



## *Academic Journal of Da'wa and Communication*

---

### **Pola Komunikasi Komunitas Virtual ICB dalam Meminimalisasi Hoaks**

**Giyani Rahmat**

UIN Raden Mas Said Surakarta, Indonesia

---

#### ***Abstract***

**Keywords:**  
communication  
pattern; Facebook;  
hoax; virtual  
community

---

*The purpose of this study is to describe ICB's communication pattern as a virtual community in an effort to minimize hoaxes. This is caused by ICB's position as a massive virtual community that uses Facebook as its communication medium. However, Facebook as a social media is a place for networking information with a wide range, so that it also allows the emergence of hoaxes in circulating information. This research used a descriptive qualitative method with data collection through observation, in-depth interviews, and documentation. This research finds that there are two models of communication patterns used by ICB, namely: the wheel communication pattern and the all-channel communication pattern. The wheel communication pattern includes filtering of uploaded information within the group, in which each member waits for approval from the admin to join or share uploads to the group, especially with a centralized flow at one point, so that the flow of incoming information is orderly and minimizes hoaxes within the group. Meanwhile, the communication patterns of all channels allow for more flexible community meetings and activities, in which each member can interact with anyone without any restrictions.*

### Abstrak

---

#### Kata kunci:

*Facebook; hoaks; komunitas virtual; pola komunikasi*

---

Tujuan penelitian ini adalah mendeskripsikan pola komunikasi ICB sebagai komunitas virtual dalam upaya meminimalisasi hoaks. Hal ini dilatarbelakangi oleh posisi ICB sebagai sebuah komunitas virtual masif yang menggunakan *Facebook* sebagai media komunikasinya. Namun demikian, *Facebook* sebagai media sosial adalah tempat berjejaring informasi dengan jangkauan luas sehingga juga memungkinkan munculnya hoaks dalam informasi yang beredar. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui observasi, wawancara mendalam, serta dokumentasi. Penelitian ini menghasilkan temuan bahwa terdapat dua model pola komunikasi yang digunakan ICB, yaitu: pola komunikasi roda dan pola komunikasi semua saluran. Pola komunikasi roda memuat adanya filterisasi unggahan informasi di dalam grup, yang mana setiap anggota menunggu persetujuan dari admin untuk bergabung maupun membagikan unggahan ke dalam grup, khususnya dengan alur terpusat pada satu titik, sehingga arus informasi yang masuk tertata dan meminimalisasi hoaks di dalam grup. Sedangkan pola komunikasi semua saluran memungkinkan terjadinya pertemuan dan kegiatan komunitas secara lebih fleksibel, yang mana setiap anggota dapat berinteraksi dengan siapapun tanpa ada batasan.

## PENDAHULUAN

Media *online* muncul akibat adanya perkembangan teknologi yang sangat pesat, yang mana dalam posisinya, internet mampu mencakup semua wilayah di bumi tanpa mengenal batasan geografis. Internet dalam praktiknya diaplikasikan dengan tidak mengenal batasan waktu dan dapat diakses secara langsung atau *real-time*. *Hootsuite* merilis laporan tentang aktivitas internet dengan menyajikan data kecepatan internet. Bila menilik laporan tersebut, ternyata kecepatan rata-rata internet di dunia adalah 42,71 Mbps untuk internet kabel dan 22,16 Mbps untuk koneksi *mobile* (Kurnia, 2018). Terkait hal ini, media *online* hanya dapat diakses melalui internet, di mana yang membedakan media *online* dengan media konvensional, salah satunya adalah pada konten multimedia yang terdiri dari teks, gambar,

audio, dan video, serta *link*. Elemen konten media *online* di ini, yang dipandang memang benar-benar baru adalah *link* atau *hyperlink*, yakni sebuah tautan yang tertuju langsung ke informasi. Secara umum, yang termasuk ke dalam aplikasi ataupun layanan dalam media *online*, antara lain adalah *E-mail*, *Situs web*, *Blog*, *WhatsApp*, *Line*, *We Chat*, *Facebook*, *Twitter*, *Path*, *Google Plus*, dan *Instagram*, serta media sosial atau jejaring sosial.

Terbentuknya media *online* membuat seorang yang ingin berkomunikasi sangatlah mudah cukup hanya dengan terhubung dengan internet bisa mengakses segala sesuatu yang dikehendaki, sebut saja seperti sejumlah aktivitas dan persebaran informasi dalam media sosial seperti: *Facebook*, *Twitter*, ataupun *Line*. Menurut McLuhan, dalam menggunakan media, orang cenderung mementingkan isi pesanya saja dan tidak menyadari bahwa media yang menyampaikan pesan mempengaruhi kehidupannya (Morissan, 2013) dan keuntungan yang dapat diperoleh ketika memanfaatkan media, bahwa media dapat menjangkau siapapun yang ada di belahan dunia dengan hanya terkoneksi dengan jaringan internet.

Menilik pada penjelasan di atas, prinsip dalam erkomunikasi di kehidupan manusia dihadapkan dengan suatu kondisi komunikasi yang sangat majemuk dan kompleks, dan hal ini disebabkan oleh perbedaan usia, pendidikan, kelas sosial, maupun gender dan budaya. Beragamnya dalam proses komunikasi memerlukan sebuah pola komunikasi yang cocok dengan kondisi sosial saat ini dengan mengedepankan efisiensi dalam berkomunikasi. Manusia tanpa mempunyai komunikasi tidak mungkin masyarakat terbentuk, sebaliknya tanpa masyarakat, maka manusia tidak mungkin dapat mengembangkan komunikasi (Schramm dikutip dalam Cangara, 2016). Dengan demikian, dapat diartikan bahwa manusia merupakan makhluk yang di kodratkan untuk hidup berkomunikasi dan saling berhubungan antar individu.

Berkomunikasi tentunya mempunyai sebuah perantara untuk mencapai komunikasi yang efektif. Seperti yang di ungkapkan oleh Harold D. Laswell (dikutip dalam Cangara, 2016) komunikasi harus melewati proses “*who says what with whom in which channel what effect*” yang bermakna siapa mengatakan apa dengan siapa menggunakan media apa dan apa efeknya. Komunikator merupakan pengirim pesan yang memulai sebuah komunikasi, kemudian pesan akan disampaikan melalui *channel*, sebuah perantara agar pesan dapat tersampaikan, biasa disebut media. Media dalam hal ini dapat berupa radio, televisi, dan internet. Terakhir, proses komunikasi juga dapat memunculkan sebuah *effect* atau *feedback* terhadap apa yang disampaikan oleh komunikator, yang mana efek ini dapat dirasakan melalui tindakan yang dilakukan oleh penerima pesan.

Pengguna internet di Indonesia berdasarkan survei dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), ditemukan data bahwa penetrasi pengguna internet di Indonesia pada tahun 2019-2020 (Q2) mencapai total 196,7 juta pengguna dengan penetrasi 73,3% dari total populasi Indonesia sebanyak 266,9 juta jiwa. Jumlah pengguna internet ini dinyatakan meningkat secara signifikan dibandingkan dengan survei di tahun sebelumnya yang hanya mencapai 171,1 juta dengan penetrasi sebesar 64,8%. Selanjutnya, untuk kontribusi penetrasi pengguna internet yang tersebar di sejumlah wilayah di Indonesia mencakup wilayah Sumatera sebesar 22,1%, Jawa sebesar 56,4%, Bali dan Nusa Tenggara sebesar 5,2%, Kalimantan sebesar 6,3%, Sulawesi sebesar 7,0%, serta Maluku dan Papua sebesar 3,0% (Beritasatu.com, 2020; APJII, 2020; APJII, 2020a; Bilal, 2022).

