

***Crowdsourcing* pada Grup Facebook Komunitas Pecinta Kereta Api Indonesia untuk Penyebaran Informasi**

Agatha Tasya Gatari¹, Birgitta Bestari Puspita²

^{1,2}Universitas Atma Jaya Yogyakarta

email: agathagatari@gmail.com

Abstract: *Technology helps people obtain information. This coincides with the need for credible information. As experienced by KAI consumers who get different information from the official PT.KAI website with the reality in the field, they must move to find information. One of them is by joining virtual communities. Their abilities in the community can be utilized. This is known as crowdsourcing. This research explores the crowdsourcing process in the Facebook Group of Indonesian Train Lovers Community for information dissemination. This type of research is qualitative research. The method used is descriptive qualitative. The data collection techniques used are interviews and documentation. The results of this study are that the dissemination of information occurs through crowdsourcing that has a social presence. This shows that there is two-way communication and information collaboration in the community. Information dissemination is supported by open invitations, benefits obtained, access to information control, and control systems by the KPKAI admin. Also found is a group communication pattern with a star shape, which means that all members can become informants.*

Keywords: *Crowdsourcing; virtual communities; information dissemination*

Abstrak: Teknologi membantu manusia memperoleh informasi. Hal ini bersamaan dengan kebutuhan informasi kredibel. Seperti yang dialami oleh konsumen KAI yang mendapatkan perbedaan informasi dari laman resmi PT.KAI dengan realita di lapangan membuat mereka harus bergerak mencari informasi. Salah satunya dengan bergabung komunitas virtual. Kemampuan mereka dalam komunitas dapat dimanfaatkan. Hal ini dikenal dengan *crowdsourcing*. Penelitian ini mencari tahu proses *crowdsourcing* pada Facebook Grup Komunitas Pecinta Kereta Api Indonesia untuk penyebaran informasi. Jenis penelitian ini yaitu penelitian kualitatif. Metode yang digunakan deskriptif kualitatif. Teknik pengambilan data yang digunakan yakni wawancara dan dokumentasi. Hasil penelitian ini yakni penyebaran informasi terjadi melalui *crowdsourcing* yang terdapat kehadiran sosial. Hal ini menunjukkan adanya komunikasi dua arah dan terjadi kolaborasi informasi dalam komunitas. Penyebaran informasi ditunjang oleh ajakan terbuka, keuntungan yang diperoleh, akses kontrol informasi, dan sistem kontrol oleh admin KPKAI. Serta ditemukan pula pola komunikasi kelompok dengan bentuk bintang, yang artinya semua anggota bisa menjadi informan.

Kata kunci: *Crowdsourcing; komunitas virtual; penyebaran informasi*

Pendahuluan

Pada masa globalisasi ini, kehidupan manusia banyak berubah dan berkembang karena adanya teknologi. Pada keadaan ini, banyak aktivitas ditunjang dengan adanya teknologi. Salah satunya yakni aktivitas berkumpul, bekerja, komunikasi, dan pencarian informasi yang dapat dilakukan tanpa terbatas ruang dan waktu karena adanya internet. Kominfo menyampaikan

bahwa dengan kemajuan teknologi, salah satunya internet, informasi bisa didapatkan tanpa batas (Tashia, 2016). Melalui kemajuan teknologi, masyarakat tidak dapat terlepas dari padatnya arus informasi.

Dari internet, muncul media sosial yang juga menjadi kemajuan teknologi yang dirasakan oleh masyarakat. Media sosial sendiri merupakan medium pada internet yang mengakibatkan pengguna dapat berinteraksi, berkomunikasi, berbagi, bekerja sama dengan orang lain dan memungkinkan untuk membentuk ikatan sosial secara virtual (Rafiq, 2020). Adanya media sosial ini juga dimanfaatkan oleh perusahaan. Salah satunya pelayanan jasa seperti PT. Kereta Api Indonesia (PT. KAI). Saat ini, kereta api di Indonesia dikelola oleh PT.KAI yang bergerak pada pelayanan bidang jasa transportasi. Visi dari PT. KAI yakni menjadi solusi ekosistem transportasi terbaik untuk Indonesia. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik, per Februari 2022 total pengguna jasa layanan PT.KAI mencapai 13.067 orang. Informasi dari PT.KAI dapat diakses pada WhatsApp, Instagram, *website*, dan Facebook. Berbagai kebijakan, pembelian tiket, dan segala informasi terkait dengan pelayanan Kereta Api Indonesia terdapat dalam platform yang mereka gunakan.

Pada prosesnya, terdapat kendala dalam penyampaian informasi yang diberikan ataupun diterima oleh masyarakat, yakni informasi yang disampaikan oleh PT. KAI tidak sesuai dengan praktik di lapangan. Hal ini membuat calon pengguna jasa layanan kereta api merasa bingung dan informasi dari PT.KAI menjadi tidak kredibel. Salah satu contohnya dapat dilihat pada kebijakan penerapan protokol. Melalui beberapa platform KAI memberikan informasi salah satunya yakni penerapan jarak pada tempat duduk KRL (Kereta Rel Listrik) di Stasiun Manggarai. Namun hal berbeda ditemui oleh penumpang karena jaga jarak dalam KRL tidak diterapkan. Hal ini diungkapkan oleh seorang penumpang KRL melalui akun *Twitter* yang dicantumkan pada media Kompas. *Vice President* KAI menanggapi hal tersebut dengan mengatakan bahwa seharusnya penumpang dapat mematuhi marka berdiri dan marka duduk (Anon n.d.). Karena kejadian ini terjadi pada tahun 2021, pada masa tersebut berlaku Surat Edaran (SE) Kementerian Perhubungan nomor 89 Tahun 2021 pada bagian isi edaran poin c menjelaskan bahwa penyelenggara perkeretapiian wajib menerapkan *physical distancing* (jaga jarak) dalam sarana yang digunakan. Peringatan soal *physical distancing* juga terdapat pada media sosial seperti Facebook. Akan tetapi, terdapat kesenjangan antara yang disampaikan dengan praktik di lapangan.

Tak hanya itu, terdapat contoh lain terkait dengan kurang jelasnya informasi yang disampaikan oleh PT.KAI. Hal ini dirasakan oleh pengguna jasa Kereta Api Indonesia yang hendak melakukan pembatalan tiket. Pengguna jasa tersebut sebelumnya mencari informasi tentang pengembalian uang. Berdasarkan informasi, uang yang kembali 75%. Akan tetapi yang dikembalikan hanya 25%. Pihak pengguna jasa telah mencoba untuk menghubungi pihak KAI namun merasa jawaban dari pihak KAI tidak jelas. Hal ini disampaikan melalui Grup Pecinta Kereta Api Indonesia.

