

BUKTI KORESPONDENSI
ARTIKEL JURNAL NASIONAL TERAKREDITASI

Judul Artikel : Studi Netnografi Pola Komunikasi Jaringan Komunitas Cryptocurrency Dogecoin di Twitter

Jurnal : Jurnal Komunikatif - Jurnal Ilmiah Komunikasi, Vol. 10 No 1, Juli 202, halaman 16-37.

Penulis : Lady Joanne Tjahyana

No.	Perihal	Tanggal
1.	Bukti konfirmasi submit artikel dan artikel yang di submit.	15 Mei 2021
2.	Bukti permintaan revisi dari Editor serta bukti artikel yang sudah direvisi dan di submit berdasarkan permintaan Editor pada komentar.	15-17 Mei 2021
3.	Bukti proses Peer Review serta bukti artikel berisi revisi dari Reviewer, dan bukti artikel yang sudah direvisi dan disubmit berdasarkan hasil Peer Review.	24 Mei - 6 Juni 2021
4.	Bukti konfirmasi artikel "Accepted" .	3 Juli 2021
5.	Bukti konfirmasi artikel "Published"	19 Juli 2021

**1. Bukti konfirmasi submit artikel dan artikel yang di
submit (15 Mei 2021)**

Bukti konfirmasi submit artikel

[JK] Submission Acknowledgement External Inbox x

 **Nanang Krisdinanto** <admin-journal@ukwms.ac.id> Sat, 15 May 2021, 16:46
to me ▾

Ms. Lady Joanne Tjahyana:

Thank you for submitting the manuscript, "Studi Netnografi Pola Komunikasi Jaringan Komunitas Cryptocurrency Dogecoin Pada Twitter" to KOMUNIKATIF. With the online journal management system that we are using, you will be able to track its progress through the editorial process by logging in to the journal web site:

Manuscript URL:
<http://journal.wima.ac.id/index.php/KOMUNIKATIF/author/submission/3188>
Username: joannetjia

If you have any questions, please contact me. Thank you for considering this journal as a venue for your work.

Nanang Krisdinanto
KOMUNIKATIF

KOMUNIKATIF
<http://journal.wima.ac.id/index.php/KOMUNIKATIF>

Not Secure | journal.wima.ac.id/index.php/KOMUNIKATIF/author/submission/3188

[Home](#) / [User](#) / [Author](#) / [Submissions](#) / #3188 / [Summary](#)

#3188 Summary

[Summary](#) | [Review](#) | [Editing](#)

Submission

Authors	Lady Joanne Tjahyana
Title	Studi Netnografi Pola Komunikasi Jaringan Komunitas Cryptocurrency Dogecoin Pada Twitter
Original file	3188-8171-2-SM.docx 2021-05-15
Supp. files	3188-8295-1-SP.pdf 2021-06-23 3188-8389-1-SP.pdf 2021-07-01
Submitter	Ms. Lady Joanne Tjahyana 
Date submitted	May 15, 2021 - 04:46 PM
Section	Artikel
Editor	Nanang Krisdinanto 

Bukti artikel yang di submit

Studi Netnografi Pola Komunikasi Jaringan Komunitas Cryptocurrency Dogecoin Pada Twitter

Lady Joanne Tjahyana
Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra
Siwalankerto 121 - 131, Surabaya 60236
Jawa Timur, Indonesia
e-mail : joanne@petra.ac.id

ABSTRACT

Dogecoin was a cryptocurrency that started as a one of meme coins and considered as a joke. However, Dogecoin has become an interesting communication phenomenon in the early 2021. Dogecoin prices has risen 800% in January 2021 and soared to 400% in April 2021. That skyrocketed price could not be separated from the strong support of solid Dogecoin community and top public profiles at Twitter. This research was conducted using digital netnography method to see the communication pattern of Dogecoin community network at Twitter. Data mining and data analysis was done using social network analysis tools which are Netlytic and Brand24 and was conducted from 1 April - 9 May 2021 during several important moments that happened in the community. The research found communication network pattern that includes 5 interaction types within the community. The first interaction type was the stage of identifying themselves as Dogecoin community by posting tweets with Dogecoin's hashtags, cashtags and keywords. The next interaction type was giving support, courage, and pour out feelings and emotions towards the community in the form of tweets, replies, and mentions. Furthermore, the next interaction type was mentions from community to top public profiles in the hope that their influence will affect the rise of Dogecoin price. The last interaction type came from top public profiles to community which containing message to support and encourage the community to keep on holding Dogecoin despite of the volatility of the price.

Keywords: Netnography, Cryptocurrency, Dogecoin, Twitter, Communication Network

ABSTRAK

Dogecoin adalah *cryptocurrency* yang awalnya dianggap sebagai meme coin atau gurauan namun telah menjadi fenomena komunikasi yang menarik pada awal tahun 2021 ini. Meningkatnya nilai tukar sebanyak 800% pada Januari 2021 dan bertambah lagi sebanyak 400% pada April 2021 tidak lepas dari dukungan yang kuat dari jaringan komunitas *cryptocurrency* Dogecoin dan *top public profiles* di media sosial terutama Twitter. Penelitian ini menggunakan studi digital netnography untuk melihat pola jaringan komunikasi komunitas *cryptocurrency* Dogecoin di Twitter. Pengambilan dan pengolahan data difokuskan pada tanggal 1 April - 9 Mei 2021 bertepatan dengan beberapa peristiwa penting, menggunakan *social network analysis tools* Brand24 dan Netlytic. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat 5 tipe interaksi yang merupakan pola komunikasi jaringan Dogecoin. Pola tersebut terbentuk berdasarkan konsep *sense of community* dan analisa struktur jaringan komunikasi. Tipe interaksi tersebut meliputi identifikasi diri sebagai anggota komunitas menggunakan *hashtags*, *cashtags* dan kata kunci, kemudian memberikan semangat, dukungan, mencurahkan perasaan dan emosi dalam bentuk *tweets*, *replies* dan *mentions*. Selanjutnya terdapat tipe interaksi dari komunitas kepada *top public profiles* yang berisi harapan agar mereka dapat memberikan pengaruh untuk menaikkan nilai tukar Dogecoin. Kemudian terdapat tipe interaksi yang berasal dari *top public profiles* kepada komunitas dalam bentuk *tweets* untuk memberikan dukungan, semangat dan konfirmasi agar tidak menjual dan mempertahankan Dogecoin.

Kata kunci: Netnografi, *Cryptocurrency*, Dogecoin, Twitter, Jaringan Komunikasi

Latar Belakang

Dogecoin adalah *cryptocurrency* yang diciptakan oleh Billy Markus dari Portland, Oregon dan Jackson Palmer dari Sydney, Australia pada tahun 2013. *Cryptocurrency* dengan simbol anjing Shiba Inu tersebut pada awalnya dianggap sebagai *internet meme* atau gurauan yang tidak berarti hingga akhirnya mencapai kepopuleritasan pada bulan Januari 2021 yang ditandai dengan meningkatnya nilai tukar sebesar 800%. Melonjaknya nilai tukar Dogecoin tersebut diawali dengan komunitas *cryptocurrency* pada forum Reddit yang ramai membicarakan dan memberikan dukungan kepada Dogecoin. Kemudian dilanjutkan dengan adanya dukungan dari beberapa public figure ternama seperti Elon Musk, Snoop Dog, dan Gene Simmons pada komunitas *cryptocurrency* di Twitter. Elon Musk telah beberapa kali mengeposkan *tweet* dukungan pada Dogecoin yang telah membuat banyak orang tertarik pada Dogecoin (Voell & Reynolds, 2021). Meningkatnya popularitas Dogecoin terus berlanjut hingga mengalami pelonjakan nilai tukar pada bulan April 2021. Tepatnya pada tanggal 15 April 2021, Elon Musk mengepos *tweet* gambar internet meme Dogecoin dengan teks "*Doge Barking at the Moon - Miro*" yang disusul dengan kenaikan nilai tukar Dogecoin sebanyak 400% (Browne, 2021a). *Tweet* dari public figure lain seperti Mark Cuban juga telah memberikan pengaruh signifikan kepada lonjakan nilai tukar Dogecoin (Browne, 2021b).

Fenomena Dogecoin ini dianggap sebagai contoh klasik dari *greater fool theory* di mana para investor membeli *cryptocurrency* bukan karena nilai sesungguhnya namun karena mengandalkan banyaknya investor lain yang akan bersama - sama menimbun dan menaikkan nilai tukar sebuah *cryptocurrency* (Browne, 2021a). Namun demikian komunitas Dogecoin tetap menikmati *trend* dan mengikuti *hype* dari *cryptocurrency* tersebut dengan terlibat aktif dalam postingan baik berupa dukungan maupun bersenang - senang dengan *meme* Dogecoin di media sosial. Adpaun *hype* Dogecoin yang secara konstan terjadi pada komunitas justru diperlukan untuk mempertahankan dan menaikkan nilai Dogecoin (Aslantas, 2021).

Nilai tukar Dogecoin juga sempat mengalami penurunan secara cepat yang justru terjadi pada saat Doge Day pada tanggal 20 April 2021. Sebelumnya *hype* komunitas menyambut Doge Day telah viral dengan *hashtag* #DogeDay. Namun justru saat hari perayaan Dogecoin tersebut, nilai tukar mengalami penurunan sebesar 20%. Meskipun tidak signifikan dibanding kenaikan 400% sebelumnya, namun sempat membuat para investor Dogecoin menjadi khawatir. Pada saat itulah komunitas dan *influencers* Dogecoin saling memberikan dukungan dan semangat agar tidak menjual Dogecoin (Wilson, Irrera, & Chavez-dreyfuss, 2021).

Berdasarkan fenomena Dogecoin dan *hype* yang terjadi pada komunitas,

penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat pola komunikasi jaringan komunitas *cryptocurrency* Dogecoin pada media sosial Twitter.

a. Komunitas Virtual

Komunitas virtual melibatkan sekelompok orang yang mempunyai ketertarikan yang sama terhadap sebuah topik dan berkomunikasi secara termediasi melalui media berbasis internet (Lizzo & Liechty, 2020). Selain itu komunitas virtual dapat menyatukan anggota dengan pola pikir yang sama tanpa memedulikan batasan geografis dan demografis (Pathak & Pathak-Shelat, 2017).

Konsep *Sense of community* pertama kali dicetuskan oleh McMillan and Chavis pada tahun 1986 dan terdapat 4 faktor dalam sebuah komunitas yang dapat membangun *sense of community* yaitu *membership*, *influence*, *integration and fulfillment of needs*, dan *shared emotional connection*. Faktor - faktor tersebut dapat digunakan pula untuk melihat *sense of community* pada interaksi yang ada pada komunitas virtual. (Lizzo & Liechty, 2020).

b. Analisis Jaringan Komunikasi

Analisis jaringan komunikasi menggambarkan interaksi dan relasi dalam bentuk garis diantara setiap titik anggota jaringan yang disebut sebagai *nodes*. Pada media sosial seperti Twitter, *nodes* adalah akun Twitter yang berperan sebagai aktor dalam jaringan

komunikasi. Selain itu, jaringan komunikasi dapat dianalisa dengan melihat interaksi antar *nodes* dalam bentuk *mention*, *reply*, *retweet*, dan *quote* (Eriyanto, 2014)

Terdapat beberapa properti yang dapat diukur untuk menganalisa struktur sebuah jaringan komunikasi, diantaranya yaitu kepadatan (*density*), mutualitas (*reciprocity*), sentralisasi (*centralization*), diameter dan jarak (*distance*) serta modularitas (*modularity*) (Eriyanto, 2014; Gruzd, Paulin, & Haythornthwaite, 2016).

Dalam sebuah jaringan komunikasi terdapat *dominant actor* yang berperan dalam menggerakkan opini dan trend percakapan. Pada media sosial seperti Twitter, *dominant actor* yang lebih dikenal dengan sebutan *influencers* memiliki peran dalam memengaruhi dan menggerakkan opini dalam sebuah komunitas dengan pendekatan yang sesuai dengan budaya dan kebiasaan pada komunitas tersebut (Tjahyana, 2020).

c. Komunitas *Cryptocurrency* pada Twitter

Twitter adalah media sosial yang seringkali dianggap sebagai tempat untuk mendapatkan data terkait prediksi aset keuangan, termasuk *cryptocurrency*. Data prediksi tersebut dapat berupa sentimen negatif dan positif ataupun sentimen yang menunjukkan ketidakpastian terhadap nilai sebuah *cryptocurrency*. Sentimen yang ada dapat terlihat dari opini

komunitas pada diskusi yang ada pada Twitter (Phillips & Gorse, 2018).

