

Kajian Etnografi Pada Pola Komunikasi Anggota Komunitas *Airdrop Cryptocurrency* Dalam Grup Telegram “*Airdrop Finder*”

Alfiandra Ghaffar Setiawan¹, Dessy Kania^{2*}, Adek Risma Dedees³,
Eli Jamilah Miharja⁴, Anastasya Andriarti⁵
Universitas Bakrie^{1,2,3,4,5}

Corresponding email: dessy.kania@bakrie.ac.id*

Pengantar

Meningkatnya perkembangan teknologi serta pengguna internet, menyebabkan internet menjadi kebutuhan yang cukup penting bagi kehidupan. Zanah (2021) menyebutkan bahwa pengguna jaringan internet di Indonesia rata-rata melebihi tiga jam dalam satu hari. Zanah (2021) juga menambahkan bahwa dengan meningkatnya pengguna internet dapat memberikan beberapa dampak positif seperti perkembangan industri kreatif, perkembangan literasi digital, hingga proses transaksi jual beli yang lebih mudah dan efisien.

Salah satu perkembangan yang cukup pesat di era kemajuan teknologi adalah perkembangan di bidang ekonomi hingga munculnya mata uang virtual yang dinamai *Cryptocurrency*. *Cryptocurrency* muncul pada tahun 2009 yang diciptakan oleh seseorang bernama Satoshi Nakamoto (Saputro, 2022). Di mana *Bitcoin* menjadi aset pertama yang diluncurkan. Menurut penciptanya, *Cryptocurrency* menjadi dasar dalam kemajuan teknologi di bidang keuangan karena menawarkan transaksi pembayaran secara virtual menggunakan *peer-to-peer* (P2P) dengan cara kerja mengirim uang elektronik dari pihak pertama kepada pihak kedua secara langsung dan dilengkapi keamanan yang disebut kriptografi (Alam, dkk., 2019).

Dengan melakukan *Cryptocurrency*, transaksi dilakukan tanpa melalui lembaga keuangan, diperkuat dengan sistem yang telah terdesentralisasi, serta sekumpulan buku besar di dalam jaringan komputer yang berbeda (*Blockchain*). Seiring berjalannya waktu,

pengguna mata uang *kripto* juga semakin meningkat. Hal ini didukung oleh data yang dihimpun *Coinmarketcap* tahun 2022, terdapat lebih dari 20.758 mata uang *kripto* yang beredar hingga Agustus 2022. *Bitcoin* merupakan yang terbanyak, dengan kapitalisasi pasar mencapai lebih dari Rp 14320.44 triliun jika dijumlahkan.

Melihat kemudahannya dan kepopuleran dari *Cryptocurrency*, Noorsanti, dkk. (2018) berpendapat bahwa *Cryptocurrency* sebagai solusi untuk transaksi *online* tanpa perantara, sehingga kehadirannya telah membawa isu istimewa dalam teknologi di bidang keuangan.

Survei oleh Tokenomy (2021, dalam Saputro, 2022) dengan 20.000 pengguna *Cryptocurrency* menunjukkan bahwa 71,1% dari mereka yakin mendapat keuntungan dari *trading kripto*, menunjukkan popularitas dan kepercayaan tinggi dalam masyarakat. Forddanta (2021) menemukan optimisme tinggi di antara pemilik aset kripto di Indonesia, merasa nilai *kripto* akan naik secara drastis dalam 10 tahun mendatang. Selain itu, studi oleh Luno & Yougov (2021, dalam Setyowati, 2021) menunjukkan bahwa 55% pendapatan investor *kripto* dialokasikan untuk masa pensiun, dan 45% untuk warisan generasi berikutnya. Kepercayaan dan loyalitas ini telah menciptakan komunitas *kripto* di berbagai platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Telegram, dan lainnya.

Salah satu bentuk pemasaran yang digunakan oleh *Cryptocurrency* untuk memasarkan asetnya dan membentuk kelayakitan penggunanya adalah *airdrop* atau yang bisa dikenal sebagai hadiah gratis. Pada prosesnya, setiap *trader* diharuskan menyelesaikan misi tertentu dengan waktu yang terbatas untuk mendapatkan hadiah berupa mata uang *kripto* yang mana hadiah ini dapat dijual di beberapa platform (Melyan, 2022).

Melyan (2022) menjelaskan bahwa terkadang pada *airdrop* terdapat sistem prabayar di dalamnya sehingga sangat disarankan bagi *trader* yang ingin mendapatkan *airdrop* untuk memiliki tabungan pada platform *station* terlebih dahulu. Eromiko (2019) juga menambahkan bahwa *airdrop* dijalankan oleh developer *cryptocurrency* dengan mempromosikan suatu misi supaya penggunanya menyebarkan *link referral* kepada pengguna lain dan akan mendapatkan hadiah apabila misi tersebut telah selesai dilaksanakan sesuai ketentuan yang berlaku. Hal ini tentu saja

menjadi salah satu strategi jitu untuk menarik minat masyarakat dalam memiliki aset *kripto*.

Eromiko (2019) menjelaskan bahwa sebagian besar pengumpul atau pencari airdrop ini disebut sebagai *airdrop hunter* maupun *crypto hunter* yang nantinya koin *kripto* tersebut akan dijual ke pengepul dengan tanpa memakai jasa rekening bersama maupun memakai jasa rekening bersama. Oleh karena itu, dalam hal ini keuntungan tidak hanya didapat oleh para *airdrop hunter*, melainkan juga didapat oleh penyedia jasa rekening bersama karena mendapatkan upah atau bayaran atas jasanya tersebut. Biasanya, pencari *airdrop* memiliki grup di media sosial untuk mendapatkan informasi terbaru tentang misi *airdrop*. Karena minat terhadap *airdrop* cukup besar dan luas, sehingga mungkin ada banyak grup yang berfokus pada *airdrop* di berbagai platform media sosial (Melyan, 2022).

Meskipun nilai mata uang *kripto* bisa sangat fluktuatif, banyak investor melihatnya sebagai pelengkap potensial untuk diversifikasi portofolio mereka. Meski berisiko tinggi, beberapa berpendapat memiliki sebagian kecil *kripto* dapat membantu melindungi dari fluktuasi di pasar tradisional. Mata uang *kripto* semakin diterima oleh berbagai pihak, termasuk perusahaan besar dan beberapa negara yang mengaturnya dalam sistem keuangan mereka. Hal ini dapat mengurangi stigmatisasi terhadap *kripto*. Namun, perlu diingat bahwa investasi *kripto* memiliki potensi keuntungan besar dan kerugian besar, sehingga memerlukan pertimbangan dengan matang dan memahami risikonya sebelum berinvestasi.