*Hootsuite* dan *We Are Social* membuat sebuah penelitian mengenai presentase perilaku masyarakat Indonesia terhadap pengguna media sosial selama tahun 2018. Menjabarkan bahwa sebanyak 150 juta jiwa atau 56% dari total seluruh populasi masyarakat Indonesia menggunakan media sosial secara aktif (Mardiyah, 2019). Dalam penelitian tersebut, di jabarkan media *online* yang sering di

pergunakan oleh penduduk Indonesia, peringkat pertama *Youtube* sebagai media baru yang berisikan konten video yang beragam mempunyai presentase 88% dari total populasi Indonesia, peringkat kedua merupakan *Whatsapp* sebagai aplikasi *chat* yang digunakan untuk berkomunikasi jarak jauh yang memiliki presentase 83%, ketiga adalah *Facebook* dengan sejumlah 81% dari total populasi masyarakat Indonesia merupakan pengguna *Facebook* yang di dominasi oleh orang dewasa. Adapun mudahnya dalam berinteraksi menjadikan *Facebook* banyak memiliki pengguna aktif terutama pengguna bisa saling bertemu dengan komunitas atau hobi yang sama dan sebagai sarana *market online*, masyarakat Indonesia gemar sekali dalam bermedia sosial hampir setengah populasi penduduk Indonesia memakai atau menggunakan media sosial sebagai suatu kebutuhan. Selain ketiga *platform* di atas, ada pula fasilitas *chatting messenger* lainnya, yakni *LINE*, yang memiliki lebih dari 90 juta pengguna (sekitar 80% penggunanya adalah generasi milenial yang berada di wilayah Indonesia, Taiwan, serta Thailand (Cahyo, 2017; Maulana, 2021). Dalam hal ini, *LINE* adalah perusahaan Jepang yang dikembangkan pada tahun 2011 (Parahita & Rahardjo, 2019).

Layanan jejaring sosial *Facebook* yang diluncurkan pada tahun 2004 ini memiliki pengguna aktif satu miliar lebih dan hampir separuhnya menggunakan telepon genggam, pengguna *Facebook* di Indonesia terus meningkat pada penelitian yang dilakukan oleh *We are Social dan Hootsuite* sekitar 81% penduduk Indonesia merupakan pengguna *Facebook*, atau sekitar 120 juta pengguna yang mempunyai akun *Facebook* (Pratama, 2019). Dalam hal ini, kemudahan dalam berinteraksi dan berjejaring dipandang sebagai faktor utama dalam perkembangan *Facebook* di Indonesia, memunculkan interaktivitas yang memungkinkan dua arah, yang mana setiap orang dapat melihat apa yang di unggah, kemudian orang lainnya dapat mengomentari secara *realtime* tanpa ada batasan tertentu. *Facebook* dinilai masih cukup menjadi *platform* media yang diminati oleh masyarakat sebagai

pengguna internet. Dalam tataran ini, *Facebook* dinilai *user friendly* (mudah digunakan) bagi masyarakat. Terlepas dari bagaimana *Facebook* dalam posisinya tentu memiliki sisi positif dan negatif bagi penggunanya sehingga perlu ada literasi dan kehati-hatian dari setiap pengguna dalam mengakses dan mempublikasikan informasi melalui *Facebook* yang digunakan.

Penggunaan *Facebook* yang mudah cukup hanya mendaftar menggunakan email atau nomor telepon kemudian pengguna bisa berbagi informasi apapun dengan pengguna lain sebagai teman, bertukar pesan, serta menambahkan profil pribadi sesuai keinginan, pengguna juga dapat membuat grup sendiri atau bergabung dengan grup pengguna yang memiliki hobi dan ketertarikan yang sama, kemudahan ini kemudian menimbulkan suatu gejala di masyarakat yang kurang bijak dalam menggunakannya, banyak orang menggunakan media sosial untuk hal-hal yang negatif seperti penipuan, menyebarkan berita bohong dan *cyber crime*, tentunya hal ini menimbulkan masalah baru dalam bersosial media dikarenakan mudahnya percaya pada sesuatu di dunia maya yang belum pernah bertemu di dunia nyata, kejahatan mengenai berita bohong atau hoaks seringkali bermunculan di internet, jumlahnya pun tidak terhitung. Survei Masyarakat Telematika Indonesia (Mastel) tentang wabah hoaks nasional pada tahun 2017 yang di ikuti oleh 941 responden, menemukan bahwa 87,50% media sosial merupakan saluran tertinggi dalam persebaran hoaks kemudian 67% hoaks tersebar melalui aplikasi *chatting* seperti *whatsapps*, dan lain sebagainya (Mastel, 2017).

Bentuk - bentuk hoaks yang sering diterima atau disebarkan oleh para pengguna internet ada 3 macam berupa tulisan yang sengaja dibuat untuk menyesatkan, foto atau video dengan *caption* yang palsu agar menakutkan kepada yang melihat, dan berita atau foto yang lama yang di posting ulang. Isi hoaks yang diterima juga beragam di dalam survei Mastel (2017), isi yang sering disebarkan tentang hal mengenai sosial-politik, pemerintahan dan isu sara yang paling sering dibagikan,

responden sering kali kesulitan dalam memeriksa berita hoax atau bukan, dalam hasil survei dikatakan bahwa yang menghambat untuk memeriksa berita bohong atau tidak adalah internet yang lambat dan tidak tahu caranya memeriksa berita tersebut.

Masyarakat yang bergerak di dunia maya yang disebut dengan *cyber society* atau masyarakat maya, *cyber society* atau masyarakat maya yang semua berada di dalam jaringan internet membuat interaksi social dengan model baru dengan bergantung pada fasilitas platform tertentu. *Cyber society* terbentuk dari masyarakat yang memiliki kesibukan di dunia nyata kemudian mereka aktif di dunia maya untuk mencari teman maupun informasi di dalam social media tersebut, di sebab oleh tidak adanya batas dan jarak untuk melakukan kegiatan sosial di dunia maya. Fenomena munculnya suatu kelompok di masyarakat yang berawal dari hobi atau ketertarikan yang sama kian banyak di jumpai, banyak kita jumpai seperti halnya komunitas atau grup *facebook* sebuah kelompok tertentu. Contoh kecil komunitas sosial yang mempunyai tujuan berbagi informasi tentang segala hal yang ada di daerah-daerah, fenomena ini merupakan bentuk dari *cyber society* yang timbul di masyarakat atas dasar kebutuhan bersama.

Info Cegatan Boyolali (ICB) merupakan sebuah grup komunitas berbagi informasi yang menggunakan *platform online* seperti *facebook* dan *instagram*, grup berbagi informasi di dalam media sosial sudah banyak digunakan oleh masyarakat dikarenakan mudahnya dalam mengakses internet serta cepatnya dalam menerima informasi adalah faktor utama digunakanya *platform online* untuk membagikan dan mencari informasi. Akses internet yang cepat tidak mengenal batasan merupakan faktor utama dalam masyarakat memilih grup berbagi informasi sebagai pilihan untuk mencari informasi serta berkeluh kesah, keuntungan bagi masyarakat menggunakan *platform online* adalah informasi yang dibagikan masih baru, menjangkau seluruh wilayah dan, mengenal lebih dekat daerahnya sendiri.