Sebagian besar pengguna Twitter yang aktif dalam diskusi *cryptocurrency* menggunakan media sosial Twitter hanya karena ingin mengikuti perkembangan prediksi *cryptocurrency*. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya akun Twitter yang terlibat dalam diskusi tidak mengespos topik selain *cryptocurrency* pada profil akun mereka. Akun Twitter hanya mereka gunakan untuk mencermati dan berdiskusi mengenai *cryptocurrency* (Phillips & Gorse, 2018).

Dalam mengespos percakapan dalam bentuk *tweet*, komunitas *cryptocurrency* juga menggunakan *hashtags* dalam bentuk simbol # untuk mengkategorikan percakapan tersebut ke dalam kategori tertentu. Untuk topik seputar *cryptocurrency*, penggunaan *hashtags* juga seringkali digunakan untuk menggolongkan topik percakapan berdasarkan jenis dan nama dari *cryptocurrency* (Abraham, Higdon, Nelson, & Ibarra, 2018). Contoh penggunaan *hashtags* untuk untuk *cryptocurrencies* adalah #DOGE, #BTC, #ETH, #XRP.

Media sosial Twitter juga menyediakan *cashtags* untuk mempromosikan topik diskusi dan informasi seputar keuangan, seperti *stocks* atau *cryptocurrencies*. *Cashtags* tersebut berupa simbol \$ untuk menyebutkan nama sebuah *cryptocurrency* yang diletakkan pada awalan simbol *cryptocurrency* tersebut (Mirtaheri, Abu-El-Haija, Morstatter, Steeg, & Galstyan, 2019). Sebagai

contoh untuk Dogecoin maka penulisan dengan *cashtags* adalah \$DOGE.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode Netnografi Digital untuk mengetahui pola jaringan komunikasi komunitas *cryptocurrency* Dogecoin di Twitter.

Netnografi mempertahankan dasar dari metode etnografi namun telah beradaptasi dengan perkembangan komunikasi termediasi melalui internet (Morais, Santos, & Gonçalves, 2020). Metode netnografi cocok digunakan sebagai pendekatan untuk memahami dinamika sosial yang terjadi di dalam komunitas *virtual* (Pathak & Pathak-Shelat, 2017).

Netnografi merupakan metode yang dapat memberikan efisiensi biaya dan waktu dibandingkan metode lainnya karena dengan menggunakan perkembangan teknologi maka arsip data yang tersimpan secara *online* dapat diakses dan dikategorikan dengan cepat (Kozinets, 2018). Penarikan dan klasifikasi data dalam jumlah yang besar atau disebut sebagai *big data* dapat dikombinasikan dengan metode netnografi untuk memahami interaksi dan perilaku yang terjadi pada komunitas (Morais et al., 2020).

Penelitian ini khususnya berfokus kepada tipologi netnografi digital, yaitu metode yang berfokus kepada fenomena global dan menggunakan analisa teknis dan data statistik untuk mendeteksi pola dan memahami interaksi yang ada (Kozinets, 2018; Morais et al., 2020). Netnografi digital dapat memberikan pemahaman budaya

dan kebiasaan berdasarkan pola yang dicari sesuai dengan tujuan penelitian. Pola tersebut dapat dilihat dari infrastruktur jaringan *sociocultural* yang didapat dari hasil analisa data (Kozinets, 2018). Lebih lanjut, Kozinets (2018) menyatakan bahwa *insight* mengenai budaya yang didapatkan dari netnografi meliputi elemen - elemen budaya seperti penggunaan bahasa, ritual, peran, identitas, nilai, cerita, mitos, dan arti yang tersirat.

Proses Netnografi dapat dibagi menjadi beberapa tahap yaitu *research planning* dan *cultural entrée*, *data collection*, *data interpretation*, *ensuring ethical standard*, dan *research representation* (Kozinets, dikutip dalam Del Vecchio, Mele, Passiante, Vrontis, & Fanuli, 2020). Beberapa netnografer telah melakukan adaptasi tahapan netnografer sesuai dengan rancangan penelitian masing - masing (Costello, McDermott, & Wallace, 2017).

a. Research planning dan cultural entrée

Pada tahap ini penelitian menetapkan konteks dan tujuan dari proses netnografi yang akan dilakukan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pola jaringan komunikasi dari komunitas *cryptocurrency* Dogecoin pada Twitter.

Peneliti sebagai netnografer telah terlibat dan melakukan observasi komunitas sejak Februari 2021 dengan fokus pengambilan data pada bulan April - Mei 2021. Rentang waktu tersebut dipilih karena terdapat

beberapa peristiwa penting pada komunitas Dogecoin terutama terkait dengan *hype* yang terjadi dan adanya lonjakan nilai tukar Dogecoin. Peristiwa tersebut antara lain adalah pelonjakan nilai tukar sebesar 800% pada bulan Januari 2021 dan dilanjutkan dengan lonjakan sebesar 400% pada bulan April 2021, kemudian adanya perayaan Doge Day pada tanggal 20 April yang disusul dengan menurunnya nilai tukar sebesar 20%, kemudian tampilnya Elon Musk pada acara Saturday Night Live yang membicarakan mengenai Doge Father, dan disusul dengan tweet Elon Musk pada tanggal 9 Mei yang menyatakan bahwa SpaceX yaitu perusahaan roket komersial miliknya akan menerima Dogecoin sebagai alat pembayaran.

b. Data Collection dan Data Interpretation

Komunitas yang dituju pada penelitian ini tidak terbatas pada komunitas yang dibentuk oleh akun - akun tertentu, namun keseluruhan komunitas Dogecoin pada Twitter yang terdiri dari akun - akun komunitas maupun akun individual yang tidak tergabung pada akun komunitas manapun, serta berdiskusi dengan topik yang sama yaitu seputar Dogecoin. Fokus penelitian ini adalah kepada jenis komunitas *interest communities* yaitu komunitas yang mendiskusikan topik sesuai dengan ketertarikan dari masing - masing anggotanya (Laudon dan Traver, dikutip dalam Priyowidodo, 2019).

Penelitian ini menggunakan *social network analysis tools* untuk mengambil dan memonitor data pada media sosial Twitter. *Tools* yang digunakan yaitu Brand24 dan Netlytic.

Menurut Del Vecchio et al. (2020) Brand24 merupakan *social media monitoring tools* yang dapat memberikan data statistik media sosial secara konsisten dalam jangka waktu tertentu. Pada penelitian ini Brand24 akan digunakan untuk melakukan *data mining* semua *mentions* yang ada pada Twitter dengan kata kunci "doge" pada tanggal 1 April - 9 Mei 2021. Pengambilan data difokuskan kepada *mentions* dalam *tweets* berbahasa Inggris. Brand24 digunakan untuk melakukan kategorisasi data dan *text analysis* berdasarkan kata kunci dan *hashtags*. Selain itu Brand24 digunakan untuk mendapatkan data para *influencers* seputar topik Dogecoin.

Netlytic adalah *social network analysis tools* yang dapat digunakan untuk melakukan *data mining* berupa percakapan pada media sosial dan dapat memberikan visualisasi jaringan komunikasi berdasarkan jenis interaksi dan topik (Gruzd et al., 2016). Selain itu Netlytic juga dapat digunakan untuk melihat data struktur jaringan seperti *diameter*, *density*, *reciprocity*, *centralization* dan *modularity* (Tjahyana, 2020). Pada penelitian ini pengambilan data pada Netlytic terbatas pada sampel data sejumlah 10.000 untuk setiap data set, dikarenakan jenis akun peneliti ada pada level *tier 2* pada Netlytic. Sehingga data akan diambil pada tanggal - tanggal tertentu

bertepatan dengan kejadian yang akan disorot pada komunitas Dogecoin.

Interpretasi data akan didasarkan pada konsep komunitas virtual, *sense of community*, pola dan struktur jaringan komunikasi, serta elemen budaya pada komunitas.

c. *Ensuring Ethical Standard*

Untuk memastikan penelitian ini tidak menyalahi standard etika, maka netnografer memastikan beberapa hal seperti apakah komunitas, grup ataupun akun pribadi yang akan dijadikan sumber data berjenis *public* atau *private* dan apakah ada konsensus diperlukan untuk mempublikasikan akun atau komunitas terutama yang berjenis *private* (Annisa, 2019).

d. *Research Representation*

Penelitian ini akan merepresentasikan pola jaringan komunikasi komunitas *cryptocurrency* Dogecoin yang ada di Twitter, dengan melihat data struktur jaringan, *sense of community*, dan beberapa elemen budaya yang telah diinterpretasikan sebelumnya.

Dalam representasi penelitian, netnografer harus memastikan dalam posisi netral dan tidak terpengaruh pada kontradiksi internal, memperhatikan etika terkait anonimitas, memiliki data pendukung yang akurat, mempunyai buktis yang cukup dan relevan, serta dapat memetakan antara dunia *online* dan dunia nyata (Kozinets,

dikutip dalam Andriane, Handayani, & Pinem, 2019).

Pembahasan

Algoritma Twitter tidak membatasi pengguna hanya melihat tweets dari akun yang di-follow, namun pengguna juga dapat dengan mudah melihat semua tweets terkini tentang topik yang di-follow pada halaman *home* pengguna. *Update* tersebut meliputi tweets yang terkini maupun yang terpopuler pada sebuah topik yang diikuti. Selain itu pengguna juga dapat dengan mudah menemukan tweets terkini dan terpopuler berdasarkan kata kunci dan *hashtags* tertentu. Algoritma Twitter juga akan merekomendasikan tweets sesuai dengan topik yang disukai oleh pengguna (Gotter, 2019).

Lebih lanjut pengguna juga dapat berinteraksi dengan pengguna lain yang mengepos tweet mengenai topik yang diikuti dengan cara *like*, *reply*, *retweet*, *quote*, dan *mention*. Tentu saja interaksi hanya dapat dilakukan dengan pengguna yang memiliki tipe akun *public*. Sehingga interaksi komunitas yang terbentuk pada Twitter tidak terbatas pada akun - akun tertentu saja (Gotter, 2019).

Demikian pula dengan komunitas *cryptocurrency* Dogecoin pada Twitter, terdiri dari pengguna Twitter yang dapat bertemu dan saling berinteraksi satu sama lain dengan bebas tanpa harus mengikuti akun - akun tertentu. Interaksi tersebut terjadi ketika

pengguna melihat rekomendasi tweet terkini dan terpopuler dari topik Dogecoin dan memutuskan untuk berinteraksi dalam bentuk *like*, *reply*, *mention*, *quote* dan *retweet*. Setelah itu pengguna dapat memutuskan untuk *follow* akun - akun tertentu untuk memastikan mereka tidak tertinggal *update* dari percakapan yang diikuti.

Agar tweet seorang pengguna mengenai Dogecoin dapat muncul sebagai rekomendasi terkini atau terpopuler, diperlukan adanya kata kunci seputar Dogecoin atau memberikan *hashtags* dan *cashtags* Dogecoin pada tweet yang dipos. Oleh karena itu agar dapat tergabung dan berinteraksi dengan komunitas Dogecoin pada Twitter tidak diperlukan adanya keanggotaan khusus yang terpusat pada akun tertentu. Jika seorang pengguna mengepos tweet dengan kata kunci, *hashtags* dan *cashtags* seputar Dogecoin, maka pengguna tersebut dapat terlibat dan berinteraksi di dalam komunitas Dogecoin pada Twitter.

Adapun dari proses *data mining* yang dilakukan dengan *tools* Brand24, didapatkan sejumlah 574.688 *mentions* pada media sosial Twitter dengan kata kunci "Doge" pada rentang waktu tanggal 1 April - 9 Mei 2021. Melalui *tools* Brand24, *mentions* tersebut dikategorikan lagi berdasarkan kata kunci lain, *hashtags*, dan *cashtags* Dogecoin.

Tabel 1 Jumlah *mentions* berdasarkan *hashtags* populer

<i>Hashtags</i>	Jumlah <i>mentions</i>
#Doge	266.041
#Dogecoin	130.939
#Dogearmy	40.623
#Dogecointhemoon	31.986
#Dogecoinrise	24.551
#Dogeday	21.208
#Dogecoins	14.033
#Dogeinthemoon	11.797
#Dogefather	11.404

Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Brand24

Tabel 2 Jumlah *mentions* berdasarkan *cashtags* populer

<i>Cashtags</i>	Jumlah <i>mentions</i>
\$doge	196.050
\$dogecoin	467

Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Brand24

Selain itu *tweets* yang diposting memiliki motivasi tertentu sesuai dengan faktor - faktor yang ada prinsip *sense of community*. Penggunaan *hashtags*, *cashtags* dan kata kunci tertentu menunjukkan motivasi dari *tweets* tersebut.

a. Pola komunikasi yang didasarkan pada konsep *sense of community*.