Ekosistem *cryptocurrency* terus berkembang dengan proyek-proyek baru dan aplikasi yang muncul, menciptakan peluang inovasi dan pertumbuhan lebih lanjut. Meskipun *cryptocurrency* mengalami volatilitas dan tantangan, tingkat penerimaan dan adopsinya telah tinggi. Masa depan *cryptocurrency* akan ditentukan oleh cara sektor ini menangani masalah seperti volatilitas harga, regulasi, dan keamanan. Kita mungkin akan melihat *cryptocurrency* lebih terintegrasi dalam sistem keuangan global atau digunakan sebagai teknologi dasar untuk berbagai aplikasi.

Beberapa jenis media sosial yang seringkali digunakan untuk komunikasi dalam sebuah grup meliputi WhatsApp, Telegram, Facebook, Instagram, dan juga Twitter. Menurut Vesky & Hasmira

(2021), Telegram adalah salah satu media sosial yang sering diakses dan digunakan untuk komunikasi dalam grup. Telegram memiliki keunggulan dibandingkan WhatsApp karena bisa menampung lebih banyak anggota dalam grup. Andriansyah (2015, dalam Simanjuntak, dkk., 2022) menjelaskan bahwa Telegram memiliki berbagai fitur seperti pesan suara, pesan teks, panggilan video, panggilan suara, pengiriman foto, dan *file*. Telegram bisa diakses melalui *smartphone* atau komputer dengan koneksi internet dan memerlukan izin pengguna untuk mendaftar dengan nomor ponsel, seperti WhatsApp. Menurut Maulida (dalam Kompas.com, 2022), pengguna Telegram mencapai 700 juta di seluruh dunia pada 2022, meningkat sekitar 200 juta dari tahun sebelumnya. Dengan pertumbuhan ini, Telegram menjadi salah satu dari lima aplikasi paling banyak diunduh secara global pada tahun 2022.

Memiliki jumlah pengguna yang fantastis, tentu tidak sulit untuk menemukan berbagai grup yang tersedia di Telegram, salah satunya adalah grup seputar *airdrop Cryptocurrency*. Berdasarkan hasil observasi peneliti, peneliti menemukan beberapa grup *airdrop Cryptocurrency* dengan anggota mencapai puluhan hingga ratusan ribu, yang mana di dalamnya berisikan pengguna *kripto* yang berupaya mencari atau berburu misi untuk mendapatkan *airdrop*. Berikut terdapat tiga grup Telegram seputar *airdrop Cryptocurrency* beserta cuplikan isi pesan teks di dalamnya yang ditemukan oleh peneliti:

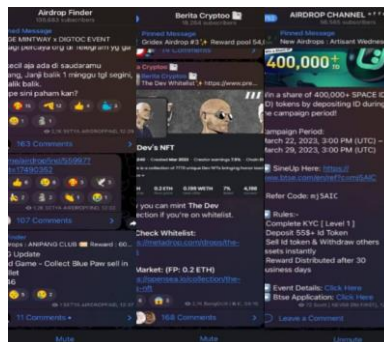


Figure 1. Cuplikan Isi Pesan Teks Dari Berbagai Grup Cryptocurrency di Telegram (Sumber: Telegram)

Pada gambar tersebut dapat dilihat bahwa untuk grup “*Airdrop Channel*” memiliki anggota sejumlah 56.565 orang, untuk grup “*Berita Crypto*” memiliki anggota sejumlah 18.264 orang, sedangkan untuk grup “*Airdrop Finder*” memiliki anggota sejumlah 135.683 orang. Pada grup tersebut, terlihat bahwa cuplikan pesan teks yang ada di dalamnya membahas seputar *Cryptocurrency* serta misi untuk mendapatkan *airdrop* atau hadiah gratis berupa koin *kripto*.

Pada masing-masing grup, para anggota grup memiliki pola komunikasi cenderung sama karena ketiga grup tersebut memiliki topik perbincangan yang sama, yaitu perihal *Airdrop Cryptocurrency*, yaitu hadiah gratis yang diberikan kepada pengguna *Cryptocurrency*. Apabila melihat pada gambar di atas, menunjukkan bahwa fungsi adanya grup tersebut di Telegram adalah untuk menyebarkan kode *airdrop* lalu anggota grup memiliki akses untuk saling bertukar pesan melalui kolom komen ataupun melalui grup diskusi.

Berdasarkan penjabaran di atas dan juga temuan dalam observasi, peneliti dalam tulisan ini berminat untuk melakukan analisis etnografi mengenai pola komunikasi yang terjadi dalam grup “*Airdrop Finder*” pada aplikasi Telegram. Grup “*Airdrop Finder*” ini dipilih oleh peneliti karena grup tersebut memiliki jumlah anggota yang jauh lebih banyak dibanding dua grup lainnya sehingga memungkinkan jumlah percakapan yang terjadi juga lebih banyak dari pada kedua grup lainnya, yakni “*Airdrop Channel*” dan “*Berita Crypto*”. Menariknya, dalam proses observasi, peneliti juga menemukan grup diskusi yang ada di dalam grup “*Airdrop Finder*” yang diberi nama “*Airdropfind Discussion, Always Check /Rules & /Rekber*”. Selain melakukan komunikasi pada grup utama yaitu “*Airdrop Finder*”, anggota grup juga melakukan komunikasi pada grup diskusi tersebut.

