

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Menstruasi merupakan hal alami yang biasanya terjadi pada wanita sebelum mengalami *menopause*. Siklus biasanya terjadi ketika pendarahan pada rahim dan keluar melalui vagina (Adrian, 2021). Hal ini merupakan siklus normal bagi wanita dan biasanya terjadi pada durasi sekitar 4-6 hari. Wanita wajib untuk menjaga kebersihan pada bagian kewanitaan dan biasanya dapat menggunakan pembalut sebagai penyerap darah menstruasi. Pembalut yang digunakan tentu bermacam-macam mulai dari pembalut kain, celana menstruasi, tampon hingga menstrual cup (Oktavian, 2021). Sayangnya, masih banyak wanita di Indonesia menggunakan pembalut yang tidak ramah lingkungan. Pembalut sendiri terbuat dari bahan plastik yang tidak bisa terurai dengan baik di tanah. Dilansir dari Nationalgeographic.co.id, pembalut sekali pakai merupakan penyumbang kerusakan lingkungan dan alam akibatnya pembalut yang mencemari lingkungan akan menghasilkan gas metana (Veronica, 2019).

Terdapat informasi alternatif penggantian pembalut karena mudahnya mengakses informasi di era digital yaitu menstrual cup sehingga wanita memiliki pengganti alternatif selain pembalut. Menstrual cup merupakan produk pengganti pembalut yang dapat menampung darah menstruasi dengan bentuk corong dan terbuat dari karet atau silikon. Jika ditinjau secara luas, menstrual cup tentu berpengaruh pada kesehatan wanita karena menstrual cup mampu

menjaga pH dan bakteri yang ada di Vagina, selain itu juga dapat mengurangi bau yang kurang sedap yang ditimbulkan ketika menstruasi (Fadli, 2021). Hal ini tentu sejalan dengan kapasitas daya tampung dari menstrual cup yang mencapai 30 ml dan lebih besar daripada pembalut sekali pakai 15-25 ml. Menurut Niken (2021) cara menggunakan menstrual cup termasuk cukup mudah hanya dengan memasukkannya ke dalam area intim (Vagina). Jika ditinjau lebih dalam, pada faktanya menstrual cup dikatakan lebih ramah lingkungan dan ekonomis. Sayangnya, Dilansir dari cnnindonesia.com, menurut dokter spesialis kandungan Riyarna kadarsi menyatakan bahwa ditemukan adanya keraguan menggunakan menstrual cup karena cara penggunaannya bertolak belakang dengan nilai budaya yang ada di Indonesia sehingga terkesan masih tabu (Fajrian, 2021)

GCUPS merupakan akun yang membahas ranah seksualitas dan juga memiliki komunitas yaitu “G_menstrual_cup” atau yang bisa dikenal dengan Gcups (Girls Menstrual Cup). Akun ini mengemas trend penggunaan menstrual cup yang muncul di beberapa tahun terakhir. Akun ini hadir bukan hanya memasarkan produk yang dimiliki, melainkan juga bisa menjadi jawaban bagi wanita yang sedang memerlukan. Akun dengan 1.725 postingan dan 86 ribu *followers* per (9/4/2022) cukup menjadi perhatian di Instagram karena tidak hanya menjual produk tetapi juga memotivasi dan mengedukasi untuk perubahan yang lebih baik terutama wanita. Terdapat beberapa unggahan yang menarik seputar *menstrual cup*, cara kerja reproduksi wanita, *side effect* dari pembalut, riset mengenai pengaruh Gcup dengan vagina dan lain sebagainya.

Selain menjadi pemasar menstrual cup di Indonesia, akun ini dapat berubah fungsi menjadi akun yang penuh pengetahuan terutama untuk wanita.

Selain mengedukasi menggunakan platform yang ada pada Instagram, akun ini menyediakan komunitas untuk seluruh wanita di Indonesia untuk saling berdiskusi mengenai *menstrual cup* di masyarakat dan edukasi positif lainnya. Komunitas ini terdiri dari 160 anggota dan 99 anggota pada *group chat* bersifat *private* serta menggunakan aplikasi Tribelio yang dapat dengan mudah dimiliki oleh pengguna IOS atau pun Android. Menurut Agung (2019) Tribelio ini merupakan platform yang memungkinkan pemilik produk (atau dalam istilah di Tribelio adalah "Chief") berinteraksi dengan anggota yang pernah membeli produk itu atau sekiranya tertarik dengan produk tersebut. Berikut tangkapan layar pada aplikasi Tribelio dengan keterangan jumlah anggota dan feeds dalam aplikasi. Selain itu, fitur yang dimiliki oleh para Chiefs yakni *Detailed Data Analytics*, *Advance Marketing Tools*, dan *Growth Hacks Tools*. *Detailed Data Analytics* merupakan fitur yang dapat memantau aktivitas dalam sebuah komunitas, seperti post engagements atau posting dan kontribusi terbanyak, perilaku, keaktifan, hingga lokasi anggota, minat paling disukai oleh anggota, hastag, dan lainnya (Victoria, 2019)