Lizzo & Liechty (2020) menemukan bahwa faktor *membership* yang muncul dalam *sense of community* ditandai dengan penggunaan simbol, kalimat, ataupun kata yang merupakan keunikan

dari sebuah komunitas. Hal ini juga merupakan ekspresi dari rasa bangga menjadi bagian dari sebuah komunitas, dan merupakan cara untuk berbagi pengalaman dengan anggota komunitas yang lain (Lizzo & Liechty, 2020). Dalam berinteraksi, komunitas Dogecoin pada Twitter menggunakan beberapa *hashtags* dan *cashtags* serta kata kunci untuk menunjukkan kebanggaan mereka menjadi bagian dari komunitas Dogecoin. Seperti yang terlihat pada Tabel 1, terdapat *hashtags* yang disertakan dalam *tweets* yang diposting oleh anggota komunitas. *Hashtags* yang banyak digunakan adalah #Doge, #Dogecoin, dan #Dogearmy yang bertujuan untuk memberikan identitas dan memperkenalkan diri sebagai bagian dari komunitas Dogecoin. Komunitas Dogecoin terdiri dari investor *cryptocurrency* dari seluruh dunia dan meskipun tidak saling mengenal namun dengan menggunakan *hashtags* tersebut pada *tweets*, maka mereka akan dikenali sebagai bagian dari komunitas. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Naranjo-Zolotov, Oliveira, Casteleyn, & Irani, 2019) tentang prinsip *membership* pada komunitas virtual, di mana anggota komunitas akan merasa menjadi bagian dari sebuah komunitas meskipun tidak saling mengenal satu sama lainnya sebelumnya.

Selain itu, penggunaan *cashtags* \$Doge dan \$Dogecoin seperti yang terlihat pada Tabel 2, mengindikasikan bahwa selain ingin dikenal sebagai bagian dari komunitas Dogecoin, mereka juga ingin dikenal sebagai

bagian dari komunitas yang lebih luas, yaitu komunitas yang tergabung dalam topik *finance* pada Twitter. Sesuai dengan fungsi penggunaan *cashtags* yaitu agar pengguna Twitter dapat dikenal dan terlibat dalam berbagai diskusi seputar *finance* yang tentunya tidak terbatas pada topik *cryptocurrency* saja (Evans, Owda, Crockett, & Vilas, 2019). Penggunaan *cashtags* tersebut juga menunjukkan adanya faktor *influence* dalam *sense of community* yaitu adanya keinginan untuk memberikan pengaruh tidak hanya di dalam komunitas itu sendiri namun juga menjangkau dunia di luar komunitas yang lebih luas (Lizzo & Liechty, 2020). Dalam konteks komunitas Dogecoin, mereka yang menggunakan tidak hanya *hashtags* sebagai identitas, namun juga menggunakan *cashtags*, dapat dikatakan ingin berkontribusi dan memberikan pengaruh lebih luas pada komunitas *cryptocurrency* dan *finance* pada umumnya.

Menurut Klein, Pham Thu, & Walther (2018), *cryptocurrency* memiliki *volatility* yang tinggi dibanding aset lain seperti emas. *Volatility* yang tinggi ini ditandai secara terus menerus dengan adanya penurunan nilai tukar secara drastis sehingga para investor dapat mengambil keuntungan sebesar - besarnya pada saat pergerakan nilai tukar berada di puncak. Selain itu tingginya *volatility* juga disebabkan adanya peristiwa ataupun perubahan regulasi dan legalitas dari *cryptocurrency* (Klein et al., 2018).

Dogecoin juga memiliki *volatility* yang tinggi dan pergerakan nilai tukar tidak hanya ditentukan oleh perilaku investor yang ingin mengambil keuntungan ataupun regulasi yang ada, namun juga oleh *issue* yang digerakkan oleh *public profiles* pada media sosial seperti beberapa *tweet* dari Elon Musk yang selalu disusul dengan kenaikan nilai tukar Dogecoin (Chohan, 2017). Tingginya *volatility* ini tentunya dapat membawa kekhawatiran pada para investor Dogecoin, meskipun sebenarnya *volatility* juga membuka kesempatan untuk mendapatkan keuntungan terutama bagi investor yang menyukai *scalping* atau *swing trading*.

Lebih lanjut, komunitas Dogecoin pada Twitter menjadi tempat bagi para investor untuk mencari informasi seputar *issue* terkini, pergerakan nilai tukar Dogecoin dan tentu saja memantau *tweets* terkini dari para *public profiles* dan *influencers* Dogecoin. Selain itu para investor juga mencari konfirmasi dan prediksi nilai tukar serta waktu yang tepat untuk menjual dan membeli Dogecoin.

Komunitas Dogecoin pada Twitter menjadi tempat yang tepat untuk mencari semua informasi dan konfirmasi tersebut, karena banyaknya *tweets* baik dari *top public profiles* dan *influencers* maupun dari masing - masing anggota komunitas yang berbagi pengalaman dan memberikan semangat. Selain itu, komunitas Dogecoin menjadi tempat untuk mencurahkan emosi dan perasaan, terutama jika mendapatkan keuntungan ketika nilai tukar Dogecoin

mengalami kenaikan ataupun kerugian yang diakibatkan dari penurunan drastis nilai tukar Dogecoin secara mendadak. Hal ini sesuai dengan faktor *integration and fulfillment of needs* serta *shared emotional connection* pada *sense of community* di mana anggota komunitas saling memenuhi kebutuhan, berbagi serta mencurahkan perasaan dan emosi (Lizzo & Liechty, 2020).

Penggunaan *hashtags* dan kata kunci tertentu menjadi penanda bahwa para investor yang juga adalah anggota komunitas Dogecoin saling berbagi pengalaman, perasaan dan dukungan satu sama lainnya. Seperti terlihat pada Tabel 1 terdapat *hashtags* populer yang digunakan untuk memberi semangat seperti *#Dogecointhemoon* dan *#Dogecoinrise*, yang memberikan semangat bahwa nilai tukar Dogecoin akan mengalami kenaikan yang sangat tinggi. Kemudian dapat juga dilihat pada Tabel 3 adanya kata kunci populer seperti *moon*, *buy*, *pump*, *hold*, *hodl*, *mars*, dan *dip* yang digunakan untuk memberikan semangat dan dukungan untuk membeli dan bertahan menjadi *holder* dari Dogecoin. Terdapat juga kata kunci SNL dan *hashtags* *#Dogefather*, yang terkait dengan *tweets* dari Elon Musk bahwa ia akan menjadi *host* dari acara Saturday Night Live (SNL) pada tanggal 8 Mei 2021 dan pada saat itu ia akan membicarakan mengenai *#Dogefather*.

"*The Dogefather SNL May 8*" (Elon Musk, 2021a)

Tweet tersebut mendapat sambutan yang luar biasa dari komunitas, dan banyak tweet yang menggunakan kata kunci SNL dan

hashtags *#Dogefather* dengan tujuan untuk memberikan semangat dan harapan bahwa pada acara tersebut akan menjadi peristiwa penting untuk *cryptocurrency* Dogecon.

Tabel 3 Jumlah *mentions* berdasarkan kata kunci populer

Kata Kunci	Jumlah mentions
<i>doge</i>	574.688
<i>moon</i>	105.199
<i>buy</i>	53.160
<i>pump</i>	30.510
<i>hold</i>	23.342
<i>sell</i>	17.971
<i>hodl</i>	17.769
<i>spaceX</i>	15.916
<i>give</i>	14.247
SNL	12.376
<i>mars</i>	10.806
<i>dip</i>	8.887

Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Brand24

Terdapat pula kata kunci *SpaceX* yang cukup banyak dipakai dalam *tweets*, sebagai antusiasme dari komunitas terhadap *tweet* Elon Musk pada tanggal 9 Mei 2021, yaitu sehari setelah penampilannya di SNL.

"*SpaceX launching satellite Doge-1 to the moon next year*

– *Mission paid for in Doge*

– *1st crypto in space*

– *1st meme in space*

To the moooooonnn!!"

(Elon Musk, 2021b)

Pada *tweet* tersebut Elon Musk mengumumkan bahwa *SpaceX*, perusahaan roket komersial miliknya, akan menerima Dogecoin sebagai salah satu alat pembayaran. Hal ini tentunya

memberikan nilai tambah kepada Dogecoin sebagai sebuah *cryptocurrency* yang telah diperhitungkan secara serius. Penggunaan kata kunci *SpaceX* tentunya dimaksudkan untuk menjadi penyemangat dan harapan kepada semua investor bahwa Dogecoin tidak lagi menjadi *meme coins* dan akan mengalami peningkatan nilai tukar.

Kemudian terdapat pula *hashtag* *#Dogeday*, yang mengajak para komunitas untuk menantikan Doge Day, yaitu perayaan hari Dogecoin pada tanggal 20 April 2021. Tentunya komunitas sangat antusias menyambut Doge Day dan banyak *tweets* yang berisi harapan bahwa Dogecoin akan mengalami pelonjakkan nilai tukar pada hari itu. Namun sayangnya kenyataan yang terjadi justru sebaliknya, karena mendekati Doge Day, justru nilai tukar Dogecoin mengalami penurunan 20%. Meskipun penurunan itu tidak signifikan dibandingkan kenaikan 400% pada tanggal 15 April 2021, namun tetap banyak investor yang juga merupakan anggota komunitas meragukan Dogecoin dan memutuskan untuk menjual Dogecoin yang dimiliki. Pada saat itulah banyak anggota komunitas dan juga *public profiles* dan *influencers* yang memberikan semangat agar investor tetap *hold* atau *hodl* dan tidak *dump* atau *sell* Dogecoin mereka. Bahkan terdapat ajakan untuk justru *buy* di saat posisi *dip*. Itulah sebabnya kata kunci *hold*, *hodl*, *dump*, *sell* dan *dip* menjadi populer pada saat itu. Seperti *Tweet* dari seorang *podcaster* dan *influencer* Ben Baller mengandung

ajakan dan semangat bagi para investor untuk tetap *hodl* Dogecoin.

"YALL THOUGHT I SOLD!!!
NO I DID NOT. EVEN AFTER WE HIT
\$1.00 USD I WILL NOT SELL!
1. #HODL
2. Coinbase will pick up #Doge
3. Elon will take a #Dogecoin to the
moon.
4. We aiming for over \$1.00
#DogeArmy stop playing! Everyone
HODL!
(BEN BALLER™, 2021)

Kata kunci *hodl* sebenarnya adalah kesalahan ejaan yang disengaja dari kata *hold* dan merupakan salah satu kata kunci yang populer pada komunitas *cryptocurrency*. *Hold* adalah singkatan dari "*hold on for dear life*". Arti yang terkandung dari *hodl* adalah tetap mempertahankan sebuah *cryptocurrency* dan tidak menjual dalam kondisi apapun (Frankenfield, 2020). Ajakan untuk *hodl* tersebut tentunya memberikan pesan bahwa Dogecoin adalah *cryptocurrency* yang berharga untuk diperhatikan serta memiliki masa depan yang menjajikan.

Sedangkan kata kunci *dip* yang juga sering dipakai untuk memberikan semangat di saat nilai tukar mengalami penurunan, sebenarnya merupakan bagian dari frasa "*buy the dips*" yang artinya membeli di saat nilai sebuah *cryptocurrency* mengalami penurunan, sehingga nantinya akan mendapat keuntungan yang lebih banyak ketika nilai tukar berada di posisi puncak (Mitchell, 2021). Seperti terlihat pada *tweet* dari seorang *influencer* Dogecoin dengan akun @Dogecoin.

"#Doge - buy the dip 🚀🌙
#Dogecoin"
(Dogecoin, 2021)

Tentunya kata kunci *dip* ini dipakai untuk memberikan semangat dan harapan agar tidak menjual bahkan justru membeli saat nilai tukar *Dogecoin* berada di posisi rendah karena adanya keyakinan bahwa nantinya nilai tukar tersebut akan kembali pada posisi puncak dan memberikan keuntungan besar.

