

**PERAN COINEX INDONESIA DALAM EDUKASI DAN INFORMASI  
KOMUNITAS CRYPTO MELALUI MEDIA SOSIAL TELEGRAM DAN X**

**Skripsi**

Diajukan untuk Memenuhi  
Syarat Akademik Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)



**DISUSUN OLEH:**

**FARHAN KARIM HAQIQY**

20055467

**Pembimbing :**

Yuni Retnowati, S.I.P, M.Si

**PROGRAM STUDI S1 ILMU KOMUNIKASI  
SEKOLAH TINGGI ILMU KOMUNIKASI YOGYAKARTA**

**2024**

HALAMAN PENGESAHAN  
SKRIPSI

PERAN COINEX INDONESIA DALAM EDUKASI DAN INFORMASI  
KOMUNITAS CRYPTO MELALUI MEDIA SOSIAL TELEGRAM DAN X

Disusun Oleh:  
**Farhan Karim Haqiqy**  
20055467

Telah diujikan dan disahkan oleh Tim Penguji Skripsi dari Prodi S1 Ilmu  
Komunikasi STIKOM Yogyakarta  
Pada Hari/tanggal/bulan/2024

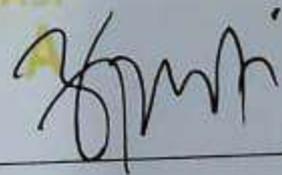
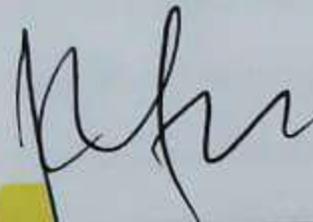
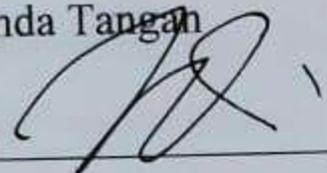
Tim Dosen Penguji

1. Hardoyo, M.A  
NIDN. 0516047201

2. Rofiq Anwar, M.A  
NIP. 197901112005011001

3. Yuni Retnowati, S.I.P, M.Si  
NIDN. 0018066701

Tanda Tangan



**Mengetahui**

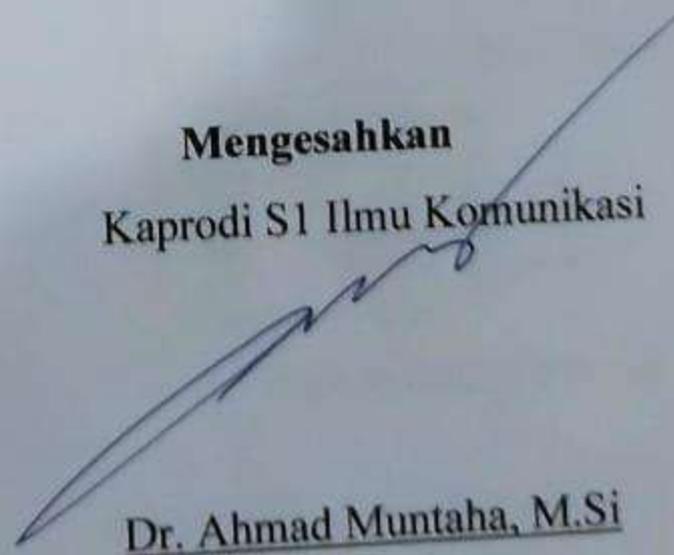
Ketua STIKOM Yogyakarta



Karina Rima Melati, M. Hum

**Mengesahkan**

Kaprodi S1 Ilmu Komunikasi



Dr. Ahmad Muntaha, M.Si

## PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Nama : Farhan Karim Haqiqy  
NIM : 20055448  
Judul Laporan : PERAN COINEX INDONESIA DALAM EDUKASI DAN  
INFORMASI KOMUNITAS CRYPTO MELALUI MEDIA  
SOSIAL TELEGRAM DAN X

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis yang saya buat berupa laporan ini bersifat orisinal, merupakan deksripsi atas latihan kerja Profesional selama saya melakukan karya kreatif.
  2. Karya ini bukan plagiasi (copy-paste) karya serupa milik orang lain, kecuali yang saya kutip seperlunya untuk mendukung argumentasi yang saya buat, dan kemudian saya cantumkan sumbernya secara resmi dalam daftar pustaka laporan sebagai rujukan ilmiah; disamping dalam catatan perut pada halaman tulisan.
  3. Apabila dikemudian hari terbukti saya melakukan tindakan plagiasi dan pelanggaran etika akademik, yang secara sah dapat dibuktikan berdasarkan dokumen-dokumen yang terpercaya keasliannya oleh pimpinan STIKOM Yogyakarta, maka saya bersedia dicabut gelar atau hak saya sebagai Ahli Madya Komunikasi, yang kemudian di publikasi secara luas oleh STIKOM Yogyakarta.
- Pernyataan ini saya buat dengan sesungguhnya,

Yogyakarta, 28 Agustus 2024



Farhan Karim Haqiqy

## ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial Telegram dan X dalam edukasi dan penyebaran informasi di komunitas *cryptocurrency* CoinEx Indonesia. Dalam era digital, media sosial telah menjadi alat yang vital dalam menghubungkan anggota komunitas dan menyebarkan pengetahuan terkait *cryptocurrency*. Telegram digunakan sebagai platform utama untuk komunikasi mendalam dan diskusi terstruktur, sedangkan X berfungsi sebagai saluran untuk penyebaran informasi cepat dan luas. Melalui wawancara mendalam dengan *Community Manager*, *Content Creator*, dan anggota komunitas CoinEx Indonesia, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana strategi komunikasi yang diterapkan di kedua platform tersebut mempengaruhi pemahaman dan partisipasi anggota. Hasil penelitian menunjukkan bahwa kombinasi penggunaan Telegram dan X secara efektif meningkatkan pemahaman anggota tentang *cryptocurrency* dan mendorong partisipasi aktif dalam komunitas. Telegram memungkinkan interaksi yang lebih intens dan mendalam, sementara X berperan dalam memperluas jangkauan informasi. Penelitian ini memberikan wawasan tentang pentingnya integrasi berbagai platform media sosial dalam strategi komunikasi komunitas digital, serta menawarkan saran untuk pengembangan lebih lanjut dalam konteks edukasi dan keterlibatan komunitas.

**Kata Kunci:** Media Sosial, Telegram, X, *Cryptocurrency*, CoinEx Indonesia, Edukasi, Partisipasi Komunitas.

## HALAMAN PERSEMBAHAN

Alhamdulillah, segala puji syukur bagi Allah SWT atas limpahan, rahmad, taufiq, hidayah dan inayah-Nya kepada penulis beserta keluarga dan saudara lainnya sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini tepat pada waktunya. Skripsi ini penulis persembahkan untuk:

1. Kedua orang tua saya, terimakasih sebesar-besarnya penulis berikan kepada beliau atas segala bentuk bantuan, semangat dan doa yang diberikan selama ini. Beliau mampu mendidik penulis, memotivasi dan memberikan dukungan hingga penulis mampu menyelesaikan studinya sampai Sarjana.
2. Sahabat saya yang selalu memberikan inspirasi untuk terus melangkah maju ke depan, menjadi teman bertukar pikiran, tempat berkeluh kesah dan menjadi *support system* penulis menyelesaikan skripsi ini. Terimakasih atas waktu, doa yang senantiasa dilantarkan dan seluruh hal baik yang diberikan kepada penulis selama ini.
3. Terakhir tapi tidak kalah penting, penulis ingin berterima kasih kepada diri sendiri yang merupakan bagian kebahagiaan tersendiri karena telah mampu berusaha keras dan berjuang sejauh ini, terimakasih telah percaya pada diri sendiri bahwa penulis bisa melalui semua ini. Terimakasih sudah mampu mengendalikan diri dari berbagai tekanan diluar keadaan dan akhirnya memutuskan untuk tidak pernah menyerah sesulit apapun proses penyusunan skripsi ini dengan penyelesaian sebaik dan semaksimal mungkin merupakan pencapaian yang patut dibanggakan untuk diri sendiri.

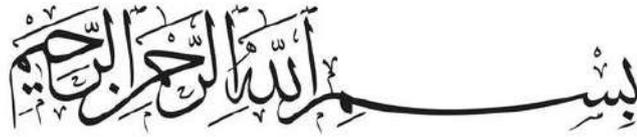
## **HALAMAN MOTTO**

*"Always trying to be better"*

“Jika kau tidak mencoba, maka kau tidak akan tahu hasilnya. Lagi pula, kita akan mati nanti, kenapa tidak kita coba dengan sserius dan bersungguh-sungguh”

\*Farhan Karim Haqiqy

## KATA PENGANTAR



*Assalaamu 'alaikum Warahmatullaahi Wabarakaatuh*

Segala puji dan syukur penulis hanturkan kepada Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat, taufiq dan hidayah-Nya serta pertolongan-Nya. Sehingga skripsi yang berjudul “*Peran Coinex Indonesia Dalam Edukasi Dan Informasi Komunitas Crypto Melalui Media Sosial Telegram Dan X*” ini dapat terselesaikan. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada tauladan kita, Nabi Muhammad SAW, keluarganya, serta sahabatnya yang kita nanti-nantikan syafaatnya di yaumul akhir.

Skripsi ini diajukan sebagai salah satu syarat akademis yang harus dipenuhi untuk mendapatkan gelar Sarjana Ilmu Komunikasi, STIKOM Yogyakarta. Selama proses penyusunan skripsi ini penulis telah mendapatkan bantuan dan bimbingan serta arahan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dalam skripsi ini penulis mengucapkan terima kasih kepada:

1. Ibu Yuni Retnowati, S.I.P., M.Si selaku Dosen Pembimbing yang telah banyak meluangkan waktu, pikiran dan tenaga serta perhatian yang tulus dalam membimbing dan mengarahkan penulis selama penyusunan skripsi ini.
2. Bapak Drs. Ahmad Muntaha, M.Si selaku Kaprodi S1 Ilmu Komunikasi.
3. Ibu Karina Rima Melati, M. Hum selaku Ketua STIKOM Yogyakarta.
4. Bapak Hardoyo dan Bapak Rofiq Anwar selaku Dosen Penguji yang telah memberikan masukan dan saran dalam penyusunan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Prodi Ilmu Komunikasi STIKOM Yogyakarta yang telah memberikan ilmunya selama masa perkuliahan dan selalu memberikan *support* agar penulis menyelesaikan skripsinya.

6. *Community Manager* CoinEx Indonesia Cresentia Crhisfabi, *Content Creator* CoinEx Indonesia Galih Achmad Prawiradiawan, dan *Crypto Enthusiast & Anggota Komunitas* CoinEx Fikri Permadi Indonesia yang ikhlas dan senang hati membantu dan memberikan informasi guna melancarkan skripsi ini.
7. Teman-teman seperjuangan angkatan 2020 Prodi S1 Ilmu Komunikasi yang tidak bisa penulis sebutkan satu per satu yang telah memberikan motivasi kepada penulis sehingga dapat menyusun skripsi dengan baik.

Semoga Allah SWT membalas semua kebaikan kalian dan senantiasa melimpahkan rahmat dan kasih sayang-Nya kepada kita semua Amin.