GAMBAR 1
Profile Komunitas GCUPS pada Aplikasi Tribelio

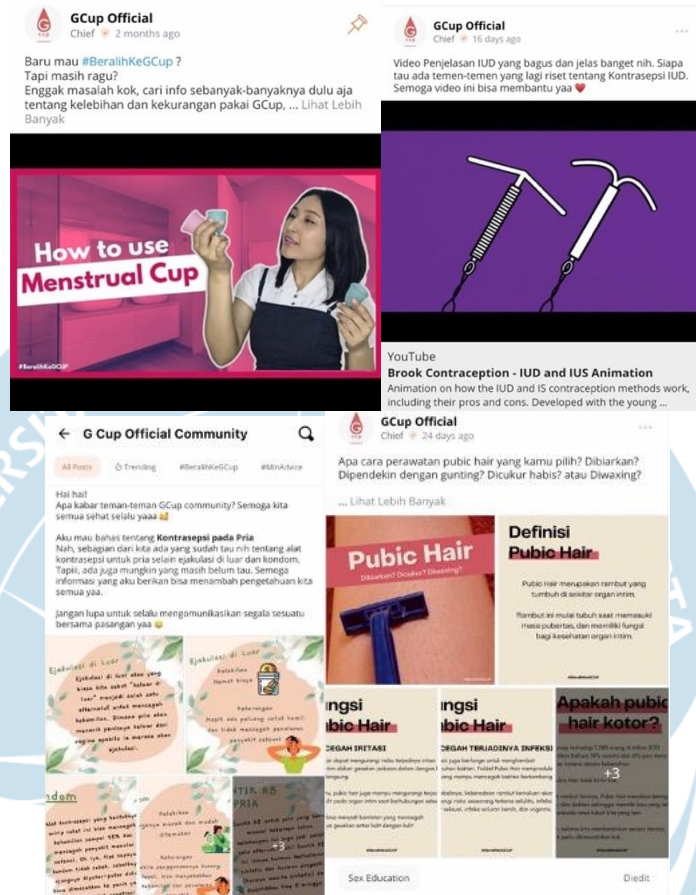


(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Komunitas ini dibuat secara virtual, dimana Komunitas Virtual merupakan perkumpulan orang-orang yang tidak terikat pada waktu, tempat dan keadaan fisik, dan media yang memungkinkan setiap anggota berinteraksi (Djik, 2006). Komunitas ini juga termasuk ke dalam komunitas marketing atau *community marketing*. Marketing community merupakan sebuah strategi yang melibatkan suatu brand atau bisnis untuk berinteraksi dengan sebuah grup (atau komunitas) yang berisikan individu yang memiliki kegemaran sama, dan biasanya interaksi tersebut dilakukan pada lingkungan online seperti grup media sosial, situs blog yang tertarget, atau online message dari aplikasi yang digunakan, sehingga perlu bagi brand untuk menambah effort mereka dengan memberikan interaksi personal kepada para komunitas (Gityandraputra, 2020). Pendekatan yang digunakan oleh GCUPS dibangun melalui edukasi yang cukup beragam, mulai dari fungsi dari produk menstrual cup dan isu menstruasi lainnya. Pada hakikatnya edukasi dimaksudkan sebagai suatu aktivitas atau kegiatan yang berusaha menyampaikan pesan kepada khalayak luas, golongan maupun kelompok. Dengan harapan munculnya sebuah pesan yang ditujukan kepada masyarakat agar mendapatkan pengetahuan mengenai kesehatan yang tentu nya lebih baik (Notoatmodjo, 2012). Pesan-pesan yang mengandung kesehatan tentu ditujukan untuk khalayak luas seperti masyarakat, yang berarti targetnya bersifat umum dan tidak membedakan suatu golongan. Kehadiran komunitas GCUPS juga memberikan edukasi yang mengarah pada seksualitas dalam bentuk infomasi kreatif dan forum diskusi yang mengarah pada kesehatan

Komunitas ini mengemas informasi ke dalam bentuk postingan yang berisi video, infografis, poster interaktif dan artikel. Dengan adanya forum diskusi pada komunitas ini membentuk suatu komunikasi yang dibentuk oleh komunikator dan komunikan. Interaksi yang dilakukan komunitas ini membentuk komunikasi kelompok yang dimana dalam Komunitas Virtual GCUPS seluruh anggotanya memusatkan komunikasinya kepada satu sumber yang sama yaitu pembuat pesan (Nurhaliza & Fauziah, 2020). Hal ini terjadi ketika anggota komunitas sedang berbagi (*sharing*) mengenai banyak hal, diantaranya mengenai edukasi seks yang mengarah pada isu menstruasi, seperti durasi masturbasi, penggunaan menstrual cup dengan benar, ukuran menstrual cup yang menjadi penghambat serta keluhan kesah isu menstruasi lainnya. Berikut gambaran edukasi yang diberikan komunitas dalam aplikasi Tribelio dalam kategori edukasi seks dan menstrual cup:

GAMBAR 2 Page Tribelio



(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Selain memberikan edukasi di dalamnya, komunitas GCUPS juga melabeli dirinya sebagai komunitas yang bersifat praktis bagi setiap kalangan masyarakat terutama wanita. Pelabelan komunitas praktis ini sesuai dengan pengelompokan komunitas virtual dimana menurut Laudon dan Traver (dalam Herlambang, 2014) *Practice communities* adalah komunitas yang menawarkan anggotanya untuk dapat melakukan FGD secara *online*, diskusi, saling menolong, dan memberikan *sharing* pengetahuan antar anggota. Selain itu, berdasarkan pra riset peneliti, komunitas ini tidak terbangun secara organic

melainkan dibuat langsung oleh GCUPS. Hal tersebut mengarah pada *customized community* karena selain menjual produk, komunitas virtual ini juga memberikan engagement dan mengedukasi.

Dalam terapannya, komunitas ini tidak memiliki pendekatan kepada anggotanya, terlihat dari tidak adanya diskusi dalam *group chat* maupun *feeds* yang diunggah serta FGD yang dilakukan sesuai dengan pelabelan komunitas praktis. Selain itu komunitas GCUPS ini juga membuka *group chat* baru dalam Tribelio dengan tujuan membangun komunikasi dua arah dan kedekatan yang intens. Berdasarkan riset awal peneliti, hal ini berakibat pada respon pada setiap edukasi yang diberikan, interaksi yang terbentuk hanya direspon maksimal 16 orang dari jumlah 169 anggota yang berarti hanya 20% dari keseluruhan anggota. hal ini menunjukkan ketidak selarasan dalam karakteristik komunitas virtual yang mencakup interaktivitas, kenyamanan pengguna, reliabilitas informasi dan imbalan atas keaktifan anggota (Adipradana & Shihab, 2013, h. 14)

Menurut Muniz dan O' Guinn (2001), tingkat interaksi bisa diidentifikasi dari seberapa banyaknya topik-topik baru bermunculan, kecepatan pertukaran informasi antara anggota, kecepatan respons terhadap informasi dan aktivitas yang terjadi di antara para anggotanya. Minim nya interaksi yang ada tentunya tidak sejalan dengan tujuan dari komunitas ini yaitu memberikan pemahaman dalam bentuk edukasi seks dan menstrual cup. serta tidak terwujudnya tercapainya kondisi atau status yang sehat secara utuh, baik fisik, mental maupun sosial sehingga hal ini berkaitan dengan usaha dalam komunitas.

Berikut merupakan tangkapan layar yang menunjukkan postingan yang diunggah oleh komunitas GCUPS melalui aplikasi Tribelio. Unggahan ini merupakan salah satu bentuk edukasi seks yang dibuat oleh komunitas tersebut namun sayangnya antusias dalam setiap unggahan sangat rendah. Mulai dari like yang berjumlah 12 sampai dengan 1. Pada bagian komentar pun paling banyak hanya berjumlah 0 sampai dengan 16. Akibatnya ruang interaksi yang dibangun tidak secara efektif untuk saling membahas dan mengedukasi satu sama lain. Hal ini tidak hanya terjadi pada edukasi seks melainkan juga terjadi pada edukasi menstrual cup karena jumlah antusias pada setiap unggahannya sangat minim dan tim operasional GCUPS selaku komunikator tidak berhasil membangun interaksi yang menjadi basis dalam sebuah komunitas.

