

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Pola Komunikasi

Definisi dari pola komunikasi adalah pola atau bentuk hubungan antara dua individu atau lebih pada proses mengirim dan menerima pesan secara berulang sehingga isi pesan dapat dimengerti. (Mayla, 2018). Secara sederhana, pola komunikasi dapat diartikan sebagai bentuk dari hubungan antara elemen yang kompleks dalam berkomunikasi.

Pola komunikasi tersebut menguraikan aliran pesan dari komunikator kepada komunikan yang mengandalkan media sebagai instrumen penting. Media dalam pola komunikasi menjadi penting karena menjadi jembatan antara komunikator kepada komunikan untuk mengirim pesan secara utuh sehingga komunikasi dapat memberikan feedback. Miskomunikasi dan misinformasi akan terjadi jika pesan tak diterima dengan sempurna oleh komunikan. Bentuk dalam pola inilah yang akan menjelaskan bagaimana proses komunikasi terjadi. Pola komunikasi dapat melakukan penafsiran atas makna di balik pesan komunikasi.

Selain itu pola komunikasi diartikan sebagai cara individu maupun kelompok berkomunikasi. Ketika sedang dalam proses berkomunikasi, kelompok atau individu ini menyampaikan pesan dan mempengaruhi komunikannya didasari oleh teori-teori komunikasi (Saputra, 2013). Dengan kata lain pola komunikasi merupakan gambaran yang sederhana dari proses komunikasi yang memperlihatkan kaitan antara satu komponen komunikasi dengan komponen lainnya.

Dari beberapa pengertian di atas peneliti mengambil sebuah kesimpulan, bahwa pola komunikasi merupakan gambaran dari hubungan antara dua orang atau lebih yang melakukan suatu aktivitas komunikasi kemudian melakukan proses pengiriman serta penerimaan pesan yang utuh, sehingga pesan yang dimaksudkan dapat dipahami oleh setiap orang yang terlibat dalam aktivitas komunikasi tersebut. Pola ini dibuat secara dinamis mengikuti perkembangan komunikasi manusia yang tak statis (Priowidodo, 2020).

Kuswarno menjelaskan bagaimana untuk mendeskripsikan serta menganalisis pola (Ayuningtyas, 2020), yaitu sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi fenomena mengenai proses komunikasi yang terjadi secara berulang kali (recurrent events), yang dimana pola komunikasi ini menjadi ciri khas serta perilaku dari suatu kelompok.
2. Melakukan pendataan pada elemen-elemen komunikasi yang menjadi penyebab peristiwa komunikasi tersebut terulang.
3. Mencari adanya hubungan sesama elemen komunikasi yang menjadi penyebab terbentuknya peristiwa komunikasi tersebut, hal ini dapat disebut sebagai identifikasi pola komunikasi tertentu dari suatu kelompok tersebut.

Menurut Eriyanto pada bukunya menyatakan bahwa menganalisis jaringan atau komunikasi dapat menggambarkan adanya interaksi dan relasi sosial dalam bentuk garis antara setiap anggota komunitas yang disebut dengan nodes (Kencana, 2014). Pada media sosial microblogging seperti Twitter, nodes ialah akun-akun pengguna dalam Twitter dan edges merupakan relasi serta interaksi sosial yang terbentuk diantara nodes. Dalam penelitian ini, akun

komunitas Genshin Impact dengan nama pengguna “@paimonfess” dan para pengikut akun tersebut dapat diidentifikasi sebagai nodes, kemudian interaksi yang terjadi dalam bentuk mention, reply, retweet, quote tweet, dan like, merupakan interaksi sosial dan pola komunikasi yang ingin diteliti.

2.2 Macam-macam Pola Komunikasi

Pola komunikasi secara garis besar diartikan sebagai hubungan atau jaringan komunikasi antar individu dengan individu lainnya dalam kelompok. Jaringan tersebut yang kemudian membentuk suatu pola yang nantinya akan diikuti oleh kelompok sebagai patokan dalam berkomunikasi satu sama lain. Pola komunikasi yang ada dalam suatu kelompok dapat memiliki kesamaan atau justru sangat berbeda dengan kelompok lain. (Devito, 2009, 283) memberikan penjelasan mengenai macam-macam pola komunikasi menjadi lima bentuk, yaitu:

1. Pola Komunikasi Rantai



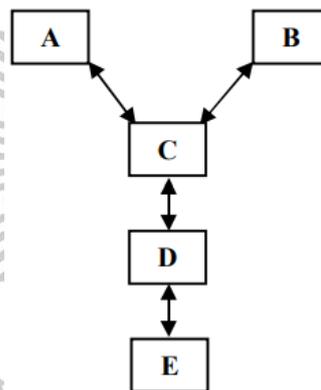
Gambar 2.1 Pola Komunikasi Rantai (*chain*)

Sumber: (DeVito, 2002, hal. 344)

Gambar di atas menunjukkan individu (A) berkomunikasi kepada (B), kemudian (B) berkomunikasi pada (C), lalu komunikasi berjalan terus kepada (D) dan (E). Pesan dalam pola komunikasi ini disampaikan dalam bentuk rantai, dimana pesan tersebut disampaikan oleh satu individu dan diteruskan kepada

satu individu secara maraton hingga membentuk rantai yang memanjang. Pola komunikasi bentuk rantai ini memiliki kekurangan yakni rawannya terjadi perubahan makna pesan atau isi pesan (distorsi). Hal ini terjadi karena setiap individu yang menerima pesan memiliki persepsi masing-masing terhadap pesan tersebut, sehingga informasi yang ada dalam pesan mengalami perubahan makna serta isi setiap kali individu melakukan penyampaian pesan ke individu lain. Bentuk pola komunikasi ini tidak cocok untuk mengirim pesan yang memiliki isi panjang dan kompleks serta melibatkan banyak individu karena frekuensi perubahan makna pesan akan semakin besar.

2. Pola Komunikasi “Y”



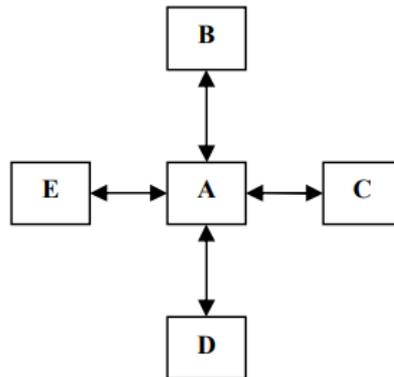
Gambar 2.2 Pola Komunikasi Bentuk “Y”

Sumber: (DeVito, 2002)

Pola ini hampir serupa dengan pola sebelumnya yaitu pola rantai, yang membedakan pola ini adalah adanya dua individu yang memberikan pesan kepada satu individu, kemudian individu tersebut akan meneruskan pesan kepada individu lainnya. Pada gambar di atas, terlihat bahwa (A) dan (B) memberikan pesan kepada (C), lalu (C) meneruskan pesan kepada (D) dan seterusnya. Individu (A) dan (B) tidak mengalami proses komunikasi satu sama lain dan mengandalkan individu (C)

sebagai perantara dalam mengirimkan pesan. Begitu pula dengan (D) yang hanya dapat mengandalkan (C) sebagai perantara untuk menerima informasi dari individu (A) dan (B) maupun mengirim informasi kepada dua individu tersebut.

3. Pola Komunikasi Roda

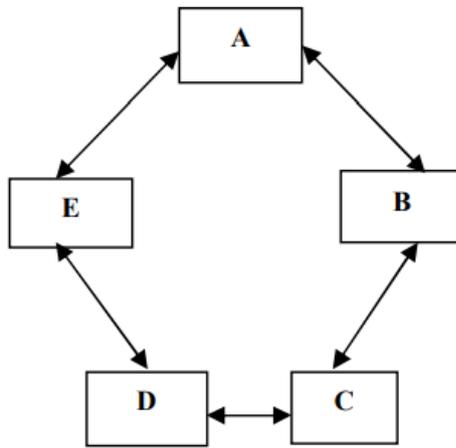


Gambar 2.3 Pola Komunikasi Roda (*wheeler pattern*)

Sumber: (DeVito, 2002, hal. 344)

Dapat terlihat di pada gambar, bahwa semua individu yang terlibat dalam komunikasi pola roda ini menyampaikan pesan kepada satu sumber yang sama. Para individu dalam kelompok tidak terhubung satu sama lainnya tetapi memusatkan komunikasinya pada satu individu. Individu (A) sebagai pusat arus informasi yang menerima dan mengirim pesan kepada individu-individu lainnya. Dalam kelompok peran individu (A) sangat penting karena posisinya yang mengharuskan berkomunikasi dengan banyak pihak dan menjadi perantara, sedangkan individu lainnya cukup memfokuskan perhatian kepada satu orang (sentralisasi).