*Wassalamu'alaikum Warahmatullahi Wabarakaatuh*

Yogyakarta, 28 Agustus 2024

Penulis

Farhan Karim Haqiqy

NIM. 20055467

## DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN.....	ii
PERNYATAAN KEASLIAN KARYA .....	iii
ABSTRAK .....	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN .....	v
HALAMAN MOTTO .....	vi
KATA PENGANTAR .....	vii
DAFTAR ISI.....	ix
DAFTAR GAMBAR .....	xi
DAFTAR TABEL.....	xii
BAB I.....	1
PENDAHULUAN .....	1
1.1 Latar Belakang .....	1
1.2 Rumusan Masalah .....	3
1.3 Tujuan Penelitian.....	3
1.4 Manfaat Penelitian.....	4
BAB II.....	5
TINJAUAN PUSTAKA .....	5
2.1 Penelitian Terdahulu.....	5
2.2 Kebaruan Penelitian (Novelty).....	21
2.3 Teori Yang Digunakan .....	21
2.4 Kerangka Berpikir .....	31
BAB III .....	32
METODE PENELITIAN.....	32
3.1 Jenis Penelitian .....	32
3.2 Narasumber dan Pertimbangan Penentuan.....	33
3.4 Teknik Pengumpulan Data .....	34
3.5 Teknik Analisis Data .....	36
3.5 Jadwal Penelitian.....	37

BAB IV .....	39
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....	39
4.1 Gambaran Singkat Objek Penelitian .....	39
4.2 Peran Telegram dan X dalam edukasi dan penyebaran informasi di komunitas CoinEx Indonesia.....	46
4.3 Metode dan strategi komunikasi yang digunakan di kedua platform.....	52
4.4 Efektivitas komunikasi dalam meningkatkan pemahaman dan partisipasi anggota komunitas CoinEx Indonesia.....	59
4.5 Pembahasan .....	65
BAB V.....	81
KESIMPULAN.....	81
5.1 Kesimpulan.....	81
5.2 Saran.....	82
DAFTAR PUSTAKA .....	84
LAMPIRAN.....	85

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 2.1 Jumlah pengguna internet.....	22
Gambar 4.1 Logo CoinEx .....	40
Gambar 4.2 Struktur Organisasi CoinEx .....	42
Gambar 4.3 Event AMA CoinEx Indonesia .....	47
Gambar 4.4 X (Twitter) CoinEx Indonesia.....	66
Gambar 4.5 Telegram CoinEx Indonesia.....	66
Gambar 4.6 Event AMA dengan CEO CoinEx (Telegram) .....	67
Gambar 4.7 Fitur Copy Trading di CoinEx .....	69
Gambar 4.8 Interaksi dua arah komunitas.....	70
Gambar 4.9 Respon cepat admin moderator CoinEx Indonesia .....	72
Gambar 4.10 Kepuasan anggota menang event .....	75
Gambar Lampiran 1 Dokumentasi Wawancara dengan Cresentia Chrisfabi (Community Manager CoinEx Indonesia) dan Galih Achmad Prawiradiawan (Content Creator CoinEx Indonesia).....	96

## DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu .....	8
Tabel 2.2 Kerangka Berpikir.....	31
Tabel 3.1 Daftar Narasumber.....	33
Tabel 3.2 Tahapan dan Jadwal Penelitian .....	38
Tabel 4.1 Struktur Organisasi CoinEx Indonesia.....	43
Tabel 4.2 Konten informasi dan edukasi CoinEx Indonesia.....	76
Tabel 4.3 Strategi komunikasi konten CoinEx Indonesia.....	79
Tabel Lampiran 1 Wawancara Community Manager CoinEx Indonesia .....	88
Tabel Lampiran 2 Wawancara Content Creator CoinEx Indonesia.....	92
Tabel Lampiran 3 Wawancara Anggota komunitas CoinEx Indonesia.....	95

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang**

Perkembangan teknologi digital saat ini telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan manusia, termasuk dalam bidang keuangan dan investasi. Salah satu inovasi yang muncul dari perkembangan ini adalah *cryptocurrency*, yang menawarkan alternatif baru dalam sistem keuangan global. *Cryptocurrency* adalah bentuk mata uang digital atau virtual yang menggunakan kriptografi untuk keamanan. *Cryptocurrency* pertama yang muncul yaitu Bitcoin, diperkenalkan oleh seseorang atau kelompok yang menggunakan nama samaran Satoshi Nakamoto pada tahun 2009. Mata uang ini bersifat terdesentralisasi dan bekerja pada teknologi blockchain, yang merupakan buku besar terdistribusi yang mencatat semua transaksi di jaringan secara transparan dan aman. Penggunaan *cryptocurrency* telah berkembang pesat, bukan hanya sebagai alat investasi tetapi juga sebagai sarana transaksi sehari-hari di beberapa komunitas.

*Cryptocurrency*, dengan Bitcoin sebagai pelopornya, telah mengalami pertumbuhan yang pesat sejak pertama kali diperkenalkan pada tahun 2009. Hingga saat ini, ribuan jenis *cryptocurrency* telah beredar dan digunakan di seluruh dunia. Dari data Bappebti sendiri tercatat bahwa adanya 18,51 juta investor aset kripto di Indonesia sepanjang 2023. Posisi tersebut meningkat 9,8% sejak awal tahun. Transaksi pada aset kripto pun mencapai angka Rp 149,25 triliun. Meski terjadi penurunan transaksi dari Rp306,4 triliun pada 2022 (yoy), industri ini tetap menunjukkan potensi ekonomi yang kuat. Hingga saat ini, ada 501 aset kripto yang resmi terdaftar, dan 33 Calon Pedagang Fisik Aset Kripto (CPFAK) yang terdaftar dan teregulasi. Langkah ini mencerminkan komitmen pemerintah Indonesia dalam menciptakan lingkungan perdagangan yang aman, adil, dan mendorong inovasi ekonomi.

Indonesia tidak terkecuali dalam mengikuti tren global ini. Meskipun adopsi *cryptocurrency* masih berada pada tahap awal, antusiasme masyarakat terhadap

mata uang digital ini semakin meningkat. Banyak individu dan komunitas yang mulai tertarik untuk berinvestasi, berdagang, dan memahami lebih dalam tentang *cryptocurrency*. Salah satu komunitas yang aktif dalam hal ini adalah komunitas CoinEx Indonesia. Komunitas CoinEx Indonesia merupakan salah satu kelompok yang berfokus pada penggunaan dan pemahaman platform pertukaran *cryptocurrency* CoinEx. Dalam komunitas ini, edukasi dan informasi memegang peranan penting untuk membantu anggota memahami berbagai aspek terkait *cryptocurrency*, termasuk teknologinya, regulasi, dan strategi investasi yang aman dan menguntungkan.

Media sosial tidak hanya memfasilitasi komunikasi, tetapi juga membentuk identitas dan partisipasi individu dalam masyarakat digital (Boyd, 2014). Ini memberikan peluang kepada anggota komunitas *crypto* untuk dapat membangun identitas mereka sebagai investor atau penggiat *cryptocurrency* melalui partisipasi aktif di media sosial. Di era digital saat ini, media sosial menjadi alat utama untuk komunikasi dan penyebaran informasi. Platform media sosial seperti Telegram dan X (sebelumnya dikenal sebagai Twitter) telah menjadi medium utama bagi komunitas *cryptocurrency* untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan belajar bersama. Telegram dikenal dengan fitur grup dan kanalnya yang memungkinkan diskusi mendalam dan *real-time*, sementara X terkenal dengan format informasinya yang cepat dan singkat, ideal untuk selalu *update* dengan *trend* terkini dan berita terbaru.

Media sosial memiliki kekuatan untuk menghubungkan orang secara global, memungkinkan pertukaran informasi yang cepat, dan membentuk opini publik melalui jaringan komunikasi horizontal yang terdesentralisasi (Castells, 2009). Pandangan ini relevan dalam konteks komunitas *crypto* yang sangat bergantung pada informasi yang tersebar secara cepat dan luas. Kemampuan media sosial untuk mengorganisir tanpa struktur formal memungkinkan komunitas untuk membangun pengetahuan kolektif dan melakukan kolaborasi secara efektif (Shirky, 2008). Komunitas *crypto* seperti CoinEx Indonesia menggunakan Telegram dan X untuk

berbagi pengetahuan dan pengalaman. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial menyediakan sarana bagi komunitas untuk membangun pengetahuan kolektif.

Namun, penggunaan media sosial untuk edukasi dan informasi dalam komunitas *cryptocurrency* juga memiliki tantangan tersendiri. Informasi yang tersebar di media sosial seringkali tidak terverifikasi dan dapat menyesatkan. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana platform ini digunakan oleh komunitas untuk menyebarkan informasi yang akurat dan edukatif, serta bagaimana anggota komunitas memanfaatkan informasi tersebut untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang *cryptocurrency*.

Berdasarkan latar belakang diatas, penting untuk mengeksplorasi peran media sosial dalam edukasi dan informasi komunitas *crypto* CoinEx Indonesia, dengan fokus khusus pada platform Telegram dan X. Dengan mengkaji gaya komunikasi di kedua platform ini, diharapkan penelitian ini dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang strategi komunikasi yang efektif dan dampaknya terhadap pemahaman dan partisipasi anggota komunitas.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Bagaimana Peran Coinex Indonesia Dalam Edukasi Dan Informasi Komunitas Crypto Melalui Media Sosial Telegram Dan X?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

1. Menganalisis peran Telegram dan X dalam edukasi dan penyebaran informasi di komunitas *cryptocurrency* CoinEx Indonesia.
2. Mengidentifikasi metode dan strategi komunikasi yang digunakan di kedua platform.
3. Menilai efektivitas komunikasi dalam meningkatkan pemahaman dan partisipasi anggota komunitas CoinEx Indonesia.

## **1.4 Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat yang didapat dari penelitian ini yaitu :

### **1.4.1 Secara Teoritis**

1) Pengembangan Teori Komunikasi Digital :

Penelitian ini berkontribusi pada pengembangan teori komunikasi digital dengan memberikan pemahaman mendalam tentang gaya komunikasi dalam komunitas online yang berbasis *cryptocurrency*.

2) Literatur tentang Media Sosial dan Edukasi :

Menambah literatur yang ada mengenai peran media sosial dalam edukasi dan informasi, khususnya dalam konteks komunitas *cryptocurrency*. Ini memperkaya wawasan tentang bagaimana media sosial dapat dimanfaatkan untuk tujuan edukatif dalam komunitas digital.

### **1.4.2 Secara Praktis**

1) Strategi Komunikasi bagi Pengelola Komunitas :

Hasil penelitian ini dapat digunakan oleh pengelola komunitas CoinEx Indonesia untuk mengembangkan dan mengoptimalkan strategi komunikasi mereka di Telegram dan X. Dengan memahami metode dan strategi yang efektif, pengelola dapat meningkatkan kualitas interaksi dan penyebaran informasi di komunitas mereka.

2) Efektivitas Penggunaan Media Sosial :

Penelitian ini dapat memberikan panduan praktis tentang penggunaan media sosial secara efektif untuk edukasi dan informasi. Ini dapat diaplikasikan tidak hanya dalam konteks CoinEx Indonesia, tetapi juga dalam komunitas *cryptocurrency* lainnya atau bahkan komunitas digital lainnya.

3) Pemahaman tentang Informasi di Media Sosial :

Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana informasi tersebar di media sosial dan bagaimana anggota komunitas memproses dan memanfaatkan informasi tersebut. Ini dapat membantu dalam merancang konten yang lebih efektif dan meminimalkan penyebaran informasi yang tidak akurat atau menyesatkan.

## **BAB II**

### **TINJAUAN PUSTAKA**

#### **2.1 Penelitian Terdahulu**

Penelitian tentang peran media sosial sudah banyak dilakukan sebelumnya. Meskipun demikian, dari penelitian terdahulu masih terbuka peluang untuk pengembangan lebih lanjut. Penulis melakukan penelusuran terhadap publikasi ilmiah dari jurnal nasional maupun internasional yang relevan dengan penelitian yang akan dilakukan. Dengan cara ini diharapkan tidak terjadi reduplikasi penelitian sehingga akan ditemukan kebaruan yang bermanfaat untuk pengembangan ilmu.

Terdapat 10 artikel yang dijadikan referensi dalam penelitian ini. Di sini disajikan 3 penelitian yang menyoroti peran media sosial. Gayatri, *et.al* (2022) membahas peran media sosial sebagai sarana informasi politik menggunakan metode penelitian..... Arianto (2022) menyoroti peran media sosial dalam penguatan komunikasi bisnis juga menggunakan metode penelitian kualitatif . Rosliza (2019) lebih tertarik mengkaji peran media sosial dalam pengelolaan bencana. Tidak ditemukan penelitian yang membahas peran media sosial dalam penyebaran informasi dan edukasi tentang *cryptocurrency* dengan metode penelitian kualitatif menggunakan pendekatan analisis isi.

Penelitian Setiyawati (2021) dan Sugiono (2023) lebih fokus pada peran komunikasi baik dalam layanan digital maupun di media sosial. Dengan demikian kedua penelitian ini tidak menitikberatkan analisisnya pada peran media sosial. Sedangkan penelitian yang akan penulis lakukan mengkaji peran media sosial. Sementara itu, penelitian Arlena (2021) hanya mengulas penggunaan Instagram sebagai jaringan komunikasi *sociopreneur*. Berbeda dengan penelitian sebelumnya tersebut, penelitian ini mengangkat peran Telegram dan X dalam penyebaran informasi dan edukasi *cryptocurrency* kepada komunitas.

Berikut adalah 10 (sepuluh) penelitian terdahulu, diantaranya 5 menggunakan bahasa Indonesia dan 5 lainnya bahasa Inggris yang dikumpulkan oleh penulis berkaitan dengan penelitian yang dilakukan oleh penulis :

No	Judul	Peneliti (tahun)	Fokus Penelitian	Metode dan teknik olah data	Hasil/Kesimpulan	Perbedaan
1.	PERAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI MEDIA SARANA INFORMASI POLITIK	Sintyananda Gayatri, Ida Bagus Canirartha Satwika (2022)	Fokus penelitian ini adalah memahami bagaimana media sosial berfungsi sebagai saluran untuk informasi politik. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk mendeskripsikan peran media sosial dalam menyebarkan informasi politik dan mempengaruhi diskursus politik	Metode Penelitian Jenis Penelitian: Kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Tujuan: Untuk mendeskripsikan peran media sosial dalam menyebarkan informasi politik. Teknik Pengumpulan Data Wawancara: Mengumpulkan data dari para responden yang berpengalaman dalam penggunaan media sosial untuk tujuan politik. Studi Literatur: Menggunakan sumber-sumber tertulis yang relevan untuk mendukung analisis. Teknik Analisis Data Analisis Isi Kualitatif: Menganalisis konten yang dihasilkan di media sosial untuk memahami tema dan pola yang muncul.	Peran Media Sosial: Media sosial berfungsi sebagai alat penting dalam menyebarkan informasi politik dan memfasilitasi diskusi publik. Polarisasi Politik: Media sosial dapat memperkuat polarisasi politik, di mana pengguna cenderung berinteraksi dengan informasi yang sejalan dengan pandangan mereka. Echo Chambers: Penelitian menunjukkan bahwa media sosial dapat menciptakan ruang di mana pandangan yang sama diperkuat, mengurangi keberagaman perspektif.	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dan meneliti tentang komunitas <i>cryptocurrency</i> .