Grup berbagi informasi menggunakan *platform online* bukan hanya ICB, banyak sekali di *platform online* seperti di lingkungan Soloraya ada tujuh grup berbagi informasi yang menggunakan *platform online*, Solo dengan Info Cegatan Solo (ICS), Boyolali dengan ICB, Klaten dengan Info Cegatan Klaten (ICK), Wonogiri dengan Info Cegatan Wonogiri (ICW), Karanganyar dengan Info Cegatan Karanganyar, Sukoharjo dengan Info Cegatan Sukoharjo (INCES), dan Sragen dengan Media Sragen Terkini (MST). Diantara semua grup informasi yang disebutkan, komunitas mereka menjunjung tinggi tali persaudaraan sehingga jika ada salah satu membutuhkan bantuan atau mengadakan sebuah acara maka akan di undang, dalam pengamatan peneliti grup komunitas mereka saling bersaing dalam kegiatan sosial. Dalam pemilihan penelitian peneliti mempertimbangkan ICB sebagai objek penelitian dengan alasan keaktifan anggota dan struktur organisasi yang jelas serta keunikan mereka dalam membantu masyarakat Boyolali tanpa meminta imbalan.

Berdasarkan penelusuran peneliti, komunitas berbagai informasi dan sosial ICB didirikan pada tanggal 22 Februari 2016 yang kemudian bertransformasi menjadi wadah sosial yang sangat menjunjung tinggi kemanusiaan. Komunitas ini memiliki lebih dari 125 ribu anggota di dunia maya hingga saat ini. Guna menjaga ketertiban dalam berbagi setiap informasi para anggota, maka diperlukan penyaringan terhadap unggahan dari setiap anggota, yang mana penyaringan ini dilakukan oleh admin media sosial, sekaligus dilakukan sosialisasi di setiap pertemuan yang diadakan oleh pengurus ICB agar ketertiban selalu terjaga. Berdasarkan pengamatan, keberadaan ICB dilatarbelakangi oleh pudarnya kepedulian masyarakat terhadap lingkungan sekitar sehingga memunculkan ICB sebagai menjadi wadah untuk berkumpul serta membantu masyarakat Boyolali melalui upaya berbagi informasi, khususnya tentang lalu lintas.

Berbagai kegiatan sudah dilakukan oleh Komunitas ICB guna menjalin tali persaudaraan antara anggota dan untuk mengenal satu



sama lain, komunitas ini berawal dari sebuah komunitas grup *Facebook* untuk berbagi informasi serta kejadian yang ada di daerah Boyolali, masyarakat dapat mengunggah berbagai hal seperti kecelakaan lalu lintas, info kehilangan, ataupun berita kriminal penjambretan maupun pencurian. Tidak hanya itu, sesekali masyarakat juga saling berkirim *guyonan* tertentu di grup sehingga informasi yang saling dibagikan lebih fleksibel, tidak terlalu kaku, dan menghibur bagi masyarakat.

Berdasarkan data, setiap wilayah Boyolali dibagi menjadi 5 Kordinasi Wilayah (Korwil) di dalam ICB, yaitu barat, tengah (kota), utara, selatan, dan timur, yang mana setiap wilayah dikordinasi oleh masing-masing ketua korwil. Kegiatan ICB berhubungan dengan sosial kemasyarakatan seperti membantu kekeringan di daerah Boyolali dengan menyuplai air setiap harinya atau membantu dengan donasi berupa uang terhadap musibah kebakaran. Hal kecil juga dilakukan oleh ICB, misalnya pengkondisian ban bocor atau kendaraan mogok bagi yang melewati wilayah Boyolali, akan disediakan tim tersendiri dari ICB. Komunitas ini juga melakukan perkumpulan perkordinasi wilayah setiap bulannya guna membahas hal yang terjadi pada setiap wilayah. *Gathering* juga dilakukan tiga bulan sekali untuk semua wilayah dengan materi pembahasan mengenai segala sesuatu yang sedang *viral* di masyarakat.

Banyaknya informasi yang masuk dalam grup ICB yang kadang kurang terfilter oleh admin menjadi salah satu kendala, masih ada berita bohong atau penipuan di grup tentunya menjadi sebuah masalah yang harus diatasi oleh komunitas tersebut, hal ini disebabkan oleh munculnya sebuah komunitas sosial tentunya berdampak pada pola masyarakat dalam mengakses media sosial yang dimana setiap komunitas mempunyai aturan yang di sepakati bersama oleh anggota sehingga setiap anggota akan terminimalisir oleh kejahatan dunia maya seperti *cyber crime* dan penyebaran hoaks. Hoaks sendiri merupakan informasi yang di sebarakan seseorang dengan niat tertentu akan tetatapi informasi yang di sampaikan tidak benar atau bohong

tercatat bahwa hoaks sendiri paling banyak di sebarakan di media sosial *Facebook* dan *Instagram* dengan begitu bagaimana sebuah komunitas menangkal sebuah berita bohong yang disebarakan oleh anggotanya, supaya tercipta lingkungan sosial media yang aman dan tidak terjadi sebuah kegaduhan di dalam komunitas tersebut.

Penelitian sebelumnya yang berbicara mengenai aktivitas sosial pada komunitas-komunitas virtual, salah satunya ditulis oleh Albert Ageng Pamungkas (2018) tentang Komunikasi Kelompok Komunitas Info Lantas dan Kriminal Jombang (ILKJ). Riset ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan fenomenologi yang berarti melihat dari sudut pandang langsung terhadap pengalamannya terhadap sifat-sifat alami manusia, bahwa Komunitas Info Lantas dan Kriminal Jombang (ILKJ) juga memiliki sebuah komunitas untuk berkumpul bersama dengan menggunakan interaksi verbal maupun non-verbal, interaksi komunikasi juga terjadi di dunia maya secara anonim dengan menggunakan model pesan verbal. Selanjutnya, terdapat penelitian Arif Kurnianto (2017) tentang Opini Anggota Info Cegatan Jogja (ICJ) terhadap kinerja kepolisian Yogyakarta, menggunakan metode kualitatif deskriptif, faktor yang mempengaruhi opini anggota Info Cegatan Jogja (ICJ) adalah pengalaman pribadi dimana setiap individu memiliki pengalaman berbeda. Penelitian ICB yang dilakukan oleh peneliti fokus pada pola komunikasi dalam mengurangi hoaks, dimana masyarakat masih kurang bijak dan minim literasi akan media sosial.

Penelitian lainnya yang juga menjadi rujukan adalah penelitian dari Cut Nadya Nanda Briliana & Rita Destiwati (2018) mengenai pola komunikasi virtual percakapan pada komunitas Hamur di media sosial; artikel ilmiah dari Merry Maylya, Gatot Priyowidodo, & Lady Joaene Tjahyana (2018) mengenai komunitas virtual pada komunitas transportasi Grab, riset ilmiah dari Anggi Rahmadyansyah Putra (2012) tentang komunikasi virtual dalam komunitas *online game*; serta penelitian yang membahas tentang pola komunikasi Madridista Banda

Aceh dalam melakukan kegiatan sosial oleh Ade Putra Setiawansyah (2017).

Secara keseluruhan, riset-riset terdahulu yang menjadi rujukan pada dasarnya membahas tentang pola dan proses komunikasi yang terjadi di dalam komunitas, baik dalam tataran pola komunikasi langsung, maupun pola komunikasi secara virtual. Namun demikian, secara lokus penelitian yang diambil, dinyatakan berbeda dibandingkan dengan riset-riset sebelumnya. Selain itu, permasalahan utama yang mendasari riset ini cenderung diarahkan pada maraknya hoaks yang tersebar secara virtual dalam komunitas sehingga tulisan ini memfokuskan alur penelitian pada bagaimana pola komunikasi yang terjadi di dalam grup komunitas, terutama dalam upaya untuk meminimalisasi hoaks ataupun berita bohong yang tersebar di dalam grup.