4. Pola Komunikasi Lingkaran

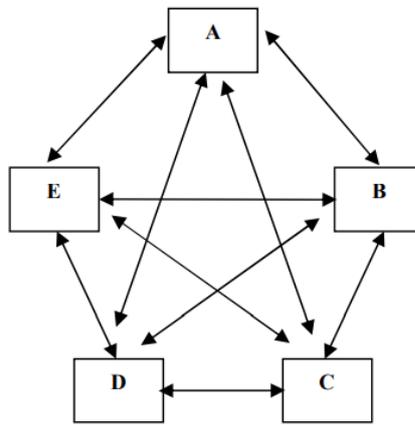


Gambar 2.4 Pola Komunikasi Bentuk Lingkaran (*circle*)

Sumber: (DeVito, 2002)

Dalam pola komunikasi lingkaran ini, seorang individu memiliki 2 orang sebagai objek komunikasinya. siapa saja yang menjadi pemimpin dalam pola bentuk lingkaran ini akan diabaikan. sehingga dalam disimpulkan bahwa pola komunikasi ini tidak memiliki pemimpin dan semua individu yang ikut dalam proses komunikasi ini memiliki wewenang yang sama. Pada gambar di atas terlihat bahwa masing-masing individu berkomunikasi hanya dengan dua individu lain di kedua sisi.

5. Pola Komunikasi Bintang



Gambar 2.5 Pola Komunikasi Bentuk Bintang (*star*)

Sumber: (DeVito, 2002)

Pada pola komunikasi bentuk bintang ini mirip dengan pola komunikasi bentuk lingkaran, yang membedakan adalah batas individunya, dalam pola komunikasi ini seluruh individu dapat berkomunikasi satu sama lain tanpa adanya batasan. Pola ini memiliki arus komunikasi paling efektif karena strukturnya yang tidak tergantung pada pihak lain untuk berkomunikasi (desentralisasi). Dengan bentuknya yang terdesentralisasi, pergerakan informasi lebih cepat dan minim hambatan. Pola ini juga tidak memiliki pemimpin, yang artinya seluruh individu yang terlibat dalam komunikasi ini memiliki kedudukan yang sama rata.

Di dalam sebuah komunitas biasanya akan membentuk suatu pola komunikasi tertentu dan memiliki pola yang berbeda sehingga memiliki karakteristik tersendiri (Ayuningtyas, 2020). Proses terbentuknya pola komunikasi terbagi menjadi beberapa bentuk, yaitu:

1. Pola Komunikasi primer, pola ini merujuk pada komunikasi antar individu yang terjadi secara langsung tanpa adanya perantara. Pola komunikasi ini sering muncul dalam interaksi *face-to-face* atau menggunakan media yang memungkinkan untuk menerima umpan balik seperti telepon atau *video call*.
2. Pola komunikasi sekunder, pola komunikasi ini mengandalkan penggunaan media atau teknologi sebagai perantara komunikasinya. Contohnya dapat berupa surat, *email*, pesan instan, atau unggahan di media sosial.
3. Pola komunikasi linear, bentuk pola komunikasi ini yaitu dimana pesan dikirimkan secara satu arah dari pengirim kepada penerima tanpa adanya umpan balik. Seperti televisi, radio, iklan, dan pengumuman.
4. Pola komunikasi sirkular, pada pola ini, komunikasi yang terjadi digambarkan sebagai komunikasi yang berproses secara dua arah yang terus menerus berlangsung, dimana pengirim pesan dan penerimanya bertukar pesan. Pola ini memungkinkan interaksi antar individu yang lebih dinamis.

2.3 Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok terbentuk dari komunikasi antara beberapa individu yang mempunyai kesamaan minat dan tujuan dalam berbagi informasi. dalam proses komunikasi ini terjadi pertukaran ide, pesan, dan gagasan antara anggota kelompok. Interaksi yang terjadi antara anggota kelompok merupakan penting agar mencapai tujuan yang sudah ada dan ditetapkan. Komunikasi

kelompok melibatkan komunikasi verbal dan nonverbal antara anggota kelompok.