Tabel  
2.1

Penelitian Terdahulu

				<p>Analisis Jaringan Sosial: Mengkaji interaksi dan hubungan antar pengguna media sosial dalam konteks politik.</p>	<p>Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana media sosial memengaruhi komunikasi politik dan dampaknya terhadap dinamika demokrasi.</p>	
2.	<p>Peran Media Sosial Dalam Penguatan Komunikasi Bisnis Kewargaan di Era Ekonomi Digital</p>	<p>Bambang Arianto (2022)</p>	<p>Peran Media Sosial: Fungsi media sosial dalam memperkuat komunikasi bisnis kewargaan. Komunikasi Bisnis Kewargaan: Meningkatkan interaksi dan partisipasi masyarakat dalam bisnis yang berorientasi pada kepentingan publik. Era Ekonomi Digital: Dampak transformasi digital pada komunikasi bisnis dan peran media sosial.</p>	<p>Metode Penelitian Jenis Penelitian: Kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Tujuan: Untuk mendeskripsikan peran media sosial dalam memperkuat komunikasi bisnis kewargaan di era ekonomi digital. Teknik Pengumpulan Data Wawancara: Mengumpulkan data dari responden yang berpengalaman dalam penggunaan media sosial untuk tujuan bisnis kewargaan.</p>	<p>Peran Media Sosial: Media sosial berfungsi sebagai alat penting dalam memperkuat komunikasi bisnis kewargaan, memfasilitasi diskusi dan berbagi informasi yang relevan. Efektivitas: Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dalam bisnis kewargaan dapat meningkatkan partisipasi dan interaksi antar pengguna, serta</p>	<p>Penelitian ini berfokus pada platform telegram dan X sebagai media informasi dan edukasi bagi komunitas <i>Cryptocurrency</i>.</p>

			<p>Strategi Komunikasi:</p> <p>Strategi komunikasi yang efektif dalam menggunakan media sosial.</p> <p>Tantangan dan Peluang:</p> <p>Tantangan dan peluang dalam menggunakan media sosial untuk komunikasi kewargaan.</p>	<p>Studi Literatur: Menggunakan sumber-sumber tertulis yang relevan untuk mendukung analisis.</p> <p>Teknik Analisis Data</p> <p>Analisis Isi Kualitatif:</p> <p>Menganalisis konten yang dihasilkan di media sosial untuk memahami tema dan pola yang muncul.</p> <p>Analisis Jaringan Sosial:</p> <p>Mengkaji interaksi dan hubungan antar pengguna media sosial dalam konteks bisnis kewargaan.</p>	<p>memperkuat citra perusahaan.</p> <p>Tantangan: Namun, penelitian juga menyoroti tantangan seperti penyebaran berita palsu, polarisasi opini, dan manipulasi yang dapat mempengaruhi komunikasi bisnis kewargaan.</p> <p>Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana media sosial memengaruhi komunikasi bisnis kewargaan dan implikasinya terhadap partisipasi dan citra perusahaan dalam era ekonomi digital.</p>	
3.	PERAN KOMUNIKASI	Desy Setiyawati (2021)	Peran Media Sosial: Fungsi media sosial dalam	Metode Penelitian	Peran Komunikasi Informasi: Komunikasi	Penelitian ini berfokus pada peran

	<p>INFORMASI DALAM LAYANAN DIGITAL DI PERPUSTAKAAN STIKES MUHAMMADIYAH AH GOMBONG</p>		<p>memperkuat komunikasi bisnis kewargaan. Komunikasi Bisnis Kewargaan: Meningkatkan interaksi dan partisipasi masyarakat dalam bisnis yang berorientasi pada kepentingan publik. Era Ekonomi Digital: Dampak transformasi digital pada komunikasi bisnis dan peran media sosial. Strategi Komunikasi: Strategi komunikasi yang efektif dalam menggunakan media sosial. Tantangan dan Peluang: Tantangan dan peluang dalam menggunakan media</p>	<p>Jenis Penelitian: Kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Tujuan: Untuk mendeskripsikan peran komunikasi informasi dalam layanan digital di perpustakaan STIKES Muhammadiyah Gombong. Teknik Pengumpulan Data Wawancara: Mengumpulkan data dari responden yang berpengalaman dalam penggunaan layanan digital di perpustakaan. Studi Literatur: Menggunakan sumber-sumber tertulis yang relevan untuk mendukung analisis. Teknik Analisis Data Analisis Isi Kualitatif: Menganalisis konten yang dihasilkan di layanan digital</p>	<p>informasi berperan penting dalam layanan digital di perpustakaan STIKES Muhammadiyah Gombong, memfasilitasi akses informasi dan interaksi antar pengguna. Efektivitas: Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan layanan digital dalam perpustakaan dapat meningkatkan partisipasi dan interaksi antar pengguna, serta memperkuat citra perpustakaan. Tantangan: Namun, penelitian juga menyoroti tantangan seperti penyebaran berita palsu, polarisasi opini, dan</p>	<p>media sosial sebagai media informasi dan edukasi khususnya pada platform telegram dan X.</p>
--	---	--	--	--	---	---

			<p>sosial untuk komunikasi kewargaan.</p>	<p>untuk memahami tema dan pola yang muncul.</p> <p>Analisis Jaringan Sosial: Mengkaji interaksi dan hubungan antar pengguna layanan digital dalam konteks perpustakaan.</p>	<p>manipulasi yang dapat mempengaruhi komunikasi informasi dalam layanan digital.</p> <p>Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana komunikasi informasi memengaruhi layanan digital di perpustakaan dan implikasinya terhadap partisipasi dan citra perpustakaan dalam era digital.</p>	
4.	<p>Peran Komunikasi Sains di Media Sosial pada Masa Pandemi Covid-19</p>	<p>Shiddiq Sugiono (2023)</p>	<p>Mendiseminasikan Ilmu Pengetahuan: Meneliti bagaimana komunikasi sains digunakan untuk menyebarkan informasi ilmiah tentang Covid-19 melalui media sosial.</p>	<p>Metode Penelitian</p> <p>Jenis Penelitian: Kualitatif dengan pendekatan deskriptif.</p> <p>Tujuan: Untuk mendeskripsikan peran komunikasi sains dalam menyebarkan informasi</p>	<p>Peran Komunikasi Sains: Komunikasi sains berperan penting dalam menyebarkan informasi akurat tentang Covid-19 melalui media sosial.</p> <p>Efektivitas: Penelitian menunjukkan bahwa</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan melakukan wawancara dan pendekatan melalui konten di media sosial.</p>

			<p>Melawan Misinformasi: Mengkaji peran komunikasi sains dalam mengatasi penyebaran hoaks dan informasi yang salah terkait Covid-19.</p> <p>Penguatan Jaringan Komunikasi: Menganalisis bagaimana komunikasi sains memperkuat jaringan antara ilmuwan, masyarakat, pemerintah, dan industri kreatif.</p> <p>Praktik Kolaboratif: Meneliti kolaborasi antara berbagai pihak dalam praktik komunikasi sains untuk meningkatkan pemahaman masyarakat tentang Covid-19.</p> <p>Analisis Isi: Menggunakan analisis isi untuk</p>	<p>tentang Covid-19 melalui media sosial.</p> <p>Teknik Pengumpulan Data Wawancara: Mengumpulkan data dari responden yang berpengalaman dalam penggunaan media sosial untuk menyebarkan informasi tentang Covid-19.</p> <p>Studi Literatur: Menggunakan sumber-sumber tertulis yang relevan untuk mendukung analisis.</p> <p>Teknik Analisis Data Analisis Isi Kualitatif: Menganalisis konten yang dihasilkan di media sosial untuk memahami tema dan pola yang muncul.</p> <p>Analisis Jaringan Sosial: Mengkaji interaksi dan hubungan antar pengguna</p>	<p>penggunaan media sosial dalam komunikasi sains dapat meningkatkan partisipasi dan interaksi antar pengguna, serta memperkuat citra ilmuwan.</p> <p>Tantangan: Namun, penelitian juga menyoroti tantangan seperti penyebaran berita palsu, polarisasi opini, dan manipulasi yang dapat mempengaruhi komunikasi sains dalam media sosial.</p> <p>Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana komunikasi sains memengaruhi penyebaran informasi tentang Covid-19 melalui</p>	
--	--	--	---	--	--	--

			mengevaluasi delapan penelitian terkait media sosial dan informasi Covid-19.	media sosial dalam konteks pandemi Covid-19.	media sosial dan implikasinya terhadap partisipasi dan citra ilmuwan dalam era digital.	
5.	Media sosial instagram sebagai jaringan komunikasi sociopreneur	Wenny Maya Arlena (2021)	Peran Instagram: Mengkaji bagaimana Instagram digunakan sebagai jaringan komunikasi oleh kelompok sociopreneur ikan cupang di wilayah Tangerang. Komunikasi Bisnis: Meneliti bagaimana Instagram memfasilitasi komunikasi bisnis, termasuk penjualan, branding, dan promosi. Efektivitas: Menganalisis dampak penggunaan Instagram terhadap partisipasi dan interaksi antar pengguna, serta	Metode Penelitian Jenis Penelitian: Kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Tujuan: Untuk mendeskripsikan peran Instagram sebagai jaringan komunikasi dalam meningkatkan produktivitas kelompok sociopreneur ikan cupang di wilayah Tangerang. Teknik Pengumpulan Data Wawancara: Mengumpulkan data dari responden yang berpengalaman dalam penggunaan Instagram untuk tujuan bisnis.	Peran Instagram: Instagram berperan penting dalam meningkatkan komunikasi dan interaksi antar pengguna dalam kelompok sociopreneur ikan cupang, memfasilitasi penjualan, branding, dan promosi. Efektivitas: Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Instagram dapat meningkatkan partisipasi dan interaksi antar pengguna, serta	Penelitian ini tentang media sosial sebagai informasi dan edukasi bagi komunitas <i>crypto</i> pada platform telegram dan X.

			<p>memperkuat citra perusahaan.</p> <p>Tantangan dan Peluang: Menyoroti tantangan seperti penyebaran berita palsu, polarisasi opini, dan manipulasi yang dapat mempengaruhi komunikasi dalam jaringan Instagram. Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana Instagram memengaruhi komunikasi bisnis dan implikasinya terhadap partisipasi dan citra perusahaan dalam era digital.</p>	<p>Studi Literatur: Menggunakan sumber-sumber tertulis yang relevan untuk mendukung analisis.</p> <p>Teknik Analisis Data Analisis Isi Kualitatif: Menganalisis konten yang dihasilkan di Instagram untuk memahami tema dan pola yang muncul.</p> <p>Analisis Jaringan Sosial: Mengkaji interaksi dan hubungan antar pengguna Instagram dalam konteks bisnis ikan cupang.</p>	<p>memperkuat citra perusahaan.</p> <p>Tantangan: Namun, penelitian juga menyoroti tantangan seperti penyebaran berita palsu, polarisasi opini, dan manipulasi yang dapat mempengaruhi komunikasi dalam jaringan Instagram. Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana Instagram memengaruhi komunikasi bisnis dan implikasinya terhadap partisipasi dan citra perusahaan dalam era digital.</p>	
6.	The Impact of Social Media on Risk	Tiezhong Liu, Huyuan Zhang,	Peran Media Sosial dalam Komunikasi Risiko Bencana: Mengeksplorasi	Metode Penelitian Jenis Penelitian: Kualitatif dengan pendekatan deskriptif.	Dampak Media Sosial: Media sosial, khususnya Sina Weibo, berperan	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dan