Komponen Komunikasi Anggota Grup “Airdrop Finder”

Setiap kelompok pasti akan memiliki pola komunikasi masing-masing. Hal ini bergantung pada media, pelaku serta tujuan yang ingin dicapai. Selain itu dalam pengimplementasiannya akan terdapat banyak cara-cara yang unik dalam melakukan komunikasi

antar individu didalam kelompok. Komunikasi ini juga akan melibatkan berbagai macam penggunaan simbol, peran serta konteks informasi. Sehingga dalam berkomunikasi akan memiliki komponen-komponen yang harus dipenuhi untuk dapat mendapatkan kualitas berkomunikasi yang baik. Penjelasan terkait komponen pola komunikasi berdasarkan Hymes (1974) pada Grup “Airdrop Finder”, diantaranya: (Setting & Scene, Participants, Ends, Act Sequences, Keys, Instrumentalities, Norms, Genres) yang dijelaskan sebagai berikut:

1. Setting & Scene. Pada Grup Airdrop Finder, tempat aktivitas berkomunikasi adalah penggunaan media platform telegram yang berlangsung setiap saat, selama 24 jam sehari yang berlangsung selama 7 hari yang dilakukan secara terus menerus tanpa henti. Grup “Airdrop Finder” dibentuk menggunakan Telegram karena memiliki beberapa alasan. Salah satunya adalah kemampuan Telegram untuk menampung banyak anggota, mulai dari puluhan hingga ratusan ribu, dan telegram tersedia secara gratis. Grup ini awalnya dibuat dengan tujuan berbagi informasi tentang Airdrop Cryptocurrency kepada masyarakat secara luas. Dengan Telegram, diharapkan anggota dapat berkomunikasi tentang Airdrop Cryptocurrency dengan lebih efisien.
2. Participants, terdiri dari CEO atau pemilik, admin rekber, admin bot, admin lainnya serta para anggota yang berjumlah ratusan ribu orang yang tergabung dalam Grup “Airdrop Finder”. Dari hasil penelitian ditemukan bahwa terdapat 28 admin dan 3 admin bot. Di mana masing-masing admin memiliki tugasnya tersendiri, seperti admin rekber yang bertugas menjembatani transaksi antar anggota grup “Airdrop Finder” guna menghindari penipuan, lalu ada admin Bot yang digunakan untuk mengawasi pelanggaran-pelanggaran yang terjadi di dalam grup “Airdrop Finder”, hingga admin-admin lainnya yang bertugas menggali informasi tentang Airdrop Cryptocurrency untuk disebar di dalam grup. Serta grup ini telah memiliki anggota sejumlah 135.683 orang.
3. Ends, yaitu komponen yang mengacu pada sesuatu yang ingin dicapai oleh pelaku komunikasi. Komponen yang ingin dicapai di dalam aktivitas komunikasi Grup “Airdrop Finder” yaitu airdrop itu sendiri atau hadiah. Sehingga banyak anggota-

anggota grup yang akan melakukan misi yang telah diberikan oleh admin grup dengan tujuan untuk mendapatkan hadiah gratis yang sudah disiapkan oleh pengelola Grup “Airdrop Finder”. Hal ini juga dijelaskan oleh pemilik grup, bahwa ia memiliki akses mengenai Airdrop Cryptocurrency.

4. Acts Sequences, yaitu komponen yang mengacu pada tujuan dan maksud dari pelaku komunikasi. Tujuan dan maksud melakukan komunikasi di Grup “Airdrop Finder” dari para peserta terutama para anggota adalah untuk bisa mendapatkan misi yang sudah disediakan oleh pihak pengelola sebanyak-banyaknya. Hal ini dikarenakan, semakin banyak misi yang didapat maka semakin besar kemungkinan goals airdrop didapatkan. Sehingga kemungkinan untuk mendapatkan atau berhasil dalam airdrop sangat besar.
5. Keys, yaitu komponen kunci yang mengacu pada bagaimana semangat, keseriusan, tekad, dan sebagainya dalam pola komunikasi yang dilakukan oleh pelaku komunikasi. Hal ini terjadi ketika para anggota merasakan emosi senang saat mendapatkan hadiah atau airdrop, sehingga menambah motivasi mereka untuk mencari dan menyelesaikan misi sebanyak-banyaknya.

Selain itu ada pula emosi dengan rasa sedih juga dirasakan para anggota yang gagal menjalankan misi dan malah rugi, bahkan beberapa anggota sempat merasa iba pada dirinya. Namun meskipun gagal dalam menjalankan misi, para anggota tidak mudah untuk menyerah dan semakin tertantang untuk mencari misi kembali di grup.

6. Instrumentalities, yaitu komponen yang mengacu pada kode serta bahasa yang digunakan. Dalam implementasinya di Grup “Airdrop Finder”, para anggota akan memakai simbol-simbol yang sering mereka gunakan dalam komunikasi sehari-hari di grup. Adapun simbol-simbol bahasa tersebut seperti penggunaan frasa "aok aok aok" yang menjadi simbol untuk tertawa atau mengekspresikan kegembiraan. Simbol ini mencerminkan suasana yang ceria dan menyenangkan dalam grup, di mana anggota saling berbagi kegembiraan dan sukacita atas hasil atau peristiwa tertentu. Selain itu, frasa "kaum surya" menjadi simbol untuk menyatakan bahwa keuntungan atau profit yang

didapatkan sangatlah kecil. Dalam analogi ini, "surya" diartikan sebagai rokok yang harganya paling murah. frasa "wen lending ser?" menjadi simbol untuk mengkonfirmasi terkait waktu keuntungan masuk ke akun atau dompet anggota.

Selain itu ditemukan pula frasa seperti "garap" untuk ajakan dalam airdrop, "rekt" yang merujuk pada kerugian finansial, dan "JP" atau "Jackpot" untuk keuntungan besar. Istilah-istilah tersebut merupakan kode yang dipahami oleh anggota dari Grup "Airdrop Finder" sehingga pola komunikasi yang terjadi di dalam grup seringkali berisi candaan dan menggunakan bahasa informal sehingga para anggota dapat membuat grup terkesan lebih santai dan menyenangkan.

7. Norms, yaitu komponen yang mengacu pada norma-norma yang berlaku dalam interaksi serta interpretasi sebuah kelompok. Grup "Airdrop Finder" juga memiliki peraturan-peraturan yang harus ditaati oleh para anggota yang tergabung didalamnya. Adapun aturan-aturan yang ada di dalam Grup "Airdrop Finder" adalah dilarangnya membahas segala hal yang menyinggung SARA, melakukan provokasi pihak-pihak tertentu sehingga dapat menyebabkan konflik, melakukan pencemaran nama baik, melakukan tindakan yang bertentangan dengan peraturan perundang-undangan atau tindakan kriminal, melakukan SPAM, sampai menyebarkan penipuan di dalam grup. Peraturan ini diciptakan untuk meminimalisir atau mengantisipasi komunikasi negatif yang terjadi di dalam Grup "Airdrop Finder".