Komunikasi kelompok adalah jenis komunikasi yang terjadi antara pengirim pesan atau komunikator dan sekumpulan individu lainnya yang lebih dari dua orang. Ciri-ciri komunikasi kelompok yakni adanya norma serta peran bagi anggota kelompok, seperti fungsi tugas dan tanggung jawab pemeliharaan. Kelompok dibagi menjadi dua jenis seperti berikut:

1. Kelompok kecil : kelompok kecil terdiri dari 3 hingga 15 anggota interaksi dalam kelompok kecil prosesnya lebih personal dan langsung. pengirim pesan mendapatkan umpan balik oleh penerima pesan secara dialogis. (Mukarom, 2020)
2. Kelompok besar : kelompok besar terdiri dari lebih dari 15 anggota kelompok. Interaksi dalam kelompok besar cenderung lebih terstruktur dan tingkat kebersamaan serta kerja sama lebih rendah dibandingkan kelompok kecil.

Berdasarkan klasifikasinya, Jalaluddin Rakhmat membedakan kelompok dari berbagai kriteria seperti kedekatan, tujuan, struktur, dan sifat interaksinya. (Lestari, 2015) Berikut beberapa klasifikasi kelompok menurut Jalaluddin Rakhmat:

1. Kelompok primer dan sekunder

Kelompok primer dan sekunder merupakan klasifikasi kelompok berdasarkan tingkat kedekatan dan intensitas hubungan. Kelompok primer merupakan kelompok yang dapat ditandai dari hubungan yang erat,

personal, dan emosional antara anggotanya. Interaksi pada kelompok primer ini bersifat langsung dan intens. Contohnya seperti keluarga inti, kelompok teman dekat, teman kecil di lingkungan kerja yang akrab, dan grup sosial yang erat. Kelompok ini berfungsi untuk memberikan dukungan emosional dan moral bagi anggotanya. Sedangkan kelompok sekunder memiliki hubungan yang lebih formal dan impersonal antara anggotanya. kelompok sekunder lebih berorientasi pada tujuan atau tugas tertentu. Interaksi pada kelompok sekunder kurang intens dan interaksinya hanya terbatas pada konteks tertentu saja. Fungsi kelompok sekunder yaitu untuk fokus pada pencapaian atau tujuan dan tugas tertentu.

2. Kelompok tugas dan kelompok sosial

Kelompok primer dan sekunder merupakan klasifikasi kelompok berdasarkan tingkat kedekatan dan intensitas hubungan. Kelompok primer merupakan kelompok yang dapat ditandai dari hubungan yang erat, personal, dan emosional antara anggotanya. Interaksi pada kelompok primer ini bersifat langsung dan intens. Contohnya seperti keluarga inti, kelompok teman dekat, teman kecil di lingkungan kerja yang akrab, dan grup sosial yang erat. Kelompok ini berfungsi untuk memberikan dukungan emosional dan moral bagi anggotanya. Sedangkan kelompok sekunder memiliki hubungan yang lebih formal dan impersonal antara anggotanya. kelompok sekunder lebih berorientasi pada tujuan atau tugas tertentu. Interaksi pada kelompok sekunder kurang intens dan interaksinya hanya terbatas pada konteks tertentu saja. Fungsi kelompok sekunder yaitu untuk fokus pada pencapaian atau tujuan dan tugas tertentu.

3. Kelompok Formal dan Kelompok Informal

Kelompok formal dan kelompok informal merupakan klasifikasi kelompok berdasarkan strukturnya. Kelompok ini dibentuk secara resmi dengan struktur dan aturan yang jelas. Kelompok formal memiliki karakteristik hirarki serta pembagian tugas yang jelas, prosedur, dan aturan yang mengatur interaksi antar anggotanya. Kelompok ini sering diakui secara resmi oleh institusi dan organisasi. Contoh kelompok formal yaitu komite resmi dan departemen korporasi. Kelompok informal sendiri merupakan kelompok yang terbentuk secara spontan karena kesamaan minat atau hubungan personal. Kelompok ini tidak memiliki struktur maupun aturan yang formal dan tertulis serta interaksinya yang lebih fleksibel antar anggotanya. Contoh dari kelompok informal ini ada komunitas hobi dan kelompok teman di lingkungan tempat tinggal.