	<p>Communication of Disasters—A Comparative Study Based on Sina Weibo Blogs Related to Tianjin Explosion and Typhoon Pigeon</p>	<p>Hubo Zhang (2020)</p>	<p>bagaimana media sosial memengaruhi komunikasi risiko bencana.</p> <p>Komunikasi Risiko Bencana: Menganalisis bagaimana media sosial digunakan untuk menyebarkan informasi risiko bencana.</p> <p>Efektivitas Komunikasi Risiko Bencana: Menyelidiki dampak penggunaan media sosial terhadap partisipasi dan interaksi antar pengguna dalam komunikasi risiko bencana.</p> <p>Tantangan dan Peluang: Menyoroti tantangan dan peluang dalam menggunakan media sosial</p>	<p>Tujuan: Untuk mendeskripsikan dampak media sosial pada komunikasi risiko bencana melalui studi komparatif tentang blog-blog Sina Weibo terkait ledakan Tianjin dan badai Pigeon.</p> <p>Teknik Pengumpulan Data Wawancara: Mengumpulkan data dari responden yang berpengalaman dalam penggunaan media sosial untuk komunikasi risiko bencana.</p> <p>Studi Literatur: Menggunakan sumber-sumber tertulis yang relevan untuk mendukung analisis.</p> <p>Teknik Analisis Data Analisis Isi Kualitatif: Menganalisis konten yang dihasilkan di Sina Weibo</p>	<p>penting dalam meningkatkan komunikasi risiko bencana, memfasilitasi penyebaran informasi cepat, dan memperkuat jaringan sosial.</p> <p>Efektivitas: Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Sina Weibo dalam komunikasi risiko bencana dapat meningkatkan partisipasi dan interaksi antar pengguna, serta memperkuat citra pemerintah dan organisasi bencana.</p> <p>Tantangan: Namun, penelitian juga menyoroti tantangan seperti penyebaran berita palsu,</p>	<p>berfokus pada platform telegram dan X.</p>
--	---	--------------------------	---	---	--	---

			<p>untuk komunikasi risiko bencana.</p> <p>Analisis Isi Kualitatif dan Jaringan Sosial: Menggunakan analisis isi kualitatif dan analisis jaringan sosial untuk mengevaluasi konten dan interaksi yang terjadi di Sina Weibo selama bencana.</p>	<p>untuk memahami tema dan pola yang muncul.</p> <p>Analisis Jaringan Sosial: Mengkaji interaksi dan hubungan antar pengguna Sina Weibo dalam konteks komunikasi risiko bencana.</p>	<p>polarisasi opini, dan manipulasi yang dapat mempengaruhi komunikasi risiko bencana.</p> <p>Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana media sosial memengaruhi komunikasi risiko bencana dan implikasinya terhadap partisipasi dan citra pemerintah dan organisasi bencana dalam era digital.</p>	
7.	Does multitasking computer self-efficacy mitigate the impact of social media affordances on overload and fatigue among professionals?	A. Islam, E. Whelan, Stoney L. Brooks (2020)	Multitasking Computer Self-Efficacy: Meneliti bagaimana kemampuan diri sendiri dalam multitasking menggunakan komputer mempengaruhi dampak penggunaan media sosial pada beban dan	<p>Metode Penelitian</p> <p>Jenis Penelitian: Kuantitatif dengan pendekatan eksperimental.</p> <p>Tujuan: Untuk mengetahui apakah kemampuan diri sendiri dalam multitasking menggunakan komputer dapat</p>	<p>Kemampuan Diri Sendiri dalam Multitasking:</p> <p>Kemampuan diri sendiri dalam multitasking menggunakan komputer dapat menurunkan dampak penggunaan media sosial pada beban</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dan berfokus pada platform telegram dan X sebagai informasi serta edukasi komunitas.</p>

			<p>kelelahan di kalangan profesional.</p> <p>Penggunaan Media Sosial: Menganalisis bagaimana penggunaan media sosial mempengaruhi beban dan kelelahan di kalangan profesional.</p> <p>Mitigasi Dampak: Menyelidiki apakah kemampuan diri sendiri dalam multitasking menggunakan komputer dapat menurunkan dampak penggunaan media sosial pada beban dan kelelahan di kalangan profesional.</p>	<p>menurunkan dampak penggunaan media sosial pada beban dan kelelahan di kalangan profesional.</p> <p>Teknik Pengumpulan Data Kuesioner: Mengumpulkan data dari responden yang berpengalaman dalam penggunaan media sosial dan multitasking menggunakan komputer.</p> <p>Studi Literatur: Menggunakan sumber-sumber tertulis yang relevan untuk mendukung analisis.</p> <p>Teknik Analisis Data Analisis Regresi: Menganalisis hubungan antara kemampuan diri sendiri dalam multitasking menggunakan komputer dan penggunaan media sosial dengan beban</p>	<p>dan kelelahan di kalangan profesional.</p> <p>Efektivitas Mitigasi: Penelitian menunjukkan bahwa kemampuan diri sendiri dalam multitasking menggunakan komputer dapat efektif menurunkan dampak penggunaan media sosial pada beban dan kelelahan di kalangan profesional.</p> <p>Rekomendasi: Penelitian ini merekomendasikan bahwa profesional yang sering menggunakan media sosial harus mengembangkan kemampuan diri sendiri dalam multitasking menggunakan komputer</p>	
--	--	--	--	--	--	--

				<p>dan kelelahan di kalangan profesional.</p> <p>Analisis Varians: Menggunakan analisis variasi untuk mengevaluasi perbedaan antara kelompok yang memiliki kemampuan diri sendiri dalam multitasking menggunakan komputer dan kelompok yang tidak memiliki kemampuan tersebut.</p>	<p>untuk mengurangi beban dan kelelahan yang diakibatkan oleh penggunaan media sosial. Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana kemampuan diri sendiri dalam multitasking menggunakan komputer dapat mempengaruhi dampak penggunaan media sosial pada beban dan kelelahan di kalangan profesional.</p>	
8.	POLICY ON THE USE OF SOCIAL MEDIA IN HOSPITALS IN BUILDING COMMUNICATION DURING THE	Rita Kumalasari, W. Sulistiadi (2022)	Kebijakan Penggunaan Media Sosial: Menganalisis kebijakan penggunaan media sosial di rumah sakit selama pandemi COVID-19.	<p>Metode Penelitian</p> <p>Jenis Penelitian: Tinjauan literatur (literature review).</p> <p>Tujuan: Untuk mengumpulkan dan menganalisis berbagai sumber literatur yang berkaitan dengan kebijakan</p>	<p>Peran Media Sosial: Media sosial berfungsi sebagai alat penting dalam membangun komunikasi antara rumah sakit dan masyarakat</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dan berfokus pada platform telegram dan X sebagai informasi serta</p>

	<p>COVID-19 PANDEMIC: LITERATURE REVIEW</p>		<p>Komunikasi dalam Krisis: Meneliti bagaimana media sosial digunakan sebagai alat komunikasi untuk membangun hubungan antara rumah sakit dan masyarakat.  Dampak Pandemi: Mengkaji dampak pandemi COVID-19 terhadap komunikasi dan penggunaan media sosial dalam konteks layanan kesehatan.</p>	<p>penggunaan media sosial di rumah sakit selama pandemi.  Teknik Pengumpulan Data Studi Literatur: Mengumpulkan data dari berbagai sumber akademis, artikel, dan kebijakan terkait penggunaan media sosial di rumah sakit selama pandemi COVID-19.  Teknik Analisis Data Analisis Kualitatif: Menganalisis konten dari literatur yang dikumpulkan untuk mengidentifikasi tema, pola, dan praktik terbaik dalam penggunaan media sosial.  Kesimpulan</p>	<p>selama pandemi COVID-19.  Kebijakan yang Diperlukan: Diperlukan kebijakan yang jelas dan terstruktur untuk memaksimalkan penggunaan media sosial dalam komunikasi kesehatan.  Rekomendasi: Penelitian ini merekomendasikan pengembangan strategi komunikasi yang efektif melalui media sosial untuk meningkatkan keterlibatan masyarakat dan penyebaran informasi yang akurat selama krisis kesehatan.  Penelitian ini memberikan wawasan tentang</p>	<p>edukasi komunitas <i>Crypto.</i></p>
--	---	--	--	--	--	---

					pentingnya kebijakan penggunaan media sosial dalam konteks komunikasi kesehatan selama pandemi COVID-19.	
9.	Utilizing Social Media for Information Dispersal during Local Disasters: The Communication Hub Framework for Local Emergency Management	Dionne Mitcham, Morgan Taylor, Curtis H. Harris (2021)	Penggunaan Media Sosial dalam Penghentian Bencana: Meneliti bagaimana media sosial digunakan untuk menyebarkan informasi selama bencana lokal. Framework Komunikasi: Mengembangkan framework komunikasi yang disebut “Communication Hub” untuk memanfaatkan media sosial dalam penghentian bencana.	Metode Penelitian Jenis Penelitian: Kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Tujuan: Untuk mendeskripsikan penggunaan media sosial dalam penghentian bencana dan mengembangkan framework komunikasi yang efektif. Teknik Pengumpulan Data Wawancara: Mengumpulkan data dari responden yang berpengalaman dalam penggunaan media sosial selama bencana lokal.	Peran Media Sosial: Media sosial berperan penting dalam menyebarkan informasi selama bencana lokal, memfasilitasi komunikasi cepat dan efisien. Framework Komunikasi: Penelitian menunjukkan bahwa framework komunikasi “Communication Hub” dapat meningkatkan efektivitas penggunaan media sosial dalam penghentian bencana.	Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dan berfokus pada platform telegram dan X sebagai informasi serta edukasi komunitas <i>Crypto</i> .

			<p>Efektivitas Komunikasi: Menyelidiki efektivitas penggunaan media sosial dalam komunikasi selama bencana lokal.</p> <p>Tantangan dan Peluang: Menyoroti tantangan dan peluang dalam menggunakan media sosial untuk komunikasi selama bencana lokal.</p>	<p>Studi Literatur: Menggunakan sumber-sumber tertulis yang relevan untuk mendukung analisis.</p> <p>Teknik Analisis Data Analisis Isi Kualitatif: Menganalisis konten yang dihasilkan di media sosial selama bencana lokal untuk memahami tema dan pola yang muncul.</p> <p>Analisis Jaringan Sosial: Mengkaji interaksi dan hubungan antar pengguna media sosial dalam konteks penghentian bencana.</p>	<p>Rekomendasi: Penelitian ini merekomendasikan pengembangan framework komunikasi yang disesuaikan dengan kebutuhan lokal untuk meningkatkan partisipasi dan interaksi antar pengguna dalam penghentian bencana.</p> <p>Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana media sosial dapat digunakan dalam penghentian bencana dan implikasinya terhadap partisipasi dan interaksi antar pengguna dalam konteks penghentian bencana.</p>	
--	--	--	---	---	--	--

10.	ROLE OF SOCIAL MEDIA IN DISASTER MANAGEMENT	A. A.S, O. Mardiana, A. Rosliza (2019)	<p>Peran Media Sosial dalam Pengelolaan Bencana: Meneliti bagaimana media sosial digunakan dalam pengelolaan bencana.</p> <p>Efektivitas Penggunaan Media Sosial: Menganalisis dampak penggunaan media sosial dalam meningkatkan komunikasi dan koordinasi selama bencana.</p> <p>Tantangan dan Peluang: Menyoroti tantangan dan peluang dalam menggunakan media sosial untuk pengelolaan bencana.</p>	<p>Metode Penelitian</p> <p>Jenis Penelitian: Kualitatif dengan pendekatan deskriptif.</p> <p>Tujuan: Untuk mendeskripsikan peran media sosial dalam pengelolaan bencana dan mengevaluasi efektivitasnya.</p> <p>Teknik Pengumpulan Data</p> <p>Wawancara: Mengumpulkan data dari responden yang berpengalaman dalam pengelolaan bencana.</p> <p>Studi Literatur: Menggunakan sumber-sumber tertulis yang relevan untuk mendukung analisis.</p> <p>Teknik Analisis Data</p> <p>Analisis Isi Kualitatif: Menganalisis konten yang dihasilkan di media sosial selama bencana untuk</p>	<p>Peran Media Sosial: Media sosial berperan penting dalam meningkatkan komunikasi dan koordinasi selama bencana, memfasilitasi penyampaian informasi cepat dan efisien.</p> <p>Efektivitas Penggunaan Media Sosial: Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial dapat meningkatkan partisipasi dan interaksi antar pengguna, serta memperkuat citra pemerintah dan organisasi bencana.</p> <p>Tantangan dan Peluang: Namun, penelitian juga menyoroti tantangan seperti penyebaran berita</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, dan berfokus pada platform telegram dan X sebagai informasi serta edukasi komunitas <i>Crypto</i>.</p>
-----	---	--	--	--	---	---

				<p>memahami tema dan pola yang muncul.</p> <p>Analisis Jaringan Sosial: Mengkaji interaksi dan hubungan antar pengguna media sosial dalam konteks pengelolaan bencana.</p>	<p>palsu, polarisasi opini, dan manipulasi yang dapat mempengaruhi komunikasi selama bencana.</p> <p>Penelitian ini memberikan wawasan tentang bagaimana media sosial dapat digunakan dalam pengelolaan bencana dan implikasinya terhadap partisipasi dan interaksi antar pengguna dalam konteks pengelolaan bencana.</p>	
--	--	--	--	--	---	--

## **2.2 Kebaruan Penelitian (Novelty)**

Kebaruan dirumuskan sesuai pembahasan di uraian sebelum tabel , jadi kebaruannya terletak pada: Objek kajian *Cryptocurrency* dan fokus penelitian pada peran media sosial dalam penyebaran informasi dan edukasi, Jenis platform media sosial yang digunakan , yaitu Telegram dan X, metode penelitian yang digunakan yaitu metode penelitian kualitatif dengan pendekatan analisis isi konten telegram dan X(Twitter).