Sanksi akan diberikan oleh admin yang bertugas sebagai pengawas peraturan dalam grup "Airdrop Finder" dan memiliki wewenang untuk memberikan sanksi bagi siapapun yang melakukan pelanggaran dalam grup. Sanksi bagi pelanggaran ringan yaitu dilakukan mute atau pembisuan akun sehingga anggota tersebut tidak dapat berkomentar atau berdiskusi apapun di dalam grup, baik grup "Airdrop Finder" maupun grup diskusi yaitu Airdropfind Discussion. Selanjutnya sanksi bagi pelanggaran berat yaitu akan dikeluarkan dari grup atau banned karena pelanggaran ini sudah tidak dapat ditoleransi lagi dan berpotensi menimbulkan dampak negatif bagi grup beserta seluruh anggotanya. Adanya sanksi yang tegas dimaksudkan

agar setiap anggota dapat berperilaku sesuai dengan nilai yang dimiliki oleh komunitas (Astuti, 2014).

8. Genres, yaitu komponen yang mengacu pada jenis-jenis atau peristiwa tutur. Komponen ini tercermin pada peristiwa-peristiwa pencapaian yang dimiliki oleh para anggota di Grup “Airdrop Finder”. Adapun peristiwa-peristiwa tersebut antara lain seperti pencapaian airdrop hingga bernilai puluhan juta, dan peristiwa ini akan membekas di ingatan para peserta hingga biasanya mereka akan membagikan momen ini di Grup “Airdrop Finder” dengan melakukan screenshot hasil yang mereka dapatkan.

Selain membagikan hasil, mereka juga akan membagikan barang-barang yang mereka beli dari keberhasilan airdrop mereka seperti barang-barang mahal, mobil, rumah, sepeda motor hingga ada yang berhasil membuka usaha atau memulai berdagang. Namun ada juga peristiwa-peristiwa yang dianggap kegagalan oleh para anggota grup, sebab mereka tidak berhasil mendapatkan airdrop dan peristiwa ini menjadi pelajaran bagi mereka sehingga tidak akan pernah terlupakan.

Dari hasil penelitian, para anggota grup “Airdrop Finder” telah meraih berbagai manfaat setelah berhasil menjalani misi yang diberikan oleh admin grup tersebut seperti pemenuhan kebutuhan sehari-hari, seperti pendanaan kuliah, pembelian barang-barang pribadi, bahkan hingga kemampuan dalam Bahasa Inggris. Grup Airdrop Finder juga membantu anggotanya untuk memperluas wawasan tentang Cryptocurrency, memperluas jaringan sosial, dan memahami berbagai istilah dalam Cryptocurrency yang umumnya menggunakan Bahasa Inggris..

Analisis Etnografi Komunikasi Anggota Grup “Airdrop Finder”

Dalam studi etnografi komunikasi menurut Hymes (1974) meliputi tata cara bertutur, masyarakat tutur, serta situasi, peristiwa dan tidak tutur. Ketiga konsep tersebut terdapat dalam Grup “Airdrop Finder” dimana akan dijelaskan sebagai berikut:

1. Tata Cara Bertutur, merupakan pola dalam kegiatan masyarakat yang menggambarkan mengenai komunikasi dalam suatu

kelompok. Terdapat 3 acuan dalam mengkaji tata cara bertutur, yaitu gaya, tindak tutur, serta peristiwa tutur.

Gaya komunikasi yang informal dan santai digunakan dalam percakapan sehari-hari yang berkaitan dengan dunia kripto. Gaya komunikasi ini mencerminkan budaya komunitas di dalam grup tersebut. Dalam konteks percakapan mengenai kripto di Telegram, tindak tutur beragam, mencakup berbagai hal seperti bertanya, memberi informasi, menyatakan pendapat, berdiskusi, memberikan saran, atau bahkan menantang argumen orang lain. Tindak tutur ini mencerminkan cara peserta Grup Airdrop Finder berinteraksi dan menyampaikan pemikiran mereka tentang kripto, dan juga mencerminkan tujuan serta kepentingan individu dalam berpartisipasi dalam diskusi tersebut. Selain itu, terdapat grup khusus diskusi yang diberi nama Airdropfind Discussion yang di dalamnya menyediakan wadah untuk para anggota saling berdiskusi tentang Airdrop Cryptocurrency. Pada grup ini, anggota grup dapat bebas berdiskusi dengan anggota lain mengenai berbagai hal dalam dunia Cryptocurrency.

Selain itu, peristiwa tutur mengacu pada situasi khusus atau kejadian yang terjadi dalam kanal atau grup Telegram. Dalam pembahasan mengenai kripto, peristiwa tutur ini dapat berkaitan dengan pengumuman terbaru mengenai pasar kripto, perkembangan teknologi blockchain, analisis harga aset kripto tertentu, atau diskusi tentang ICO atau token baru. Peristiwa tutur ini juga dapat memengaruhi dinamika dan intensitas percakapan dalam Grup "Airdrop Finder".

2. Masyarakat Tutur, merupakan sekelompok yang memiliki ciri khas dalam melakukan komunikasinya yang ditandai dengan simbol atau tanda-tanda tertentu. Pada grup "Airdrop Finder" memiliki ciri khas dalam melakukan komunikasi yang ditandai dengan penggunaan simbol-simbol dan frasa khas yang menjadi bagian dari bahasa mereka dalam komunikasi sehari-hari.

Diantaranya penggunaan frasa yang digunakan dalam grup "Airdrop Finder" yaitu "aok aok aok", "kaum surya", dan "wen lending ser?". Frasa ini digunakan untuk menanyakan update terbaru terkait transaksi keuntungan yang akan didapatkan para anggota. Adapula frasa seperti "garap" untuk ajakan dalam Airdrop, "rekt" yang merujuk pada kerugian finansial, dan "JP"

atau "Jackpot" untuk keuntungan besar. Istilah lain juga terdapat dalam grup "Airdrop Finder" yaitu FOMO, DUMP, DIAMOND HAND, FCFS, dan lain sebagainya yang hanya dapat dipahami oleh orang-orang yang terjun ke dalam dunia Cryptocurrency.

3. Situasi, Peristiwa, dan Tindak Tutur, merupakan komunikasi, sekelompok masyarakat tutur tidak akan terlepas dari tindak tutur, peristiwa tutur, maupun situasi tutur yang menjadi kajian menjadi pondasi peneliti dalam mengkaji sebuah pola komunikasi.

Tindak Tutur (Speech Act), sebagai langkah pertama, mencerminkan kerjasama antar anggota dalam berbagi informasi mengenai crypto. Di dalamnya, terdapat upaya untuk membantu anggota lain mendapatkan token crypto gratis melalui komunitas "Airdrop Finder", termasuk memberikan saran tentang crypto yang menarik.