Kekhawatiran para investor terhadap tingginya *volatility* *Dogecoin* seringkali membuat investor tidak mau lagi untuk *hold* dan menjual *Dogecoin* mereka, terutama ketika terjadi penurunan nilai tukar. Sebaliknya jika melihat dari teori *the greater fool* yang memandang bahwa nilai sebuah *cryptocurrency* tergantung dari banyaknya investor yang mau membeli *cryptocurrency* tersebut, maka sangat penting agar para investor tetap bertahan menjadi *holder* *Dogecoin*. Oleh karena itu banyak *public profiles* dan *influencers* yang menggunakan pengaruh mereka untuk mencegah investor menjual *Dogecoin*. Seperti terlihat pada Tabel 4, terdapat *top public profiles* menurut data dari Brand24 yang memiliki *voice of share* dan *influences* tertinggi.

Voice of share pada Brand24 adalah pengukuran visibilitas sebuah *brand* atau *public profiles* pada berbagai *channels* yang dihitung dari banyaknya *mentions* dan *engagement* seperti jumlah *impressions*, *share*, *hashtags*, dan *reach* dan membandingkannya dengan seluruh *market* sejenis (Marta,

2020). Sedangkan *influences* pada Brand24 merupakan kompilasi dari data *followers*, *mentions*, *reach* dan *interactions* atau *engagements* seorang *public profiles* pada media sosial (Tom, 2017). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin besar angka *voice of share* dan *influence* seseorang artinya ia adalah *public profiles* yang memiliki pengaruh kuat pada sebuah komunitas di media sosial. Pada Tabel 4 terdapat daftar *Top 10 Public Profiles* pada komunitas *Dogecoin*.

Tabel 4 *Top 10 Public Profiles* Komunitas *Dogecoin* pada Twitter

Public Profiles	Voice Share	Influences
<i>elonmusk</i>	17.078%	115 Juta
<i>bmurphypointman</i>	4.584%	31 Juta
<i>MeekMill</i>	2.485%	17 Juta
<i>cryptunez</i>	1.504%	10 Juta
<i>cz_binance</i>	1.298%	8.7 Juta
<i>DailyDogeUpdate</i>	1.241%	8.4 Juta
<i>davidgokhshtein</i>	0.987%	6.6 Juta
<i>mcuban</i>	0.949%	6.4 Juta
<i>binance</i>	0.89%	6.0 Juta
<i>DogecoinRise</i>	0.831%	5.6 Juta

Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Brand24

Tidak hanya Elon Musk, seperti terlihat pada Tabel 4, terdapat *public profiles* lain seperti Changpeng Zhao dengan akun *cz_binance* yaitu CEO dari *cryptocurrency* *Binance*. Changpeng Zhao mengepos tweet yang menyatakan bahwa ia telah meremehkan beberapa *cryptocurrency* termasuk diantaranya adalah *Dogecoin*. Tweet tersebut berbunyi :

"I under estimated \$DOGE, and #ETH, and #BTC, and #BNB, and many more. Not financial advice." (CZ  Binance, 2021)

Tweet dari Changpeng Zhao tersebut sebenarnya ingin mengatakan bahwa Dogecoin setara dengan *cryptocurrencies* lainnya yang termasuk dalam urutan teratas dalam *cryptocurrency market cap*. Tentunya hal ini memberikan dukungan dan semangat kepada para investor Dogecoin. Tweet lainnya datang dari *public profile* bernama David Gokhshtein, yaitu seorang pengusaha dan *Forbes Financial Council*.

"Amazon thinking about accepting \$DOGE as payment according to @newsbtc." (David Gokhshtein, 2021)

Tweet dari David Gokhshtein tersebut juga memberikan konfirmasi bahwa Dogecoin mulai diperhitungkan secara serius oleh perusahaan besar seperti Amazon sebagai alat pembayaran transaksi. Selain itu terdapat tweet dari akun *public profile* seorang *influencer* Dogecoin @cryptunez :

"if \$DOGE goes over \$1 in the next 24 hours i will give everyone that retweets this 1,000 \$DOGE."

(\$DOGE TO \$2   (69 IQ), 2021)

Tweet dari @cryptunez tersebut pada dasarnya ingin memberikan semangat dan harapan bahwa Dogecoin akan memiliki nilai tukar sebesar \$1 dalam waktu cepat. Kemudian seperti yang dijanjikan oleh @cryptunez bahwa ia akan memberikan sejumlah Dogecoin kepada semua orang yang *retweet*, maka banyak juga

para *influencers* lain yang melakukan hal yang sama. Mereka mengadakan *giveaway* dengan memberikan sejumlah Dogecoin jika suatu kondisi terpenuhi, seperti *retweet* dan *follow* akun pemberi Dogecoin tersebut. Seperti terlihat pula pada Tabel 3 bahwa kata kunci *give* sering pula digunakan dalam tweet. Hal ini menunjukkan bahwa Dogecoin adalah *cryptocurrency* yang diperhitungkan dan menjanjikan sehingga dapat menarik komunitas untuk mengikuti *giveaway* tersebut. Berikut adalah contoh tweet *giveaway* yang dilakukan oleh seorang *micro - influencer* dengan akun @ChairwomanDoge :

"NEWS ALERT : Reminder: At 10,000 followers I will be giving away \$1000 worth of \$DOGE to a lucky follower. Like, retweet and follow to be entered. One follower will be randomly chosen! This will be my last giveaway #dogecoin." (DogeCoin Chairwoman, 2021)

b. Pola komunikasi yang didasarkan pada struktur jaringan komunikasi

Pengambilan data melalui *tools* Netlytic telah memberikan data pengukuran struktur jaringan komunikasi komunitas Dogecoin di Twitter. Karena keterbatasan jenis akun Tier 2 yang dimiliki oleh peneliti maka setiap *data set* pada Netlytic hanya bisa menampung 10.000 *mentions*. Pada penelitian ini telah diambil beberapa *data sets* namun yang akan diambil sebagai sampel data analisa adalah penarikan data terkini yaitu pada akhir periode penelitian ini, dikarenakan telah

terjadi beberapa peristiwa sebelumnya yang tentunya akan memengaruhi juga pola komunikasi komunitas secara keseluruhan. Data yang dipakai adalah penarikan *mentions* pada Twitter untuk kata kunci Doge, dan berhasil menarik data sebanyak 10.000 *mentions* pada tanggal 9 Mei 2021.

Netlytic menyediakan beberapa fungsi untuk menganalisa struktur jaringan, diantaranya adalah *network analysis* berdasarkan dua tipe jaringan komunikasi yaitu *chain network* dan *name network*. Gruzd et al. (2016) menyatakan bahwa *chain network* menggambarkan relasi antar partisipan secara langsung dalam bentuk *replies*. Sedangkan *name network* dapat digunakan untuk melihat relasi antar partisipan dalam bentuk *mentions* nama atau nama akun pada media sosial.

Netlytic juga menyediakan visualisasi data jaringan seperti yang terlihat pada Gambar 1 dan 2. Sedangkan data pengukuran struktur jaringan ada pada Tabel 5 dan 6. Pada Gambar 1 terlihat visualisasi dari *chain network* yang memperlihatkan pola jaringan komunikasi yang didasarkan pada relasi dalam bentuk *replies*. Dapat dilihat pada gambar *chain network* tersebut terdapat 2 pola *clusters* yang terbentuk.

Pola *clusters* yang pertama yaitu adanya beberapa *clusters* besar di mana masing - masing *cluster* terdiri dari banyak *nodes* dan terpusat pada beberapa *dominant actors*. Para aktor yang mendominasi tersebut dapat terdiri dari *public profiles* ataupun *influencers*. Hal ini menunjukkan bahwa

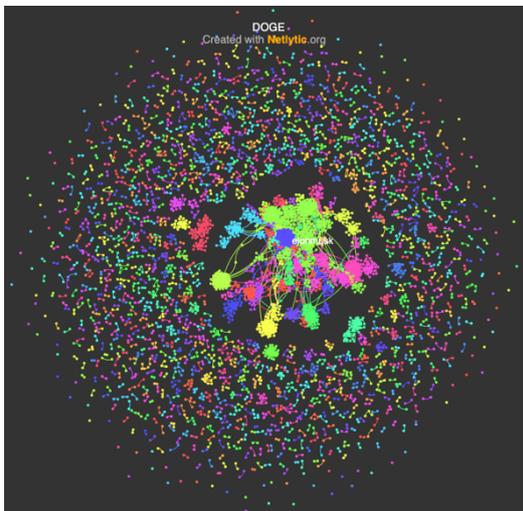
terjadi interaksi berupa *replies* dari para anggota komunitas terhadap tweets dari para *public profiles* dan *influencers*. Beberapa *clusters* yang terpusat tersebut dapat dilihat terletak pada pusat jaringan.

Sedangkan pola *clusters* yang kedua yaitu terdiri dari *clusters* kecil yang hanya terdiri dari 1-3 *nodes* dan tersebar secara bebas memenuhi jaringan serta tidak terpusat pada *dominant actors* tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi interaksi bebas di mana para anggota komunitas saling mengepos tweets dan memberikan *replies* atas kemauan sendiri dan tidak diinisiasi oleh *dominant actors* pada jaringan.

Temuan pola *clusters* yang terlihat pada visualisasi jaringan tersebut juga didukung dengan data pengukuran struktur jaringan pada Tabel 5, yaitu pada properti *centralization* dan *modularity*. Nilai *centralization* yang tinggi, yaitu mendekati angka 1 menunjukkan bahwa interaksi terpusat pada *dominant actors*. Sedangkan jika jauh lebih rendah dari angka 1 artinya interaksi tidak terpusat dan dipengaruhi oleh *dominant actors* (Gruzd et al., 2016).

Kemudian menurut Gruzd et al. (2016) untuk nilai *modularity* yang rendah mendekati angka nol menunjukkan bahwa komunitas terdiri dari kelompok yang koheren dengan topik percakapan yang sama. Sebaliknya, menurut Prihantoro, Rakhman, & Ramadhani (2021), nilai *modularity* yang tinggi mendekati angka 1, menunjukkan bahwa

komunitas tersebut telah terbagi menjadi kelompok atau *clusters* dengan topik pembicaraan yang berbeda dan dipengaruhi pula oleh *dominant actors* yang berbeda pada setiap *cluster*. Jika melihat Tabel 5, maka dapat dilihat bahwa pada *chain network* nilai *centralization* adalah 0.060260 dan *modularity* adalah 0.929600. Nilai tersebut menunjukkan bahwa interaksi berupa *replies* pada komunitas Dogecoin tidak terpusat pada *dominant actors* dan terbagi dalam *clusters* yang beragam dengan topik percakapan yang berbeda - beda. Meskipun terdapat beberapa *top public profiles* pada komunitas Dogecoin, namun masing - masing anggota komunitas memiliki inisiatif untuk mengepos *tweets* dan memberikan *replies* tanpa menunggu adanya pengaruh dan ajakan dari *top profiles*.



Gambar 1 Visualisasi Jaringan Komunikasi Dogecoin dengan struktur *Chain Network*
 Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Netlytic

Tabel 5 Pengukuran *Chain Network* Dogecoin

Properti	Nilai
<i>Diameter</i>	11
<i>Density</i>	0.0001425
<i>Reciprocity</i>	0.045050
<i>Centralization</i>	0.060260
<i>Modularity</i>	0.929600

*Posters with ties : 3.980

Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Netlytic

Selain itu terdapat pula pengukuran *reciprocity*, di mana jika nilai *reciprocity* adalah 1 artinya terdapat komunikasi dua arah antar semua *nodes* yang ada pada sebuah jaringan komunikasi, dan hal tersebut adalah kondisi yang hampir tidak pernah terjadi pada media sosial, dikarenakan jumlah *nodes* yang sangat banyak (Gruzd et al., 2016). Seperti terlihat pada Tabel 5 bahwa nilai *reciprocity* adalah 0.045050, maka dapat dikatakan bahwa nilai *reciprocity* mendekati angka 0 dan hal tersebut menunjukkan jarang terjadi komunikasi dua arah antar anggota komunitas. Dalam *chain network* komunitas Dogecoin, angka *reciprocity* yang rendah menunjukkan bahwa jika terdapat *tweet* maka hanya terdapat interaksi satu arah berupa *reply* kepada *tweet* tersebut, karena seringkali *author* dari *tweet* tersebut tidak merespon kembali. Hal ini dapat terjadi jika *author* adalah seorang *public profiles* dan mendapatkan banyak *replies* sehingga tidak memungkinkan untuk merespon semua *replies* yang ada dan berinteraksi lebih lanjut dengan pemberi *replies*. Selain itu rendahnya *reciprocity* juga dapat memberikan konfirmasi untuk

pernyataan Phillips & Gorse (2018) bahwa banyak pengguna menggunakan media sosial Twitter hanya untuk mendapatkan informasi dan prediksi aset keuangan, dan bukan untuk bersosialisasi lebih lanjut dengan pengguna lainnya dan membicarakan topik selain *cryptocurrency*.