Melalui adanya internet, terbentuk juga media sosial yang membantu manusia saling terhubung. Keberadaan mereka di media sosial sama halnya seperti di dunia nyata. Mereka dapat saling berinteraksi dan membentuk kelompok atau komunitas. Dari hal tersebut kini muncul komunitas *online* yang menjadi perkumpulan orang-orang di dunia maya. Definisi dari komunitas *online* sendiri dapat dipahami sebagai sekelompok orang dengan minat yang sama

dan terdapat pada dunia maya (Syam, 2016). Individu yang tergabung dalam komunitas dapat saling menyampaikan pendapat, pikiran, maupun informasi. Melalui hal ini informasi sebagai kebutuhan manusia dapat dengan mudah ditemukan. Kemudian, salah satu media yang menjadi tempat berkumpul masyarakat dalam dunia maya, yakni Facebook. Media sosial Facebook dapat dipahami sebagai sebuah situs pertemanan dari Amerika dan hal ini menjadi populer di kalangan masyarakat (Kurniali, 2013).

Dalam penelitian ini, peneliti melakukan penelitian terhadap Grup Facebook Komunitas Pecinta Kereta Api Indonesia (KPKAI). Komunitas ini sendiri merupakan komunitas yang dibuat untuk berbagi mengenai informasi, kesukaan, sejarah, dan hal-hal lain tentang kereta api. Pada bulan April 2022 grup tersebut memiliki 65.000 anggota dengan berbagai macam postingan. Dalam Grup Komunitas Pecinta Kereta Api Indonesia terdapat deskripsi yang mengarahkan anggota grup untuk berbagi informasi mengenai kereta api. Setiap postingan yang diunggah oleh anggota grup melalui seleksi dari admin Grup Komunitas Pecinta Kereta Api.

Pada media sosial terdapat istilah *crowdsourcing*. *Crowdsourcing* merupakan suatu kegiatan kontribusi komunitas secara online untuk melaksanakan tugas tertentu (Putraji, 2022). Pada Grup Komunitas Pecinta Kereta Api, anggota grup diminta untuk dapat berbagi informasi terkait dengan kereta api. Informasi yang disampaikan beragam. Mulai dari kebijakan kereta api saat pandemi, pembelian tiket, ataupun pengalaman dari penumpang lain. Melalui media sosial ini komunitas virtual bergerak untuk saling bertukar informasi untuk mengatasi informasi yang beredar tanpa ada kejelasan.

Pada penelitian sebelumnya dengan judul *Aktivisme Twitter: crowdsourcing* melalui tagar #100jutamaskerchallenge telah dihasilkan bahwa *crowdsourcing* atau urun daya menggunakan tagar dapat menjadi wadah untuk mengumpulkan informasi yang memicu gerakan (Putraji, 2022). Penelitian ini dilakukan dengan metode *virtual ethnography*. Kemudian terdapat juga penelitian dengan judul *Karakteristik Strategi Crowdsourcing Untuk Membatasi Penyebaran Hoaks di Indonesia* (Silalahi, Bestari, and Saputra n.d.). Metode yang digunakan oleh penelitian ini, yakni penelitian kualitatif dengan wawancara mendalam. Hasil dari penelitian ini yaitu *crowdsourcing* dapat digunakan sebagai strategi untuk membatasi penyebaran hoaks.

Kemudian, Facebook juga menyediakan fitur yang memudahkan penggunaannya untuk kirim gambar, berkomentar pada kolom komentar, meletakkan tautan *link* pada dinding komunitas pada Facebook tersebut, dan lain sebagainya. Hal ini membuat masyarakat yang menggunakan Facebook dapat melakukan komunikasi dan tetap terhubung satu dengan yang lainnya. Melalui hal tersebut juga mereka dapat membentuk komunitas dan menjadikan Facebook sebagai ruang diskusi. Dari penelitian-penelitian sebelumnya dapat dilihat bahwa *crowdsourcing* dapat menjadi strategi dalam mencapai tujuan. Hal ini dilakukan dengan memanfaatkan sumber daya yang ada. Dalam penelitian ini yang akan diperdalam yakni bagaimana penyebaran informasi dengan metode *crowdsourcing* dijalankan pada Grup Komunitas Pecinta Kereta Api Indonesia.

Metode

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Denzin dan Lincoln menjelaskan penelitian kualitatif sebagai penelitian yang memanfaatkan latar belakang untuk melakukan

penafsiran terhadap suatu fenomena yang terjadi serta melibatkan berbagai metode (Setiawan 2018). Metode yang digunakan dalam penelitian ini yakni metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif sebagai penelitian yang untuk kajian dengan sifat deskriptif serta berfokus menjawab penelitian dengan pertanyaan apa, siapa, di mana, dan bagaimana suatu peristiwa terjadi (Yuliani, 2018). Kemudian mengenai subjek penelitian, Adhimah menjelaskan bahwa subjek penelitian merupakan individu sebagai sumber data yang dapat memberikan informasi yang memiliki keterkaitan dalam penelitian (Adhimah, 2020). Sedangkan yang menjadi subjek dari penelitian ini yaitu anggota dari Komunitas Pecinta Kereta Api Indonesia.

Pengambilan subjek menggunakan teknik *purposive sampling*. Teknik pemilihan subjek ini dilakukan dengan tujuan dan pertimbangan tertentu (Adhimah, 2020). Peneliti melakukan teknik pengambilan data dengan wawancara. Morissan (2019) menjelaskan bahwa wawancara mendalam merupakan sebuah proses untuk memperoleh informasi secara detail tentang perilaku serta pemikiran seseorang untuk menjelajahi fenomena yang ada secara mendalam. Wawancara dilakukan pada kepada Pendiri Komunitas Pecinta Kereta Api Indonesia yang juga berperan sebagai admin, serta anggota Komunitas Pecinta Kereta Api Indonesia. Objek penelitian merupakan variabel yang diteliti di tempat pelaksanaan penelitian (Pakpahan et al., 2021). Objek penelitian dalam hal ini yaitu proses *crowdsourcing* dalam penyebaran informasi pada media sosial Facebook Grup KPKAI dalam penyebaran informasi. Teknik pengambilan data dalam penelitian yaitu wawancara mendalam dan dokumentasi. Analisis data yang digunakan tiga langkah. Menurut Siyoto tiga langkah tersebut yakni reduksi data, penyajian data, verifikasi data dengan metode triangulasi (Siyoto & Sodik 2015).

Hasil dan Pembahasan

Komunikasi dalam Komunitas Virtual dan Kebutuhan Informasi yang Kredibel

Untuk menggali lebih dalam mengenai manfaat adanya grup, sistem kontrol grup, penyebaran informasi melalui *crowdsourcing*, serta tugas dan ajakan untuk berpartisipasi dalam komunitas, peneliti bertanya kepada pendiri Komunitas Pecinta Kereta Api Indonesia.