4. Kelompok terbuka dan kelompok tertutup

Kelompok terbuka dan tertutup merupakan kelompok berdasarkan sifat keanggotaannya. Kelompok terbuka memiliki sifat sukarela dan fleksibel, anggota kelompok juga dapat berubah, tidak tetap, dan cenderung terbuka untuk umum. Contoh kelompok terbuka yakni seperti forum online dan grup diskusi publik. Dibandingkan kelompok terbuka, kelompok tertutup ini memiliki keanggotaan tetap dan selektif, keanggotaannya memiliki kriteria tertentu, memakai seleksi, dan tidak mudah untuk bergabung maupun keluar dari kelompok. Contoh dari kelompok tertutup ini seperti klub eksklusif dan organisasi elit.

5. Kelompok permanen dan kelompok sementara

Berdasarkan durasinya, ada dua jenis kelompok yaitu kelompok permanen dan kelompok sementara. Kelompok permanen dibentuk untuk jangka waktu yang panjang dan berkala atau permanen. Kelompok ini memiliki struktur yang stabil dan bertahan lama, anggotanya dapat berubah-ubah namun kelompoknya akan tetap ada. Contoh kelompok ini seperti keluarga dan lembaga pendidikan. Sedangkan kelompok sementara merupakan kelompok yang dibentuk untuk jangka waktu yang pendek dan akan berakhir setelah tujuan kelompok tercapai. Contoh kelompok sementara seperti panitia acara.

2.4 Komunitas Virtual

Komunitas virtual tumbuh pesat seiring dengan perkembangan teknologi dan internet. Komunitas virtual merupakan kumpulan user atau pengguna yang terbentuk secara virtual. Ciri-ciri dalam komunitas virtual oleh Rheingold mirip seperti komunitas dalam dunia nyata, yaitu kesamaan hobi, adanya interaksi yang teratur, kesamaan tentang topik diskusi, integrasi, serta keterbukaan dalam suatu akses informasi (Hidayanti & Yahya, 2017). Setiap anggota komunitas virtual atau pengguna internet dapat memilih untuk memakai identitas sungguhan maupun samaran atau avatar di dalam komunitas virtual, serta memiliki informasi daring yang spesifik dalam melakukan komunikasi atau interaksi secara terus menerus melalui komunikasi yang termediasi oleh jaringan komputer (Nasrullah, 2012).

Komunikasi yang termediasi oleh komputer atau Computer-mediated-communication (CMC) merupakan bentuk komunikasi yang termediasi oleh

komputer atau barang elektronik lainnya selama barang itu dapat terhubung oleh jaringan internet. Pesan yang dikirim melalui komputer, diubah menjadi kode dalam jaringan, kemudian ditransmisikan, dan pendengar akan menerjemahkannya (Littlejohn & Floss, 2009) di Fitur-fitur komunikasi yang ada di internet seperti emails, forums, postings, direct message, chat, instant message, emoji, dan lainnya termasuk dalam CMC (Kozinets 2010). CMC terbagi dalam dua jenis yaitu CMC sinkron dan CMC asinkron. CMC sinkron. CMC sinkron yaitu ketika terjadi interaksi secara langsung dan bersamaan atau real time, contohnya seperti jenis berkomunikasi berbasis call, video call, dan video conference, sedangkan CMC asinkron yaitu dimana pihak yang terlibat dalam interaksi tidak secara real time dan tidak dalam waktu yang bersamaan, seperti contoh chat message, email, voice note, forum discussion, dll.

Menurut Kozinets, computer-mediated-communication merupakan bentuk komunikasi yang mencakup tentang interaksi individu melalui media berbasis komputer, seperti internet dan aplikasi smartphone. CMC ini menekankan tentang bagaimana teknologi mempengaruhi cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi, baik secara langsung maupun tidak langsung. Kozinets juga menekankan begitu pentingnya memahami cara penggunaan media komputer ini dapat mempengaruhi pola komunikasi serta interaksi manusia dalam konteks secara online. CMC berperan penting dalam pembentukan dan keberlangsungan komunitas virtual. Hal ini karena komunikasi yang termediasi komputer memungkinkan anggota komunitas virtual untuk berkomunikasi satu sama lain walaupun mereka tidak berada di satu tempat yang sama.