Selanjutnya terdapat properti *diameter* yaitu untuk mengukur jarak antar *nodes* terjauh dalam sebuah jaringan komunikasi. *Diameter* akan menghitung berapa *nodes* yang harus dilalui agar informasi dapat tersampaikan dengan menghitung jarak terpendek antara *nodes* terjauh (Gruzd et al., 2016). Nilai diameter dari *chain network* Dogecoin adalah 11, yang berarti diperlukan 11 *nodes* agar sebuah informasi dapat tersampaikan di antara *nodes* yang terjauh. Semakin tinggi angka *density* artinya akan diperlukan waktu lebih lama untuk persebaran sebuah informasi (Prihantoro et al., 2021).

Selain itu, properti *density* akan menghitung intensitas komunikasi yang terjadi di antara *nodes* dalam sebuah jaringan komunikasi (Samatan, Fatoni, & Murtiasih, 2020). Jika nilai *density* mendekati angka 1 maka menandakan tingginya intensitas komunikasi yang berarti setiap *nodes* berkomunikasi kepada hampir semua *nodes* lain yang ada pada jaringan (Gruzd et al., 2016). Jika melihat nilai *density* pada Tabel 5 yang rendah dan mendekati angka nol, menandakan rendahnya intensitas komunikasi *chain network* Dogecoin. Rendahnya *density* dapat berarti banyak anggota komunitas yang bukan

merupakan *dominant actors* dan memiliki pengaruh kecil pada komunitas, sehingga *tweets* yang diposting tidak mendapat banyak respon dan interaksi dari anggota komunitas yang lainnya (Samatan et al., 2020). Jika melihat tingginya nilai *diameter* dan rendahnya *density* pada *chain network* Dogecon, maka dapat dikatakan bahwa sebagian besar anggota komunitas Dogecoin tidak saling mengenal satu sama lainnya pada dunia nyata dan berasal dari beragam latar belakang diseluruh penjuru dunia. Hal ini juga dapat menjadi sebab rendahnya nilai *density* karena ada keseganan untuk berinteraksi karena tidak saling mengenal satu sama lainnya. Keseganan tersebut bisa jadi disebabkan karena budaya yang berbeda sehingga ada kekuatiran komunikasi tidak tersampaikan dengan baik (Tjahyana, 2020). Namun meskipun tidak saling mengenal sebelumnya, mereka memiliki semangat dan tujuan yang sama untuk saling mendukung dan memberikan semangat pada komunitas Dogecoin dengan mengepos *tweet* menggunakan *hashtags* yang dipakai pada komunitas Dogecoin. Dalam hal ini *hashtags* yang dipakai merupakan cara untuk mengidentifikasi diri sebagai anggota komunitas dan mempersatukan seluruh anggota komunitas yang tersebar dan tidak saling mengenal sebelumnya.

Peneliti sebagai netnografer mencoba untuk membuat *co-created data* berupa *tweet* dengan *hashtags* seputar Dogecoin, untuk melihat interaksi dari komunitas. Adapun *co-*

created data dapat merupakan data yang didapat dari hasil interaksi dan percakapan antara netnografer dengan anggota komunitas. Berikut adalah tweet dari netnografer pada akun @joannetjia:

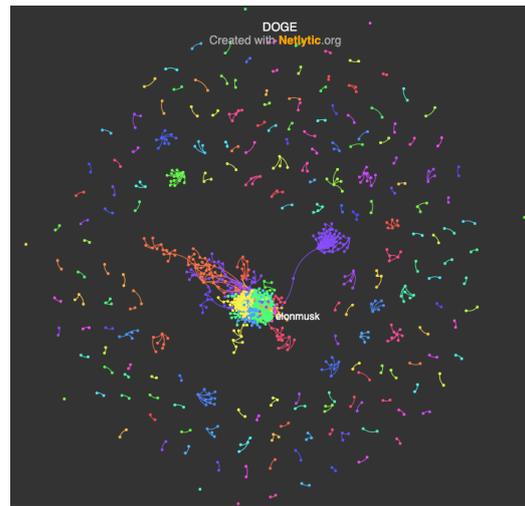
"#DogecoinToTheMoon #dogecoin waiting for the dip to buy again." (Joanne Tjia, 2021)

Kemudian tweet tersebut mendapatkan reply dari akun yang tidak dikenal oleh netnografer dan bukan merupakan follower dari akun @joannetjia. Reply tersebut datang dari akun @RetiredCo857 yang pada dasarnya memberikan dukungan dan semangat untuk terus berharap Dogecoin akan tetap mengalami peningkatan nilai tukar. Tweet tersebut berbunyi:

"andy Grant @RetiredCo857 Replying to @joannetjia
Damn a dip !!! Go #doge go 😊." (Randy Grant, 2021)

Co-created data yang dihasilkan dari interaksi peneliti sebagai netnografer tersebut membuktikan bahwa meskipun tidak saling mengenal, namun anggota komunitas dapat dipertemukan dengan hashtags dan saling memberikan dukungan serta semangat untuk terus menaruh keyakinan pada Dogecoin.

Selanjutnya dapat dilihat pada visualisasi name network Dogecoin pada Gambar 2, di mana terdapat kesamaan pola dengan chain network yaitu terdapat pola komunikasi yang terpusat pada dominant actors dan pola komunikasi antar nodes lain yang tersebar disekitarnya.



Gambar 2 Visualisasi Jaringan Komunikasi Dogecoin dengan struktur Name Network
Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Netlytic

Tabel 6 Pengukuran Name Network Dogecoin

Properti	Nilai
Diameter	6
Density	0.000827
Reciprocity	0.000000
Centralization	0.132500
Modularity	0.808500

*Posters with ties : 685

Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Netlytic

Namun jika dibandingkan dengan chain network pada Gambar 1, maka dapat terlihat bahwa persebaran nodes pada name network tidak sebanyak chain network. Hal ini sesuai dengan perbandingan data posters with ties dari name network hanya 685 sedangkan chain network sebanyak 3.980. Posters with ties adalah banyaknya nodes yang mengepos tweet dan mendapat interaksi dari nodes lainnya. Jumlah posters with ties yang lebih sedikit pada name network menandakan bahwa tidak banyak anggota komunitas yang

melakukan interaksi berupa *mentions* pada anggota lainnya. Hal ini mungkin terjadi karena tidak banyak anggota komunitas yang saling mengenal satu sama lainnya. Namun *mentions* banyak ditujukan kepada para *dominant actors* yang merupakan *top public profiles* maupun *influencers* pada komunitas Dogecoin. Hal tersebut didukung dengan data *centralization* yang dapat dilihat pada Tabel 6, di mana nilai *centralization* pada *name network* adalah 0.132500, yaitu lebih tinggi dari nilai *centralization* pada *chain network* yaitu 0.060260.

Kemudian nilai *reciprocity* pada *name network* adalah 0.000000, di mana artinya hampir tidak terjadi komunikasi dua arah. Hal ini merupakan sesuatu yang wajar terjadi, karena *mentions* lebih banyak terpusat dan ditujukan pada *dominant actors*, dan tentunya tidak memungkinkan bagi para aktor dominan tersebut untuk membalas dan berinteraksi pada semua orang yang melakukan *mentions* kepada akun mereka. Sehingga komunikasi yang terjadi cenderung merupakan komunikasi satu arah berupa *mentions* yang tidak di respon kembali oleh para *dominant actors*.

Jika melihat visualisasi jaringan baik *chain network* pada Gambar 1 dan *name network* pada Gambar 2, maka dapat dilihat adanya beberapa *dominant actors* yang menjadi pusat percakapan. Salah satu *dominant actor* yang menonjol pada kedua *network* adalah Elon Musk. Hal ini sesuai dengan data pada Tabel 4 yaitu daftar *Top 10 Public Profiles* pada komunitas

Dogecoin bahwa Elon Musk dengan akun Twitter @elonmusk, menduduki posisi pertama dari daftar tersebut. Elon Musk memang merupakan *public profiles* yang membawa pengaruh sangat signifikan pada pelonjakan nilai tukar Dogecoin pada tahun 2021. Pengaruh tersebut diawali dengan adanya beberapa tweet yang selalu disusul dengan kenaikan nilai tukar Dogecoin (Chohan, 2017). Pengaruh yang kuat tersebut membuat komunitas Dogecoin menaruh harapan kepada sosok Elon Musk untuk terus memberikan dukungan pada Dogecoin. Sehingga ketika Elon Musk mengepos tweet tentang Dogecoin, selalu mendapatkan interaksi *replies* yang sangat banyak. Selain itu banyak anggota komunitas yang menunjukkan harapan kepada Elon Musk dengan cara *mentions* Elon Musk pada tweet mereka. Menurut data yang didapat menggunakan Brand24, terdapat 95.325 *replies* dan *mentions* kepada @elonmusk dengan kata kunci "Doge" pada periode 1 April - 9 Mei 2021. Berikut adalah contoh tweet yang memberikan *mentions* kepada Elon Musk dari akun @itsALLrisky :

"This #DogeDay is dedicated to the man, the myth, the legend, the Technoking of Tesla, the Emperor of Mars, Destroyer of Shorts, Master of Memes, King of Twitter, Humanity's Best, the one and only:

@ElonMusk!

*On behalf of all of us, THANK YOU!
#DogeDay420 #Doge #420day #Doge420"*

(itsALLrisky, 2021)

Tweet dari @itsALLrisky tersebut telah memperoleh banyak interaksi

berupa *likes* dan *retweets* dari komunitas, yang ditandai dengan *influencer score* pada Brand24 sebesar 9/10.

Berikut adalah contoh tweet yang merupakan *reply* kepada salah satu tweet dari Elon Musk, dari akun @blakestonks :

"@blakestonks Replying to @elonmusk
if doge goes to the moon elon, i will buy my mom a tesla. I love you" (blake, 2021)

Tweet dari @blakestonks tersebut telah memperoleh cukup banyak *likes* dan *retweet* dari komunitas, yang ditandai dengan *influencer score* pada Brand24 sebesar 3/10.

c. Pola komunikasi jaringan *cryptocurrency Dogecoin* pada *Twitter*

Berdasarkan observasi dan analisa maka telah didapatkan pola komunikasi jaringan *cryptocurrency Dogecoin* pada *Twitter*. Pola komunikasi ini dibagi menjadi beberapa tipe berdasarkan urutan dan jenis interaksi yang dilakukan oleh komunitas.

Tipe interaksi pertama yaitu tahap mengidentifikasi diri sebagai anggota komunitas *Dogecoin* dengan cara mengepos *tweet* menggunakan *hashtags* seputar *Dogecoin* seperti #Doge, #Dogecoin, #Dogearmy, dan masih banyak lagi seperti yang dapat dilihat pada Tabel 1. Selain *hashtags* dapat juga menggunakan *cashtags* seperti \$Doge atau \$Dogecoin seperti yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tipe interaksi kedua yaitu memberikan dukungan dan semangat kepada sesama anggota komunitas *Dogecoin* dengan cara mengepos *tweets* dengan kata kunci dan *hashtags* yang bertujuan memberikan harapan dan semangat seperti *moon*, *buy*, *pump*, *hold*, *hodl*, *spaceX*, #Dogeday, #Dogecointhemoon, #Dogefather, dan masih banyak lagi seperti yang dapat dilihat pada Tabel 1 dan Tabel 3.

Tipe interaksi ini juga bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan konfirmasi tentang *Dogecoin* kepada sesama anggota komunitas. Selain itu banyak pula yang menggunakan *tweet* untuk mencurahkan perasaan dan emosi pada komunitas terutama jika mendapat banyak keuntungan ataupun saat mengalami kerugian.

Tipe interaksi ketiga yaitu berinteraksi dengan memberikan *replies* kepada *tweets* anggota komunitas lainnya, yang banyak terjadi secara satu arah karena tidak saling mengenal, dengan tujuan memberikan semangat dan dukungan.

