota di dalam komunitas perlu meningkatkan sikap saling menghargai di dalam melakukan diskusi agar jika terdapat perbedaan pendapat tidak menimbulkan konflik yang sifatnya berkepanjangan. Selain itu juga, anggota yang berada di dalam grup komunitas diharapkan untuk lebih meningkatkan kesadaran terhadap pentingnya dalam mematuhi aturan dan SOP khususnya untuk penggunaan atribut driver shopee demi menjaga profesionalitas di dalam bekerja dan membentuk citra komunitas di masyarakat jauh lebih baik lagi.

2. Bagi Admin Grup Komunitas Shopee Driver Yogyakarta di Facebook

Admin grup komunitas diharapkan untuk tetap aktif berkomunikasi dan juga melakukan

pemantauan kepada anggota di dalam grup, selain itu juga diharapkan memberikan edukasi secara berkala mengenai pentingnya etika dalam berkomunikasi digital, dan juga tetap menjaga solidaritas di dalam komunitas.

3. **Bagi Driver Shopee**

Driver Shopee baik yang sudah tergabung di dalam komunitas, maupun yang baru akan bergabung diharapkan dapat memanfaatkan fungsi dari grup komunitas di facebook ini dengan sebaik-baiknya. Bukan sebagai menyampaikan keluhan saja, namun juga dapat digunakan sebagai sarana dalam mencari dan berbagi informasi, selain itu juga dapat digunakan untuk membangun hubungan sosial dengan sesama anggota driver shopee di dalam komunitas yang lebih positif lagi.

5.2.1 **Saran untuk Penelitian Selanjutnya**

Penelitian ini tentunya masih memiliki keterbatasan dikarenakan hanya berfokus pada dinamika komunikasi kelompok dalam komunitas Shopee Driver Yogyakarta di Grup Facebook Resmi. Oleh karena itu, peneliti sangat berharap untuk penelitian selanjutnya dapat mengembangkan kajian yang lebih luas lagi khususnya mengenai komunitas digital. Penelitian selanjutnya dapat dilakukan dengan mengkaji dinamika komunikasi komunitas driver online pada platform media sosial seperti WhatsApp, Instagram, atau Telegram. Kemudian juga dapat membandingkan adanya pola komunikasi komunitas driver online seperti shopeefood dengan Maxim di beberapa kota berbeda untuk mengetahui perbedaan dari pola komunikasi dan budaya komunikasi kelompok. Penelitian selanjutnya juga bisa dikembangkan menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif dengan tujuan untuk mengukur tingkat efektivitas komunikasi kelompok di dalam komunitas digital. Dengan adanya penelitian lanjutan, diharapkan dapat memberikan kontribusi yang tentunya lebih luas terhadap perkembangan dari kajian komunikasi kelompok dan juga komunikasi digital dalam komunitas online.