## **2.3 Teori Yang Digunakan**

Penelitian ini membahas tentang peran media sosial sebagai platform edukasi dan informasi komunitas CoinEx Indonesia, khususnya melalui platform Telegram dan X (sebelumnya Twitter). Untuk memahami ini, beberapa teori dari bidang yang akan diteliti digunakan sebagai landasan. Berikut merupakan teori-teori yang berkaitan dengan penelitian ini:

### **2.3.1 Teori Media Sosial**

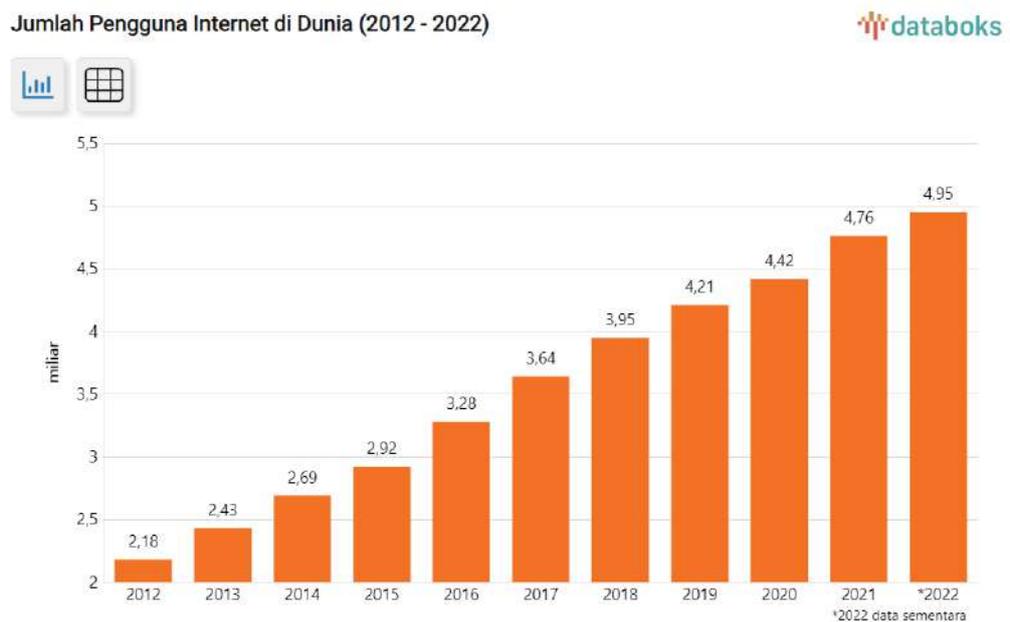
Menurut Kottler dan Keller (2016 : 338), media sosial merupakan media yang digunakan oleh konsumen untuk berbagi teks, gambar, suara, video dan informasi dengan orang lain. Taprial dan Kanwar mengartikan media sosial adalah media yang digunakan seseorang untuk menjadi sosial, atau mendapatkan keberanian sosial dengan berbagi isi, berita, foto dan lain-lain dengan orang lain.

Media sosial adalah proses interaksi antara individu yang melibatkan pembuatan, berbagi, pertukaran, dan modifikasi ide atau gagasan melalui komunikasi virtual atau jaringan online. Media sosial berfungsi sebagai platform yang memungkinkan berbagai bentuk komunikasi dan informasi bagi para penggunanya. Media sosial memberikan berbagai kemudahan yang membuat penggunanya betah berlama-lama di dalamnya.

Kaplan dan Haenlein (2010: 101) menyatakan bahwa media sosial adalah sekumpulan aplikasi berbasis internet yang dibangun berdasarkan prinsip-prinsip

ideologi dari web 2.0, yang berfungsi sebagai platform dari evolusi media sosial, memungkinkan penciptaan dan pertukaran Konten yang Dihasilkan Pengguna.

Dari tahun ke tahun, banyak media sosial berkembang secara signifikan, masing-masing muncul dengan karakteristik dan keunikannya sendiri. Mempermudah komunikasi dan akses informasi adalah tujuan utama penggunaan media sosial. Saat ini, hampir semua lapisan masyarakat telah terhubung dengan media sosial.



Gambar 2.1 Jumlah pengguna internet

Menurut laporan DataReportal, ada 4,95 miliar pengguna internet pada Januari 2022, meningkat 4% dari 4,76 miliar orang pada Januari 2021. Pada tahun 2018, jumlah pengguna internet tercatat sebesar 3,95 miliar, dan meningkat 6,6% menjadi 4,21 miliar pada tahun 2019. Jumlah pengguna internet kembali bertambah 4,9% menjadi 4,42 miliar pada tahun 2020. Pada tahun 2021, jumlah pengguna internet tumbuh 7,7% menjadi 4,76 miliar. Berdasarkan wilayah, Eropa Utara memiliki tingkat adopsi internet tertinggi sebesar 98%, sedangkan Asia Tenggara mencapai 72%. Pada Januari 2022, pengguna internet di Indonesia mencapai 204,7 juta, yang mencakup 73,7% dari total populasi Indonesia.

Dari beberapa pandangan ahli di atas, dapat disimpulkan bahwa media sosial adalah wadah untuk bersosialisasi melalui aktivitas berbagi informasi, teks, gambar, video, dan lainnya. Melalui media ini, individu dapat bersosialisasi dengan orang lain yang terhubung melalui bantuan internet.

### **2.3.2 Teori Pemrosesan Informasi**

Robert M. Gagne (1972) mendefinisikan belajar sebagai proses yang memungkinkan seseorang menjadi anggota masyarakat yang mampu berfungsi dalam kompleksitasnya. Kompetensi yang diperlukan mencakup keterampilan, pengetahuan, sikap (perilaku), dan nilai-nilai yang dibutuhkan manusia, sehingga belajar adalah hasil dari berbagai perilaku yang disebut kompetensi. Siswa mendapatkan kemampuan ini dari: (1) rangsangan dan lingkungan, serta (2) proses kognitif (Warsita, 2018).

Menurut Robert M. Gagne, ada beberapa tahapan dalam proses belajar yang berkaitan dengan pemrosesan informasi: Pertama, informasi ditangkap dan diterima oleh panca indera, lalu dikirim ke pusat saraf untuk diproses sebagai informasi. Kedua, terdapat proses penyaringan di mana informasi yang diproses disimpan sementara. Beberapa informasi disimpan dalam ingatan jangka panjang, sedangkan yang lain terbuang. Ketiga, informasi yang masuk ke dalam memori bercampur dengan ingatan yang sudah ada sebelumnya, dan setelah diproses, pengalaman tersebut dapat diingat kembali (Budi, 2022).

Teori pembelajaran pemrosesan informasi ini tergolong baru dibandingkan dengan teori pembelajaran sebelumnya. Teori ini berkembang seiring dengan kemajuan teknologi informasi. Pandangan ini menyatakan bahwa belajar adalah proses pengolahan informasi. Awalnya, gagasan ini mengacu pada teori kognitif yang lebih menekankan proses belajar daripada hasilnya. Teori pemrosesan informasi menjadi lebih signifikan dalam konteks sistem informasi yang dipelajari oleh siswa. Rincian ini memberikan gambaran umum tentang prosedurnya. Pengetahuan yang dipelajari memiliki dampak besar terhadap bagaimana proses belajar siswa berlangsung. Menurut teori pemrosesan informasi, tidak ada metode

pengajaran tunggal yang paling baik untuk semua situasi yang memengaruhi peserta didik (Rehalat, 2016). Pikiran manusia berfungsi seperti komputer, memproses informasi dengan menggunakan prinsip-prinsip logis dan taktis. Pada dasarnya, kemampuan otak manusia untuk memproses informasi terbatas (Qolbiyah & Purnamanita, 2022).

Robert M. Gagne mengembangkan teori pemrosesan informasi sebagai teori belajar. Teori ini menggambarkan atau memodelkan proses-proses yang terjadi di otak manusia saat informasi diproses. Menurut Gagne, belajar adalah proses yang digerakkan oleh otak untuk mengumpulkan, mengolah, menyimpan, dan mengingat kembali pengetahuan (Putri, 2014). Sedangkan pemrosesan informasi adalah penerimaan, pengolahan, penyimpanan, dan pengambilan informasi. Teknologi pemrosesan informasi mengevaluasi, melacak, dan menciptakan proses pemrosesan informasi pada anak-anak. Proses perhatian, memori, dan penalaran semuanya diperlukan untuk pemrosesan informasi yang efektif. Menurut teori pemrosesan informasi Burns, belajar adalah proses di mana siswa memproses, memperoleh, dan menyimpan pengetahuan dalam memori jangka pendek dan jangka panjang mereka (Yaumi, 2012).

Pemrosesan informasi menggambarkan bagaimana informasi dikumpulkan atau diterima dari lingkungan, diorganisir, dan digunakan untuk memecahkan masalah, mengidentifikasi konsep, serta menggunakan simbol fonetik dan nonverbal. Teori ini berkaitan dengan kemampuan intelektual yang luas, keterampilan memecahkan masalah, dan keterampilan produktif (Rehalat, 2016).

### **2.3.3 Teori Penggunaan dan Kepuasan (*used and gratification*)**

Teori uses and gratification (teori penggunaan dan kepuasan) menjadi signifikan dalam studi komunikasi massa. Teori ini mengemukakan bahwa individu mendorong audiens untuk mencari, menggunakan, dan merespons isi media dengan cara yang berbeda-beda, dipengaruhi oleh berbagai faktor sosial dan psikologis yang berbeda di antara setiap individu audiens.

Teori uses and gratification berfokus pada audiens sebagai konsumen media massa, bukan pada pesan yang disampaikan. Teori ini menilai bahwa audiens menggunakan media dengan tujuan tertentu, bersikap aktif, sekaligus selektif. Audiens dianggap mengetahui kebutuhan mereka dan bertanggung jawab atas pilihan media yang dapat memenuhi kebutuhan tersebut.

Teori ini juga menjelaskan kapan dan bagaimana audiens sebagai konsumen media menjadi lebih aktif atau kurang aktif dalam menggunakan media, serta akibat atau dampak dari penggunaan media tersebut. Teori uses and gratification menganggap audiens sebagai peserta aktif dalam proses komunikasi, namun tingkat keaktifan setiap individu berbeda-beda. Penggunaan media didorong oleh kebutuhan dan tujuan yang ditentukan oleh penggunanya.

Menurut Elihu Katz, Jay G. Blumer, dan Michael Gurevitch, teori uses and gratification meneliti asal mula kebutuhan psikologis dan sosial, yang menciptakan harapan tertentu dari media massa atau sumber lainnya. Hal ini mengarah pada pola keterlibatan dengan media yang berbeda (atau partisipasi dalam kegiatan lainnya) dan menghasilkan pemenuhan kebutuhan serta dampak lainnya, mungkin termasuk yang tidak diinginkan.

#### **2.3.4 Strategi Komunikasi**

Strategi komunikasi adalah metode yang digunakan oleh suatu organisasi untuk merencanakan dan mengelola pesannya guna mencapai tujuan tertentu. Menurut Retnowati, Y. (2017), ada empat faktor penting yang perlu diperhatikan dalam menyusun strategi komunikasi:

1. Memahami audiens: Audiens yang aktif memungkinkan terjadinya interaksi timbal balik antara komunikator dan komunikan, di mana keduanya saling mempengaruhi. Ini menunjukkan pentingnya dialog dua arah yang memungkinkan semua pihak untuk saling mempengaruhi.
2. Merancang pesan: Menentukan tema dan konten yang akan disampaikan. Tanda pertama dari komunikasi yang efektif adalah adanya perhatian terhadap pesan yang disampaikan.

3. Menetapkan metode penyampaian pesan, yang terdiri dari dua aspek:
  - a. Menurut cara pelaksanaannya,
    - Metode redundansi: Membujuk audiens dengan mengulang-ulang pesan.
    - Metode kanalisasi: Membujuk khalayak agar menerima pesan dan kemudian secara bertahap mengubah sikap dan pola pikirnya.
  - b. Menurut bentuk isinya,
    - Metode informatif: Bertujuan untuk memanfaatkan pemikiran audiens, dilakukan dalam bentuk pernyataan, penjelasan, berita, dan sebagainya.
    - Metode persuasif: Mempengaruhi audiens dengan membujuk mereka, membangkitkan pikiran atau perasaan mereka.
    - Metode edukatif: Memberikan gagasan kepada audiens berdasarkan fakta, pendapat, dan pengalaman yang dapat dibuktikan kebenarannya, dengan tujuan mengubah perilaku manusia ke arah yang diinginkan, secara sengaja, terorganisasi, dan terencana.
    - Metode koersif: Mempengaruhi audiens melalui peraturan, intimidasi, dan biasanya didukung oleh kekuatan yang kuat.
4. Memilih media komunikasi: Pilihan dapat berupa satu media atau kombinasi beberapa media, tergantung pada tujuan yang ingin dicapai, karena pesan dan teknik yang digunakan dalam setiap media memiliki kelebihan dan kekurangan masing-masing.