Tipe interaksi keempat yaitu berinteraksi dengan memberikan *mentions* dan *replies* berisi harapan kepada para *top public profiles* yang dipercaya dapat membawa peningkatan pada nilai tukar *Dogecoin*, seperti *mentions* yang banyak ditujukan kepada Elon Musk. Tipe interaksi ini juga banyak terjadi secara satu arah karena tidak adanya balasan dan interaksi lebih lanjut dari para *top public profiles*.

Tipe interaksi kelima yaitu interaksi antara *top public profiles* untuk

memberikan semangat, dukungan dan konfirmasi kepada anggota komunitas untuk terus mempertahankan Dogecoin. Banyak pula terdapat tweet yang merupakan *giveaway* Dogecoin dari para *top public profiles* kepada anggota komunitas. Tipe interaksi ini banyak terjadi secara satu arah karena tidak adanya balasan atau diskusi lebih lanjut dari *top public profiles* kepada mereka yang memberikan *replies* pada tweet mereka.

Kesimpulan

Melalui penelitian dengan metode studi netnografi digital ini maka didapatkan pola jaringan komunikasi komunitas *cryptocurrency* pada Twitter. Pola tersebut didasarkan pada konsep *sense of community* dan analisa struktur jaringan komunikasi. Pola yang ada dibagi menjadi 5 tipe interaksi berdasarkan jenis dan urutan.

Interaksi yang pertama yaitu sebagai tahap untuk mengidentifikasi diri sebagai bagian dari komunitas menggunakan kata kunci, *hashtags* dan *cashtags*. Kemudian tipe interaksi yang kedua yaitu mengemos *tweets* yang bertujuan untuk memberikan semangat, pengetahuan dan konfirmasi.

Selanjutnya tipe interaksi yang ketiga yaitu berinteraksi dengan memberikan *replies* kepada *tweets* dari anggota komunitas lainnya dan dilanjutkan dengan tipe interaksi keempat yaitu memberikan *mentions* dan *replies* berisi harapan kepada *top public profiles* yang dianggap dapat membawa kenaikan nilai tukar Dogecoin. Lebih lanjut, tipe interaksi

kelima yaitu berupa interaksi dari *top public profiles* kepada anggota komunitas untuk memberikan semangat, dukungan dan konfirmasi serta *giveaway* Dogecoin.

Referensi

- \$DOGE TO \$2 📈🚀 (69 IQ). (2021, May 7). If \$DOGE goes over \$1 in the next 24 hours i will give everyone that retweets this 1,000 \$DOGE [Tweet]. Retrieved May 12, 2021, from @cryptunez website: <https://twitter.com/cryptunez/status/1390658509835018243>
- Abraham, J., Higdon, D., Nelson, J., & Ibarra, J. (2018). Cryptocurrency Price Prediction Using Tweet Volumes and Sentiment Analysis. 1(3), 22.
- Andriane, S., Handayani, P. W., & Pinem, A. A. (2019). INFORMATION SHARING AND MECHANISM IN ONLINE COMMUNITY: A NETNOGRAPHY STUDY. *Jurnal Sistem Informasi*, 15(1), 10.
- Annisa, S. (2019). STUDI NETNOGRAFI PADA AKSI BEAT PLASTIC POLLUTION OLEH UNITED NATIONS ENVIRONMENT DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Jurnal ASPIKOM*, 3(6), 1109–1123. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i6.411>
- Aslantas, S. (2021, April 29). Dogecoin (DOGE): Is The Hype Real? Will Hit to \$1? Retrieved May 5, 2021, from Medium website: <https://medium.com/coinmonks/dogecoin-doge-is-the-hype-real-will-hit-to-1-1badd32646db>

- BEN BALLERTM. (2021, April 17). YALL THOUGHT I SOLD!!! NO I DID NOT. EVEN AFTER WE HIT \$1.00 USD I WILL NOT SELL! 1. #HODL 2. Coinbase will pick up #Doge 3. Elon will take a #Dogecoin to the moon. 4. We aiming for over \$1.00 #DogeArmy stop playing! Everyone HODL! [Tweet]. Retrieved May 12, 2021, from @BENBALLER website: <https://twitter.com/BENBALLER/status/1383503713025683459>
- blake. (2021, April 17). @elonmusk if doge goes to the moon elon, i will buy my mom a tesla. I love you [Tweet]. Retrieved May 15, 2021, from @blakestonks website: <https://twitter.com/blakestonks/status/1383233305579966469>
- Browne, R. (2021a, April 16). Dogecoin spikes 400% in a week, stoking fears of a cryptocurrency bubble. Retrieved May 1, 2021, from CNBC website: <https://www.cnbc.com/2021/04/16/dogecoin-doge-price-meme-cryptocurrencys-rise-sparks-bubble-fears.html>
- Browne, R. (2021b, April 28). Dogecoin price surges after tweets from Elon Musk and Mark Cuban. Retrieved May 4, 2021, from CNBC website: <https://www.cnbc.com/2021/04/28/dogecoin-price-surges-after-tweets-from-elon-musk-and-mark-cuban.html>
- Chohan, U. W. (2017). A History of Dogecoin. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3091219>
- Costello, L., McDermott, M.-L., & Wallace, R. (2017). Netnography: Range of Practices, Misperceptions, and Missed Opportunities. *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1), 160940691770064. <https://doi.org/10.1177/1609406917700647>
- CZ  Binance. (2021, May 4). I under estimated \$DOGE, and #ETH, and #BTC, and #BNB, and many more. Not financial advice. [Tweet]. Retrieved May 12, 2021, from @cz_binance website: https://twitter.com/cz_binance/status/1389619160812986369
- David Gokhshtein. (2021, April 20). Amazon thinking about accepting \$DOGE as payment according to @newsbtc. [Tweet]. Retrieved May 12, 2021, from @davidgokhshtein website: <https://twitter.com/davidgokhshtein/status/1384549790311227395>
- Del Vecchio, P., Mele, G., Passiante, G., Vrontis, D., & Fanuli, C. (2020). Detecting customers knowledge from social media big data: Toward an integrated methodological framework based on netnography and business analytics. *Journal of Knowledge Management*, 24(4), 799–821. <https://doi.org/10.1108/JKM-11-2019-0637>
- Dogecoin. (2021, April 18). #Doge— Buy the dip 🚀🌙 #Dogecoin [Tweet]. Retrieved May 15, 2021, from @Investments_CEO website: https://twitter.com/Investments_CEO/status/1383579890448945157
- DogeCoin Chairwoman. (2021, April 23). NEWS ALERT 📢:

- Reminder: At 10,000 followers I will be giving away \$1000 worth of \$DOGE to a lucky follower. Like, retweet and follow to be entered. One follower will be randomly chosen! This will be my last giveaway 🙏 #dogecoin [Tweet]. Retrieved May 12, 2021, from @ChairwomanDoge website:
<https://twitter.com/ChairwomanDoge/status/1385468289049006083>
- Elon Musk. (2021a, April 28). The Dogefather SNL May 8 [Tweet]. Retrieved May 12, 2021, from @elonmusk website:
<https://twitter.com/elonmusk/status/1387290679794089986>
- Elon Musk. (2021b, May 9). SpaceX launching satellite Doge-1 to the moon next year – Mission paid for in Doge – 1st crypto in space – 1st meme in space To the moooooon!!
<https://t.co/xXfjGZVeUW> [Tweet]. Retrieved May 12, 2021, from @elonmusk website:
<https://twitter.com/elonmusk/status/1391523807148527620>
- Eriyanto. (2014). Analisis Jaringan Komunikasi: Strategi Baru dalam Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Evans, L., Owda, M., Crockett, K., & Vilas, A. F. (2019). A methodology for the resolution of cashtag collisions on Twitter – A natural language processing & data fusion approach. *Expert Systems with Applications*, 127, 353–369.
<https://doi.org/10.1016/j.eswa.2019.03.019>
- Frankenfield, J. (2020). HODL. Retrieved May 12, 2021, from Investopedia website:
<https://www.investopedia.com/terms/h/hodl.asp>
- Gotter, A. (2019, October 17). 23 Strategies to Increase Your Twitter Engagement. Retrieved May 15, 2021, from AdEspresso website:
<https://adespresso.com/blog/23-strategies-increase-twitter-engagement/>
- Gruzd, A., Paulin, D., & Haythornthwaite, C. (2016). Analyzing Social Media and Learning Through Content and Social Network Analysis: A Faceted Methodological Approach. *Journal of Learning Analytics*, 3(3), 46–71.
<https://doi.org/10.18608/jla.2016.33.4>
- itsALLrisky. (2021, April 20). This #DogeDay is dedicated to the man, the myth, the legend, the Technoking of Tesla, the Emperor of Mars, Destroyer of Shorts, Master of Memes, King of Twitter, Humanity's Best, the one and only: @ElonMusk! On behalf of all of us, THANK YOU! #DogeDay420 #Doge #420day #Doge420
<https://t.co/JddJT0YItg> [Tweet]. Retrieved May 15, 2021, from @itsALLrisky website:
<https://twitter.com/itsALLrisky/status/1384381034687393793>
- Joanne Tjia. (2021, April 16). #DogeCoinToTheMoon #dogecoin waiting for the dip to buy again 🙏🙏
<https://t.co/GUSWcd48Tz> [Tweet]. Retrieved May 15, 2021, from @joannetjia website:
<https://twitter.com/joannetjia/status/1382885303363403780>
- Klein, T., Pham Thu, H., & Walther, T. (2018). Bitcoin is not the New

- Gold – A comparison of volatility, correlation, and portfolio performance. *International Review of Financial Analysis*, 59, 105–116. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2018.07.010>
- Kozinets, R. V. (2018). Netnography for Management and Business Research. In C. Cassell, A. L. Cunliffe, & G. Grandy, *The SAGE Handbook of Qualitative Business and Management Research Methods: Methods and Challenges*. SAGE Publications Ltd.
- Lizzo, R., & Liechty, T. (2020). The Hogwarts Running Club and Sense of Community: A Netnography of a Virtual Community. *Leisure Sciences*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/01490400.2020.1755751>
- Marta. (2020, July 20). How to measure the share of voice? | Brand24 Blog. Retrieved May 12, 2021, from <https://brand24.com/blog/how-to-measure-the-share-of-voice/>
- Mirtaheri, M., Abu-El-Haija, S., Morstatter, F., Steeg, G. V., & Galstyan, A. (2019). Identifying and Analyzing Cryptocurrency Manipulations in Social Media. ArXiv:1902.03110 [Cs, Stat]. Retrieved from <http://arxiv.org/abs/1902.03110>
- Mitchell, C. (2021). Buy The Dips Definition and Examples. Retrieved May 12, 2021, from Investopedia website: <https://www.investopedia.com/terms/b/buy-the-dips.asp>
- Morais, G. M., Santos, V. F., & Gonçalves, C. A. (2020). Netnography: Origins, foundations, evolution and axiological and methodological development and trends. *The Qualitative Report*, 25(2), 441–445. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2020.4227>
- Naranjo-Zolotov, M., Oliveira, T., Casteleyn, S., & Irani, Z. (2019). Continuous usage of e-participation: The role of the sense of virtual community. *Government Information Quarterly*, 36(3), 536–545. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.05.009>
- Pathak, X., & Pathak-Shelat, M. (2017). Sentiment analysis of virtual brand communities for effective tribal marketing. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 11(1), 16–38. <https://doi.org/10.1108/JRIM-09-2015-0069>
- Phillips, R. C., & Gorse, D. (2018). Mutual-Excitation of Cryptocurrency Market Returns and Social Media Topics. *Proceedings of the 4th International Conference on Frontiers of Educational Technologies - ICFET '18*, 80–86. Moscow, Russian Federation: ACM Press. <https://doi.org/10.1145/3233347.3233370>
- Prihantoro, E., Rakhman, F. R., & Ramadhani, R. W. (2021). Digital Movement of Opinion Mobilization: SNA Study on #Dirumahaja Vs. #Pakaimasker. *Jurnal ASPIKOM*, 6(1), 77. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v6i1.838>
- Priyowidodo, G. (2019). MONOGRAF NETNOGRAFI KOMUNIKASI : Aplikasi Pada Tiga Riset Lapangan. Jakarta: Rajawali Pers.