“Ya awalnya sih kerja di kereta. Nah terus coba mencari komunitasnya di Facebook kok nggak ada. Ada sih tapi kok kaya sepi obrolan kaya ditinggal grupnya. Makanya saya coba bikin ternyata banyak juga yang minta gabung. Lha terus Alhamdulillah bisa ramai sampai sekarang” (wawancara dengan informan 1, tanggal 24 November 2022).

Pendirian grup ini sendiri berasal dari inisiatif pekerja KAI. Pembentukan grup karena informan merasa belum ada komunitas yang membahas kereta api. Sebelumnya informan mencari dan menemukan komunitas lain dan tidak ada interaksi. Lalu muncul keputusan untuk membuat komunitas. Ditemukan juga bahwa perkembangan grup sendiri, pada tahun 2022 sudah mencapai 85.500 anggota.

“Sempet denger keluhan-keluhan dari penumpang. Biar penumpang itu bisa mencari informasi gitu” (wawancara dengan informan 1, tanggal 24 November 2022).

Lalu informan menyampaikan juga bahwa pihaknya mendengar keluhan dari penumpang. Sehingga informan memutuskan mendirikan komunitas yang menjadi tempat untuk mencari informasi. Selanjutnya, peneliti memberikan pertanyaan tentang bagaimana informan menyampaikan informasi yang diperoleh. Informan ketiga dalam hal ini menyampaikan bahwa informasi yang dibagikan dapat berupa data maupun cerita pengalaman pribadi. Informan kedua menjelaskan bahwa sumber daya yang dibagikan bisa berupa data yang dicari terlebih dahulu serta cerita pengalaman yang dimiliki. Selanjutnya, peneliti mencoba menggali motif dari suatu individu yang memutuskan untuk bergabung dalam komunitas. Dan pada kesempatan ini informan menceritakan alasannya untuk bergabung dan berpartisipasi dalam Komunitas Pecinta Kereta Api. Hal tersebut dijabarkan oleh informan sebagai berikut:

“Supaya bisa sharing dengan Komunitas Pecinta Kereta Api Indonesia”
(wawancara dengan informan 2, tanggal 28 November 2022).

Informan 2 menyampaikan keinginannya untuk bisa melakukan *sharing* dengan Komunitas Pecinta Kereta Api Indonesia. Demikian juga dengan jawaban yang diberikan oleh Nazar Ahmad sebagai informan yang berasal dari anggota grup Komunitas Pecinta Kereta Api. Berikut jawaban dari informan:

“Pengen lebih tau gitu kan yak..terus pengen silaturahmi, menambah wawasan, menambah pengetahuan..ya ibaratnya apa ya..kita itu kan butuh informasi” (wawancara dengan informan 3, tanggal 24 November 2022).

Berdasarkan penyampaian kedua informan tersebut, mereka bersedia untuk turut bergabung dan berpartisipasi dalam Komunitas Pecinta Kereta Api karena adanya keinginan untuk *sharing* serta adanya kebutuhan untuk menambah informasi. Selanjutnya, alasan tersebut diperkuat dengan tanggapan informan ketiga yang menjelaskan bahwa:

“Terus informasinya ada sumbernya. Kaya misal kereta ini lewat Bandung ternyata hoax, tapi kalau di sini ada sumber terpercaya” (wawancara dengan informan 3, tanggal 24 November 2022).

Berdasarkan wawancara, informan menyampaikan informasi yang terdapat pada Komunitas Kereta Api Indonesia memiliki sumber yang terpercaya. Kemudian, untuk memperdalam kebutuhan informasi dari pengguna jasa layanan kereta api. Peneliti menanyakan perihal pengalaman informan saat menghubungi PT.KAI dalam mencari informasi. Berdasarkan hal tersebut, berikut penjelasan informan 2:

“Dulu aku tu WhatsApp KAI untuk nanya-nanya aja. Tapi semenjak WhatsApp-nya berubah untuk apa ya aku lupa deh, sekarang udah ga bisa nanya-nanya. Jadi kalau mau nanya langsung di IG atau postingan langsung di Facebooknya KAI sama DM-nya KAI. Sedangkan aku tipenya kadang pengen tahu sudut pandang masyarakatnya bukan dari KAInya” (wawancara dengan informan 2, tanggal 28 November 2022).

Informan dalam hal ini menjelaskan bahwa ia pernah mencari informasi melalui laman resmi KAI. Pada waktu itu, KAI masih mengaktifkan layanan komunikasi melalui aplikasi WhatsApp. Namun kini untuk pencarian informasi tidak bisa menggunakan aplikasi tersebut,

melainkan dialihkan melalui media sosial seperti Facebook dan Instagram. Selain itu, Hani Hamim tetap mencari informasi di Grup Facebook Komunitas Pecinta Kereta Api Indonesia karena ingin mengetahui sudut pandang masyarakat.

Dari penjelasannya, informan pernah mencari informasi melalui laman resmi PT.KAI. Namun, Nazam Ahmad tetap mencari informasi melalui Grup Facebook Komunitas Pecinta Kereta Api. Selanjutnya, Komunitas Pecinta Kereta Api Indonesia merupakan komunitas virtual yang melakukan interaksinya melalui media sosial Facebook. Terkait hal tersebut, komunikasi yang terjadi termediasi melalui jaringan komputer. Untuk memperdalam interaksi dalam komunitas ini, peneliti mengajukan beberapa pertanyaan. Pertanyaan pada bagian ini ditujukan kepada dua informan yang berperan sebagai anggota Komunitas Pecinta Kereta Api Indonesia. Pertama tentang aspek interaktivitas. Hal ini terkait dengan komunikasi dua arah yang terjadi di dalam komunitas. Anggota komunitas memberikan jawaban atau tanggapan terhadap pertanyaan dari anggota Komunitas Pecinta Kereta Api Indonesia. Untuk memastikan bahwa interaktivitas benar-benar terjadi, peneliti memberikan pertanyaan sebaliknya. Yakni, ketika informan mencari informasi kepada anggota lain dalam komunitas apakah mendapatkan tanggapan. Anggota lain dalam komunitas juga memberikan tanggapan atau jawaban atas pertanyaan anggota lain secara langsung. Sesuai hasil wawancara berikut ini:

“Waktu itu nanya info parkir waktu mau ke Surabaya. Ttarif parkirnyatu berapa. Saya tu mau meminimalisir dengan tau tarif parkir tu berapa per harinya. Terus ga ada yang jawab. Ya mungkin ga tau, terus saya searching aja tapi ga ada. Jadi pokoknya saya nanya, tapi akhirnya ada yang jawab” (wawancara dengan informan 3, tanggal 24 November 2022).