### **2.3.5 Agenda Setting**

Secara etimologis, istilah agenda setting berasal dari Bahasa Inggris, terdiri dari dua kata, yaitu agenda dan setting. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), kata agenda memiliki dua makna, yaitu: 1) buku catatan yang bertanggal untuk satu tahun, misalnya, "acara rapat itu telah dicatat dalam agenda"; dan 2) acara yang akan dibahas dalam rapat, seperti "hal itu juga tercantum dalam agenda rapat". Sementara itu, kata mengagendakan sebagai kata kerja berarti memasukkan sesuatu dalam jadwal atau acara, seperti rapat atau seminar (<http://blogilmukomunikasi.blogspot.co.id/203/12/teori-agenda-settingkomunikasi.html>, 04.15).

Kata *setting* atau yang dalam Bahasa Indonesia dipadankan menjadi kata kerja mengeset, diartikan sebagai tindakan menata atau mengatur, seperti menata rambut atau mengatur susunan huruf dalam mesin cetak. Contohnya, "sudah menjadi kebiasaannya untuk mengeset rambut setiap kali pergi ke pesta". Orang yang melakukan pekerjaan mengeset disebut sebagai pengeset. Jika kata mengeset diubah menjadi pengesetan, maka artinya menjadi "pengaturan" ([http://adiprakosa.blogspot.co.id/2013/01/teori-agenda-setting\\_1823.html](http://adiprakosa.blogspot.co.id/2013/01/teori-agenda-setting_1823.html), 03.15).

Berdasarkan pengertian etimologis tersebut, agenda *setting* dapat diartikan sebagai pengaturan atau penyusunan agenda, acara, atau kegiatan. Hal ini sejalan dengan pendapat beberapa ahli komunikasi Indonesia yang mendefinisikan istilah ini sebagai penentuan atau penyusunan agenda. Sebagai contoh, lihat terjemahan dari pandangan Stephen W. Littlejohn dan Karen A. Foss dalam Hamdan (2009: 415), serta Nuruddin (2007: 195).

Dalam konteks komunikasi, agenda *setting* memiliki beberapa definisi. Pertama, Maxwell E. McCombs dan Donald L. Shaw berpendapat bahwa media massa memiliki kemampuan untuk memindahkan hal-hal penting dari agenda berita mereka ke dalam agenda publik. Media massa dapat membuat sesuatu yang mereka anggap penting menjadi penting pula bagi masyarakat (Nuruddin, 2007: 195). Kedua, menurut Bernard C. Cohen, teori agenda *setting* menyatakan bahwa media massa berfungsi sebagai pusat penentuan kebenaran, dengan kemampuan untuk mentransfer kesadaran dan informasi ke dalam agenda publik, mengarahkan perhatian publik kepada isu-isu yang dianggap penting oleh media massa. Cohen menyatakan, "pers mungkin tidak selalu berhasil dalam memberi tahu orang apa yang harus dipikirkan, tetapi berhasil dalam mempengaruhi apa yang mereka pikirkan" (Baran dan Dennis, 2007: 13). Ketiga, Stephan W. Littlejohn dan Karen A. Foss menyatakan bahwa teori agenda *setting* menyatakan bahwa media membentuk persepsi atau isu yang penting dalam benak publik. Ini terjadi karena media harus selektif dalam melaporkan berita. Saluran berita berperan sebagai penjaga gerbang informasi yang menentukan apa yang akan dilaporkan dan bagaimana caranya. Apa yang diketahui masyarakat pada waktu tertentu adalah

hasil dari penjagaan gerbang oleh media (Littlejohn & Foss, 2009: 416). Keempat, Syukur Kholil, yang mengutip pendapat Samsudin A. Rahim, menyatakan bahwa agenda setting adalah peran media massa yang memiliki kekuatan untuk mempengaruhi opini dan perilaku masyarakat dengan menentukan agenda isu-isu penting (Kholil, 2007: 36).

Dari berbagai pengertian tersebut, dapat disimpulkan bahwa teori agenda setting membahas tentang peran besar media massa dalam menentukan agenda publik yang terpapar informasi tersebut. Masyarakat menjadi terbiasa dengan berita yang disampaikan oleh media, sehingga berita tersebut menjadi topik pembicaraan sehari-hari. Informasi yang disampaikan oleh media bukan hanya sekadar pengetahuan bagi masyarakat, tetapi bahkan dapat mengubah gaya hidup, perilaku, atau sikap masyarakat.

### **2.3.6 Jaringan Sosial**

Jaringan sosial adalah salah satu dimensi dari kapital sosial selain kepercayaan dan norma. Konsep jaringan dalam kapital sosial lebih menitikberatkan pada aspek ikatan antar simpul, yang dapat berupa individu atau kelompok (organisasi). Dalam konteks ini, hubungan sosial diikat oleh kepercayaan, yang dipertahankan dan dilestarikan melalui norma-norma yang ada. Pada konsep jaringan ini, terdapat elemen kerja yang, melalui media hubungan sosial, berubah menjadi kerja sama. Pada dasarnya, jaringan sosial terbentuk karena adanya saling mengenal, saling bertukar informasi, saling mengingatkan, dan saling membantu dalam menyelesaikan atau menghadapi sesuatu. Jaringan ini dapat terbentuk melalui hubungan antar individu, antara individu dan institusi, serta antar institusi. Sementara itu, jaringan sosial (network) merupakan dimensi yang mungkin memerlukan dukungan dari dua dimensi lainnya karena kerja sama atau jaringan sosial tidak akan tercapai tanpa adanya norma dan rasa saling percaya.

Ada empat prinsip utama yang menjadi dasar pemikiran mengenai hubungan antara jaringan sosial dan manfaat ekonomi, yaitu: Pertama, norma dan kepadatan jaringan (network density). Kedua, kuat atau lemahnya ikatan, dimana

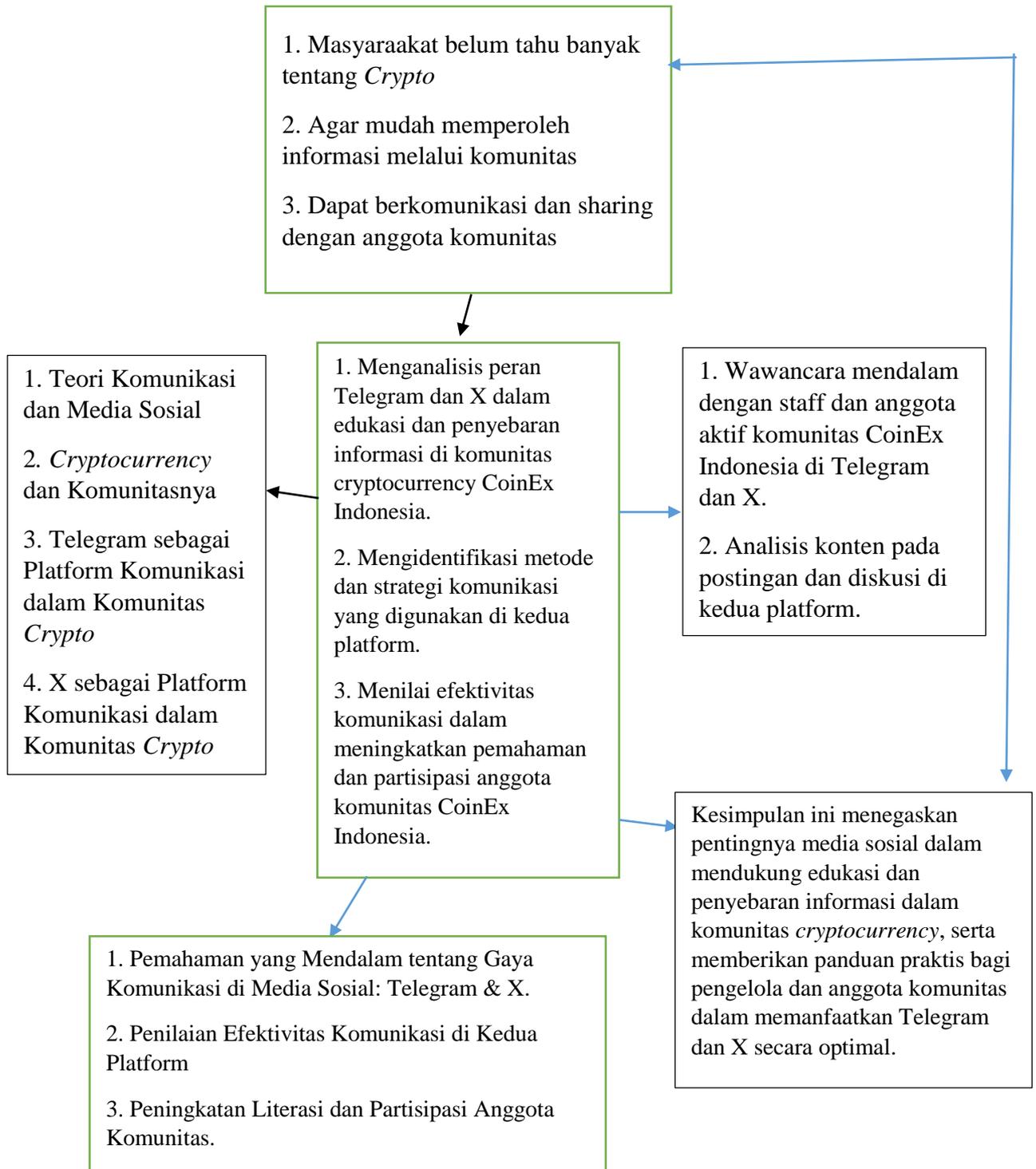
manfaat ekonomi cenderung diperoleh dari ikatan yang lemah. Dalam konteks ini, dijelaskan bahwa secara empiris, informasi baru misalnya lebih sering diperoleh dari kenalan baru dibandingkan dengan teman dekat yang umumnya memiliki wawasan yang hampir sama, dan kenalan baru relatif membuka wawasan baru bagi individu. Ketiga, peran lubang struktur yang berada di luar ikatan lemah atau kuat, yang berkontribusi dalam menjembatani hubungan individu dengan pihak luar. Keempat, interpretasi terhadap tindakan ekonomi dan non-ekonomi, yaitu adanya aktivitas non-ekonomi dalam kehidupan sosial individu yang ternyata mempengaruhi tindakan ekonomi mereka.

Masuknya inovasi ke dalam sistem sosial sangat dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk faktor internal yang berupa ciri-ciri atau karakteristik individu, yang pada akhirnya akan membawa perubahan dalam sistem sosial tersebut sebagai akibat dari pengadopsian atau penolakan terhadap suatu inovasi. Adopsi inovasi merujuk pada sebuah proses mental yang terjadi dalam diri individu sejak pertama kali mengenal inovasi hingga mengadopsinya. Inovasi adalah bagian dari konsep perubahan sosial yang melibatkan modifikasi dalam struktur dan budaya sistem. Meskipun semua inovasi adalah perubahan sosial, tidak semua perubahan sosial adalah inovasi. Penyebaran atau diseminasi inovasi teknologi pada dasarnya merupakan transfer teknologi dari hasil penelitian kepada pengguna. Proses penyebaran inovasi ini sangat dipengaruhi oleh berbagai faktor, termasuk kondisi sosial, ekonomi, dan budaya masyarakat. Pengaruh inovasi teknologi dan ekonomi menyebabkan perubahan dalam struktur sosial, atau lebih tepatnya perubahan dalam kelas sosial, sebagai akibat dari adanya mobilitas sosial, terutama mobilitas sosial dalam masyarakat.

Penulis setuju dengan pandangan bahwa teori kelembagaan baru menekankan pada interaksi antara komponen kapital sosial berupa jaringan sosial yang ada pada level mikro dan meso dengan hukum formal atau lingkungan kebijakan pada level makro dalam merealisasikan kepentingan individu. Kapital sosial dipahami sebagai kuantitas dan kualitas sumber daya yang dapat diakses dan dimanfaatkan oleh aktor melalui posisi atau lokasinya dalam jaringan sosial.

Konsep ini menjelaskan dua hal: pertama, tentang sumber kapital sosial yang dapat diakses melalui relasi sosial, dan kedua, tentang lokasi atau sumber kapital sosial yang terletak dalam jaringan sosial atau karakteristik jaringan sosial. Lebih jauh lagi, semakin kuat jaringan sosial, maka akan semakin positif asosiasinya dengan sumber daya sosial.