- Randy Grant. (2021, April 16). @joannetjia Damn a dip !!! Go #doge go 😊 [Tweet]. Retrieved May 15, 2021, from @RetiredCo857 website: <https://twitter.com/RetiredCo857/status/1382885683598086148>
- Samatan, N., Fatoni, A., & Murtiasih, S. (2020). DISASTER COMMUNICATION PATTERNS AND BEHAVIORS ON SOCIAL MEDIA: A STUDY SOCIAL NETWORK #BANJIR2020 ON TWITTER: (Social Network Analysis #Banjir2020 on Twitter). *Humanities & Social Sciences Reviews*, 8(4), 27–36. <https://doi.org/10.18510/hssr.2020.844>
- Tjahyana, L. J. (2020). GERAKAN OPINI DIGITAL #TRUEBEAUTY PADA TWITTER UNTUK PEMERAN FILM ADAPTASI KOMIK WEBTOON. *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 34. <https://doi.org/10.35308/source.v6i1.1759>
- Tom. (2017, March 28). How the Top 100 Influencers Report Was Created | Brand24 Blog. Retrieved May 12, 2021, from <https://brand24.com/blog/how-we-created-a-data-based-report/>
- Voell, Z., & Reynolds, K. (2021, January 28). Hot DOGE! Meme-Based Cryptocurrency Soars More Than 800% to Record High. Retrieved May 2, 2021, from CoinDesk website: <https://www.coindesk.com/dogecoin-price-record-high>
- Wilson, T., Irrera, A., & Chavez-dreyfuss, G. (2021, April 20). Dogecoin cryptocurrency slumps after hashtag-fueled surge to record high. Retrieved May 5, 2021, from Reuters website: <https://www.reuters.com/technology/dogeday-hashtags-help-meme-based-cryptocurrency-dogecoin-hit-new-high-2021-04-20/>

2. Bukti permintaan revisi dari Editor serta bukti artikel yang sudah direvisi dan di submit berdasarkan permintaan Editor pada komentar (15 &17 Mei 2021)

Bukti permintaan revisi dari Editor



Home / User / Author / Submissions / #3188 / Review

#3188 Review

Summary | Review | Editing

Submission

Authors Lady Joanne Tjahyana

Title Studi Netnografi Pola Komunikasi Jaringan Komunitas Cryptocurrency Dogecoin Pada Twitter

Section Artikel

Editor Nanang Krisdinanto

Peer Review

Round 1

Review Version [3188-8172-1-RV.docx](#) 2021-05-15

Initiated 2021-05-19

Last modified 2021-05-24

Uploaded file Reviewer A [3188-8198-1-RV.docx](#) 2021-05-24

Editor Decision

Decision Accept Submission 2021-07-03

Notify Editor Editor/Author Email Record No Comments

Editor Version None

Author Version [3188-8173-1-ED.docx](#) 2021-05-17 [Delete](#)
[3188-8173-2-ED.docx](#) 2021-06-03 [Delete](#)

Upload Author Version No file chosen [Upload](#)



Submit an Article

User

You are logged in as...
joannetjia

» My Journals

» My Profile

» Log Out



- Author Guidelines
- Article Template
- ABOUT THE JOURNAL
- Online Submissions
- Editorial Team
- Reviewer
- Focus and Scope
- Open Access Policy
- Publication Ethics and Malpractice Statement
- Peer Review Process
- Announcements

Bukti artikel yang sudah direvisi dan di submit berdasarkan permintaan Editor pada komentar

Studi Netnografi Pola Komunikasi Jaringan Komunitas Cryptocurrency Dogecoin Pada Twitter

Lady Joanne Tjahyana
Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra
Siwalankerto 121 - 131, Surabaya 60236
Jawa Timur, Indonesia
e-mail : joanne@petra.ac.id

ABSTRACT

Dogecoin was a cryptocurrency that started as a one of meme coins and considered as a joke. However, Dogecoin has become an interesting communication phenomenon in the early 2021. Dogecoin prices has risen 800% in January 2021 and soared to 400% in April 2021. That skyrocketed price could not be separated from the strong support of solid Dogecoin community and top public profiles at Twitter. This research was conducted using digital netnography method to see the communication pattern of Dogecoin community network at Twitter. Data mining and data analysis was done using social network analysis tools which are Netlytic and Brand24 and was conducted from 1 April - 9 May 2021 during several important moments that happened in the community. The research found communication network pattern that includes 5 interaction types within the community. The first interaction type was the stage of identifying themselves as Dogecoin community by posting tweets with Dogecoin's hashtags, cashtags and keywords. The next interaction type was giving support, courage, and pour out feelings and emotions towards the community in the form of tweets, replies, and mentions. Furthermore, the next interaction type was mentions from community to top public profiles in the hope that their influence will affect the rise of Dogecoin price. The last interaction type came from top public profiles to community which containing message to support and encourage the community to keep on holding Dogecoin despite of the volatility of the price.

Keywords: Netnography, Cryptocurrency, Dogecoin, Twitter, Communication Network

ABSTRAK

Dogecoin adalah *cryptocurrency* yang awalnya dianggap sebagai meme coin atau gurauan namun telah menjadi fenomena komunikasi yang menarik pada awal tahun 2021 ini. Meningkatnya nilai tukar sebanyak 800% pada Januari 2021 dan bertambah lagi sebanyak 400% pada April 2021 tidak lepas dari dukungan yang kuat dari jaringan komunitas *cryptocurrency* Dogecoin dan *top public profiles* di media sosial terutama Twitter. Penelitian ini menggunakan studi digital netnography untuk melihat pola jaringan komunikasi komunitas *cryptocurrency* Dogecoin di Twitter. Pengambilan dan pengolahan data difokuskan pada tanggal 1 April - 9 Mei 2021 bertepatan dengan beberapa peristiwa penting, menggunakan *social network analysis tools* Brand24 dan Netlytic. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat 5 tipe interaksi yang merupakan pola komunikasi jaringan Dogecoin. Pola tersebut terbentuk berdasarkan konsep *sense of community* dan analisa struktur jaringan komunikasi. Tipe interaksi tersebut meliputi identifikasi diri sebagai anggota komunitas menggunakan *hashtags*, *cashtags* dan kata kunci, kemudian memberikan semangat, dukungan, mencurahkan perasaan dan emosi dalam bentuk *tweets*, *replies* dan *mentions*. Selanjutnya terdapat tipe interaksi dari komunitas kepada *top public profiles* yang berisi harapan agar mereka dapat memberikan pengaruh untuk menaikkan nilai tukar Dogecoin. Kemudian terdapat tipe interaksi yang berasal dari *top public profiles* kepada komunitas dalam bentuk *tweets* untuk memberikan dukungan, semangat dan konfirmasi agar tidak menjual dan mempertahankan Dogecoin.

Kata kunci: Netnografi, *Cryptocurrency*, Dogecoin, Twitter, Jaringan Komunikasi

Latar Belakang

Dogecoin adalah *cryptocurrency* yang diciptakan oleh Billy Markus dari Portland, Oregon dan Jackson Palmer dari Sydney, Australia pada tahun 2013. *Cryptocurrency* dengan simbol anjing Shiba Inu tersebut pada awalnya dianggap sebagai *internet meme* atau gurauan yang tidak berarti hingga akhirnya mencapai kepopuleritasan pada bulan Januari 2021 yang ditandai dengan meningkatnya nilai tukar sebesar 800%. Melonjaknya nilai tukar Dogecoin tersebut diawali dengan komunitas *cryptocurrency* pada forum Reddit yang ramai membicarakan dan memberikan dukungan kepada Dogecoin. Kemudian dilanjutkan dengan adanya dukungan dari beberapa public figure ternama seperti Elon Musk, Snoop Dog, dan Gene Simmons pada komunitas *cryptocurrency* di Twitter. Elon Musk telah beberapa kali mengeposkan tweet dukungan pada Dogecoin yang telah membuat banyak orang tertarik pada Dogecoin (Voell & Reynolds, 2021). Meningkatnya popularitas Dogecoin terus berlanjut hingga mengalami pelonjakan nilai tukar pada bulan April 2021. Tepatnya pada tanggal 15 April 2021, Elon Musk mengepos tweet gambar internet meme Dogecoin dengan teks "*Doge Barking at the Moon - Miro*" yang disusul dengan kenaikan nilai tukar Dogecoin sebanyak 400% (Browne, 2021a). Tweet dari *public figure* lain seperti Mark Cuban juga telah memberikan pengaruh signifikan kepada lonjakan nilai tukar Dogecoin (Browne, 2021b).

Fenomena Dogecoin ini dianggap sebagai contoh klasik dari *greater fool theory* di mana para investor membeli *cryptocurrency* bukan karena nilai sesungguhnya namun karena mengandalkan banyaknya investor lain yang akan bersama - sama menimbun dan menaikkan nilai tukar sebuah *cryptocurrency* (Browne, 2021a). Namun demikian komunitas Dogecoin tetap menikmati *trend* dan mengikuti *hype* dari *cryptocurrency* tersebut dengan terlibat aktif dalam postingan baik berupa dukungan maupun bersenang - senang dengan *meme* Dogecoin di media sosial. Adpaun *hype* Dogecoin yang secara konstan terjadi pada komunitas justru diperlukan untuk mempertahankan dan menaikkan nilai Dogecoin (Aslantas, 2021).

Nilai tukar Dogecoin juga sempat mengalami penurunan secara cepat yang justru terjadi pada saat Doge Day pada tanggal 20 April 2021. Sebelumnya *hype* komunitas menyambut Doge Day telah viral dengan *hashtag* #DogeDay. Namun justru saat hari perayaan Dogecoin tersebut, nilai tukar mengalami penurunan sebesar 20%. Meskipun tidak signifikan dibanding kenaikan 400% sebelumnya, namun sempat membuat para investor Dogecoin menjadi khawatir. Pada saat itulah komunitas dan *influencers* Dogecoin saling memberikan dukungan dan semangat agar tidak menjual Dogecoin (Wilson, Irrera, & Chavez-dreyfuss, 2021).

Commented [H1]: Tolong disesuaikan dengan format jurnal ya:
1. Di latar belakang tidak perlu ada sub bagian; jadi teori dibuat nge-blend dengan fenomena penelitian.
2. Tolong research gap ditegaskan dengan cara menunjukkan penelitian lain yang terkait (jurnal), dan posisi penelitian di hadapan penelitian lainnya itu.

Komunitas cryptocurrency Dogecoin yang ada di Twitter merupakan komunitas virtual yang melibatkan sekelompok orang yang mempunyai ketertarikan yang sama terhadap sebuah topik dan berkomunikasi secara termediasi melalui media berbasis internet (Lizzo & Liechty, 2020). Selain itu komunitas virtual dapat menyatukan anggota dengan pola pikir yang sama tanpa memedulikan batasan geografis dan demografis (Pathak & Pathak-Shelat, 2017).

Komunikasi yang terdapat dalam sebuah komunitas virtual dapat tercipta karena adanya *sense of community* yang memotivasi komunitas saling berinteraksi satu dengan lainnya. Konsep *Sense of community* pertama kali dicetuskan oleh McMillan and Chavis pada tahun 1986 dan terdapat 4 faktor dalam sebuah komunitas yang dapat membangun *sense of community* yaitu *membership*, *influence*, *integration and fulfillment of needs*, dan *shared emotional connection*. Faktor - faktor tersebut dapat digunakan pula untuk melihat *sense of community* pada interaksi yang ada pada komunitas virtual. (Lizzo & Liechty, 2020).

Interaksi yang terbentuk pada sebuah komunitas virtual dapat dianalisa dan diukur dengan cara menganalisis struktur jaringan komunikasi. Analisis jaringan komunikasi menggambarkan interaksi dan relasi dalam bentuk garis diantara setiap titik anggota jaringan yang disebut sebagai *nodes*. Pada media sosial seperti Twitter, *nodes* adalah

akun Twitter yang berperan sebagai aktor dalam jaringan komunikasi. Selain itu, jaringan komunikasi dapat dianalisa dengan melihat interaksi antar *nodes* dalam bentuk *mention*, *reply*, *retweet*, dan *quote* (Eriyanto, 2014)

Terdapat beberapa properti yang dapat diukur untuk menganalisa struktur sebuah jaringan komunikasi, diantaranya yaitu kepadatan (*density*), mutualitas (*reciprocity*), sentralisasi (*centralization*), diameter dan jarak (*distance*) serta modularitas (*modularity*) (Eriyanto, 2014; Gruzd, Paulin, & Haythornthwaite, 2016).

Dalam sebuah jaringan komunikasi terdapat *dominant actor* yang berperan dalam menggerakkan opini dan trend percakapan. Pada media sosial seperti Twitter, *dominant actor* yang lebih dikenal dengan sebutan *influencers* memiliki peran dalam memengaruhi dan menggerakkan opini dalam sebuah komunitas dengan pendekatan yang sesuai dengan budaya dan kebiasaan pada komunitas tersebut (Tjahyana, 2020).