“Tapi ada juga yang memberikan tanggapan agak negatif. Karena dikiranya saya nggak update, padahal saat itu saya ingin bertanya.. apa ya.. maksudnya pengen sharing kepada pengguna bukan KAI nya. Jadi saya sempat mendapat tanggapan negatif kaya “kamu kemana aja? Kan kamu udah lama gabung di komunitas ini kok nggak update”. Padahal saya kan nggak selalu harus update terus kan.. dan waktu itu lagi padet-padetnya kerja..tapi memang saya usahain buka sehari sekali sih..cuman nanya aja tapi ditanggapi negatif seperti itu. Tapi juga ada yang memberikan tanggapan positif sih, kaya saya diberikan arahan” (wawancara dengan informan 2, tanggal 28 November 2022).

Dari penjelasan informan diperoleh data bahwa dalam menerima tanggapan dari anggota lain, pihaknya memperoleh dua tipe jawaban. Yakni tanggapan positif dan negatif. Tanggapan negatif berupa pertanyaan yang menurut informan mengarah pada makna yang menganggap informan sebagai anggota yang tidak melakukan pembaharuan terhadap informasi yang beredar. Sedangkan tanggapan positif berupa arahan dari anggota lain mengenai suatu informasi.

Aspek berikutnya yang dialami, yakni mengenai kehadiran sosial. Seberapa sering informan mengakses dan berinteraksi di dalam Komunitas Pecinta Kereta Api Indonesia. Sebagaimana hasil wawancara berikut ini:

“Setiap hari saya biasanya. Jadi minimal sehari sekali” (wawancara dengan informan 2, tanggal 28 November 2022).

“Kalau interaksi paling saya scroll-scroll dulu di grup terus saya lihat misal kaya mbak tadi tentang skripsi nah saya comment..siapa tau bisa bantu..ya meskipun wawasannya nggak kaya yang lain..jadi saya cuma tanggapin yang kira-kira gimana ya..yang nanya aja” (wawancara dengan informan 3, tanggal 24 November 2022).

Informan terkait hal ini menjelaskan bahwa pihaknya mengakses dan berinteraksi pada Grup Komunitas Pecinta Kereta Api yang terdapat pada Facebook dengan waktu setiap hari. Pihaknya juga menyampaikan bahwa terdapat waktu minimal sehari sekali untuk mengakses grup KPKAI. Berdasarkan jawaban yang disampaikan oleh informan, peneliti mendapatkan temuan bahwa informan mengawali kehadiran pada grup KPKAI dengan *scroll* terlebih dahulu. Kemudian baru berinteraksi dengan menjawab pertanyaan anggota lain ketika ada yang memberikan pertanyaan.

Kemudian, peneliti juga mencari tahu mengenai karakteristik kesamaan yang terdapat pada Komunitas Pecinta Kereta Api Indonesia. Berkaitan dengan hal itu peneliti memberikan pertanyaan kepada dua narasumber yakni informan 2 dan informan3. Peneliti mengawali pertanyaan terkait pengetahuan informan terhadap grup. Lalu Hani Hamim memberikan jawabannya sebagai berikut:

“Grup yang biasanya suka ada info kaya “eh nanti di KAI mau ada promo lho!” atau “KAI mau buka rute baru lho!” biasanya seperti itu” (wawancara dengan informan 2, tanggal 28 November 2022).

Pada bagian ini, informan memberikan penjelasan bahwa pihaknya memahami Komunitas Pecinta Kereta Api sebagai grup yang di dalamnya terdapat informasi terkait kereta api, yakni mengenai promo dan rute baru. Selanjutnya Nazar Ahmad juga turut menimpali pertanyaan peneliti dengan memberikan penjelasan sebagai berikut:

“Ya grup yang ada informasi kaya promo, terus jadwal gitu-gitu. Terus informasinya ada sumbernya”(wawancara dengan informan 3, tanggal 24 November 2022).

Berdasarkan penjelasan dari Nazar Ahmad, ia memahami Komunitas Pecinta Kereta Api sebagai grup yang memiliki informasi mengenai promo dan jadwal kereta api serta memiliki informasi dengan sumber terpercaya. Dari jawaban dua informan yang berperan sebagai anggota Komunitas Pecinta Kereta Api Indonesia, terdapat kesamaan dalam pemahaman bahwa dalam komunitas terdapat informasi berupa promo, jadwal, rute, dan informasi lainnya yang berkaitan dengan kereta api. Jawaban informan di atas memiliki kesesuaian dengan penjelasan yang diberikan oleh pendiri komunitas.

Penjelasan dari pendiri komunitas menunjukkan bahwa anggota dalam komunitas memiliki kesamaan tentang informasi yang dicari. Yakni info mengenai pelayanan kereta api seperti jadwal, rute kereta, serta promo tiket seperti yang disampaikan oleh informan dua dan tiga. Menurut pendiri komunitas melalui Komunitas Pecinta Kereta Api, informasi tersebut bisa diperoleh. Hal ini membantu mereka yang baru pertama naik kereta.

Selanjutnya peneliti mencari tahu tentang media pendukung dalam terjadinya pertukaran informasi. Pertama, Hana Hamim memberikan tanggapan perihal media yang mendukungnya dalam penyebaran informasi:

“*Video sama tulisan kalau saya*” (wawancara dengan informan 2, tanggal 28 November 2022).

Berdasarkan penyampaian informan, pihaknya terbantu dengan media video dan tulisan (teks) ketika melakukan pertukaran informasi. Selanjutnya, Nazar Ahmad turut memberikan jawabannya sebagai berikut:

“*Kalau saya sih langsung aja ya. Di atas tuhkan ada telusuri di situ aja otomatis jadi itu banyak istilahnya apa ya langsung aja*” (wawancara dengan informan 3, tanggal 24 November 2022).

Informan menjelaskan bahwa pihaknya menggunakan fitur pencarian informasi pada bagian atas grup untuk melakukan pertukaran informasi kepada anggota komunitas lainnya. Mengenai media pendukung yang digunakan untuk penyebaran informasi di dalam grup, diperoleh data juga bahwa penggunaan media tersebut tidak semua bisa terpampang pada dinding grup Komunitas Pecinta Kereta Api Indonesia. Hal ini dijelaskan oleh admin komunitas yang juga berperan sebagai pendiri komunitas yang memiliki kendali untuk mengawasi interaksi dalam penyebaran informasi. Penggunaan media pada interaksi di dalam komunitas mendapatkan seleksi dari pendiri komunitas. Ketika media berupa gambar maupun video memiliki potensi yang berbahaya dan tidak sesuai dengan tema grup, maka informasi dengan menggunakan gambar atau video yang diunggah oleh anggota komunitas tidak bisa terpampang pada dinding grup. Karena postingan tersebut tidak diizinkan oleh pendiri komunitas yang juga berperan sebagai admin.