## 2.4 Kerangka Berpikir



Tabel 2.2 Kerangka Berpikir

## **BAB V**

### **KESIMPULAN**

#### **5.1 Kesimpulan**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai peran media sosial Telegram dan X dalam edukasi dan penyebaran informasi di komunitas *cryptocurrency* CoinEx Indonesia, dapat disimpulkan beberapa poin utama:

1. Peran Strategis Media Sosial dalam Edukasi: Telegram dan X berfungsi sebagai platform utama bagi komunitas CoinEx Indonesia untuk memberikan edukasi kepada anggotanya. Telegram menawarkan ruang untuk diskusi yang mendalam dan terstruktur, sementara X memungkinkan penyebaran informasi secara luas dan cepat. Kedua platform ini secara sinergis mendukung proses pembelajaran anggota komunitas tentang *cryptocurrency*.
2. Efektivitas Komunikasi dalam Meningkatkan Pemahaman: Melalui strategi komunikasi yang baik, komunitas CoinEx Indonesia mampu meningkatkan pemahaman anggotanya tentang berbagai aspek *cryptocurrency*. Pengelolaan informasi yang efektif di Telegram dan X membantu anggota dalam memperoleh pengetahuan yang akurat dan relevan, yang pada gilirannya mendukung mereka dalam membuat keputusan investasi yang lebih informasional.
3. Peningkatan Partisipasi dan Keterlibatan: Akses mudah terhadap informasi yang akurat dan kesempatan untuk berdiskusi secara interaktif telah mendorong partisipasi aktif anggota komunitas CoinEx Indonesia. Partisipasi yang tinggi ini menunjukkan bahwa anggota merasa dilibatkan dan diberdayakan, yang juga berdampak positif pada pertumbuhan dan keberlanjutan komunitas.
4. Pengelolaan Umpan Balik dan Interaksi yang Efektif: *Community Manager* dan *Content Creator* di CoinEx Indonesia memainkan peran kunci dalam mengelola interaksi dan umpan balik dari anggota komunitas. Respons yang

cepat dan tepat waktu terhadap pertanyaan atau masalah yang diajukan anggota membantu menjaga kepuasan dan kepercayaan anggota terhadap komunitas.

## **5.2 Saran**

Berdasarkan temuan dan kesimpulan yang telah diuraikan, beberapa saran yang dapat diberikan untuk pengembangan lebih lanjut komunitas CoinEx Indonesia adalah:

### **1. Bagi CoinEx Indonesia**

- a) Pengembangan Konten Edukatif yang Lebih Beragam: Disarankan agar komunitas CoinEx Indonesia terus mengembangkan konten edukatif yang lebih beragam dan interaktif, seperti webinar, video tutorial, dan infografis. Hal ini dapat membantu menjangkau berbagai tipe pembelajar dan memperkaya pengalaman edukasi anggota.
- b) Penguatan Pengelolaan Umpan Balik: Penting bagi CoinEx Indonesia untuk terus memperkuat pengelolaan umpan balik dari anggota komunitas. Menerapkan sistem survei berkala atau forum diskusi khusus untuk umpan balik bisa menjadi cara efektif untuk mendengarkan dan menanggapi kebutuhan anggota secara proaktif.
- c) Pengembangan Komunitas yang Lebih Inklusif: Untuk memperluas jangkauan dan keberagaman anggotanya, CoinEx Indonesia dapat mempertimbangkan untuk memperkenalkan program-program yang lebih inklusif, seperti sesi edukasi untuk pemula atau diskusi dalam bahasa lokal lainnya, guna menarik lebih banyak anggota dari berbagai latar belakang.

### **2. Bagi Peneliti Selanjutnya**

- a) Eksplorasi Platform Lain: Penelitian selanjutnya dapat mempertimbangkan untuk mengeksplorasi platform media sosial lainnya yang mungkin digunakan oleh komunitas *cryptocurrency*. Misalnya, platform seperti Discord atau Reddit dapat memberikan

perspektif tambahan mengenai bagaimana berbagai saluran komunikasi mempengaruhi edukasi dan interaksi komunitas.

- b) Analisis Dampak Jangka Panjang: Penelitian lebih lanjut dapat fokus pada dampak jangka panjang dari penggunaan media sosial dalam komunitas *cryptocurrency*. Menilai bagaimana perubahan dalam strategi komunikasi atau perkembangan platform dapat mempengaruhi pemahaman dan keterlibatan anggota dalam jangka waktu yang lebih panjang.
- c) Studi Perbandingan dengan Komunitas Lain: Melakukan studi perbandingan antara komunitas CoinEx Indonesia dengan komunitas *cryptocurrency* lainnya dapat memberikan wawasan tentang praktik terbaik dan kekurangan dalam strategi komunikasi dan edukasi. Perbandingan ini bisa mencakup komunitas di negara lain atau komunitas yang menggunakan platform media sosial yang berbeda.
- d) Pengaruh Teknologi Baru: Mengkaji bagaimana teknologi baru, seperti kecerdasan buatan atau analitik media sosial, dapat digunakan untuk meningkatkan strategi komunikasi dan edukasi dalam komunitas *cryptocurrency*. Penelitian ini dapat memberikan wawasan tentang bagaimana inovasi teknologi dapat diterapkan untuk memaksimalkan dampak positif dari media sosial.

## DAFTAR PUSTAKA

A. A. S., Mardiana, O., & Rosliza, A. (2019). Role of social media in disaster management. *Journal of Disaster Research*, 14(5), 785-794.

Arianto, B. (2022). *Peran media sosial dalam penguatan komunikasi bisnis kewargaan di era ekonomi digital*.

Arlena, W. M. (2021). *Media sosial Instagram sebagai jaringan komunikasi sociopreneur*.

Gayatri, S., & Satwika, I. B. C. (2022). *Peran media sosial sebagai media sarana informasi politik*.

Islam, A., Whelan, E., & Brooks, S. L. (2020). Does multitasking computer self-efficacy mitigate the impact of social media affordances on overload and fatigue among professionals? *Computers in Human Behavior*, 105, 106217.

Kumalasari, R., & Sulistiadi, W. (2022). Policy on the use of social media in hospitals in building communication during the Covid-19 pandemic: Literature review. *Journal of Health Communication*, 27(2), 150-157.

Liu, T., Zhang, H., & Zhang, H. (2020). The impact of social media on risk communication of disasters—A comparative study based on Sina Weibo blogs related to Tianjin explosion and Typhoon Pigeon. *International Journal of Disaster Risk Reduction*, 45, 101492.

Mitcham, D., Taylor, M., & Harris, C. H. (2021). Utilizing social media for information dispersal during local disasters: The communication hub framework for local emergency management. *Journal of Homeland Security and Emergency Management*, 18(3), 231-244.

Retnowati, Y. (2017). *Communication strategy of ICCS (Indonesian community care for schizophrenia) in giving psycho-education to people with schizophrenia and their families*. KnE Social Sciences, 321-328.

Setiyawati, D. (2021). *Peran komunikasi informasi dalam layanan digital di perpustakaan STIKES Muhammadiyah Gombong*.

Sugiono, S. (2023). *Peran komunikasi sains di media sosial pada masa pandemi Covid-19*.

## LAMPIRAN

### 1. Transkrip Wawancara

#### A. Cresentia Chrisfabi (*Community Manager CoinEx Indonesia*)

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bisa ceritakan sedikit tentang latar belakang Anda dan peran Anda sebagai Community Manager di CoinEx Indonesia?	Untuk latar belakang sebenarnya aku bukan community sih, dulunya tuh kuliah bagian hospitality terus sempet kerja di perusahaan gede, jexpo sama panorama nah disitu aku kerja sebagai marketing awalnya. Terus karena pandemi nah itu juga sempet kerja di start up lah, Cuma pas itu pernah nyoba jadi BD sama sales. Terus karena waktu itu juga suamiku maen kripto aku penasaran doang awalnya, terus aku sempet liat ada salah satu lowongan di exchange lokal yg lumayan gede, nah yg dilihat tuh harus bisa bikin event online maupun offline, dan akhirnya aku kerja disitu samapi waktu itu kena lay off terus pindah ke exchange lokal yang baru berkembang dan akhirnya masuk ke CoinEx.
2.	Apa yang memotivasi Anda untuk bergabung dengan CoinEx dan bekerja di bidang <i>cryptocurrency</i> ?	Kalo bergabung sama CoinEx pasti karena merupakan exchange global, karena sebelumnya aku kerja di perusahaan lokal atau masih di indo, nah aku penasaran gimana sih kalo kerja di perusahaan luar. CoinEx juga merupakan exchange besar dari beberapa exchange lain yang aku tahu juga.
3.	Seberapa penting peran media sosial dalam mengelola	Kalo menurutku penting sih, karena salah satu channel atau platform yang bisa dipake itu telegram sih, sebenarnya kalo media sosial yang

	komunitas CoinEx Indonesia khususnya Telegram dan X?	dipake ga Cuma twitter sih Cuma karena keadaan karena banyak instagram exchange luar yang di blokir. Jadi yang dipake ya telegram dan X (Twitter). Kalo telegram penting sih karena base nya kan buat komunitas dan lebih gampang untuk ngehandlenya. karena telegram tuh dari global maupun di indo kita pake telegram. Twitter (X) juga sama karena untuk base nya tuh lebih luas, bisa langsung dapet informasi-informasi dari global ataupun dari project dan orang-orang juga pake X (Twitter) untuk update use mereka.
4.	Apa jenis informasi yang paling sering dibagikan melalui Telegram dan X dalam komunitas CoinEx Indonesia?	Yang pasti Campaign atau event-event, karena kita kan sering ngadain event seperti mini event ataupun big event dll, sama News/berita karena kan banyak banget berita dari exchange maupun market kripto, Jadi ya kebanyakan berita atau informasi dan tentang event-event yang CoinEx adain.
5.	Bagaimana Anda mengelola diskusi dan interaksi di grup Telegram CoinEx Indonesia?	Lihatn dulu sih memberinya gimana, terus kaya kondisinya lagi panas atau gimana dan lagi ada news apa, misalnya ada news tentang politik lah segala macem nah disitu baru bisa mulai diskusi atau interaksi sama anggota.
6.	Bagaimana Anda menangani pertanyaan atau masalah yang diajukan oleh anggota komunitas di Telegram dan X?	Lebih ke mencoba untuk menjawab dan memberikan informasi sih, karena kan banyak banget kadang orang gak baca terus orang-orang tuh gak ngerti jadi sebenarnya udah dijelasin tapi orang gak ngerti, tapi kalo sekarang di twitter (X) menjawabnya lebih formal dan ngarahin buat langsung tanya ke DM langsung. Nah kalo di

		telegram sendiri aku berusaha untuk menyuruh anggota membaca dulu kemudian baru tanya kalo belum paham, sebisa mungkin aku jawab di grup tapi kalo dia masih gak ngerti mau gak mau dijelasin via DM.
7.	Apa saja tantangan terbesar yang Anda hadapi dalam mengelola komunitas CoinEx Indonesia di Telegram dan X?	Kalo di telegram itu yang pasti komunitasnya, karena kan orangnya macem-macem biasanya tuh pada susah baca jadi harus diulang ulang untuk jelasinnya, kadang juga udah dikasih tau sekali tapi masih nanya lagi. Kalo di X (twitter) juga sama sih karena sekarang juga lagi banyak news orang kadang ga nanya di komen tapi langsung ke DM.
8.	Bagaimana Anda mengumpulkan dan menggunakan umpan balik dari anggota komunitas untuk meningkatkan layanan dan informasi yang diberikan?	Kalau umpan balik jadi biasanya aku kaya kumpulin sih, misal mereka dari komunitas kaya ada masukan begini. Aku juga ngedata kayak dari komunitas tuh ada masukan apa nah setiap masukannya tuh aku rangkum dan aku coba untuk mengajukan ke leader kalo semisalnya bisa ya diusahakan tapi kalo belum bisa ya dijadikan feedback dulu.
9.	Apakah ada inisiatif atau proyek baru yang sedang Anda kembangkan untuk meningkatkan edukasi dan informasi dalam komunitas CoinEx Indonesia?	Lebih kayak cari-cari juga sih event apa sih yang diminati komunitas, yang pasti untuk global dan lokal kan beda ya. Biasanya sih aku juga nanya apa yang komunitas minati dan juga gak terlalu ribet untuk dijalanin. Sama disesuaikan sih misal sekarang event dari global tuh apa nah nanti tinggal disesuaikan untuk event di lokal.
10.	Apa rencana jangka panjang Anda untuk komunitas CoinEx	Yang pasti ngadain event yang gak itu-itu aja sama orang-orangnya biar tertarik. Sama kayak

	Indonesia, khususnya dalam hal edukasi dan informasi?	lebih ngenalin CoinEx biar makin dikenal di Indonesia dan orang-orang paham dengan fitur-fitur yang ada. Lebih sering juga ngadain event-event offline maupun online.
<b>11.</b>	Konten media sosial diarahkan untuk memberikan informasi apa saja ?	Soal exchange itu pasti, terus soal campaign apa yang lagi berjalan terus soal news/berita apa yang misal kemaren kan koin-koin meme lagi panas, dan situasi tentang market.
<b>12.</b>	Bagaimana cara mengedukasi masyarakat/anggota komunitas tentang <i>Cryptocurrency</i> ?	Perbanyak buat konten-konten ataupun event-event yang gak berat sih misal event trading. Sama biasanya kan anggota tanya tentang maarket ya kita bantu jawab sambil diskusi bareng komunitas karena kan pasti banyak yang udah lama dan juga ada yang baru join. Sama juga biasanya ngadain AMA di X (twitter) ngobrolin apa yang lagi ramai dibahas, nah jadi yang pemula juga bisa tanya-tanya ke pembicaranya, karena kan pembicaranya pasti udah lebih tau karena sudah lama di market kripto sendiri.