GAMBAR 3
Unggahan di dalam *Page Tribelio*



(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Hal ini tentu menjadi isu yang cukup potensial dalam sebuah komunitas karena tidak tercapainya suatu pola interaksi yang tidak berpedoman dengan elemen komunikasi yaitu *who says what, to whom through what channels and what effects* (Cangara, 2013). Program edukasi yang dibangun seharusnya bisa

menimbulkan proses interaksi sosial yang dapat digunakan untuk menyampaikan pesan yang mengandung citra mereka mengenai dunia dalam bentuk lambang-lambang tertentu agar dapat diterima oleh pihak lain yaitu sasarannya (Effendy dalam Setiani, 2020). Dalam komunitas virtual berbasis media digital harus memberikan dampak yang baik dan memanfaatkan sumber daya komunitas secara efektif, mulai dari membantu memprioritaskan kepentingan setiap anggota dan dapat memberikan arahan yang jelas terkait kegiatan maupun program yang akan dilaksanakan.

Oleh sebab itu, peneliti ingin meneliti jaringan komunikasi komunitas virtual GCUPS dalam aplikasi Tribelio dan proses interaksi yang sesuai dengan karakteristik komunitas virtual dalam ranah edukasi seks dan menstrual cup. Sehingga dapat terwujud interaksi yang efektif dan dapat diimplementasikan untuk meningkatkan kesadaran serta motivasi dalam komunitas tersebut. Berdasarkan permasalahan di atas, peneliti melihat beberapa penelitian terdahulu sebagai rujukan tinjauan pustaka yang mengarah pada permasalahan ini. Tujuannya adalah untuk membandingkan perbedaaan dari masing-masing penelitian yang berkaitan dengan penelitian peneliti.

Penelitian pertama berjudul “Komunikasi Komunitas Virtual dan Gaya Hidup Global Kaum Remaja Gay di Media sosial” yang ditulis oleh Fita Fathurokhmah tahun 2019. Penelitian kualitatif ini berfokus pada efek sosial yang muncul pada komunikasi komunitas virtual. Penelitian ini mengaitkan dengan hubungan sosial yang dimediasi oleh komunikasi melalui internet. Hubungan sosial ini dianalisa menggunakan lima karakteristik desain *online* forum yang

memfasilitasi komunitas virtual yaitu tujuan konten, tempat, sistem desain, pola interaksi dan model keuntungan. Sehingga, pada penelitian ini menghasilkan sifat suatu komunitas yaitu *speech, discourse dan practice*. Ditemukan persamaan dalam penelitian ini yaitu pada latar belakang penelitian yaitu bagaimana komunikasi komunitas virtual melalui media sosial. Kemudian perbedaan pada penelitian ini adalah ingin mengetahui efek sosial dari hubungan sosial yang menghasilkan tahapan-tahapan dalam membentuk komunitas dalam media sosial Grindr. Berbeda dengan penelitian penulis yaitu penulis ingin melihat proses komunikasi yang memunculkan interaksi sesuai dengan karakteristik komunitas virtual.

Selain itu dari Wiguna, F., Priowidodo, G., & Hadi, I. P. (2021) yang berjudul “Pola Komunikasi Komunitas Virtual Pelayan GUPdl Jemaat Pasar Legi Surakarta di Media Sosial Whatsapp”. Penelitian ini membahas mengenai pola komunikasi yang terbentuk dalam komunitas virtual “Pelayan Tuhan” melalui media sosial *Whatsapp*. Penelitian ini memiliki fokus pada jaringan komunikasi yang dihasilkan di dalam komunitas dengan media sosial *Whatsapp* dan menggunakan pendekatan CMC (*Computer Mediated Communication*). Penelitian ini juga mengadaptasi teknik riset etnografi. Informan yang digunakan dalam penelitian ini berjumlah 19 dan hanya dituju pada “Pelayan Tuhan”. Ditemukan persamaan dalam penelitian ini dengan penelitian penulis yaitu sama-sama menggunakan media sosial. Namun perbedaannya terletak pada fokus penelitian ini yaitu menggunakan teknik riset etnografi untuk melihat budaya dan komunikasi di dalam komunitas. Sedangkan pada penelitian

penulis, penulis tidak menganalisis budaya yang dibentuk pada komunitas GCUPS melainkan penulis menganalisa jaringan komunikasi beserta karakter interaksi yang ada pada GCUPS dan dapat membentuk komunikasi sebagai komunitas virtual.

B. Rumusan Masalah

Bagaimana Jaringan Komunikasi Komunitas Virtual GCUPS pada aplikasi Tribelio?

C. Tujuan Penelitian

Untuk mendeskripsikan Jaringan komunikasi dan proses interaksi yang ada dalam komunitas virtual GCUPS.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini nantinya diharapkan dapat memberikan manfaat sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Memberikan kontribusi terhadap bidang ilmu komunikasi, khususnya terkait komunikasi sebuah komunitas virtual dalam membangun interaksi antar anggota melalui edukasi.

2. Secara Praktis

Sebagai masukan dan bahan pertimbangan bagi Girls Menstrual Cup dalam mengelola Komunitas virtual berbasis edukasi dan anggota di dalamnya.