Semenjak adanya teknologi, manusia mengalami perubahan. Salah satunya yakni wujud perkumpulan yang sebelumnya hanya ada di dunia nyata, kini ada pada dunia maya. Wujud perkumpulan ini terdapat pada media sosial Facebook, seperti adanya Komunitas Pecinta Kereta Api. Komunikasi atau pertukaran pesan yang terjadi pada kondisi ini dan melibatkan jaringan komputer dapat disebut sebagai *Computer Mediated Communication* (CMC) (Sosiawan & Wibowo 2019). Adanya ruang komunikasi ini pada dunia virtual dapat dipahami sebagai *cyberspace*. CMC dapat terjadi jika di dalamnya terdapat interaksi manusia. Dalam Komunitas Pecinta Kereta Api terdapat terjadi interaksi berupa pertukaran pesan yang mengandung informasi terkait kereta api.

Pada CMC adanya interaksi yang dilakukan dengan komunikasi dua arah menjadi salah satu kunci penting. Wright dan Lynn dalam Saifulloh & Ernanda (2018) menjelaskan bahwa komunikasi dua arah tersebut menjadi acuan untuk aktivitas komunikasi antar manusia yang terjadi melalui perantara komputer. Hal ini nampak pada komunikasi secara dua arah antara informan yang berperan sebagai anggota pada Komunitas Pecinta Kereta Api Indonesia dengan anggota lainnya yang berada dalam komunitas tersebut. Begitu juga sebaliknya, ketika ada anggota lain dalam komunitas memberikan pertanyaan atau tanggapan, Hani Hamim sebagai informan juga menjawab pertanyaan dari anggota lain.

Berdasarkan temuan data, terdapat sifat informasi yang didapatkan saat melakukan komunikasi dua arah. Informasi tersebut bersifat positif dan negatif. Seperti terlihat pada kolom komentar bahwa informasi positif didapatkan oleh anggota berupa arahan dan terpenuhinya informasi yang dibutuhkan. Namun, ketika mendapat informasi negatif hal tersebut dimaknai sebagai informasi dengan makna negatif seperti pertanyaan “*kamu kemana aja?*”.

Teori CMC dibagi menjadi dua kategori. Pertama yakni *Asynchronous Computer Mediated Communication* (ASMC). Amin (2020) menjelaskan bahwa komunikasi model ini dilakukan secara tidak langsung melalui komputer. Proses pertukaran informasinya dalam hal ini tidak dilakukan dalam waktu yang bersamaan. Akan tetapi informasi yang dikirimkan dapat dibaca kapan saja. Hal ini sesuai dengan yang disampaikan oleh informan ketiga, yakni Nazar Ahmad. Pihaknya mengungkapkan bahwa ketika mencari informasi dengan bertanya pada komunitas, pihaknya tidak mendapatkan jawaban langsung. Melainkan menunggu anggota lain yang memiliki informasi lebih untuk bisa menjawab pertanyaan dari Nazar Ahmad. Kategori kedua yakni *Synchronous Computer Mediated Communication* (SCMS). Amin (2020) menjelaskan bahwa komunikasi model ini dilaksanakan secara langsung dan dalam waktu bersamaan. Hal ini nampak pada kondisi yang dialami oleh Hani Hamim. Di mana saat mencari informasi pada komunitas, pihaknya langsung memperoleh jawaban.

Selanjutnya pada Teori CMC terdapat akses kehadiran sosial. Wright dan Lynn dalam Saifulloh & Ernanda (2018) menjelaskan bahwa kehadiran sosial pada dunia maya mengacu pada kehadiran sosial di dunia nyata. Dalam dunia nyata, kita akan mendapatkan informasi ketika kita hadir di tengah-tengah masyarakat dan berinteraksi dengan masyarakat sekitar. Demikian juga terjadi pada dunia maya, anggota grup dapat memperoleh informasi ketika ia hadir dengan mengakses grup lalu berinteraksi dengan anggota yang terdapat dalam komunitas. Hal ini dapat dilihat pada tindakan Hani Hamim sebagai informan yang mengakses grup setiap hari dengan jumlah minimal sekali dalam sehari. Demikian juga dengan Nazar Ahmad yang mengawali kehadirannya dengan *scroll* grup terlebih dahulu, baru berinteraksi dengan memberikan tanggapan ketika ada anggota lain yang bertanya.

Aspek berikutnya yakni mengenai homogenitas. Hal ini merujuk pada karakteristik pengguna dengan kecenderungan dalam memiliki kesamaan. Berdasarkan data yang diperoleh dari informan, mereka memiliki kesamaan sebagai anggota komunitas. Kesamaan tersebut dapat dilihat dari motif kebutuhan informasi dan pengetahuan mereka terhadap grup. Informan memahami grup sebagai suatu wadah yang memiliki informasi terkait dengan promo, jadwal, pembukaan rute baru kereta api, dan info lain terkait dengan kereta api. Dalam pertukaran informasi, pada teori CMC terdapat lima media pendukung yakni video, teks, grafik, gambar, dan audio. Dalam komunitas sesuai, hal yang membantu anggota dalam pertukaran informasi yakni teks dan video. Teks juga dapat digunakan dalam fitur pencarian pada bagian atas grup saat hendak mencari informasi yang dibutuhkan.

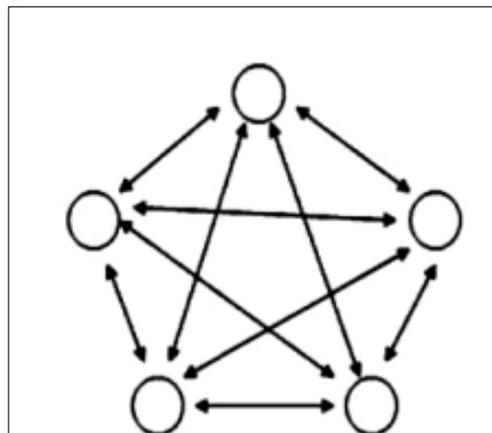
Adanya Teori CMC juga mendukung pentingnya interaksi dalam komunitas virtual. Hal ini dapat dilihat dari karakteristik yang terdapat pada komunitas virtual. Terdapat tiga karakteristik pada komunitas *online* yakni keterlibatan timbal balik, negosiasi inisiatif bersama, serta *shared repertoire* (Akoumianakis, Demosthenes 2009). Pada bagian keterlibatan timbal balik terdapat keterlibatan interaksi antar anggota. Dari interaksi tersebut dapat dihasilkan suatu motivasi untuk berbagi pengalaman. Hal ini nampak pada interaksi yang terjadi saat bertukar informasi antaranggota seperti yang dijelaskan informan 2 dan informan 3 bahwa ketika ada anggota yang bertanya atau memberikan tanggapan, maka mereka akan memberikan tanggapan berupa informasi sesuai dengan wawasan mereka. Demikian juga sebaliknya ketika informan sebagai anggota komunitas membutuhkan informasi, pihaknya juga mendapatkan tanggapan

dari anggota lain. Karena terbantu dengan tanggapan dari anggota lain, mereka juga termotivasi untuk bisa membantu anggota lain dalam memberikan informasi.