Peristiwa Tutur (Speech Event), terjadi ketika anggota grup menemukan kabar baru tentang crypto, berbagi "alert" kepada anggota lainnya untuk berpartisipasi atau mengantisipasi peristiwa tersebut. Ini menciptakan momen sibuk di grup di mana informasi tentang crypto dibagikan dan dibahas. Selain itu, peristiwa tutur juga terjadi ketika anggota grup membahas proyek-proyek crypto, termasuk analisis teknis, potensi harga token, dan peluang keuntungan. Hal pentingnya lainnya adalah ketika anggota grup memberikan peringatan terhadap scam atau penipuan yang menyamar sebagai crypto resmi untuk mencuri data atau mengelabui pengguna.

Situasi Tutur (Speech Situation) terjadi ketika anggota grup mengumumkan situasi terbaru dalam dunia crypto dengan detail waktu dan panduan langkah demi langkah. Ini juga melibatkan pembahasan mendalam tentang proyek crypto tertentu yang menarik minat, termasuk pemeriksaan whitepaper, tim pengembang, dan teknologi yang digunakan. Seringkali anggota juga bertukar informasi seputar cara mendapatkan hadiah crypto dan penggunaan dompet digital.

Dengan demikian, analisis etnografi disimpulkan dapat membantu dalam mengurai pola komunikasi, ikatan sosial, dan tujuan anggota dalam berpartisipasi dalam komunitas Grup

“Airdrop Finder”. Tujuan dari studi etnografi komunikasi adalah untuk menggambarkan, menganalisis, dan menjelaskan perilaku komunikasi dari satu kelompok sosial (Juanda, J., & Azis, A., 2018). Dalam konteks Grup “Airdrop Finder”, analisis etnografi membantu dalam memahami cara komunikasi terjadi, termasuk penggunaan simbol-simbol bahasa tertentu, bahasa informal, serta suasana yang terjadi dalam kelompok.

Namun ditemukan pula, berdasarkan hasil wawancara dari informan anggota grup “Airdrop Finder” juga pernah mengalami kerugian materi dalam pengalaman mereka dalam dunia Airdrop Cryptocurrency. Kerugian-kerugian ini disebabkan oleh berbagai faktor, seperti perubahan kebijakan negara terhadap Cryptocurrency, peristiwa tiba-tiba dalam dunia kripto seperti pernyataan Elon Musk, serta web scam atau link yang mengarah pada pembobolan wallet Cryptocurrency. Kerugian ini menunjukkan bahwa penggunaan Cryptocurrency membawa risiko tertentu, dan pengguna harus berhati-hati dalam mengambil keputusan investasi dan berpartisipasi dalam proyek-proyek kripto.

Elizabeth Adelin, seorang lulusan ekonomi yang dikenal melalui akun Instagram @elizabeth_adelin, serta memiliki akun Instagram khusus @sekolahkriptoindonesia yang mengulas tentang Cryptocurrency. Menurutnya, banyaknya pemuda Indonesia yang terlibat dalam dunia Cryptocurrency merupakan hal positif karena dapat meningkatkan produktivitas dan kualitas hidup mereka. Cryptocurrency memiliki dampak positif seperti meningkatkan efisiensi transaksi dan kemudahan akses.

Elizabeth Adelin juga memberikan lima tips kepada pengguna Cryptocurrency untuk mengurangi potensi kerugian dalam penggunaan atau investasi dengan Cryptocurrency. Tips-tips tersebut mencakup pemahaman yang mendalam tentang Web3, Bitcoin, dan Crypto secara keseluruhan, pemilihan Crypto yang dipahami dengan baik, berkomunikasi dan berdiskusi dengan individu yang lebih berpengalaman, mengedepankan logika daripada emosi dalam pengambilan keputusan, dan menjaga keseimbangan keuangan dengan tidak menginvestasikan semua uang saat masih ada kebutuhan hidup yang harus dipenuhi atau diprioritaskan. Hasil wawancara menyoroiti pentingnya pemahaman yang kuat dan pendekatan mental yang tepat ketika terlibat dalam

dunia Cryptocurrency, dan Airdrop Cryptocurrency dianggap sebagai solusi yang menguntungkan dalam menghadapi risiko besar ini

Analisis Teori Interaksionisme Simbolik Pola Komunikasi Anggota Komunitas *Cryptocurrency*

Menurut Mead, stimulus merupakan situasi atau peluang untuk bertindak, bukan merupakan paksaan ataupun perintah (Ritzer & Douglass, 2017). Hal ini tercermin dimana banyak individu yang mulai bergabung dengan komunitas cryptocurrency terutama grup “Airdrop Finder” yang dilandasi motivasi diri internal yaitu ingin memenangkan hadiah. Pandangan ini kemudian menjadikan para informan memiliki anggapan bahwa komunitas “Airdrop Finder” merupakan salah satu peluang untuk memperbaiki income yang dimiliki melalui hadiah yang didapatkan.

Sehingga sesuai dengan tahapan pertama individu yakni impuls yang dimaknai sebagai stimulasi indrawi secara langsung serta reaksi aktor terhadap stimulasi yang ada, kebutuhan untuk berbuat sesuatu (Ritzer & Douglass, 2017). Impuls dalam hal ini tergambar pada tindakan informan yang mau bergabung dengan grup telegram “Airdrop Finder.” Sedangkan stimulus diinterpretasikan menjadi dua hal yaitu motivasi diri serta hadiah yang didapatkan.

Selain itu, impuls juga ditunjukkan dengan motivasi dari CEO grup “Airdrop Finder” saat membangun grup telegram. Adapun impuls yang dirasakan adalah keinginan CEO untuk membagikan informasi seputar Airdrop Cryptocurrency kepada masyarakat luas karena ia memiliki akses mengenai Airdrop Cryptocurrency. Pemilihan grup telegram sebagai sarana penyebaran informasi dikarenakan kerapuhan informasi yang tersusun secara rapi. Manusia lebih cenderung berpikir tentang respons yang sesuai, mereka akan mempertimbangkan situasi terkini, pengalaman serta antisipasinya (Ritzer & Douglass, 2017).

Dalam melakukan komunikasi setiap individu akan memiliki gesture yang ditampilkan. Baik gesture tubuh maupun ujaran vocal. Gesture ini disebut juga sebagai simbol. Namun tidak semua gesture dapat dianggap sebagai simbol. Gestur akan dianggap menjadi simbol signifikan apabila dapat merangsang individu lain untuk

memberikan respon sesuai yang diharapkan mesti tidak sama/identik (Ritzer & Douglas, 2017).