E. Kerangka Teori

1. Komunikasi

Komunikasi merupakan hal yang tidak bisa lepas dalam kehidupan. Kata komunikasi berasal dari bahasa latin yaitu *communis*, artinya “sama” (Mulyana, 2014). Komunikasi adalah suatu proses sosial dari keseluruhan prosedur antara satu individu dengan individu lainnya melalui pikiran dan dapat mempengaruhi pikiran orang lain untuk membuat dan memaknai simbol-simbol dalam kehidupan sehari-hari (West & Turner, 2014). Dalam buku berbagai aspek ilmu komunikasi dan dalam buku Ilmu Komunikasi Teori & Praktek terdapat delapan komponen komunikasi yaitu komunikator, komunikan, pesan, sumber, media komunikasi, *encoding*, *decoding* dan tujuan (Pratikto, 1987). Pada lingkungan masyarakat dapat dilihat bahwa ada beberapa lapisan kelompok, dimana menggunakan komunikasi sebagai dasar cara berinteraksi dan bersosialisasi untuk menyesuaikan perilaku lingkungannya. Sehingga komunikasi secara umum bertujuan untuk memberikan pengetahuan kepada orang lain, dimana komunikasi yang baik adalah komunikasi yang dapat dimengerti dan diterima oleh orang lain. Selain dengan cara verbal, komunikasi juga dapat dilakukan dengan bahasa tubuh atau *gesture*. Adapun tujuan komunikasi secara spesifik, sebagai berikut:

a. *Announcing* (memberitahu)

Pertama, tujuan komunikasi adalah memberitahu atau *announcing*. Pemberitahuan ini mengarah tentang kualitas dan kapasitas suatu informasi. Hal ini berarti, informasi yang disampaikan atau dipromosikan harusnya informasi yang mengandung urgensi atau pun kepentingan yang berkaitan dengan tujuan informasi.

b. *Motivating* (memotivasi)

Dalam tujuan ini, komunikasi dikemas untuk bisa memotivasi seseorang untuk melakukan suatu hal yang mengarah dengan isi atau tujuan yang ingin disampaikan.

c. *Educating* (mendidik)

Pada bagian ini, komunikasi bertujuan untuk membangun pesan yang baik serta mendidik agar khalayak bisa menilai baik atau buruk maupun penting atau tidaknya menerima pesan yang kita sampaikan.

d. *Informing* (menyebarkan Informasi)

Dalam menyampaikan suatu pesan di dalam komunikasi haruslah bersifat efektif dan secara spesifik atau aktual sesuai dengan target atau sasaran.

e. *Supporting Decision Making* (mendukung pembuatan keputusan)

Dalam terciptanya suatu keputusan, setiap informasi harus dikumpulkan, dikategorisasikan serta dianalisis secara mendalam agar dapat dijadikan informasi utama bagi pembuatan keputusan. Komunikasi disini bertujuan untuk membuat seseorang berani mengambil keputusan dari rangkaian penyampaian informasi yang didapatnya. Hal ini sejalan dengan

pandangan Laswell (dalam Effendy, 1984, h. 11-19) yang mengategorikan proses komunikasi menjadi dua tahap, sebagai berikut:

1) Proses Komunikasi Secara Primer

Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah pesan verbal (bahasa), dan pesan nonverbal. Menurut Wilbur Schramm (dalam Effendy, 1984) menyatakan bahwa komunikasi akan berhasil apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator cocok dengan kerangka acuan (*frame of reference*), yakni perpaduan pengalaman dan pengertian yang diperoleh komunikan. Kemudian Schramm juga menambahkan, bahwa komunikasi akan berjalan lancar apabila bidang pengalaman komunikator sama dengan dengan bidang pengalaman komunikan.

2) Proses Komunikasi Secara Sekunder

Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.

Pada hakikatnya proses komunikasi adalah proses untuk menyampaikan pikiran, perasaan atau informasi yang dilakukan oleh

komunikator kepada komunikan, sehingga membentuk aktivitas dalam sebuah komunitas.

a) Jaringan Komunikasi

Adanya interaksi di dalam sebuah komunitas menimbulkan komunikasi yang bertujuan memberikan informasi yang relevan dan menjadi suatu kepentingan sebuah komunitas untuk bisa mempengaruhi anggota agar menerima kesesuaian informasi. Menurut Rafaeli (1988, h. 110) pesan yang disampaikan melalui interaksi sosial menimbulkan jaringan di dalam suatu komunitas. Terbentuknya sebuah jaringan komunikasi sebagai suatu cara yang dilakukan oleh komunitas atau masyarakat untuk menjalankan komunikasi guna mempertahankan komunitasnya. Hal ini biasanya dapat bentuk pertemuan rutin, komunikasi dan hubungan timbal balik (Bayutiarno, 2015). Komunikasi di dalam komunitas dipahami sebagai suatu jaringan interaksi antar anggota di dalamnya daripada sebagai rangkaian khusus. Menurut Johnson (dalam Derry, 2005, h.57) menjelaskan bahwa untuk dapat memahami lebih dalam mengenai komunikasi dalam komunitas, tersedia tiga pendekatan yang dapat digunakan untuk mengkaji, sebagai berikut:

1. Analisis Interaksi

Analisis ini digunakan untuk menganalisa interaksi antar anggota komunitas. Pertama dari banyaknya dan lamanya sebuah komunikasi. Kedua dilihat dari pada siapa berkomunikasi.

Kemudian, yang ketiga siapa yang menggerakkan komunikasi di dalamnya dengan cara apa. Biasanya anggota high-authority akan lebih mengontrol anggota low authority.

2. Hirarki Komunikasi Satu Arah dan Dua Arah

Komunikasi satu arah adalah komunikasi dari satu orang saja yaitu komunikator utama dan tidak memberikan kesempatan kepada komunikan untuk memberikan respon. Kemudian, komunikasi dua arah adalah komunikasi yang berlangsung antara dua pihak dan ada respon dari komunikator atau komunikan.

Hirarki komunikasi dapat diartikan sebagai tingkatan arus komunikasi. Dalam komunikasi dua arah, komunikasi dua arah memiliki tiga jenis, yaitu komunikasi vertikal, horizontal dan diagonal. Komunikasi vertikal merupakan penyampaian informasi yang mengalir dari satu tingkat yang lebih tinggi atau lebih rendah secara timbal balik (komunikasi antara atasan dan bawahan). Sedangkan komunikasi horizontal adalah komunikasi yang terjadi dimana pertukaran informasi dilakukan oleh dua anggota yang memiliki kedudukan yang sama. Kemudian komunikasi diagonal merupakan komunikasi yang berlangsung dari anggota yang satu kepada anggota lainnya yang memiliki kedudukan berbeda (PLANGITEN, 2020).

3. Skema Jaringan Komunikasi

Jaringan komunikasi merupakan gambaran “how to say to whom” dalam sistem sosial. Jaringan komunikasi merupakan langkah-langkah untuk siapa yang dapat berkomunikasi dan bagaimana komunikasi berlangsung yang dilihat secara langsung atau melalui anggota lain.