Komunitas Virtual dibagi menjadi lima jenis, yakni komunitas umum (general community), komunitas praktis (practice community), komunitas minat (interest community), serta komunitas tersponsor (sponsored community) (Priyowidodo, 2020). Komunitas virtual Genshin Impact masuk dalam jenis interest community dimana para anggota komunitas mendiskusikan suatu topik berdasarkan ketertarikan atau minat yang sama, yakni seputar game online Genshin Impact. Komunikasi dan interaksi yang berkualitas dapat membangun ikatan emosional yang berkelanjutan sehingga tercipta sense of community (Gibbs, 2016). Ada empat elemen yang dapat membentuk serta membangun sebuah sense of community atau rasa kebersamaan di suatu komunitas, yakni integrasi (integrity), rasa keanggotaan (membership), pengaruh (influence), rasa pemenuhan kebutuhan (needs of fulfillment), serta koneksi emosional bersama (shared emotional connection) (Lizzo. R, 2020).

2.5 Sosial Media

Sosial media merupakan media berbasis internet yang dapat berbentuk sebagai aplikasi maupun website. Sosial media memungkinkan penggunaanya untuk terhubung dan berinteraksi kepada siapa saja yang pernah mereka temui maupun tak pernah mereka temui di dunia nyata. (Obar & Wildman, 2015). Diantara 17 sosial media terpopuler di dunia yang dirilis pada bulan Juli 2021 oleh statista.com, Twitter berada di peringkat 16 dengan pengguna aktif sebanyak 397 juta orang (Statista, 2021).

Twitter diluncurkan pada 13 July 2006 (Mustafe, 2013). Fungsi utama dari Twitter adalah untuk mengunggah catatan harian pribadi pendek atau blog

melalui situs atau aplikasi. Sama seperti dengan sosial media lainnya, Twitter digunakan oleh penggunanya dengan banyak tujuan tertentu, sebagian besar Twitter digunakan untuk berbagi tentang pemikiran, perspektif, dan opini secara tertulis yang bernama tweet. Sedangkan kumpulan tweet yang terangkai menjadi lebih dari satu tweet disebut sebagai thread.

Twitter saat ini mulai kembali populer, terutama di Indonesia. Salah satu yang sering ditemukan pada Twitter di Indonesia adalah akun auto base. Akun auto base merupakan akun yang memiliki fitur layanan pesan langsung otomatis yang memungkinkan pengguna mengirim pesan atau DM (Direct Message) kepada akun auto base dan nantinya DM yang berisi pesan itu akan diunggah menjadi sebuah tweet pada akun auto base tersebut (Syam & Maryani, 2019). Pengguna lain yang melihat tweet dari auto base tersebut tidak dapat mengetahui identitas sebenarnya dari pengirim DM tersebut, kecuali pemilik akun auto base itu sendiri. Pesan yang dikirim ke akun auto base disebut sebagai menfess, pengguna yang mengirim menfess disebut sebagai sender, sementara pemilik dari akun auto base disebut sebagai Admin (Dwiwina & Putri, 2021).

2.6 Basis Teoritis

Teori sosiometri merupakan teori komunikasi kelompok yang dikemukakan oleh Jacob L. Moreno dan kemudian dikembangkan oleh para ahli-ahli lainnya. Teori ini digunakan untuk menganalisis dan mengukur hubungan sosial dalam kelompok. Teori ini berfokus pada pola pilihan sosial dan penolakan antar anggota kelompok, yang kemudian divisualisasikan dalam bentuk sosiogram grafik yang menunjukkan hubungan antar individu berdasarkan

preferensi mereka. Sosiometri berusaha untuk mengidentifikasi struktur sosial yang mendasari interaksi dalam kelompok, seperti hubungan persahabatan, pengaruh, dan isolasi. Dengan menggunakan kuesioner atau alat lain untuk mengumpulkan data tentang pilihan sosial, peneliti dapat menentukan individu yang paling berpengaruh, subkelompok dalam kelompok, dan pola komunikasi yang ada.

2.7 Penelitian Terdahulu

Peneliti menggunakan tiga penelitian terdahulu yang memiliki relevansi topik dengan penelitian ini. Pada tiga penelitian tersebut terdapat konsep serta teori yang dapat dijadikan sebagai sumber-sumber ilmiah dan acuan dalam penelitian ini. Penelitian terdahulu ini memiliki data penting yang valid dan dapat dijadikan sebagai data pendukung, terutama dalam mengenai pola komunikasi dan komunitas virtual di sosial media.