## METODE PENELITIAN

Tipe penelitian yang digunakan adalah kualitatif dengan metode studi deskriptif yaitu memberikan gambaran secara cermat dan faktual. Menurut Sukidin (2002), metode pendekatan kualitatif berusaha mengungkap berbagai macam keunikan yang terdapat pada sebuah masyarakat, kelompok, dan organisasi dalam kehidupan sehari-hari secara rinci dan mendalam, serta dapat dipertanggungjawabkan (Siyoto & Sodik, 2015). Penelitian ini memberikan gambaran atau penjabaran suatu objek penelitian berdasarkan karakteristik yang dimiliki, dengan terjun langsung ke lapangan.

Subjek penelitian ini adalah anggota grup ICB, peneliti akan melakukan wawancara dengan pertama ketua sebagai penanggung jawab komunitas untuk memperoleh data sejarah berdirinya ICB, kedua admin sosial media untuk mencari bagaimana alur filterisasi setiap dan data terkait hoaks yang di blokir, ketiga anggota untuk menunjang ketercukupan data terkait komunitas dan *platform onlinenya*. Selanjutnya, untuk teknik sampling yang digunakan pada penelitian ini

adalah *purposive sampling*, yakni dengan memilih sampel atau informan untuk menunjang ketercukupan data berdasarkan pertimbangan tertentu. Selanjutnya, kegiatan terpenting dalam sebuah penelitian adalah pengumpulan data, jika peneliti menggunakan metode yang rawan terhadap masuknya unsur subjektif dalam meneliti sesuatu. Pemilihan teknik pengumpulan data harus memenuhi persyaratan tertentu yaitu memiliki keahlian yang cukup untuk melakukan teknik-teknik tersebut (Siyoto & Sodik, 2015). Peneliti menggunakan teknik pengumpulan data berupa: observasi, wawancara, dan dokumentasi.

Observasi dilakukan dengan mengamati interaksi objek secara langsung yaitu grup *facebook* ICB guna mendapatkan informasi dan data yang jelas terkait penelitian, observasi yang dimaksud untuk mengumpulkan data dengan melihat langsung objek yang diteliti. Selanjutnya, pengumpulan data dilakukan dengan wawancara bersama sejumlah informan. Adapun proses wawancara ini merujuk pada proses merekam informasi atau memasukkan data. Proses ini melibatkan perekaman informasi, penulisan wawancara, pemetaan, sensus, pemotretan, perekaman suara, serta dokumen (Creswell, 2014).

Proses wawancara dilakukan dengan beberapa informan yang dipilih berdasarkan pertimbangan (*purposive*) guna memperoleh data yang mampu mencukupi kebutuhan riset. Terakhir, pengumpulan data didukung dengan kegiatan dokumentasi dengan memilih, memilah, serta mengumpulkan beberapa dokumen-dokumen sekunder yang relevan, baik yang berasal dari sumber referensi, buku, artikel ilmiah, maupun beberapa dokumentasi yang berkaitan dengan ICB.

Adapun salah satu metode dari keabsahan konstruk ini adalah metode triangulasi, triangulasi data, dalam teknik pengumpulan data, triangulasi diartikan sebagai teknik pengumpulan data yang bersifat menggabungkan dari berbagai teknik pengumpulan data dan sumber data yang telah ada. Bila peneliti melakukan pengumpulan data dengan triangulasi, maka sebenarnya peneliti mengumpulkan data yang sekaligus menguji kredibilitas data, yaitu mengecek kredibilitas

data dengan berbagai teknik pengumpulan data dan berbagai sumber data. Triangulasi data dilakukan dengan menggunakan berbagai sumber, mulai dari dokumen, arsip, hasil wawancara dan observasi, dari berbagai satu subjek dengan sudut pandang yang berbeda. Hal ini bertujuan agar data yang diperoleh dapat dipercaya dan diakui kebenarannya. Terakhir, teknik analisis data yang digunakan merujuk pada teknik analisis data interaktif dari Miles dan Huberman. Gambaran mengenai teknik analisis ini dilakukan melalui beberapa tahap, yaitu: reduksi data, penyajian data, serta verifikasi dan penarikan kesimpulan (Briliana & Destiwati, 2018).

## HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Terbentuknya komunitas ICB berawal dari keinginan pendirinya untuk mengelola sebuah komunitas yang diawali dengan keisengan pendiri membuat sebuah grup di dalam platform *Facebok*. Dengan banyaknya animo masyarakat yang ingin ikut bergabung di dalam grup, maka diadakan pertemuan anggota yang awalnya ada 4 orang hingga pertemuan ketiga ada 10 orang yang ikut berpartisipasi, dengan modal uang Rp 115.000, pendiri awal membuat sebuah *banner* dan stiker grup untuk dibagikan kepada anggota dengan cara mengganti dengan uang sebesar 5.000 ribu untuk kas komunitas.

Banyaknya antusiasme masyarakat yang ingin bergabung maka di bentuklah sebuah grup komunitas berbagi informasi dan sosial khusus wilayah Boyolali, dengan nama ICB. ICB Berdiri pada 22 Febuari 2016, dengan pembuat grup pertama bernama Afrian Ramadhan yang kini menjabat sebagai ketua. Awalnya, anggota hanya berjumlah 10 orang yang bergabung pada komunitas dengan usaha memperkenalkan komunitas ke komunitas lain, hingga selanjutnya memiliki banyak pengikut kini mencapai lebih dari 125 ribu anggota di dalam jejaring *Facebook* dan 130 anggota yang terstruktur.



Gambar 1. Logo Info Cegatan Boyolali

Grup dibuat bukan untuk melawan hukum yang berlaku, tetapi justru untuk memberitahu masyarakat untuk melengkapi kendaraan dan surat lengkap jika berkendara serta menganjurkan agar tertib berlalu lintas. Hal ini dilatarbelakangi karena adanya kekurangsadaran masyarakat terhadap kondisi sosial saat berada di jalan raya. Dengan demikian, melihat kepekaan masyarakat yang begitu kurang ini, maka diawali melalui sebuah kelompok kecil dengan kegiatan pengkondisian kendaraan di jalan raya agar dapat dijadikan sebagai contoh untuk memberi tanda jalan berlubang dan pengkondisian pengguna jalan raya jika mengalami kendala. Maka dari itu, dengan berkiblat pada Info Cegatan Jogja, para pendiri pertama berinisiasi untuk mendirikan Info Cegatan lainnya di wilayah Boyolali. Komunitas juga mewadahi kegiatan-kegiatan yang bersifat sosial dengan membantu masyarakat dalam segala hal dengan sukarela tanpa meminta imbalan. Hal ini dinyatakan atas rasa ingin membantu terhadap sesama manusia serta mengutamakan kebersamaan dan solidaritas dalam diri setiap anggota agar selalu berbagi sesama maupun lingkungan sekitar.