Dalam dunia yang pesat dengan perkembangan teknologi, jaringan komunikasi dapat terus berkembang dalam komunitas virtual melalui media yang digunakan. Analisa menggunakan jaringan komunikasi ini dilandasi oleh komunikasi yang ada dalam komunitas virtual GCUPS bersifat fleksibel dan tidak memiliki struktural yang jelas sehingga tidak ada komunikasi yang terpusat. Hal tersebut dikarenakan oleh situasi dan kondisi dari GCUPS itu sendiri. Pernyataan ini sejalan dengan Kim (2012) bahwa suatu efektivitas jaringan komunikasi tergantung pada faktor situasional yang dibentuk. Adapun lima jenis jaringan komunikasi menurut Lunenburg (2011) sebagai indikator Analisa sebagai berikut:

1. *The Wheel Network*

Dalam jaringan roda terdiri atas hierarki dua tingkat. Jaringan ini disebut paling terstruktur dan terpusat karena sesetiap anggota hanya dapat berkomunikasi dengan satu orang lainnya.

2. *The Chain Network*

Jaringan rantai menempati urutan tertinggi berikutnya dalam sentralisasi. Hanya dua orang yang berkomunikasi satu sama lain, dan mereka pada gilirannya hanya memiliki satu orang yang kepadanya mereka berkomunikasi.

3. *The Y Network*

Jaringan ini mirip dengan jaringan rantai kecuali dua anggota berada di luar rantai. Dalam jaringan Y, misalnya, anggota A dan B dapat mengirim informasi ke C, tetapi mereka tidak dapat menerima informasi dari siapa pun. C dan D dapat bertukar informasi; E dapat menerima informasi dari D tetapi tidak dapat mengirim informasi apa pun.

4. *The Circle Network*

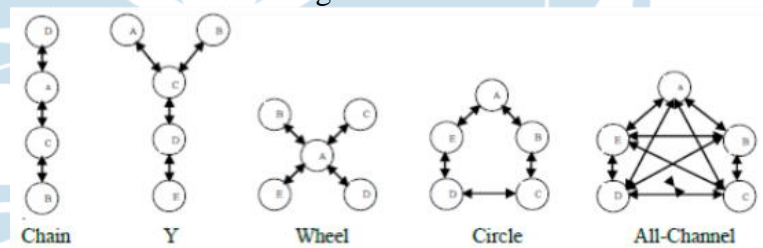
Jaringan ini adalah merupakan hierarki tiga tingkat namun sangat berbeda dari jaringan roda, rantai, dan Y. Ini adalah simbol dari komunikasi horizontal dan desentralisasi. Lingkaran memberi setiap anggota kesempatan komunikasi yang sama. Setiap anggota dapat berkomunikasi dengan orang-orang di sebelah kanan dan kiri mereka. Anggota memiliki batasan yang identik, tetapi lingkaran adalah kondisi yang kurang dibatasi daripada jaringan roda, rantai, atau Y. Misalnya, jaringan lingkaran memiliki lebih banyak saluran dua arah yang terbuka untuk pemecahan masalah (yaitu, lima)

daripada empat saluran dari jaringan yang disebutkan di atas. Dalam jaringan lingkaran, setiap orang menjadi pengambil keputusan.

5. *The All-Channel Network*

Jaringan ini merupakan perpanjangan dari jaringan lingkaran. Dengan menghubungkan semua orang di jaringan lingkaran, hasilnya adalah jaringan bintang, atau semua saluran. Jaringan bintang memungkinkan setiap anggota untuk berkomunikasi secara bebas dengan semua orang lain (komunikasi terdesentralisasi)

GAMBAR 4
Jaringan Komunikasi



(Sumber: Dokumentasi Pribadi)

Pentingnya suatu jaringan komunikasi terletak di efek potensial pada variabel seperti kecepatan, akurasi, moral, kepemimpinan, stabilitas, instansi dan fleksibilitas. Perlu digaris bawahi adalah suatu jaringan komunikasi muncul didasari oleh interaksi yang tumbuh di dalam komunitas. Sehingga jaringan komunikasi pada penelitian ini berguna

untuk mengukur kedalaman komunikasi antara komunikator dan anggota di dalamnya.

2. Komunitas

Komunitas adalah orang-orang yang bertempat tinggal di suatu daerah yang terbatas secara geografis, yang terlibat dalam interaksi sosial dan memiliki satu atau lebih ikatan psikologis satu dengan yang lain dan dengan wilayah tempat tinggalnya. Menurut Iriantara (2004, h.21) Komunitas merupakan istilah yang sering digunakan dalam percakapan sehari-hari pada berbagai kalangan. Dalam kalimat komunitas ilmuwan, komunitas dimaknai sebagai kelompok manusia yang bisa saja tinggal di berbagai lokasi berbeda atau mungkin juga berjauhan jaraknya, namun dipersatukan minat dan kepentingan yang sama. Salah satu definisi yang banyak digunakan berbunyi Komunitas adalah suatu kelompok setempat (lokal) dimana orang melaksanakan segenap aktivitas kehidupannya.

Menurut Poedjajani (dalam Arifin, 2020) peran komunitas antara lain sebagai berikut:

a. Tempat *Coming Out*

Berarti siap keluar, maksudnya bahwa setiap anggota yang telah tergabung berarti telah siap untuk *coming out*, minimal dalam komunitasnya.

b. Tempat Tukar Informasi

Komunitas merupakan tempat menginformasikan isu, berita, gaya hidup dan menyampaikan pesan juga sebagai tempat untuk memperkenalkan teman baru. Apapun dapat diinformasikan dalam komunitas.

c. Menunjukkan Eksistensi

Dengan adanya komunitas, anggotanya berusaha menunjukkan identitas diri dan eksistensi di lingkungannya.

d. Tempat Untuk Saling Menguatkan

Bahwa apa yang mereka jalani itu sesuatu yang normal bahwa mereka tidak sendiri, ada banyak orang-orang yang sehati dengan lingkungannya. Apabila komunitas ini mendapat tekanan dari pihak lain, maka anggotanya akan saling membantu dan mendukung

3. Komunitas Virtual

Komunitas virtual merupakan komunitas yang terbentuk melalui dunia siber oleh user dikarenakan adanya kesamaan minat dan relasi untuk saling berinteraksi menggunakan medium internet. Komunitas atau yang tampak sebagai komunitas terus berkembang melalui komunikasi yang dimediasi oleh komputer (*Computer Mediated Communication- CMC*), seperti surat elektronik (*email*), ruang obrolan interaktif, konferensi melalui komputer dan sebagainya. CMC adalah istilah umum yang merujuk pada komunikasi manusia melalui komputer. Terdapat dua jenis CMC yakni CMC sinkron (interaksi yang terjadi secara *real time*), dan CMC asinkron, dimana peserta tidak harus *online* bersamaan. CMC sinkron termasuk jenis obrolan *online*

berbasis teks, *computer*, *audio* dan konferensi video, sedangkan asinkron CMC meliputi *email*, forum diskusi dan sebagainya (Simpson, 2002).