Bahasa merupakan salah satu alat komunikasi paling penting dan krusial yang digunakan di dalam grup telegram “Airdrop Finder”. Pasalnya dalam berkomunikasi, anggota dari “Airdrop Finder” memiliki simbol-simbol bahasa yang hanya komunitas itu sendiri yang dapat memahami makna dari simbol yang digunakan.

Adapun simbol-simbol bahasa yang mereka gunakan seperti penggunaan frasa “aok aok aok” yang menyimbolkan tertawa. Penggunaan frasa “kaum surya” yang menyimbolkan bahwa profit atau keuntungan airdrop yang didapatkan sangat kecil hingga diibaratkan hanya dapat digunakan untuk membeli rokok “surya”. Kemudian frasa “wen lending ser?” yang memiliki artian mengkonfirmasi terkait kapan keuntungan sudah masuk kedalam akun atau dompet anggota. Dalam percakapan yang dilakukan, gesture bahasa yang ingin disampaikan atau dikomunikasikan adalah terkait dengan gesture (dalam hal ini adalah respon dari stimulus yang ada) serta maknanya (Ritzer & Douglas, 2017).

Penerapan aturan beserta sanksi pelanggaran di dalam grup “Airdrop Finder” diimplementasikan secara formalnya hanya menggunakan pesan-pesan informasi yang dibagikan di dalam percakapan grup oleh admin grup maupun CEO menggunakan bahasa yang mudah dipahami. Peraturan disini bertujuan untuk meminimalisir hal-hal yang dapat merugikan serta berdampak negatif pada grup telegram “Airdrop Finder”.

Fungsi dari simbol signifikan salah satunya bahasa adalah memungkinkan terjadinya penyesuaian individu yang menerima dampak dari perbuatan sosial tertentu dengan merujuk pada satu atau beberapa objek yang terkait dengan perbuatan tersebut (Ritzer & Douglas, 2017). Sehingga simbol-simbol signifikan yang digunakan didalam sebuah percakapan atau komunikasi dapat memungkinkan terciptanya interaksionisme simbolik, individu tidak hanya berinteraksi dengan sesama melalui gesture saja namun juga menggunakan simbol-simbol signifikan (Ritzer & Douglas, 2017).

Simbol-simbol signifikan serta gesture ini akan melalui tahapan proses sehingga dapat memunculkan sebuah respon yang diharapkan dari stimulus yang diberikan saat melakukan interaksi. Adapun tahapan proses tersebut melalui tiga poin penting atau

utama menurut Mead yaitu pikiran, diri dan masyarakat. Adapun analisis tahapan proses interaksionisme simbolik dalam pola komunikasi anggota “Airdrop Finder” adalah sebagai berikut:

1. Pikiran (MInd), menurut Mead pikiran merupakan proses percakapan antara batin individu dengan dirinya sendiri dan merupakan sebuah fenomena sosial (Ritzer & Douglas, 2017). Pikiran dapat muncul akibat dari sebuah proses sosial dimana proses sosial dapat diartikan dengan interaksi sosial aktor dengan aktor lain, sehingga proses sosial akan mendahului pikiran (Ritzer & Douglas, 2017).

Dalam komunitas grup telegram “Airdrop Finder,” pikiran mengacu kepada tingkat kesulitan pemahaman istilah-istilah yang digunakan dalam percakapan Cryptocurrency. Istilah-istilah tersebut seperti 'FOMO', 'DUMP', 'DIAMOND HAND', 'FCFS', dan 'Phrase'. Istilah-istilah ini berasal dari bahasa Inggris dan beberapa anggota mengalami kesulitan dalam memahaminya. Maka dari itu, anggota mencari solusi dengan menerjemahkan atau mengganti istilah-istilah tersebut ke dalam Bahasa Indonesia. Selain itu, mereka juga membantu anggota baru yang kesulitan dalam memahami istilah-istilah tersebut.. Karakteristik spesial dari pikiran merupakan kemampuan individu untuk memunculkan dalam dirinya sendiri tidak hanya satu respon saja, melainkan respon komunitas secara keseluruhan juga (Eltrianto, 2017).

Selain istilah kebahasaan yang digunakan, pikiran juga merujuk pada pemberlakuan aturan dan hukuman di dalam grup “Airdrop Finder”. Penerapan sistem aturan dan hukuman ini tidak serta merta langsung dilakukan, namun juga membutuhkan proses pemikiran yang panjang serta kesesuaian jenis-jenis aturan dengan konteks atau tema grup “Airdrop Finder”. Sehingga hal ini menunjukkan bahwa pikiran melibatkan proses berpikir yang diarahkan pada pemecahan masalah (Ritzer & Douglas, 2017). Pemecahan masalah merujuk pada aturan dan hukuman, masalah sendiri merujuk pada perilaku-perilaku negatif yang diprediksikan akan dilakukan oleh para anggota saat bergabung dengan grup “Airdrop Finder” seperti menyinggung SARA, provokasi, pencemaran nama baik, kriminalitas, penipuan serta melakukan SPAM. Hal ini menunjukkan bahwa pikiran

berfungsi untuk memecahkan masalah tersebut dan membiarkan individu bekerja secara lebih efektif (Ritzer & Douglas, 2017).

2. Diri (Self), konsep diri menurut Mead merupakan kemampuan seseorang untuk menjadikan dirinya sebagai subjek sekaligus objek serta mengalami proses sosial (komunikasi antarmanusia) (Ritzer & Douglas, 2017). Konsep diri ini sangat berkesinambungan dengan peristiwa-peristiwa yang membekas di mana dialami oleh para anggota grup telegram “Airdrop Finder” atau hal-hal yang selalu diingat baik diri sendiri, orang lain maupun banyak orang. Diri memang akan selalu berkaitan dengan pikiran (Ritzer & Douglas, 2017).

Adapun peristiwa memorable adalah seperti beberapa anggota grup yang mengalami keberhasilan ketika melakukan misi yang diberikan oleh admin grup telegram “Airdrop Finder” membagikan keberhasilannya mendapatkan airdrop terutama dalam jumlah besar sehingga memunculkan respon dari anggota grup lain seperti rasa kaget, senang serta respon mengeluh karena tidak mendapatkan hal yang sama. Namun di sinilah individu merespon stimulus yang mereka tunjukkan pada individu lain dan respon tersebut menjadi bagian dari perbuatannya. Respon tersebut antara lain seperti merespon dirinya, berbicara dan menjawab dirinya sama persis dengan respon individu lain kepadanya, disinilah individu memiliki posisi sebagai objek (Ritzer & Douglas, 2017).