*Istilah cegatan* berasal dari bahasa Jawa yang berarti rintangan atau hadangan. Jika dalam arti komunitas ICB, *cegatan* merupakan memiliki arti cepat, sigap, dan tanggap dalam hal apapun seperti pengkondisian kendaraan maupun bakti sosial. Adapun logo merupakan sebuah

identitas yang berwujud gambar atau sketsa untuk mewakili suatu organisasi tertentu, dibentuknya sebuah logo dengan sebuah arti tertentu agar mewakili semangat juang visi dan misi komunitas. Makna dari logo ICB adalah: 1) sayap dan mahkota melambangkan kebebasan, dimana keanggota ICB bebas tak terbatas wilayah maupun komunitas; 2) mahkota melambangkan berwibawa dan saling menghormati terhadap sesama; 3) pita bertuliskan aksara melambangkan ikatan persaudaraan di dalam wadah sosial dan jiwa kepedulian terhadap sesama manusia; 4) bintang melambangkan cahaya yang menerangi dalam berbagai aspek kehidupan bermasyarakat; 5) bentuk dasar perisai melambangkan pertahanan, keamanan, dan perjuangan dalam mencapai tujuan; 6) warna dasar merah dan putih melambangkan anggota mencintai NKRI dan patuh hukum yang berlaku; dan 7) sapi dan tugu jam melambangkan ikon kota Boyolali yang merupakan tempat berdirinya grup.

Visi dari ICB “mewujudkan Boyolali menjadi kota aman, tertib dan nyaman serta menjadikan masyarakatnya memiliki rasa kepedulian yang tinggi terhadap lingkungan kerja dan juga sesamanya”. Adapun misi ICB antara lain adalah: 1) patuh dan taat terhadap hukum yang berlaku; 2) memberikan contoh yang baik terhadap masyarakat tentang tertib berkendara dan pentingnya keselamatan; 3) memperat solidaritas antar sesama; 4) menunjukkan rasa peduli terhadap sesama manusia, alam dan lingkungan dalam mengembangkan sikap atau perilaku yang memenuhi rasa keadilan sehingga tercipta suatu yang bermanfaat. Selanjutnya secara struktural, ICB dipimpin oleh seorang Ketua yang bertanggung jawab secara penuh terhadap kendali organisasi, dibantu oleh posisi Sekretaris, Bendahara, serta Ketua Koordinasi Wilayah (Korwil). Sedangkan untuk pengurusan dan pengelolaan media sosial yang digunakan, ICB memiliki bagian khusus yaitu admin sosial media yang bertugas untuk mengelola serta mengorganisasi pesan-pesan yang beredar di dalam media sosial mereka.

Kegiatan yang dilakukan oleh ICB salah satunya adalah kegiatan patroli yang diadakan setiap hari secara suka rela oleh para relawan pada jam malam, guna untuk membantu warga yang mengalami kendala di jalan raya saat melintasi area Boyolali. Setiap Korwil memiliki *basecamp* sendiri, mengingat Boyolali yang luas, maka patroli di bagi menjadi 5 bagian. Salah satu contoh hal yang sering anggota temui pada saat patroli yaitu ban bocor, kehabisan bensin, dan kendaraan mogok.

Pengkondisian jalan merupakan kegiatan yang sering dilakukan oleh anggota guna untuk membantu atau memberi sejumlah tanda kepada masyarakat yang melintasi jalan wilayah Boyolali, seperti menandai jalan berlubang dengan cat agar pengendara waspada, memberi kerikil atau tanah terhadap jalan yang beroli, pemasangan rambu, serta *sweeping* ranjau paku dan pembersihan tumpahan material.

Selanjutnya, terdapat kegiatan bakti sosial yang dilakukan oleh ICB. Sesuai dengan visi dan misi, ICB ingin berupaya membantu sesama dalam segala hal terutama di bidang sosial, sehingga ICB juga menyelenggarakan bakti sosial setiap saat kepada yang membutuhkan terutama di wilayah Boyolali. Kegiatan bakti sosial merupakan kegiatan sosial yang berhubungan dengan kemanusiaan, seperti distribusi bantuan bencana alam, bedah rumah, santunan kepada anak yatim, pembagian takjil, pengadaan acara charity atau open donasi, serta pembersihan sarang tawon.

Kegiatan ICB lainnya juga merujuk pada kegiatan-kegiatan rutin yang dilakukan pada alokasi waktu tertentu, seperti pengkondisian laporan grup dan kopdar rutin. Pengkondisian laporan grup dilakukan melalui media sosial *Facebook* yang digunakan, yang mana informasi seputar penemuan barang, laporan kehilangan, dan sebagainya. Selanjutnya untuk kopdar rutin, kegiatan ini rutin dilakukan dalam rangka berbeda-beda, antara lain adalah untuk merayakan *anniversary* ICB, rapat bulanan pusat yang diagendakan 2 bulan sekali, serta rapat bulanan setiap sektor untuk koordinasi di wilayah masing-masing.



### *Pola komunikasi anggota ICB*

Proses komunikasi para anggota ICB pada dasarnya mengarah pada pola dan model komunikasi yang dilakukan secara berulang atau kontinyu. Dalam hal ini, pola komunikasi merupakan bentuk atau alur hubungan antara dua orang atau lebih dengan mengaitkan komponen yang sesuai dengan penerima pesan agar isi pesan tidak berubah, komponen yang dimaksud merupakan gambaran atau rencana terhadap suatu aktivitas suatu kelompok.

Aktivitas dalam kelompok memiliki pola yang berbeda dengan kelompok lainya, sama halnya dengan pola komunikasi yang berbasis *online* dimana membutuhkan media untuk saling terhubung. Media yang digunakan komunitas adalah grup facebook yang bisa berbagi informasi dan membagikan informasi tanpa batasan waktu, demi terciptanya grup komunitas yang minim hoaks dan kondusif maka diberikan peraturan-peraturan, dalam proses komunikasi tersebut maka akan memberikan pengaruh kualitas komunikasi yang akan diberikan. Begitu juga dengan ICB dalam meminimalkan hoaks di dalam komunitas. Berdasarkan hasil observasi dan penelitian yang dilakukan oleh penulis, hasil penelitian yang merujuk pada proses komunikasi para anggota ICB diimplementasikan pada beberapa kegiatan, yaitu:

#### 1. Proses penerimaan anggota grup dan pengurus.

Penerimaan anggota baru dalam komunitas ICB mempunyai kualifikasi dan aturan yang telah disepakati bersama, anggota baru yang ingin bergabung dengan grup harus dengan persetujuan admin grup dengan melihat pertimbangan tertentu. Penerimaan anggota tersebut diseleksi dengan teliti dengan melihat akun yang dipakai saat ingin bergabung dengan grup komunitas, akun yang dipakai saat ingin bergabung merupakan akun asli bukan palsu, dengan identitas yang jelas dan tidak sembarang akun bisa masuk grup dengan mudah. Admin melakukan filter dengan melihat

akun - akun yang ingin bergabung dengan grup komunitas, untuk menjaga grup dari akun palsu yang tidak mempunyai identitas maka syarat utama untuk masuk grup adalah dengan menggunakan foto profil asli.

Setiap akun yang ingin memasuki grup harus menggunakan foto asli jika tanpa foto akan ditolak atau ditinjau kembali oleh admin grup sebagai pertimbangan jika akun melakukan tindakan yang diluar aturan grup atau membutuhkan bantuan dari grup agar mudah di hubungi. Komunitas juga memiliki pengurus di kehidupan nyata yang mengatur serta membawahi komunitas dalam segala kegiatan. Dalam penerimaan pengurus komunitas, semua anggota yang ada di dalam grup mempunyai hak yang sama yaitu bisa menjadi pengurus saat terjadi pergantian kepengurusan komunitas, dengan syarat anggota memiliki jiwa loyal sehingga tidak mengesampingkan komunitas pada saat dibutuhkan.