Tabel Lampiran 1 Wawancara *Community Manager* CoinEx Indonesia

**B. Galih Achmad Prawiradiawan (Content Creator CoinEx Indonesia)**

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bisa ceritakan sedikit tentang latar belakang Anda dan bagaimana Anda menjadi Content Creator di CoinEx Indonesia?	Sebenarnya aku itu gapunya latar belakang di dunia digital marketing ataupun komunikasi, tapi seiring berjalannya waktu aku coba mulai belajar nih di sektor ini dan untuk beberapa tahun terakhir itu aku coba mulai tertarik dengan <i>cryptocurrency</i> dan blockchain. Awalnya belajar sendiri kayak baca artikel, nonton video, dan ingin berbagi ilmu sama pengalaman. Karena bagiku dunia kripto itu terus berkembang dan masih banyak yang butuh edukasi, jadi aku pikir ini kesempatan yang bagus untuk bikin konten akhirnya aku coba bergabung dengan CoinEx.
2.	Apa peran utama Anda sebagai Content Creator di CoinEx Indonesia?	Peran utamaku pasti menciptakan konten yang edukatif dan informatif tapi juga menyenangkan gitu. Fokusku itu untuk mengajak orang lebih mengenal dunia kripto terutama bagaimana mereka menggunakan CoinEx secara maksimal karena banyak orang tuh belum tau fitur-fitur yang ada di CoinEx, jadi aku berusaha untuk membuat konten yang bisa dinikmati bagi semua kalangan dari pemula sampai yang berpengalaman di dunia kripto. Jadi intinya aku ingin memastikan bahwasannya semua orang merasa bahwa dunia kripto itu gak serumit yang dibayangkan orang, dan semua orang bisa ikut serta didalamnya.
3.	Bagaimana Anda memutuskan jenis konten	Keputusan soal konten itu sebenarnya datang dari berbagai sumber ya misal, aku selalu mengikuti

	yang akan dibuat untuk komunitas CoinEx Indonesia?	perkembangan dunia kripto baik itu dari berita, diskusi komunitas dan juga ada beberapa dari feedback langsung dari pengguna. Kadang juga aku survey kecil kecilan biar tau topik apa yang lagi dinikmati oleh pengguna. Jadi jenis konten yang aku buat itu benar-bener didasarkan apa yang sedang dibutuhkan dan diinginkan oleh komunitas.
4.	Apa saja yang Anda pertimbangkan dalam pembuatan konten di media sosial?	Untuk pertimbangannya ada banyak hal yang pertama target audiensnya siapa terus apa pesan yang ingin disampaikan, kemudian penyampaian yang paling efektif jadi ada beberapa pertimbangannya kayak aku juga memikirkan aspek visual karena di media sosial itu tampilan itu penting banget buat narik perhatian pengguna jadi selain itu aku juga memastikan bahwa konten yang aku buat itu tetep sesuai dengan nilai-nilai CoinEx sendiri, jadi kayak konsistensi dalam gaya nya kayak gimana, terus tone pewarnaannya gimana itu juga yang penting jadi kayak membentuk identitas kita dimata audiens.
5.	Apa perbedaan konten edukasi dan informasi yang disebarkan melalui Telegram dan X?	Sebenarnya sama kalo di X dan telegram itu fokusnya ke penyebaran berita resmi dari pusat CoinEx, Jadi dari CoinEx global terus turun ke Indonesia. Jadi konten kedua platform ini bersifat lebih ke formal dan juga edukatif, jadi berita langsung dari sumber utamanya sendiri.
6.	Apa strategi pesan yang disampaikan dalam membuat konten edukatif dan	Fokus pada hal-hal yang praktis sih jadi bisa langsung diterapkan sama pengguna, jadi aku coba menyederhanakan topik-topik yang

	informasi tentang <i>cryptocurrency</i> ? (apa saja yang dikatakan : what to say dan bagaimana menyampaikan pesan : how to say )	kompleks misalnya nih, kayak tentang trading, teknologi blockchain, atau bagaimana menggunakan fitur-fitur di CoinEx dan aku menggunakan bahasa yang santai lah biar mudah dimengerti.
7.	Bagaimana Anda memastikan bahwa konten yang Anda buat relevan dan bermanfaat bagi anggota komunitas CoinEx Indonesia?	Proses pembuatan konten itu biasanya aku mulai dengan brand storming, jadi untuk menemukan ide yang relevan dan menarik, setelah ide itu terpilih aku mulai melakukan beberapa riset untuk mengumpulkan informasi yang dibutuhkan jadi setelah itu aku menyusun skrip ataupun outline konten yang kubuat selanjutnya masuk ke tahap produksi atau rekam video dan sebagainya. Setelah semua selesai lanjut ke editing terus mengunggahnya.
8.	Bisakah Anda jelaskan proses pembuatan konten dari awal hingga akhir? (dari menemukan pesan yang akan disampaikan dan bagaimana eksekusinya ?)	Yang pertama brand storming, terus kedua itu mengumpulkan informasi, ketiga masuk tahap produksi kayak rekam video dll, terus tahap editing, terus upload.
9.	Apakah Anda bekerja sendiri atau berkolaborasi dengan tim lain dalam pembuatan konten?	Kalo pembuatan konten itu aku kerjain sendiri, tapi kalo dalam sistem kerja ya gak bisa lepas dari kolaborasi dengan tim lain, jadi aku kadang kolaborasi dengan tim lain juga di CoinEx. Jadi kalo dibilang aku kerja sendiri dalam membuat konten ya bener, kalau kerja secara keseluruhan pasti kolaborasi dengan tim lain.

10.	Apa tantangan terbesar yang Anda hadapi dalam pembuatan konten tentang <i>cryptocurrency</i> ? Dan bagaimana Anda mengatasi tantangan tersebut?	Tantangan terbesar itu bagaimana menjelaskan konsep yang rumit dengan cara yang sederhana nah itu jadi tantangan terbesar, jadi dunia kripto itu kan penuh dengan istilah teknis ya kayak konsep yang kadang masih susah dipahami sama orang awam, untuk mengatasi hal itu ya aku coba terus belajar dan cari cara-cara kreatif untuk menyederhanakannya. Selain itu aku juga ya mendengarkan feedback-feedback dari komunitas untuk memperbaiki kontenku sendiri.
11.	Seberapa penting interaksi langsung dengan komunitas bagi pekerjaan Anda sebagai Content Creator?	Kalo interaksi langsung dengan anggota komunitas itu menurutku sangat penting ya, jadi kalo dari interaksi ini aku bisa tahu nih apa yang sebenarnya dibutuhkan oleh komunitas. Ini juga memberikan aku kesempatan untuk menjalin hubungan yang lebih dekat agar komunitas merasa terlibat dan dihargai. Kemudian juga bisa mengevaluasi konten-konten yang aku buat kedepannya.
12.	Bagaimana Anda melihat perkembangan peran Content Creator dalam edukasi dan informasi <i>cryptocurrency</i> di masa depan?	Sebenarnya peran konten kreator di dunia kripto itu sangat penting, karena semakin banyak orang yang tertarik dan belajar tentang kripto. Terus banyak juga kan orang fomo content creator pastinya terlibat dalam hal edukasi dan penyebaran informasi, juga memberi arahan. Content creator tuh akan jadi sumber utama edukasi yang bisa diakses dengan mudah cepet.

Tabel Lampiran 2 Wawancara *Content Creator* CoinEx Indonesia

**C. Fikri Permadi (*Crypto Enthusiast* / Anggota Komunitas CoinEx Indonesia)**

No.	Pertanyaan	Jawaban
1.	Bisa ceritakan sedikit tentang diri Anda dan bagaimana Anda pertama kali tertarik dengan <i>cryptocurrency</i> ?	Saya tertarik di kripto itu sejak SMA tepatnya di kelas 11 mau naik ke kelas 12 SMA, disaat itu teman saya ngenalin tentang bitcoin, nah kebetulan saya mempunyai dana nganggur di ATM saya di rekening, Saya tertarik deh dan waktu saat itu saya bener-bener menggunakan uang tabungan saya untuk berinvestasi di kripto. Ketika saat itu ditahun 2019 saya kenal kripto hingga saat ini masih berkecimpung di kripto.
2.	Bagaimana Anda mengetahui tentang CoinEx Indonesia dan memutuskan untuk bergabung dengan komunitas ini?	Saya mengetahui CoinEx itu ketika Coinfest Asia 2023 nah waktu itu CoinEx menjadi sponsor di acara besar tahunan, ketika itu saya kenal dan beberapa bulan kemudian CoinEx datang nih ke Jogja mengadakan event. Saya juga sempet ngobrol dengan tim dari CoinEx Indonesia dan saya masuk deh ke komunitas CoinEx Indonesia. Komunitasnya sangat bagus dan mensupport anggotanya menurut saya sangat bagus sih.
3.	Seberapa aktif Anda dalam komunitas CoinEx Indonesia di media sosial seperti Telegram dan X (Twitter)?	Keaktifan saya tuh ketika diskusi apalagi kalo ada event-event menarik di CoinEx Indonesia, seperti kontes membuat meme, event AMA, nah ketika itu kita bisa diskusi dan sharing dengan anggota lain di komunitas di telegram maupun di X (Twitter).
4.	Apa platform media sosial yang paling sering Anda gunakan	Saat ini tentunya di telegram dan X (twitter) saya aktif di CoinEx Indonesia.

	untuk berinteraksi dengan komunitas CoinEx Indonesia?	
5.	Apakah Anda merasa bahwa informasi yang Anda dapatkan dari komunitas CoinEx Indonesia di media sosial membantu dalam meningkatkan pemahaman Anda tentang <i>cryptocurrency</i> ?	Di komunitas CoinEx Indonesia sangat membantu banget terutama bagi yang udah pengalaman maupun pemula di kripto, karena saling merangkul dan saling membangun serta saling support di komunitasnya menurut saya sangat bagus sih.
6.	Seberapa sering Anda berinteraksi dengan anggota komunitas lain di Telegram dan X?	Saya meluangkan waktu untuk berinteraksi dengan komunitas itu malam hari karena itu waktu senggang saya.
7.	Apakah Anda merasa nyaman untuk bertanya dan berbagi informasi di grup? Mengapa atau mengapa tidak?	Ya jelas, saya merasa nyaman banget karena komunitasnya saling mendukung satu sama lain, dan tim dari CoinEx itu sering memberikan reward juga ke anggotanya dari beberapa campaign, maupun event-event yang offline maupun online. Terakhir itu ada event offline badminton dari komunitas CoinEx yang sangat berguna baik untuk kesehatan dan juga bisa sambil diskusi dan sharing terkait kripto sendiri.
8.	Bagaimana Anda mengatasi masalah seperti informasi yang salah atau hoaks di komunitas?	Informasi hoaks ataupun scammer nah di komunitas CoinEx Indonesia itu ada bot jadi tidak bisa share link sembarang jadi cukup aman untuk terhindar dari hoaks maupun penipuan atau scam dan juga ada community manager serta tim CoinEx Indonesia yang memantau aktivitas di komunitas itu sendiri.

9.	Apakah Anda pernah memberikan umpan balik kepada pengelola komunitas CoinEx Indonesia? Jika ya, bagaimana tanggapan mereka?	Ya feedback itu perlu banget untuk memberikan hal baik untuk komunitas CoinEx Indonesia kedepannya. Saya pernah mengajukan ke tim CoinEx Indonesia yaitu untuk mengadakan fitur P2P agar mempermudah anggota ataupun pengguna dalam melakukan transaksi. Kemudian saran saya didengar dan saat ini fitur P2P sudah ada.
10.	Apa harapan Anda terhadap peran media sosial dalam mendukung edukasi dan informasi tentang <i>cryptocurrency</i> di komunitas ini?	Sangat mendukung banget dengan media sosial kita bisa berinteraksi dengan banyak orang maupun mengedukasi banyak orang apalagi CoinEx Indonesia informasi yang diberikan itu sangat bagus untuk mengedukasi, ya saya sangat suka.

Tabel Lampiran 3 Wawancara Anggota komunitas CoinEx Indonesia

## 2. Dokumentasi Wawancara



Gambar Lampiran 1 Dokumentasi Wawancara dengan Cresentia Chrisfabi (Community Manager CoinEx Indonesia) dan Galih Achmad Prawiradiawan (Content Creator CoinEx Indonesia)

Sumber: Dokumentasi Pribadi