Selain itu, respon-respon unik dari anggota juga diberikan kepada anggota grup yang mengalami kegagalan saat mendapatkan airdrop dalam grup “Airdrop Finder”. Adapun respon unik biasanya diselingi dengan candaan dan hiburan seperti menambahkan kata “Ah Shoot!” digunakan oleh anggota grup untuk bercanda ketika terdapat salah satu anggota grup yang gagal mendapatkan token airdrop. Kemudian, terdapat juga peristiwa memorable seperti adanya link spam yang dapat berakibat pembobolan. Hal-hal seperti inilah yang kemudian menjadikan anggota grup telegram “Airdrop Finder” pada tahapan refleksivitas atau menempatkan mereka ke dalam posisi individu sebagai subjek. Refleksivitas atau tahapan perkembangan diri merupakan kemampuan untuk meletakkan diri secara tidak sadar di posisi individu lain serta bertindak

sebagaimana mereka bertindak atau dengan kata lain empati (Ritzer & Douglas, 2017).

Diri memungkinkan individu untuk memberikan ruang bagi individu lain untuk berperan dalam percakapan yang tengah dilakukan, sehingga hal ini menyebabkan individu dapat saling menyadari konteks pembicaraan, mengidentifikasi, memahami serta menentukan atau mengontrol feedback yang akan diberikan selanjutnya (Ritzer & Douglas, 2017). Hal ini tercermin bagaimana respon yang diberikan para anggota grup telegram “Airdrop Finder” kepada member yang berhasil memenangkan hadiah maupun yang mengalami kegagalan. Mereka sangat memperdulikan situasi yang dialami oleh para anggota-anggota yang sedang berada dalam situasi tersebut. Sehingga ada yang menyemangati sebagai bentuk rasa empati dan memotivasi supaya tidak pantang menyerah, serta menghibur mereka dengan kalimat-kalimat candaan agar mereka yang mengalami kegagalan dapat terhibur. Sedangkan respon senang diberikan kepada para anggota yang berhasil sebagai bentuk apresiasi.

Terjun kedalam dunia crypto memang sangat beresiko. Adapun motivasi yang dimiliki oleh para anggota grup telegram “Airdrop Finder” adalah yang pertama terkait dengan pengalaman, sehingga meskipun beresiko tinggi selagi muda harus bisa mencari uang sebanyak mungkin, serta ini menjadi salah satu kesempatan yang harus dicoba. Agar memiliki konsep diri, individu harus mampu “berada di luar dirinya” sehingga individu dapat mengevaluasi dirinya dan menjadikan dirinya sebagai objek bagi diri mereka sendiri (Ritzer & Douglas, 2017). Dalam melakukan sebuah perbuatan individu akan memposisikan dirinya kedalam arena percobaan, mereka akan mempertimbangkan kemampuan bertindak secara rasional pada situasi yang dialami di tengah arena percobaan (Ritzer & Douglas, 2017).

3. Masyarakat, menurut Mead merupakan sebuah proses sosial yang terus menerus terjadi bahkan mendahului pikiran serta diri (Ritzer & Douglas, 2017). Masyarakat menggambarkan sebagai rangkaian respon yang terorganisir sehingga individu akan membawa serta masyarakat, memberi individu kemampuan melalui kritik-diri, yang bertujuan untuk mengontrol diri

individu (Ritzer & Douglas, 2017). Masyarakat pada konteks ini direpresentasikan dengan komunitas-komunitas crypto yang terbentuk baik secara online maupun offline. Salah satunya adalah komunitas crypto telegram grup “Airdrop Finder”.

Di dalam grup “Airdrop Finder” informasi tidak henti-hentinya diberikan baik terkait informasi perkembangan crypto, misi maupun airdrop yang tersedia. Sehingga dari ketiga poin utama informasi inilah perilaku para anggota ditentukan. Mereka akan bertindak sesuai dengan informasi yang diberikan oleh admin ataupun CEO. Seluruh komunitas akan bertindak terhadap individu pada situasi tertentu secara identik dalam kondisi yang ada, sehingga respon yang diberikan oleh anggota komunitas pun juga akan sama (Ritzer & Douglas, 2017). Masyarakat akan selalu memiliki sifat memberikan kesempatan (Ritzer & Douglas, 2017). Kesempatan ini tercermin di mana grup “Airdrop Finder” selalu membagikan informasi menarik dan bermanfaat seputar mendapatkan keuntungan. Sehingga hal ini sangat membantu banyak orang. Selain itu dapat dijadikan sebagai tempat penghasilan sampingan atau menambah relasi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, ditemukan kesimpulan sebagai berikut:

1. Grup “Airdrop Finder” dibuat sebagai bahan acuan oleh para anggotanya untuk mendapatkan informasi seputar misi Airdrop Cryptocurrency. Grup ini dibentuk di platform gratis Telegram serta memiliki 28 admin dan 3 admin bot.
2. Grup “Airdrop Finder” menggunakan komponen komunikasi yang mencakup setting & scene, participants, ends, acts sequences, keys, instrumentalities, norms, dan genres. Grup ini memiliki gaya komunikasi yang unik yang mencakup penggunaan bahasa informal dan suasana santai yang menyenangkan.
3. Dalam studi etnografi komunikasi, grup "Airdrop Finder" mengimplementasikan konsep-konsep dalam kajian etnografi, seperti tata cara bertutur, masyarakat tutur, serta situasi, peristiwa, dan tidak tutur. Penggunaan konsep dan komponen-

komponen ini berperan penting dalam membentuk komunikasi yang aktif, produktif, dan kolaboratif.

4. Menurut interaksionisme simbolik, pola komunikasi anggota "Airdrop Finder" mengalami interaksi sosial yang melibatkan pikiran, konsep diri, dan pengaruh masyarakat. Pikiran individu dalam konteks ini terkait dengan pemahaman istilah-istilah Cryptocurrency yang diadopsi dari bahasa asing dan penerapan aturan beserta dengan hukuman yang berlaku di dalam grup. Konsep diri anggota "Airdrop Finder" berkaitan dengan pengalaman mereka dalam mencari dan mendapatkan airdrop, baik yang sukses maupun yang gagal. Mereka merespons situasi ini dengan empati dan sesuai, baik itu dukungan atau hiburan. Pengaruh masyarakat tercermin dalam informasi yang terus beredar di grup, masyarakat memberikan kesempatan dan memberi nilai tambah dalam bentuk informasi dan peluang untuk mendapatkan keuntungan, yaitu airdrop. Komunitas seperti "Airdrop Finder" menjadi tempat untuk mendapatkan penghasilan sampingan dan memperluas relasi..