## 2. Koordinasi Komunitas

Komunitas atau organisasi memiliki garis struktur yang jelas, dengan satu arahan yang jelas dari atasan, garis kordinasi Info Cegatan Boyolali sebagai komunitas dengan cakupan wilayah yang luas dan anggota banyak memiliki pola kordinasi dengan mempetakan daerah tempat tinggal masing - masing. Cakupan wilayah yang luas di bentuk pembagian wilayah untuk mempermudah kordinasi saat membuat kegiatan, dengan bagian sebagai berikut: 1) koordinasi wilayah kota mencakup sektor Mojosoongo, Boyolali kota, dan Penggung.; 2) koordinasi wilayah utara mencakup sektor Juwangi, Klego, Karanggede, Andong dan Simo; 3) Koordinasi wilayah timur mencakup sektor nogosari, sambi dan kalioso; 4) Koordinasi wilayah barat mencakup sektor wilayah wonosegoro, wonosamudro dan ampel; 5) koordinasi wilayah selatan mencakup sektor banyudono dan sawit.

Fungsi kordinasi wilayah untuk menunjang semua kegiatan yang dilaksanakan oleh komunitas, kordinasi wilayah memiliki ketua sebagai penanggung jawab setiap kegiatan atau pengondisian dijalan raya serta berhak mengatur atau membuat acaranya sendiri serta mengelola sektor sebaik mungkin dengan mempertimbangkan aspek kenyamanan setiap anggota. Pengondisian dijalan raya merupakan kegiatan utama komunitas dengan membantu sesama pengguna jalan raya serta membantu masyarakat yang membutuhkan dari segi aspek sosial, saat melakukan pengondisian terhadap pengguna jalan maka anggota yang terdekat akan datang dan membantu apa saja yang dibutuhkan oleh orang tersebut, kegiatan ini lebih tepat membatu orang lain dengan sukarela. Hal - hal yang menjadi kategori pengkondisian dijalan, seperti: ban bocor, kendaraan mogok, kecelakaan lalu lintas, pembersihan tumpahan material dan pemasangan rambu. Setiap aktivitas dijalan saat mengalami masalah di wilayah Boyolali bisa langsung posting di grup facebook atau bisa menghubungi unit reaksi cepat Info Cegatan Boyolali, kemudian akan di tindak lanjuti oleh anggota terdekat dan tim unit reaksi cepat Boyolali bekerja secara sukarela

### 3. Alur Filterisasi Unggahan

Filterisasi merupakan penyaringan setiap informasi yang masuk ke dalam grup yang menggunakan platform *Facebook*, di dalam platform sudah menyediakan filter untuk setiap unggahan yang masuk ke dalam sistem. Dalam lingkup komunitas grup ICB memiliki beberapa cara dalam memfilter setiap unggahan yang masuk ke dalam grup, meliputi filter sistem, filter anggota, dan filter kata kunci dalam proses pencarian. Filter sistem dilatarbelakangi oleh posisi *Facebook* sebagai sosial media terpopuler yang memiliki jutaan pengguna dari seluruh dunia memilki sebauah fitur dari grup yang dibuat oleh setiap penggunanya, fitur ini dinamakan

persetujuan unggahan setiap anggota dari sebuah grup yang mengirimkan sebuah unggahan tertentu akan ditinjau oleh admin grup atau difilter layak tidak unggahan sesuai aturan yang dibuat oleh grup tersebut, filter atau persetujuan *unggah* sepenuhnya wewenang admin dan admin bisa memberikan masukan jika posting dari anggota melanggar aturan grup.

Admin mempunyai wewenang penuh atas persetujuan setiap unggahan yang masuk, semua unggahan yang masuk merupakan tanggung jawab admin jika terjadi kesalahan saat menyetujui unggahan atau meloloskan unggahan yang melanggar aturan. Admin yang dipilih merupakan admin pilihan yang mempunyai tanggung jawab yang tinggi dan jika terjadi kesalahan pada salah satu admin saat menyetujui unggahan yang melanggar aturan, maka unggahan akan di telusuri dan dihapus. Aktivitas admin akan terekam kedalam sistem dan dapat dilihat oleh sesama admin. Unggahan yang melanggar aturan grup Info Cegatan Boyolali akan langsung ditolak tanpa ditinjau dan diberi masukan, unggahan yang tidak sesuai dengan aturan grup seperti ujaran kebencian, promosi, spam, dan adu domba.

Filter ini memerlukan kerja tambahan bagi admin untuk meminimalisir unggahan yang masuk, setelah melewati filter yang disediakan oleh facebook maka proses selanjutnya admin diharuskan memantau unggahan yang berpotensi menimbulkan kesalahpahaman, unggahan yang berpotensi menimbulkan kesalahpahaman atau tidak kondusif akan ditinjau ulang oleh admin dan jika posting yang telah dilihat dan dikomentari oleh anggota tidak kondusif maka akan dihapus sepihak oleh admin.

Penggunaan filter dengan menggunakan cara meloloskan unggahan yang masuk terlebih dahulu sangat rawan dengan unggahan yang memberikan informasi palsu, dikarenakan keterbatasan admin dalam jangkuan wilayah yang tidak bisa melihat secara langsung kejadian di lapangan. Penggunaan filter

dengan melemparkan unggahan ke dalam grup dengan melihat komentar - komentar anggota maka admin bisa menyimpulkan apakah unggahan yang dikirim hoaks atau bukan, metode ini memerlukan ketelitian yang tinggi, dikarenakan admin membaca setiap komentar yang masuk. Informasi yang masuk didalam grup sangat beragam mulai dari info wilayah sekitar, kehilangan, dan pengkondisian dijalan. Hal yang berkaitan akan diposting ke dalam grup kemudian di tanggapinya oleh anggota grup jika sudah terjawab atau terkondisikan maka unggahan ditutup atau komentar di matikan oleh admin agar tidak menimbulkan miss informasi kepada anggota lain.

Filter yang telah disediakan oleh pihak *Facebook* dengan mengatur semua kata yang di posting maupun yang ada di dalam komentar dihapus otomatis. Metode kata kunci sangat berguna dan memudahkan admin dalam menyaring semua informasi serta komentar - komentar yang masuk ke dalam grup, komentar yang tidak sepatasnya seperti melakukan perundungan atau berkata kotor akan langsung terhapus oleh sistem dengan menggunakan metode kata kunci.

### *Filter media dan minimalisasi hoaks*

Berdasarkan hasil temuan data kemudian pemaparan informan yang telah dipilih, peneliti juga melakukan wawancara secara mendalam sesuai *interview guide* yang telah dibuat kemudian dari hasil olahan data oleh peneliti menganalisis dengan teori yang digunakan pada penelitian ini, kegiatan pencegahan hoaks sudah dilaksanakan oleh komunitas ICB dalam pelaksanaannya komunitas terus berusaha melakukan filter terkait unggahan yang berkaitan dengan hoaks secara mendalam.

Pola komunikasi merupakan bentuk untuk saling memahami antara komunikator dan komunikan dengan menggunakan pola - pola yang sudah ditentukan dengan menggunakan pendekatan terhadap

komunikasikan, agar tercapainya sebuah komunikasi yang lancar serta sesuai aturan yang telah disepakati bersama, pada dasarnya komunitas ICB merupakan komunitas bergerak dibidang berbagi informasi kepada sesama pengguna media sosial, dengan banyaknya pengguna serta informasi yang banyak demi tercegahnya hoaks yang bermuculan maka ICB melakukan filter informasi yang dibagikan kedalam grup.