Salah satu hal potensial yang muncul dari komunitas virtual adalah munculnya hubungan virtual baru yang terjalin dikarenakan adanya kesamaan minat, hobi, tujuan dan sebagainya. Orang-orang tergabung dalam komunitas berdampak pada mengurangnya komunitas-komunitas *Face to Face* (FTF). Komunikasi dalam komunitas virtual membentuk sebuah jaringan, norma, dan kepercayaan yang dibangun oleh orang-orang yang secara tidak sengaja bertemu dan berkumpul dalam satu *platform*. Jaringan umumnya didefinisikan sebagai jenis hubungan spesifik yang menghubungkan orang, objek, atau peristiwa yang telah ditentukan (Blanchard & Horan, 2015). Hal ini merujuk pada jaringan dalam sebuah komunitas. Komunitas yang terjalin melalui CMC merupakan partisipasi dari kelompok-kelompok yang tergolong dalam beberapa topik tertentu.

Selain itu terdapat beberapa aspek dalam komunikasi virtual yang termediasi dan mengarah pada interaksi yaitu pertama, interaksi tidak mensyaratkan keberadaan dan kesamaan lokasi antar pengguna (*aspatial*). Bermakna bahwa interaksi tidak harus terjadi dalam waktu yang sama dan *sender* maupun *receiver* tidak harus dalam lokasi yang sama. Kedua, interaksi dapat dikondisikan sesuai dengan waktu yang diinginkan pengguna saat terkoneksi dengan internet. Komunikasi bisa terjadi dalam ruang dan waktu yang sama (*synchronous*) dan bisa berbeda (*asynchronous*). Ketiga, interaksi terjadi melalui medium teks yang berbentuk simbol (*icons*) menjadi medium

yang digunakan untuk berkomunikasi. Keempat, interaksi terjadi tidak mensyaratkan adanya kesamaan status dan tingkat pengetahuan (*astigmatic*).

Dalam komunitas virtual, informasi merupakan “tindakan” utama yang dipertukarkan (Blanchard & Horan, 2015). Anggota komunitas mengajukan pertanyaan yang kemudian anggota lainnya memberikan jawaban atau informasi kepada seluruh anggota kelompok. Bahkan terkadang, anggota kelompok menyebarkan informasi yang tidak diminta oleh anggota kelompok lainnya. Dukungan timbal balik adalah bagian vital dari komunitas virtual. Kehadiran komunitas virtual membawa perubahan terhadap perilaku pengguna. Hal ini berkaitan pula ditandai munculnya berbagai platform yang menyediakan kebutuhan pengguna. Berbagai platform tersebut tidak hanya menyediakan informasi, tetapi juga membentuk komunitas virtual sehingga para pengguna dapat memilih untuk bergabung ke komunitas manapun berdasarkan kebutuhan dan tujuannya. Kebutuhan dan tujuan ini dilihat dari pesan suatu komunikator terhadap anggotanya. Rafeali (1988, h. 110) mengungkapkan adanya tiga tingkatan dalam pesan dalam komunitas virtual interaktivitas yang menitikberatkan pada kaitan antarpesan di dalamnya, yaitu:

a. *Pesan Non-Interactive*

Ditandai dengan adanya ketidakterkaitannya antara satu pesan dengan pesan yang lainnya

b. Pesan Reaktif Atau Quasi Interaktif

Interaktivitas ini muncul ketika seseorang mengirimkan pesan kepada orang lain kemudian orang yang mengirimkan pesan merespon sebanyak satu kali.

c. Pesan Interaksi Penuh (*Full Interactive*)

Berisi kecenderungan pesan bersifat sapaan langsung. Selain itu juga banyak komentar yang tidak relevan terjadi dalam postingan. Komentar yang tidak relevan dengan topik alias tidak memiliki sangkut paut dengan topik program menandakan bahwa *audience* tidak tertarik dengan postingan yang dilakukan.

1) Karakteristik Komunitas Virtual

Komunikasi dalam komunitas virtual dapat dilihat melalui interaksi melalui *group chat* dan setiap postingan mengenai masing-masing edukasi. Edukasi maupun pesan yang diberikan oleh komunikator dianalisa menggunakan karakteristik komunitas virtual dimana komunikator dalam sebuah komunitas harus memiliki tujuan komunikasi dalam pembuatan program yaitu *Announcing, Motivating, Educating, Informing dan Supporting Decision Making*. Tujuan komunikasi berperan penting sebagai suatu cara agar komunikasi yang dilakukan menjadi lebih efektif (Liliweri, 2011, h. 248).

Berdasarkan teori komunitas dan Internet (Kendall, 2011) bahwa ditemukan adanya ruang lingkup komunitas di dunia internet. Komunitas virtual merupakan kumpulan orang yang memiliki

keterkaitan sama dengan sesuatu dan saling berinteraksi secara rutin pada internet. Menurut Adipradana dkk (2013, h.16) keunggulan adanya komunitas virtual adalah tidak adanya batasan ruang dan waktu untuk saling berinteraksi sesama anggota komunitas karena media atau sarana yang digunakan adalah internet. Berdasarkan pengertian dan penjelasan di atas, membuktikan bahwa komunitas GCUCS membentuk interaksi melalui internet dan menjadi bagian dari komunitas virtual. Menurut Jang *et al.*, (2007) terdapat karakteristik komunitas virtual yang menjadi pembeda dari komunitas tradisional yang harus dimiliki oleh suatu komunitas yang terbentuk melalui internet sebagai berikut:

a) Interaktivitas

Pengertian ini mengarah pada keberlangsungan proses komunikasi antar anggota dan pengurus komunitas. Tingkat interaksi bisa diidentifikasi dari seberapa banyaknya topik-topik baru bermunculan dan kecepatan pertukaran informasi antara anggota, Interaksi tersebut meliputi ketersediaan media komunikasi yang baik, kecepatan respon anggota komunitas, keikutsertaan moderator secara aktif dalam diskusi (*thread*), adanya pertemuan *Online (gathering)* sebagai berikut:

1. Media Komunikasi

Interaktivitas dapat dilihat pada aspek media dan teknologi, dan khususnya pada operasional fitur-fitur fungsionalnya seperti *link*

email, feedback, forms, chat room, dan unduhan video maupun audio. Keberadaan berbagai fitur *interface* ini adalah bukti dari kehadiran interaktivitas. Hal ini karena semakin banyak jumlah fitur dalam sebuah situs, maka akan semakin besar pula interaktivitasnya (Sundar, Kalyanaraman & Brown 2003, h.22). Rafaeli (dalam Lievrouw & Livingstone (2006, h. 205) mendefinisikan interaktivitas sebagai percakapan atau komunikasi yang dilakukan baik melalui *face to face* maupun melalui proses mediasi terlebih dahulu. Proses mediasi ini dapat berupa komunikasi dua arah, komunikasi dengan permainan interaktif, serta komunikasi dengan teks (elektronik). Komunikasi dua arah yang dilakukan dalam komunitas ini menggunakan Aplikasi Tribelio yang di dalamnya terdiri atas fitur *Group Chat, page* (laman), *chat personal, Feeds*. Media komunikasi ini berkaitan dengan terbentuknya komunikasi dimana aplikasi Tribelio menjadi komponen pendukung untuk menunjang pertukaran informasi mengenai edukasi dan pendalaman minat yang sama sesuai dengan tujuan dari komunitas. Peneliti juga ingin melihat efisiensi dari aplikasi ini dilihat dari feedback antar anggota pada *chat rooms* dan dari laman (*page*) Tribelio.

2. Kecepatan Respon

Kecepatan respon merupakan bagaimana suatu individu dalam suatu komunitas memberikan respon terhadap topik di dalamnya.

Jika dilihat dalam komunitas ini, kecepatan respon terletak dari komunikator dalam memberikan informasi berupa edukasi dan proses menanggapi pertanyaan dari anggota yang ada. Peneliti melihat kecepatan respon juga dipengaruhi dari seberapa sering narasumber memberikan informasi dan seberapa penting kecepatan respon di dalam komunitas

3. Diskusi (*Thread*)

Diskusi adalah pertukaran pikiran (*sharing of opinion*) antara dua orang atau lebih yang bertujuan memperoleh kesamaan pandang tentang sesuatu masalah yang dirasakan bersama. Dengan demikian diskusi merupakan pembahasan sebuah wacana atau masalah, yang mana hal ini dilakukan oleh dua orang atau lebih. Dengan diskusi juga merupakan salah satu cara untuk memecahkan masalah dan mencari kesepakatannya (Samani dalam Sukmawati, 2019). Diskusi dalam hal ini dilihat melalui *group chat* maupun postingan yang diunggah ke dalam *page* komunitas. Diskusi biasanya dimulai oleh anggota yang menanyakan topik berupa masalah kesehatan pada bagian kewanitaan atau mengenai menstrual cup itu sendiri. Kemudian opini-opini ini dikembangkan menjadi topik yang sesuai dengan topik pembahasan yang ada. Peneliti akan melihat bagaimana bentuk diskusi yang dilakukan, topik yang dikembangkan dan intensitas diskusi akan dilakukan.

b) Reliabilitas Informasi

Reliabilitas informasi adalah kualitas informasi yang bisa didapatkan dari komunitas virtual. Kualitas tersebut meliputi antara lain informasi yang diterima dapat dipercaya dan berbagai macam ragam, selalu *up to date*, mempunyai *value* bagi si penerima dan dalam jumlah yang cukup banyak. Menurut Raymond dan Matthew (1999) reliabilitas juga berhubungan dengan keakuratan, ketepatan waktu, dan manfaat dari informasi yang diterima dari suatu *platform*. Komunitas ini membagi tiga kategori topik dalam aplikasi Tribelio yaitu Tips & Trick GCUPS, *Sex Education* dan yang terakhir adalah FAQ GCUP. Masing-masing topik memiliki isi konten yang berbeda-beda namun tetap memiliki *audience* yang sama. Kualitas informasi yang ada dalam komunitas ini akan dilihat berdasarkan kebutuhan anggota dan *value* atau makna di dalamnya dan sejauh apa menarik perhatian setiap anggota sehingga bisa membangun interaktivitas.

c) Imbalan Keaktifan

Imbalan keaktifan adalah tingkat imbalan yang diterima oleh anggota aktif, baik secara finansial atau psikologis. Imbalan tersebut meliputi penghargaan, nilai poin, mampu memberikan informasi, saling percaya, dan tempat berbagi pengalaman. Dalam komunitas ini, imbalan keaktifan biasanya berupa *giveaway* di *event-event*

tertentu atau ketika memperingati hari-hari besar yang mengarah pada kesehatan.

Berdasarkan teori beserta indikatornya, peneliti ingin menganalisis karakteristik komunikasi dalam komunitas virtual dan interaksi yang membentuk suatu jaringan komunikasi di dalamnya. Interaksi dalam komunitas virtual ini juga akan dianalisa dan dilihat dari tujuan yang diuraikan oleh komunikator dan diimplementasikan dalam edukasi secara mendalam. Kemudian diskusi dalam *group chat* dan postingan Girls Menstrual Cup akan dianalisa menggunakan karakteristik komunitas virtual yaitu interaktivitas, reliabilitas informasi dan imbalan keaktifan.

F. Metodologi Penelitian

1. Jenis Penelitian

Berdasarkan persoalan di atas, maka jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian deskriptif kualitatif. Menurut Kriyantono (2006, h. 83) jenis penelitian deskriptif bertujuan untuk membuat deskripsi secara faktual, akurat dan tentunya sistematis. Akurat dalam penelitian ini mengarah pada fakta-fakta dan sifat-sifat populasi objek tertentu. Metode penelitian deskriptif juga menggambarkan proses dari waktu ke waktu dalam situasi alami atau konteks yang natural tanpa rekayasa dan bisa mengungkap hubungan antara peneliti dengan informan.

2. Metode Penelitian

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah kualitatif. Metode ini merupakan suatu prosedur dalam penelitian yang menghasilkan sebuah data deskriptif dalam bentuk kata-kata tertulis atau lisan yang berasal dari perilaku yang diamati (Bogdan & Taylor, dalam Nugrahani, 2014, h.89). Istilah dalam penelitian ini muncul karena dasar pandangan yang berbeda-beda dari suatu perspektif dan sifat. Pendekatan dalam penelitian ini ditujukan pada latar belakang individu secara utuh (Holistik) dan memandang individu sebagai bagian dari keutuhan. Menurut Nugrahani (2014, h. 90) tujuan metode kualitatif ada untuk memberikan pemahaman bahwa kondisi suatu konteks dengan mengarahkan pada pendeskripsian secara rinci dan detail mengenai pengamatan kondisi yang alami dan sebenarnya terjadi di lapangan.