Selanjutnya mengenai *shared repertoire* di mana di dalamnya terdapat sumber daya yang dibagikan oleh anggota berupa teori, cerita, dan hal lainnya. Sesuai dengan temuan data, sumber daya yang diberikan oleh informan selaku anggota grup berupa cerita pengalaman pribadi serta data informasi yang diperoleh dari sumber lain seperti laman resmi PT.KAI.

Penyebaran informasi pada komunitas virtual juga terlihat polanya. Komunitas sebagai kelompok, dalam hal ini yakni Grup KPKAI memiliki pola komunikasi bintang. Mendrofa menjelaskan bahwa pada pola komunikasi bintang merupakan pola dengan jaringan yang terdapat pada semua saluran sehingga semua anggota dapat berinteraksi dan melakukan timbal balik pada sesama anggota (Mendrofa & Syafii, 2019). Hal ini nampak pada komunikasi anggota grup KPKAI yang saling memberikan pertanyaan dan tanggapan sehingga pesan berupa informasi saling menyebar satu sama lain. Dalam komunitas, semua anggota bisa menjadi sumber informasi. Mereka yang mengunggah informasi pada Facebook yang menjadi inisiator. Kemudian, anggota lain juga dapat menanggapi pesan yang diunggah oleh inisiator, ataupun anggota yang memberikan feedback teradap inisiator. Maka dari itu, pola komunikasi dalam grup KPKAI yakni pola bintang.

Gambar 1 Pola Komunikasi Bintang



Sumber: (Mendrofa & Syafii, 2019)

Crowdsourcing untuk Penyebaran Informasi

Selanjutnya, peneliti menggali tentang *crowdsourcing* dan beberapa hal. Maka peneliti memberikan pertanyaan kepada informan terkait imbalan dan keuntungan ketika berpartisipasi dalam penyebaran informasi. Informan kedua pihaknya merasa senang ketika bisa turut menyebarkan informasi, ia juga bisa mendapatkan kembali informasi yang dibutuhkan. Selanjutnya, informan ketiga menjelaskan bahwa keuntungannya sebagai penyebar informasi yakni adanya kemungkinan jika suatu saat pihaknya memerlukan informasi, ia bisa mendapatkan pertolongan.

Kedua, ditemukan data tentang tugas. Pada dinding Facebook komunitas terdapat kolom “Tentang” yang tertulis tugas anggota komunitas. Pada kolom tersebut terdapat keterangan komunitas digunakan untuk berbagi mengenai informasi, sejarah, dan info lain terkait kereta api. Selanjutnya informan melakukan ajakan dari mulut ke mulut kepada temannya. Kemudian

temannya menyebarkannya kepada orang lain via aplikasi *WhatsApp*. Berikutnya, peneliti mencari tahu tentang aturan dalam grup yang dijadikan standar komunitas dengan memberikan pertanyaan kepada admin komunitas yang juga memiliki peran sebagai pendiri komunitas. Mengenai aturan, informan menjelaskan penerapan aturan supaya interaksi dalam grup sesuai dengan tema grup. Hal tersebut dilakukan karena banyak anggota dalam komunitas tersebut membahas hal lain di luar grup. Pembuatan aturan tersebut dibuat dengan melibatkan admin terpilih bersama pendiri KPKAI. Selanjutnya peneliti mencari tahu tentang sistem kontrol pada komunitas. Temuan data dalam hal ini diperoleh dengan wawancara kepada pendiri komunitas. Berikut jawabannya:

“Kalau saya sih misal ada postingan yang nggak tepat langsung saya block-blockin biar anggota lain nggak terganggu..biasanya kalo ada laporan dari orang-orang misal “mas ini ada link-link nggak jelas mohon di block aja” makanya saya block biar pada nyaman gitu.. terus saya juga dibantu sama admin lainnya untuk ngeblock-ngeblock..” (wawancara dengan informan 1, tanggal 24 November 2022).

Untuk mengontrol interaksi pada komunitas, informan melakukan *block* terhadap postingan yang tidak sesuai dengan tema grup. Terdapat temuan data lain terkait tindakan kontrol yang dapat dilakukan anggota yakni anggota dapat melakukan kontrol dengan melakukan pelaporan kepada admin. Hal ini dilakukan dengan melakukan klik “titik tiga” pada samping grup. Kepemilikan informasi dan keberadaan banyak orang dalam grup virtual kini menjadi inovasi dan solusi. Dalam penelitian ini, ditemukan bahwa anggota komunitas membutuhkan informasi tambahan serta ingin melihat sudut pandang masyarakat terkait dengan informasi kereta api.

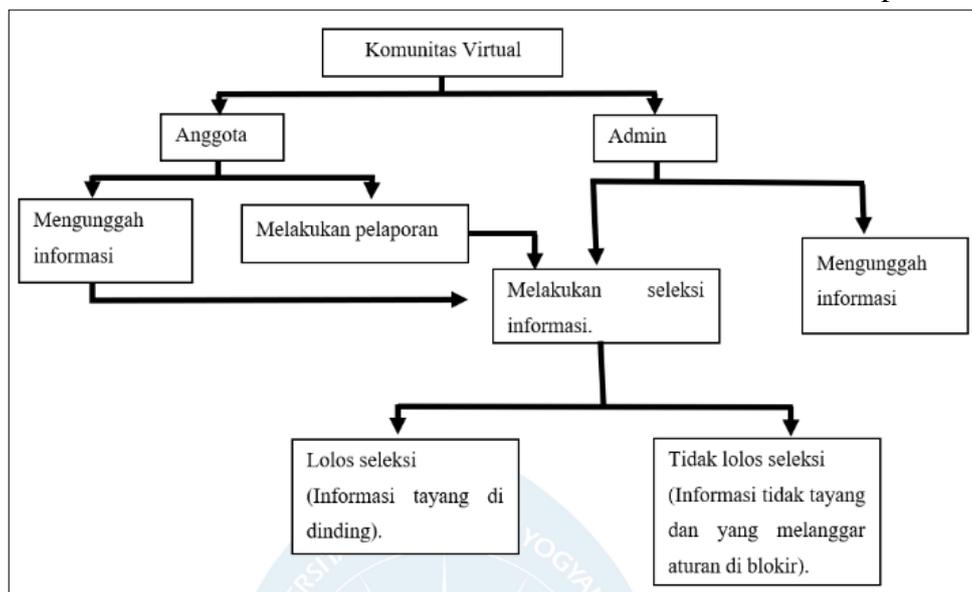
Maka konsumen jasa layanan KAI akhirnya bergerak pada media lain untuk mencari informasi tambahan. Salah satunya dengan bergabung pada Komunitas Pecinta Kereta Api. Pendiri grup Komunitas Pecinta Kereta Api mengungkapkan alasannya mendirikan komunitas ini karena menemukan keluhan dari penumpang kereta api yang merasa kesulitan dalam mencari informasi. Banyaknya anggota grup dengan berbagai informasi yang dimiliki dapat diberdayakan untuk penyebaran informasi sebagai upaya untuk pemenuhan kebutuhan informasi. Konsep ini dipahami sebagai *crowdsourcing* atau *urun daya*.