Penelitian pertama oleh Agung Rahmat Lukito, Wahyu Utamidewi, dan Luluatu Nayiroh (2022) yang berjudul Pola Komunikasi Dalam Komunitas Game Online Forza Horizon 4 melalui studi etnografi virtual dalam grup Discord. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa pola komunikasi dalam komunitas ARMI selaku subjek penelitian, menunjukkan dalam komunitas tersebut bahwa proses komunikasi yang terjadi dari awal sampai akhir terjalin secara virtual, kemudian terdapat penggunaan simbol-simbol dalam komunitas tersebut.

Penelitian kedua yakni oleh Fara Hasna Arifah (2022), dengan judul penelitian Pola Komunikasi Virtual Dalam Komunitas Games Online melalui studi netnografi pada komunitas facebook Genshin Impact Indonesia Official.

Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa dalam komunitas Genshin Impact Official, pola komunikasi virtual yang digunakan mengarah kepada penggunaan pola komunikasi sirkular. Dalam pola komunikasi sirkular, pesan dari komunikator mendapatkan *feedback* atau umpan balik dari komunikan. Proses interaksi yang ada di dalam komunitas tersebut meliputi adanya kerjasama, persaingan, akomodasi, serta konflik. Penelitian ini menggunakan metode netnografi serta teori *computer-mediated communication* dan teori *social information processing* dalam memahami pola komunikasi virtual dan proses komunikasi yang terjadi di dalam komunitas Genshin Impact Official.

Penelitian ketiga merupakan penelitian yang berjudul Pola-pola Komunikasi dalam Komunitas Virtual Pengemudi Transportasi Online dengan subjek komunitas Grab Car Surabaya di sosial media Facebook dan Driver Online Satu Aspal di aplikasi pesan instan Whatsapp. Penelitian ini dilakukan oleh Merry Maylya, Gatut Priyowidodo, dan Lady Joanne Tjahyana (2018). Dasar dari penelitian ini yaitu penelitian menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode netnografi serta analisis data yang menggunakan program analisis data kualitatif bernama Nvivo 10. Dalam penelitian tersebut ditemukan bahwa kedua komunitas, baik komunitas yang berada di sosial media facebook dan aplikasi pesan instan whatsapp memiliki bentuk pola komunikasi yang sama, yakni pola komunikasi bentuk roda.

Tiga penelitian ini memiliki perbedaan dengan penelitian yang dilakukan oleh peneliti. Dalam penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengacu pada bagaimana pola komunikasi kelompok yang ada dalam komunitas pemain *game online* Genshin Impact yang berada di dalam sosial media X. Penelitian ini

menggunakan metode netnografi sebagai teknik pengumpulan data serta bereksplorasi lebih dalam tentang makna kultural komunitas virtual. Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu dapat dilihat pada tabel perbandingan di bawah ini.

Tabel 2. Perbandingan Penelitian Terdahulu

No.	Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Pola Komunikasi Dalam Komunitas Game Online Forza Horizon 4 melalui studi etnografi virtual dalam grup Discord Agung Rahmat Lukito, Wahyu Utamidewi, dan Luluatu Nayiroh (2022)	Melakukan penelitian tentang pola komunikasi dalam komunitas game online	Adanya perbedaan subjek penelitian serta ruang lingkup penelitian. tidak diteliti bentuk pola komunikasi dalam penelitian ini.
2.	Pola Komunikasi Virtual Dalam Komunitas Games Online melalui studi netnografi pada komunitas facebook Genshin Impact Indonesia Official Fara Hasna Arifah (2022)	Melakukan penelitian tentang Pola Komunikasi Virtual dalam Komunitas Game Online Genshin Impact.	Terdapat perbedaan dalam subjek penelitian dan sosial media yang diteliti. Peneliti menggunakan jenis pola komunikasi yang berbeda Serta

		Menggunakan metode netnografi.	sumber teori yang beda.
3.	<p>Pola-pola Komunikasi dalam Komunitas Virtual Pengemudi Transportasi Online dengan subjek komunitas Grab Car Surabaya di sosial media Facebook dan Driver Online Satu Aspal di aplikasi pesan instan Whatsapp</p> <p>Merry Maylya, Gatut Priyowidodo, dan Lady Joanne Tjahyana (2018)</p>	<p>Melakukan penelitian tentang pola-pola komunikasi dalam komunitas virtual.</p> <p>Menggunakan metode netnografi.</p>	<p>Adanya perbedaan subjek penelitian serta ruang lingkup yang diteliti. Penelitian ini mengeksplor pada dua komunitas yang berbeda <i>platform</i> sosial media.</p>