3. Objek dan Subjek Penelitian

Menurut Supranto (2000, h. 21) Objek penelitian adalah masalah ataupun topik yang hendak diteliti dan menjadi sasaran. Objek penelitian juga merupakan titik perhatian dari sebuah penelitian. Dalam penelitian ini objek penelitian adalah jaringan komunikasi yang dibangun melalui karakteristik komunitas virtual GCUPS. Selain objek penelitian, adapun subjek penelitian yang memiliki definisi sebagai informan yang dapat memberikan informasi mengenai situasi dan kondisi dalam penelitian. Dalam penelitian ini yang menjadi subjek ialah anggota dalam komunitas virtual GCUPS yang menjadi topik dalam penelitian ini. Adapun kriteria subjek penelitian yang berkaitan

dengan topik, pertama yaitu komunikator utama di dalam komunitas ini yang memberikan arahan kepada anggota komunitas yang bergabung dan memberi respon serta edukasi. Hal ini didasari oleh karakteristik komunitas virtual yaitu reliabilitas informasi, dimana komunikator memberikan kualitas pesan yang baik pada anggota. Kedua, yaitu anggota yang melakukan diskusi seperti menanyakan topik dan masalah tertentu dalam *group chat* dan unggahan edukasi di laman Tribelio. Hal ini sesuai dengan latar belakang penelitian yaitu untuk melihat tingkat interaksi yang dibangun apakah mampu membentuk komunikasi dan pengetahuan baru sesuai dengan edukasi seks dan menstrual cup. Kemudian, peneliti akan menentukan subjek dari penelitian ini menggunakan teknik *Snowball*. Teknik *Snowball* adalah teknik pengumpulan sampel yang dikembangkan dengan mengikuti rekomendasi. Peneliti akan menghubungi beberapa individu untuk dijadikan sampel kemudian mereka akan diminta menyebutkan nama-nama orang lain yang dapat memungkinkan untuk terlibat dalam penelitian ini. Teknik ini ibarat bola salju kecil yang menggelinding menjadi bola salju yang besar dan semakin besar (Ruane, 2013, h. 175).

Melihat dari subjek penelitian yang dipilih, penelitian ini akan ditentukan menggunakan wawancara mendalam kepada 3 orang anggota komunitas virtual GCUPS yang tentunya setuju mengikuti penelitian ini. Hal ini berdasarkan hasil observasi peneliti dimana keempat informan ini adalah wanita dan menjadi anggota komunitas GCUPS dengan durasi 6 bulan

terhitung dari Bulan April 2022. Berikut adalah narasumber akan akan peneliti wawancarai:

TABEL 1
Kriteria Narasumber

No	Inisial	Kriteria Subjek Penelitian
1.	AG	Tim operational di dalam komunitas virtual GCUPS
2.	RW	Anggota yang terlibat dalam proses komunikasi di dalam komunitas GCUPS
3.	ADP	Anggota yang terlibat dalam proses komunikasi di dalam komunitas GCUPS

(Sumber: Olahan Pribadi Peneliti)

4. Jenis Data

Dalam penelitian ini, guna mendapatkan hasil penelitian akan menggunakan satu jenis data yaitu primer.

a. Data Primer

Data primer adalah data yang diperoleh dalam subyek penelitian yaitu narasumber yang sesuai dengan kriteria dan menyetujui mengikuti penelitian ini dengan cara wawancara mendalam.

5. Teknik Pengumpulan Data

a. Wawancara Mendalam (*In-Depth Interview*)

Wawancara mendalam merupakan proses mendapatkan informasi untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab seputar dengan topik penelitian yang ingin diangkat (Sutopo, 2006, h. 72). Dalam wawancara mendalam informasi tidak hanya bersifat subyektif sesuai dengan peneliti melainkan juga dari informan. Pada penelitian ini, peneliti akan melakukan wawancara mendalam dengan subjek penelitian sesuai dengan kriteria yang ada.

6. Teknik Analisis Data

Menurut Sugiyono (dalam Setiawan, J., Anggito, 2018, h.236) analisis data kualitatif adalah proses mencari dan menyusun data secara terstruktur dari hasil wawancara, catatan lapangan dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data, menjabarkan, memilah dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh pembaca. Terdapat tiga alur yang dilakukan dalam analisis data yaitu sebagai berikut:

a. Reduksi Data, yaitu proses pemilahan, penyederhanaan dan transformasi data kasar yang muncul dari catatan-catatan lapangan. Peneliti melakukan proses pemilahan data berdasarkan interview *guide* yang telah dibuat serta mentransformasikan data-data yang ada di lapangan dalam bentuk deskriptif. Peneliti akan melakukan wawancara dengan narasumber dengan

tujuan untuk mendapatkan berbagai perspektif mengenai jaringan komunikasi komunitas.

b. Penyajian Data, yaitu rangkaian mengorganisasi data, menemukan pola-pola serta memberikan kemungkinan penarikan kesimpulan dan memberikan tindakan. Peneliti akan menyajikan data dari hasil di lapangan dengan mengorganisasi atau mengelompokkan data tersebut berdasarkan dimensi dan konsep yang telah dibuat sehingga dapat mempermudah untuk melakukan penarikan kesimpulan.

c. Penarikan Kesimpulan, yakni suatu kesatuan bagian dari kegiatan penelitian yang dijabarkan secara utuh dan jelas. Penarikan kesimpulan merupakan hal yang paling penting dari kegiatan analisis data.

7. Teknik Keabsahan Data

Pada penelitian kali ini, peneliti akan menggunakan uji keabsahan data *credibility*. Peneliti menyajikan uji keabsahan data dengan metode *credibility* (kredibilitas) sehingga dapat menunjukkan bahwa hasil penelitian yang didapatkan tidak meragukan dan sesuai dengan fakta di lapangan. Terkait uji kredibilitas, peneliti akan melakukan triangulasi. Triangulasi merupakan teknik pemeriksaan keabsahan data dengan memanfaatkan di luar data yang digunakan untuk pembandingan terhadap data. Dalam konteks penelitian, peneliti akan menggunakan teknik keabsahan data dengan Triangulasi Sumber. Triangulasi Sumber yaitu membandingkan kepercayaan suatu informasi yang diperoleh melalui

sumber yang berbeda. Misalnya, membandingkan pengamatan dengan wawancara (Bachri, 2010).