Daftar Pustaka

- Alam, N., Gupta, L., & Zamani, A. (2019). *Fintech and Islamic Finance Digitalization, Development, and Disruption* (2nd Edition). Palgrave Macmillan.
- Coinmarketcap. (2022). *Harga Mata Uang Kripto, Grafik, dan Kapitalisasi Pasar*. [OnlineMedia]
- Eromiko, A. T. (2019). *Jual Beli Cryptocurrency Ditinjau dari Etika Bisnis Islam (Studi Kasus Pemain di Kecamatan Sekampung)*. Institut Agama Islam Negeri Metro.
- Fauzan, Moch. Khilmi. (2015) *JATI DIRI CLUB MOTOR HONDA CB SMILE SURABAYA, STRATEGI MEMPERTAHANKAN, DAN PANDANGAN MASYARAKAT*. Undergraduate thesis, UIN Sunan Ampel Surabaya.
- Fitriansyah, F., & Aryadillah. (2020). *Penggunaan Telegram sebagai Media Komunikasi dalam Pembelajaran Online*. *Cakrawala: Jurnal Humaniora*, 20(2), 111–117. [JournalArticle]

- Forddanta, D. H. (2021). Survei Sebut 58% Masyarakat Indonesia Percaya Nilai Aset Kripto Akan Meningkatkan. [OnlineMedia]
- Gunawan, I. (2013). Metode Penelitian Kualitatif. Bumi Aksara.
- Goodman, Douglass & Ritzer. George. (2017). Teori Sosiologi: Dari Teori Sosiologi Klasik Sampai Perkembangan Mutakhir Teori Sosial Postmodern. Bantul: Kreasi Wacana
- Hymes, Dell. (1974). Foundation of Sociolinguistics. Philadelphia: University of Pennsylvania Press
- Kang, K., Choo, J., & Kim, Y. Bin. (2020). Whose Opinion Matters? Analyzing Relationships Between Bitcoin Prices and User Groups in Online Community. Social Science Computer Review, 38(6), 686–702. [JournalArticle]
- Kuswarno, E. (2008). Etnografi Komunikasi Suatu Pengantar dan Contoh Penelitiannya. Bandung: Widya Padjadjaran
- Lawita, Velisha Metta. (2021) Pola Komunikasi dan Makna Ritual Tradisi Sembahyang Cheng Beng (Studi Etnografi Komunikasi Etnis Tionghoa Cina Benteng). Bachelor Thesis thesis, Universitas Multimedia Nusantara.
- Lustyantie, N. (2012). Pendekatan Semiotik Model Roland Barthes dalam Karya Sastra Prancis. Seminar Nasional FIB UI, 1–15. [JournalArticle]
- Maulida, L. (n.d.). Telegram Kini Punya 700 Juta Pengguna dan Jadi Layanan Chat Pertama Berbayar Halaman all - Kompas.com. Retrieved March 28, 2023, from [OnlineMedia]
- Meliza, J., & Sadalia, I. (2021). CRYPTOCURRENCY. Journal of Trends Economics and Accounting Research, 1(3), 82–86. [JournalArticle]
- Melyan, B. M. S. (2022). Tinjauan Hukum Islam tentang Cloning Akun Media Sosial untuk Mendapatkan Hadiah Berupa Mata Uang Crypto (Studi Kasus Treder Airdrop Grub WhatsApp Bandar Lampung) [UIN Raden Intan Lampung]. [Theses]
- Moleong, J. L. (2016). Metode Penelitian Kualitatif. PT Remaja Rosdakarya.
- Noorsanti, R. C., Yulianto, H., & Hadiono, K. (2018). Blockchain-Teknologi Mata Uang Kripto (Cryptocurrency). Semarang: Prosiding SENDI-U, 1.
- Nugrahani, F. (2014). Metode Penelitian Kualitatif dalam Penelitian Pendidikan Bahasa. Cakra Books.

- Nurussifa, A. (2018). TAMPILAN SEKSUALITAS PADA TAYANGAN ANIMASI ANAK SHAUN THE SHEEP. Universitas Semarang.
- Obreja, D. M. (2022). The Social Side of Cryptocurrency: Exploring the investors' ideological realities from Romanian Facebook Groups. *New Media & Society*.
- Pramitha, D. (2020). Revitalisasi Kepemimpinan Kolektif-Kolegial Dalam Membangun Efektifitas Komunikasi Organisasi Pesantren (Studi Interaksionisme Simbolik Di Pondok Pesantren Jombang). *EVALUASI: Jurnal Manajemen Pendidikan Islam*, 4(1), 45-69. [JournalArticle]
- Saputro, S. E. (2022). Analisis Preferensi Investor terhadap Keputusan Investasi pada Aset Cryptocurrency. Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.
- Setyowati, D. (2021). Survei YouGov: Investasi Kripto di RI Untuk Pendidikan Anak-Warisan. [OnlineMedia]
- Setiawati, D. (2011). Interaksionisme Simbolik Dalam Kajian Sejarah. *Agastya: Jurnal Sejarah Dan Pembelajarannya*, 1(1), 99-115.
- Simanjuntak, M. B., Lustyantje, N., & Iskandar, I. (2022). Pembelajaran Berbasis Telegram Group dan Microsoft Team di Kelas Bahasa Inggris (Penilaian berbasis Persepsi Siswa). *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 6(2), 11114–11119.
- Subadi, T. (2006). Metode Penelitian Kualitatif. Muhammadiyah University Press. Telegram. (2023). No Title. <https://telegram.org/faq>
- Tjahyana, L. J. (2021). Studi Netnografi Pola Komunikasi Jaringan Komunitas Cryptocurrency Dogecoin pada Twitter. *Jurnal Komunikatif*, 8(2), 1–30.
- Vesky, P., & Hasmira, M. H. (2021). Kajian Semiotika Fujoshi dalam Memaknai Konten Yaoi di Grup Telegram Nomin Shiper. *Jurnal Perspektif*, 4(3), 333–347. [JournalArticle]
- Zanah, E. M. (2021). MEME KOMIK SEBAGAI MEDIA DAKWAH (ANALISIS SEMIOTIK PADA POSTINGAN KOMUNITAS FACEBOOK “MEME DAKWAH ISLAM”). Universitas Islam Negeri Prof. K. H. Saifuddin Zuhri Purwokerto.