Sejatinnya dalam pola komunikasi mengisyaratkan penyampaian pesan searah dari seseorang (atau suatu lembaga) kepada seseorang (sekelompok orang) lainnya, baik secara langsung (tatap-muka) ataupun melalui media, seperti surat (selebaran), surat kabar, majalah, radio, atau televisi (Mulyana, 2003). Terkait dengan penelitian ini, adanya pola komunikasi anggota dalam ICB yang dapat diidentifikasi merujuk pada dua tipe pola (model), yaitu **pola komunikasi roda** dan **pola komunikasi semua saluran**.

*Pertama* adalah pola komunikasi roda, proses komunikasi dalam komunitas ICB dimulai dari adanya filterisasi penyebaran hoaks pada grup *Facebook* ICB dalam rangka meminimalkan persebaran hoaks di dalam grup menggunakan pola komunikasi roda, semua unggahan yang masuk merupakan wewenang admin dalam menyetujui *unggahannya* dan permintaan anggota untuk bergabung. Terkait hal ini, admin merupakan pimpinan tertinggi di dalam grup facebook yang mengatur alur masuknya informasi ke dalam grup, akun yang ingin bergabung dalam grup harus akun asli dan memiliki foto profile yang jelas, admin mempunyai wewenang penuh atas persetujuan setiap unggahan yang akan disebar (share) ke semua anggota, pertimbangan admin dalam menyetujui unggahan yang mengandung hoaks atau berpotensi hoaks adalah konten atau unggahan yang bersifat satire, propaganda, promosi, *click bait*, dan adu domba.

Pola komunikasi roda mengacu pada pimpinan yang jelas dan terpusat pada satu titik, pola roda memberikan wewenang kelompok pada pimpinan atau segala keputusan yang akan diambil oleh kelompok, pola ini bisa memberikan saran atau kritik kepada pimpinan

secara langsung tanpa ada batas begitu sebaliknya pimpinan juga bisa berhubung langsung dengan anggota tanpa ada batasan namun keputusan mutlak tetap kepada pimpinan.

Analisis komunitas ICB digambarkan dalam pola roda yang bermakna bahwa semua laporan, intruksi, dan kepengawasan terpusat pada pimpinan dan anggota bisa berhubungan langsung dengan pimpinan. Persebaran hoaks didalam grup ICB diminimalisir oleh admin dengan pimpinan terpusat sama halnya dengan pola roda, pimpinan atau admin mempunyai hak mutlak dalam persetujuan setiap unggahan hak mutlak juga diberikan dalam permintaan persetujuan bergabung dengan grup, hak mutlak pimpinan atau admin sesuai dengan peraturan yang telah disepakati bersama oleh komunitas.

Setiap unggahan yang berpotensi hoaks akan diberikan persetujuan oleh admin kemudian menunggu respon dari anggota melalui kolom komentar dan laporan anggota dengan menandai admin bahwa unggahan mengandung hoaks atau tidak, pola ini sama dengan pola roda setiap anggota bisa langsung berkomunikasi dengan pimpinan, alur unggahan jika mengandung hoaks admin berhak menutup unggahan dan menonaktifkan kolom komentar.

Hoaks terminimalisir oleh admin dengan wewenang terpusat sesuai aturan yang telah disepakati bersama, hal ini menimbulkan masalah jika admin tidak teliti dalam memberi persetujuan setiap unggahan. Pola yang sesuai dengan roda memang lebih efektif dalam menyelesaikan masalah yang sederhana dan akan lebih teratur setiap unggahan yang masuk ke dalam grup.

*Kedua*, pola komunikasi yang digunakan adalah pola semua saluran. Pola komunikasi ini menjadi model dalam proses komunikasi di dalam ICB yang memungkinkan digunakannya seluruh saluran komunikasi yang terjadi antara pengurus dan anggota. Adapun interaksi dan komunikasi antara pengurus dan anggota dilakukan secara langsung dan tidak langsung, saling terhubung satu dengan

lainnya tanpa ada batasan tertentu. Komunikasi yang bebas dan lebih terbuka memberikan anggota kenyamanan dalam mengikuti komunitas, sama halnya dengan konsep pola semua saluran yang tidak mengenal batasan saat melakukan komunikasi. Analisis pola semua saluran merupakan pengembangan dari pola lingkaran, yang artinya semua anggota merupakan sama dan semuanya memiliki kekuatan yang sama untuk mempengaruhi anggota lainnya. Dalam pola ini, setiap anggota dapat melakukan interaksi secara timbal balik tanpa menganut siapa yang menjadi tokoh sentralnya.

Komunikasi yang terjadi pada komunitas ICB terhadap semua kegiatan yang bersifat sosial dan kemanusiaan, rasa sosial yang besar dengan ingin terhubung ke semua orang terutama anggota komunitas. Pola semua saluran yang bebas berkomunikasi identik dengan kebebasan anggota dalam memberikan kontribusi di dalam komunitas. Meskipun dalam praktiknya komunitas dibagi menjadi 5 kordinasi wilayah tetap bisa berkomunikasi secara verbal maupun non verbal, dibuktikan dengan setiap bulan berkumpulnya seluruh anggota untuk menggelar evaluasi dan rancangan kedepan.

Kegiatan komunitas yang sangat beragam membuat alur berkomunikasi sangat luas, kegiatan rutin selalu dilaksanakan oleh komunitas adalah pengkondisian jalan, bakti sosial, dan rapat rutin setiap bulan membuat setiap anggota bisa mengenal satu sama lain saat terjadi interaksi antar anggota komunitas secara langsung atau tatap muka, hal ini membuat keakraban sesama anggota menjadi erat dan menjadikan komunitas sebagai keluarga baru serta tempat untuk berbagi pekerjaan antara sesama anggota.

Pada kedua pola komunikasi yang digunakan oleh ICB, pada dasarnya pola ini menunjukkan adanya alur terjadinya interaksi dan komunikasi antar ketua, admin, dan anggota. Pemegang peran penting dalam jumlah masuknya hoaks yang masuk ke dalam merupakan admin. Pola komunikasi roda dengan pengawasan dan kepemimpinan terpusat seperti yang telah dijalankan oleh admin, yang mana seluruh



unggahan masuk atas perizinan admin media, admin memiliki hak untuk melakukan penghapusan serta penutupan unggahan konten yang melanggar aturan, penerimaan dan pengeluaran anggota atas alasan tertentu, serta admin dan anggota dapat berkomunikasi sebatas dengan unggahan yang dilakukan.

Berbanding terbalik dengan pola yang digunakan komunitas pada pertemuan-pertemuan langsung pada kehidupan di dunia nyata, pola komunikasi pada pertemuan-pertemuan terbilang bebas dan tidak mempunyai sekat antara sesama anggota maupun terhadap pengurus, terjadi komunikasi verbal dan non verbal pada setiap pertemuan antar anggota. Komunikasi yang bebas dan acak kepada semua orang merupakan penggunaan pola komunikasi semua saluran dimana semua orang dapat terhubung dan saling berinteraksi dengan mendapat timbal balik secara langsung tanpa menunggu tokoh sentralnya terlebih dahulu.