Crowdsourcing sebagai ajakan untuk melakukan tugas di dunia maya (Saidah 2020). Pada Komunitas Pecinta Kereta Api ajakan atau penjelasan untuk berbagi informasi mengenai kereta api tertuang pada tujuan grup yang dituliskan pada kolom “Tentang” grup yang terdapat pada dinding bagian samping halaman grup Facebook Komunitas Pecinta Kereta Api Indonesia. Ajakan dan tugas dalam Komunitas Pecinta Kereta Api ini memang tidak disiratkan dengan jelas dengan kalimat ajakan pendukung seperti “ayo, silahkan, mari”. Akan tetapi hanya disiratkan pada tujuan yang tertulis pada halaman samping Grup Facebook. Namun keluhan dari penumpang yang didapatkan oleh pendiri Komunitas Pecinta Kereta Api menjadi alasan berdirinya Komunitas Pecinta Kereta Api Indonesia yang dalam hal ini menjadi wadah untuk menyelesaikan permasalahan konsumen pengguna jasa layanan Kereta Api Indonesia.

Selanjutnya mengenai imbalan dan keuntungan untuk orang-orang yang bersedia untuk berpartisipasi juga beragam. Mengenai hal ini Narasumber pertama dan kedua mengungkapkan bahwa imbalan yang diperoleh ketika bersedia menyebarkan informasi, yakni saat anggota grup telah membantu anggota lain mendapatkan informasi, maka ia juga akan mendapatkan informasi lainnya saat ia butuhkan. Selain itu terpenuhinya kebutuhan afeksi berupa rasa senang.

Model penyebaran informasi pada crowdsourcing dalam grup ini menggunakan *group owned*. Sistem informasi dengan model *group owned* merupakan suatu sistem yang memungkinkan sekelompok orang terlibat secara kolaboratif dalam penciptaan informasi (Ranj Bar & Maheswaran, 2014). Hal ini dapat dilihat pada gambar di bawah ini:

Gambar 2. Skema Akses Kontrol Informasi Komunitas Pecinta Kereta Api Indonesia



Sumber: Hasil Penelitian

Berdasarkan temuan data, anggota yang memiliki informasi saling memberikan tanggapan. Maka melalui kolaborasi tersebut informasi yang dibutuhkan dapat terpenuhi. Anggota grup memiliki kebijakan kontrol akses. Jika merasa komentar yang diberikan tidak sesuai dengan diskusi dalam postingan tersebut maka anggota grup dapat melaporkannya kepada admin grup dengan klik titik tiga yang terdapat pada samping kanan komentar. Pertukaran informasi yang terjadi dalam komunitas pun didorong oleh adanya dinamika manusia yang memiliki dampak penting terhadap pertahanan aktivitas masa sehingga grup dapat tetap aktif. Dinamika crowdsourcing dalam bertukar informasi didorong oleh dinamika manusia (Ranj Bar & Maheswaran, 2014).

Pada dinamika penyebaran informasi dalam Komunitas Pecinta Kereta Api Indonesia tidak terjadi begitu saja. Terdapat skema akses kontrol dalam interaksinya. Untuk setiap konten yang diunggah akan diseleksi oleh admin grup. Jika tidak sesuai dengan aturan grup maka unggahan akan ditolak atau tidak diterima. Akan tetapi jika unggahan lolos seleksi dari admin maka anggota grup dapat melihat dan memberikan tanggapan terhadap postingan yang telah lolos seleksi. Dari fenomena ini, dapat dipahami bahwa individu dalam grup dapat dibedakan

menjadi dua. Yakni admin dan anggota grup. Untuk admin, memiliki akses untuk mengontrol postingan. Seperti melakukan block terhadap postingan yang tidak sesuai. Sedangkan anggota grup dapat memberikan komentar atau berbagi informasi dalam grup akan tetapi tidak dapat melakukan seleksi terhadap postingan. Skema akses kontrol ini oleh Bar dan Mutchumaru (Ranj Bar and Maheswaran 2014) disebut sebagai Kontrol Akses Kontekstual. Hal ini dilakukan untuk mengendalikan dampak suatu kontribusi.

Selanjutnya, untuk menjaga komunikasi agar berjalan efektif, Brabham menjelaskan bahwa komunikasi pada *crowdsourcing* yang melibatkan komunitas online harus terdapat standar komunitas (Brabham 2013). Dalam Komunitas Pecinta Kereta Api, hal ini diwujudkan dengan aturan-aturan yang dibuat oleh pendiri grup dan admin terpilih. Hal ini guna membatasi informasi yang tersebar tidak keluar dari tema dan tujuan dari grup yang telah ditetapkan. Pada temuan data disampaikan bahwa informan 2 sebagai anggota KPKAI tidak merasa terbatas dengan adanya aturan tersebut. Sedangkan informan 3 sebagai anggota komunitas menyatakan hal berbeda. Pihaknya merasa terpengaruh dengan adanya aturan tersebut. Akan tetapi hal tersebut baik dilakukan karena demi kebaikan bersama.

Proses penyebaran informasi melalui *crowdsourcing* atau urun daya pada komunitas online ini diperkuat dengan adanya kehadiran sosial sesuai dengan yang terdapat pada karakteristik Teori CMC. Melalui kehadiran sosial ini terdapat interaksi yang dilakukan dengan komunikasi dua arah oleh anggota komunitas. Dari komunikasi dua arah tersebut, bisa didapatkan informasi dari berbagai individu dalam komunitas melalui kolaborasi dalam memberikan informasi. Selanjutnya, aspek-aspek dari *crowdsourcing* seperti adanya kejelasan imbalan dan keuntungan yang diperoleh, adanya tugas untuk memecahkan permasalahan, adanya ajakan yang bersifat terbuka, standar komunitas, serta sistem kontrol membantu penyebaran informasi pada Komunitas Pecinta Kereta Api dapat berjalan sesuai dengan tema dan tujuan komunitas.