Pola semua saluran pada komunitas ICB secara langsung merujuk pada interaksi komunikasi secara luring (langsung) antara ketua dengan anggota, ketua dengan pengurus, pengurus dengan anggota, anggota dengan anggota. Hal ini cenderung berbeda dengan pola roda yang lebih memfasilitasi terjadinya komunikasi secara daring (online) di dalam ICB. Pada prinsipnya, komunikasi di dalam ICB diupayakan untuk dapat merata dalam prosesnya, yang mana ketua grup dapat berkomunikasi dengan anggota, pengurus kemudian pengurus juga bisa berkomunikasi dengan ketua dan anggota, anggota juga berhak berkomunikasi dengan ketua dan pengurus.

## **KESIMPULAN DAN SARAN**

### *Kesimpulan*

Dari hasil penelitian Pola Komunikasi Anggota ICB dalam meminimalkan hoaks, maka ditarik kesimpulan pola yang digunakan untuk fitlterisasi setiap unggahan yang masuk didalam grup ada 2 pola

yaitu pola komunikasi roda dan pola komunikasi semua saluran. Pola komunikasi roda, wewenang sepenuhnya terpusat pada admin dalam persetujuan unggahan kemudian admin adalah pimpinan utama dalam pencegahan hoaks yang terjadi, kunci utama komunitas berbagi info di media sosial dalam meminimalkan hoaks merupakan admin grup. Serta anggota yang selalu berpartisipasi memberikan tanggapan terhadap setiap unggahan untuk meringankan beban admin.

Pola komunikasi yang digunakan oleh pengurus dan anggota di dunia nyata adalah pola komunikasi semua saluran, pola membebaskan anggota untuk berkomunikasi dengan anggota lainnya tanpa ada sekat pembatas, baik berkomunikasi secara langsung dan tidak langsung. Dari semua kordinasi wilayah bisa berinteraksi dan bertukar pikiran saat melakukan *anniversary*, hal ini yang menjadi acuan komunikasi secara tanpa ada batasan.

### *Saran*

Berdasarkan paparan penelitian di atas, sejumlah saran yang dapat disampaikan oleh peneliti antara lain adalah *pertama*, secara akademis, dengan keterbatasan peneliti masih pada komunitas Info Cegatan Boyolali saja, sedangkan komunitas yang sejenis di daerah Soloraya masih banyak komunitas tentang komunitas info. Peneliti merekomendasikan kepada penelitian selanjutnya untuk meneliti lebih jauh tentang Komunitas Info - Info di Soloraya serta pendalaman tentang pemaknaan sehingga lebih terekplorasi. Kedua, secara praktis peneliti merekomendsikan kepada komunitas ICB dalam pencegahan serta meminimalkan persebaran hoaks yang selalu dikirim oleh anggota grup yang kurang akan literasi digital maka saran agar lebih mensosialisasikan atau memahami anggota tentang bahaya hoaks yang bisa menyebabkan perpecahan sesama anggota, jika anggota masih nekat mengirim unggahan spam, iklan, dan adu domba saran agar di blokir permanen dari grup.

## DAFTAR PUSTAKA

- (APJII), A. P. J. I. I. (2020a). Hasil Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia. Retrieved July 12, 2022, from <https://apjii.or.id/download/file/BULETINAPJIIEDISI74November2020.pdf>
- (APJII), A. P. J. I. I. (2020b). Siaran Pers: Pengguna Internet Indonesia Hampir Tembus 200 Juta di 2019 – Q2 2020. Retrieved July 12, 2022, from 9 November 2020 website: <https://blog.apjii.or.id/index.php/2020/11/09/siaran-pers-pengguna-internet-indonesia-hampir-tembus-200-juta-di-2019-q2-2020/>
- Beritasatu.com. (2020). APJII: Pengguna Internet di Indonesia Capai 196,7 Juta. Retrieved from <https://www.beritasatu.com/archive/696577/apjii-pengguna-internet-di-indonesia-capai-1967-juta>
- Bilal, R. (2022). *Strategi Cyber Public Relations Humas Monumen Pers Nasional Surakarta dalam Membangun Citra di Masa Pandemi Covid-19*. UIN Raden Mas Said Surakarta.
- Briliana, C. N. N., & Destiwati, R. (2018). Pola Komunikasi Virtual Grup Percakapan Komunitas Hamur “HAMURinspiring” Di Media Sosial Line. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, 3(1), 36–60. <https://doi.org/10.24198/jmk.v3i1.12045>
- Cahyo, D. (2017). LINE Today, Media yang Merebut Hati Masyarakat. Retrieved from <http://dewina-journal.foutap.com/LINE-today-media-yang-merebut-hati-masyarakat/>
- Cangara, H. (2016). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design Pendekatan Kualitatif, Kuantitatif, dan Mixed*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Kurnia, T. (2018). Rata-rata Kecepatan Internet Dunia 42,7 Mbps, Indonesia? Retrieved February 25, 2020, from <https://www.liputan6.com/teknologi/read/3466585/rata-rata-kecepatan-internet-dunia-427-mbps-indonesia>
- Kurnianto, A. (2017). *Opini Anggota Info Cegatan Jogja (ICJ) Terhadap Kinerja Kepolisian Yogyakarta*. Yogyakarta.
- Mardiyah, F. (2019). Pengguna Media Sosial di Indonesia Tahun 2018. Retrieved February 25, 2020, from <https://tempo-institute>.

- org/berita/persentase-pengguna-media-sosial
- Mastel. (2017). *Hasil Survey MASTEL Tentang Wabah Hoax Nasional*. Retrieved from <http://mastel.id/infografis-hasilsurvey-mastel-tentangwabah-hoaksnasional/>
- Maulana, I. F. (2021). LINE Today dan Kualitas Jurnalisme Indonesia: Studi Empirik dan Meta-Analisis Kualitatif pada Agregator Berita Digital. *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 2(1), 1-28. <https://doi.org/10.22515/ajdc.v1i1.3311>
- Maylya, M., Priowidodo, G., & Tjahyana, L. J. (2018). Pola-Pola Komunikasi dalam Komunitas Virtual Pengemudi Transportasi Online. *Jurnal E-Komunikasi*, 6(2), 1-10. Retrieved from <https://publication.petra.ac.id/index.php/ilmu-komunikasi/article/view/8286>
- Morissan. (2013). *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Mulyana, D. (2003). *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Pamungkas, A. (2018). *Komunikasi Kelompok Komunitas Info Lantas dan Kriminal Jombang (ILKJ)*. Surabaya.
- Parahita, T. A., & Rahardjo, T. (2019). Analisis Isi Tingkat Keberimbangan Berita Rubrik News dan Showbiz yang Disajikan Dalam Portal Berita LINE Today. *Interaksi Online*, 26(2), 21-42. Retrieved from <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/view/23340>
- Putra, A. R. (2012). *Pola Komunikasi Virtual di Dalam Komunitas Online Game (Penelitian Kualitatif Tentang Pola Komunikasi Virtual di Dalam Komunitas Online Game Point Blank "Heyholet'sgo")* (Universitas Telkom). Universitas Telkom. Retrieved from <https://openlibrary.telkomuniversity.ac.id/home/catalog/id/15996/slug/pola-komunikasi-virtual-di-dalam-komunitas-online-game-penelitian-kualitatif-tentang-pola-komunikasi-virtual-di-dalam-komunitas-online-game-point-blank-heyholet-sgo.html>
- Setiawansyah, A. P. (2017). *Pola Komunikasi Komunitas Madridista Banda Aceh dalam Melakukan Kegiatan Sosial (Studi Kasus di Te\_eM Kupu Kec. Ulee Kareng, Banda Aceh)*. UIN Ar-Raniry Aceh.
- Siyoto, S., & Sodik, A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.