Simpulan

Konsumen pengguna jasa KAI membutuhkan informasi yang kredibel. Akan tetapi, di lapangan masih ditemukan bahwa informasi yang didapatkan oleh konsumen saat di lapangan dan informasi yang diedarkan melalui media sosial berbeda. Melalui grup KPKAI, konsumen mencoba mencari informasi yang dibutuhkan terkait dengan kereta api. Berdasarkan penelitian ditemukan bahwa adanya *crowdsourcing* dalam KPKAI membantu dalam memenuhi kebutuhan informasi yang kredibel. Yakni mengenai informasi jadwal tiket, rute, promo dan kebijakan saat pandemi. Kebutuhan dapat terpenuhi karena adanya kehadiran sosial yang menghasilkan interaktivitas yang di dalamnya terdapat komunikasi dua arah. Hal ini menjadi sarana dalam penyebaran informasi karena adanya kolaborasi informasi. Dalam penyebaran informasi pada komunitas, agar informasi tersebut tetap sesuai dengan tema dan tujuan grup, maka terdapat kontrol langsung dari admin komunitas. Aturan yang menjadi standar komunitas juga turut menjaga informasi yang disebarkan sesuai dengan tema grup. Dengan melakukan tugas pada komunitas, anggota mendapatkan keuntungan yakni bisa mendapatkan kembali informasi yang dibutuhkan saat mereka mencari informasi tersebut dan adanya rasa senang sebagai pemenuhan kebutuhan afeksi. Selain itu, pandangan lain dari masyarakat juga

dibutuhkan oleh konsumen pengguna jasa Kereta Api. Ditemukan juga bahwa pada komunitas terdapat pola komunikasi bintang. Pada hal ini, semua anggota dapat menjadi sumber informasi.

Referensi

- Adhimah, Syifaul. 2020. "Peran Orang Tua Dalam Menghilangkan Rasa Canggung Anak Usia Dini (Studi Kasus Di Desa Karangbong Rt. 06 Rw. 02 Gedangan-Sidoarjo)." *Jurnal Pendidikan Anak* 9(1):57–62. doi: 10.21831/jpa.v9i1.31618.
- Akoumianakis, Demosthenes. 2009. *Virtual Community Practices and Social Interactive Media: Technology Lifecycles and Workflow Analysis*. United Kingdom: Information Science Reference.
- Amin, Risma Fahrul. 2020. "COMPUTER MEDIATED COMMUNICATION (CMC) DALAM PEMBELAJARAN BAHASA INGGRIS." *LISAN AL-HAL: Jurnal Pengembangan Pemikiran Dan Kebudayaan* 14(2):341–60. doi: 10.35316/lisanalhal.v14i2.796.
- Anon. n.d. "Ramai Soal Protes Duduk Berjarak Tapi Berdiri Berdempetan Di KRL, Begini Kata KAI Commuter Halaman 2 - Kompas.Com." Retrieved March 18, 2023 (<https://www.kompas.com/tren/read/2021/12/29/110500065/ramai-soal-protes-duduk-berjarak-tapi-berdiri-berdempetan-di-krl-begini?page=2>).
- Brabham, Daren C. 2013. *Crowdsourcing*. Cambridge, Massachusetts ; London, England: The MIT Press.
- Kurniali, Sartika. 2013. *STEP BY STEP FACEBOOK*. Elex Media Komputindo.
- Mendrofa, Aperiaan Jaya, and Muhammad Syafii. n.d. "POLA KOMUNIKASI ORGANISASI DALAM MENINGKATKAN EKSISTENSI KOMUNITAS MARGA PARNA DI KOTA BATAM (Studi Kasus Komunitas Marga Parna Di Batu Aji Kota Batam)."
- Morissan. 2019. *Riset Kualitatif*. Prenada Media.
- Pakpahan, Andrew Fernando, Adhi Prasetyo, Edi Surya Negara, Kasta Gurning, Risanti Febrine Ropita Situmorang, Tasnim Tasnim, Parlin Dony Sipayung, Ayudia Popy Sesilia, Puspita Puji Rahayu, Bonaraja Purba, Muhammad Chaerul, Ika Yuniwati, Valentine Siagian, and Gilny Aileen Joan Rantung. 2021. *Metodologi Penelitian Ilmiah*. Yayasan Kita Menulis.
- Putraji, Zulfi I. 2022. "Aktivisme Twitter: Crowdsourcing Melalui Tagar #100jutamaskerchallenge." *Jurnal Komunikasi Profesional* 6(4):303–19. doi: 10.25139/jkp.v6i4.4521.
- Rafiq, A. 2020. "Dampak Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Suatu Masyarakat." *GLOBAL KOMUNIKA* Vol. 1 No. 1 2020.
- Ranj Bar, Amin, and Muthucumar Maheswaran. 2014. *Confidentiality and Integrity in Crowdsourcing Systems*. Cham: Springer International Publishing.
- Saidah, Musfiah. 2020. "Crowdsourcing Public Participation Process for Solve Hoaks." *JURNAL PENELITIAN KOMUNIKASI DAN OPINI PUBLIK* 24(1). doi: 10.33299/jpkop.24.1.2169.
- Saifulloh, Muhammad, and Andi Ernanda. 2018. "MANAJEMEN PRIVASI KOMUNIKASI PADA REMAJA PENGGUNA AKUN ALTER EGO DI TWITTER." *WACANA, Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi* 17(2):235. doi: 10.32509/wacana.v17i2.652.
- Setiawan, Albi Anggito, Johan. 2018. *Metodologi penelitian kualitatif*. CV Jejak (Jejak Publisher).
- Silalahi, Rut Rismanta, Puri Bestari, and Windhi Tia Saputra. n.d. "KARAKTERISTIK STRATEGI CROWDSOURCING UNTUK MEMBATASI PENYEBARAN HOAKS DI INDONESIA Studi Kasus: Masyarakat Anti Fitnah Indonesia."

- Siyoto, Sandu, and Muhammad Ali Sodik. 2015. *DASAR METODOLOGI PENELITIAN*. Literasi Media Publishing.
- Sosiawan, Edwi Arief, and Rudi Wibowo. 2019. "Model Dan Pola Computer Mediated Communication Pengguna Remaja Instagram Dan Pembentukan Budaya Visual." *Jurnal Ilmu Komunikasi* 16(2):147. doi: 10.31315/jik.v16i2.2698.
- Tashia. 2016. "Pengendalian Konten Negatif Internet Dalam Usaha Mencerdaskan Bangsa." *Ditjen Aptika*. Retrieved March 18, 2023 (<https://aptika.kominfo.go.id/2016/11/pengendalian-konten-negatif-internet-dalam-usaha-mencerdaskan-bangsa/>).
- Yuliani, Wiwin. 2018. "METODE PENELITIAN DESKRIPTIF KUALITATIF DALAM PERSPEKTIF BIMBINGAN DAN KONSELING." 2(2).