Twitter adalah media sosial yang seringkali dianggap sebagai tempat untuk mendapatkan data terkait prediksi aset keuangan, termasuk *cryptocurrency*. Data prediksi tersebut dapat berupa sentimen negatif dan positif ataupun sentimen yang menunjukkan ketidakpastian terhadap nilai sebuah *cryptocurrency*. Sentimen yang ada dapat terlihat dari opini komunitas pada diskusi yang ada pada Twitter (Phillips & Gorse, 2018).

Sebagian besar pengguna Twitter yang aktif dalam diskusi *cryptocurrency*

menggunakan media sosial Twitter hanya karena ingin mengikuti perkembangan prediksi *cryptocurrency*. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya akun Twitter yang terlibat dalam diskusi tidak mengepos topik selain *cryptocurrency* pada profil akun mereka. Akun Twitter hanya mereka gunakan untuk mencermati dan berdiskusi mengenai *cryptocurrency* (Phillips & Gorse, 2018).

Dalam mengepos percakapan dalam bentuk *tweet*, komunitas *cryptocurrency* juga menggunakan *hashtags* dalam bentuk simbol # untuk mengkategorikan percakapan tersebut ke dalam kategori tertentu. Untuk topik seputar *cryptocurrency*, penggunaan *hashtags* juga seringkali digunakan untuk menggolongkan topik percakapan berdasarkan jenis dan nama dari *cryptocurrency* (Abraham, Higdon, Nelson, & Ibarra, 2018). Contoh penggunaan *hashtags* untuk *cryptocurrencies* adalah #DOGE, #BTC, #ETH, #XRP.

Media sosial Twitter juga menyediakan *cashtags* untuk mempromosikan topik diskusi dan informasi seputar keuangan, seperti *stocks* atau *cryptocurrencies*. *Cashtags* tersebut berupa simbol \$ untuk menyebutkan nama sebuah *cryptocurrency* yang diletakkan pada awalan simbol *cryptocurrency* tersebut (Mirtaheeri, Abu-El-Hajja, Morstatter, Steeg, & Galstyan, 2019). Sebagai contoh untuk Dogecoin maka penulisan dengan *cashtags* adalah \$DOGE.

Terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terkait komunitas *cryptocurrency* seperti

penelitian yang dilakukan oleh Tana, Breidbach, & Turpin (2019) dengan judul "*I Want a Lamborghini: An Ethnography of Cryptocurrency Communities*". Penelitian tersebut menggunakan metode etnografi untuk melihat peran dan fungsi masing-masing anggota yang ada pada komunitas *cryptocurrency*. Penelitian dilakukan dengan menghadiri dan observasi pertemuan tatap muka yang dilakukan oleh komunitas secara rutin pada sebanyak 14 kali pertemuan sepanjang tahun 2017 di Melbourne, Australia. Dari hasil penelitian tersebut didapatkan adanya beberapa peran dan fungsi pada komunitas seperti *knowledge - seeker*, *visionary*, *novice*, dan *fortune hunter* (Tana et al., 2019).

Kemudian terdapat pula beberapa penelitian mengenai prediksi nilai *cryptocurrency* melalui pantauan *sentiment analysis* pada media sosial, seperti penelitian yang dilakukan oleh Kraaijeveld & De Smedt (2020) dengan judul "*The predictive power of public Twitter sentiment for forecasting cryptocurrency prices*". Penelitian tersebut memantau dan mengambil data sentimen komunitas *cryptocurrency* pada periode Juni - Agustus 2018. Kemudian dilakukan perbandingan sentimen dengan pergerakan nilai 9 *cryptocurrencies* terbesar pada saat itu. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa perhitungan *casualty test*, *bullishness ratio*, dan *tweet volume* membuktikan bahwa sentimen komunitas dapat digunakan untuk memprediksi nilai *cryptocurrency*.

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya maka terdapat *research gap* yang mendasari penelitian ini. Penelitian yang dilakukan oleh Tana et al. (2019) menggunakan metode etnografi dan lokasi penelitian adalah pertemuan *offline* yang dilakukan oleh komunitas *cryptocurrency*, sedangkan penelitian ini menggunakan metode netnografi yang merupakan pengembangan etnografi. Selain itu perbedaan berikutnya terletak pada lokasi penelitian, di mana penelitian ini dilakukan sepenuhnya secara *online* di dalam komunitas virtual pada Twitter tanpa terbatas ruang dan waktu untuk bertatap muka. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Kraaijeveld & De Smedt (2020) hanya menganalisa kekuatan prediksi nilai *cryptocurrency* berdasarkan sentimen komunitas, namun tidak melihat pola interaksi komunitas *cryptocurrency* pada Twitter.

Berdasarkan fenomena Dogecoin dan *hype* yang terjadi pada komunitas, serta untuk menjawab *research gap* yang ditemukan dengan penelitian terkait komunitas *cryptocurrency* sebelumnya, maka penelitian ini bertujuan untuk melihat pola komunikasi jaringan komunitas *cryptocurrency* Dogecoin pada media sosial Twitter.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode Netnografi Digital untuk mengetahui pola jaringan komunikasi komunitas *cryptocurrency* Dogecoin di Twitter.

Netnografi mempertahankan dasar dari metode etnografi namun telah beradaptasi dengan perkembangan komunikasi termediasi melalui internet (Morais, Santos, & Gonçalves, 2020). Metode netnografi cocok digunakan sebagai pendekatan untuk memahami dinamika sosial yang terjadi di dalam komunitas *virtual* (Pathak & Pathak-Shelat, 2017).

Netnografi merupakan metode yang dapat memberikan efisiensi biaya dan waktu dibandingkan metode lainnya karena dengan menggunakan perkembangan teknologi maka arsip data yang tersimpan secara *online* dapat diakses dan dikategorikan dengan cepat (Kozinets, 2018). Penarikan dan klasifikasi data dalam jumlah yang besar atau disebut sebagai *big data* dapat dikombinasikan dengan metode netnografi untuk memahami interaksi dan perilaku yang terjadi pada komunitas (Morais et al., 2020).

Penelitian ini khususnya berfokus kepada tipologi netnografi digital, yaitu metode yang berfokus kepada fenomena global dan menggunakan analisa teknis dan data statistik untuk mendeteksi pola dan memahami interaksi yang ada (Kozinets, 2018; Morais et al., 2020).

Proses Netnografi dapat dibagi menjadi beberapa tahap yaitu *research planning* dan *cultural entrée*, *data collection*, *data interpretation*, *ensuring ethical standard*, dan *research representation* (Kozinets, dikutip dalam Del Vecchio, Mele, Passiante, Vrontis, & Fanuli, 2020). Beberapa netnografer telah melakukan adaptasi tahapan

Commented [H2]: Research gap yang dimaksud ditegaskan di sini.

Commented [H3]: Metode dipadatkan dan juga tidak perlu diberi sub bagian,

netnografer sesuai dengan rancangan penelitian masing - masing (Costello, McDermott, & Wallace, 2017).

Pada tahap *research planning* dan *cultural entrée*, peneliti menetapkan konteks dan tujuan dari proses netnografi yang akan dilakukan. Peneliti sebagai netnografer telah terlibat dan melakukan observasi komunitas sejak Februari 2021 dengan fokus pengambilan data pada bulan April - Mei 2021. Rentang waktu tersebut dipilih karena terdapat beberapa peristiwa penting pada komunitas Dogecoin terutama terkait dengan *hype* yang terjadi dan adanya lonjakan nilai tukar Dogecoin..

Sedangkan untuk *data collection* dan *data interpretation*, akan dilakukan pengambilan data pada komunitas *cryptocurrency* Dogecoin di Twitter. Komunitas yang dituju pada penelitian ini tidak terbatas pada komunitas yang dibentuk oleh akun - akun tertentu, namun keseluruhan komunitas Dogecoin pada Twitter yang terdiri dari akun - akun komunitas maupun akun individual yang tidak tergabung pada akun komunitas manapun, serta berdiskusi dengan topik yang sama yaitu seputar Dogecoin. Fokus penelitian ini adalah kepada jenis komunitas *interest communities* yaitu komunitas yang mendiskusikan topik sesuai dengan ketertarikan dari masing - masing anggotanya (Laudon dan Traver, dikutip dalam Priyowidodo, 2019).

Penelitian ini menggunakan *social network analysis tools* untuk mengambil dan memonitor data pada media sosial

Twitter. *Tools* yang digunakan yaitu Brand24 dan Netlytic. Menurut Del Vecchio et al. (2020) Brand24 merupakan *social media monitoring tools* yang dapat memberikan data statistik media sosial secara konsisten dalam jangka waktu tertentu.

Netlytic adalah *social network analysis tools* yang dapat digunakan untuk melakukan *data mining* berupa percakapan pada media sosial dan dapat memberikan visualisasi jaringan komunikasi berdasarkan jenis interaksi dan topik (Gruzd et al., 2016). Selain itu Netlytic juga dapat digunakan untuk melihat data struktur jaringan seperti *diameter*, *density*, *reciprocity*, *centralization* dan *modularity* (Tjahyana, 2020). Kemudian proses interpretasi data akan didasarkan pada konsep komunitas virtual, *sense of community*, pola dan struktur jaringan komunikasi, serta elemen budaya pada komunitas.

Untuk memastikan penelitian ini tidak menyalahi standard etika, maka netnografer memastikan beberapa hal seperti apakah komunitas, grup ataupun akun pribadi yang akan dijadikan sumber data berjenis *public* atau *private* dan apakah ada konsensus diperlukan untuk mempublikasikan akun atau komunitas terutama yang berjenis *private* (Annisa, 2019).

Penelitian ini akan merepresentasikan pola jaringan komunikasi komunitas *cryptocurrency* Dogecoin yang ada di Twitter, dengan melihat data struktur jaringan, *sense of community*, dan beberapa elemen

budaya yang telah diinterpretasikan sebelumnya.

Dalam representasi penelitian, netnografer harus memastikan dalam posisi netral dan tidak terpengaruh pada kontradiksi internal, memperhatikan etika terkait anonimitas, memiliki data pendukung yang akurat, mempunyai bukti yang cukup dan relevan, serta dapat memetakan antara dunia *online* dan dunia nyata (Kozinets, dikutip dalam Andriane, Handayani, & Pinem, 2019).

Pembahasan

Algoritma Twitter tidak membatasi pengguna hanya melihat *tweets* dari akun yang di-*follow*, namun pengguna juga dapat dengan mudah melihat semua *tweets* terkini tentang topik yang di-*follow* pada halaman *home* pengguna. *Update* tersebut meliputi *tweets* yang terkini maupun yang populer pada sebuah topik yang diikuti. Selain itu pengguna juga dapat dengan mudah menemukan *tweets* terkini dan populer berdasarkan kata kunci dan *hashtags* tertentu. Algoritma Twitter juga akan merekomendasikan *tweets* sesuai dengan topik yang disukai oleh pengguna (Gotter, 2019).

Lebih lanjut pengguna juga dapat berinteraksi dengan pengguna lain yang mengepos *tweet* mengenai topik yang diikuti dengan cara *like*, *reply*, *retweet*, *quote*, dan *mention*. Tentu saja interaksi hanya dapat dilakukan dengan pengguna yang memiliki tipe akun *public*. Sehingga interaksi komunitas

yang terbentuk pada Twitter tidak terbatas pada akun - akun tertentu saja (Gotter, 2019).

Demikian pula dengan komunitas *cryptocurrency* Dogecoin pada Twitter, terdiri dari pengguna Twitter yang dapat bertemu dan saling berinteraksi satu sama lain dengan bebas tanpa harus mengikuti akun - akun tertentu. Interaksi tersebut terjadi ketika pengguna melihat rekomendasi *tweet* terkini dan populer dari topik Dogecoin dan memutuskan untuk berinteraksi dalam bentuk *like*, *reply*, *mention*, *quote* dan *retweet*. Setelah itu pengguna dapat memutuskan untuk *follow* akun - akun tertentu untuk memastikan mereka tidak tertinggal *update* dari percakapan yang diikuti.

Agar *tweet* seorang pengguna mengenai Dogecoin dapat muncul sebagai rekomendasi terkini atau populer, diperlukan adanya kata kunci seputar Dogecoin atau memberikan *hashtags* dan *cashtags* Dogecoin pada *tweet* yang dipos. Oleh karena itu agar dapat tergabung dan berinteraksi dengan komunitas Dogecoin pada Twitter tidak diperlukan adanya keanggotaan khusus yang terpusat pada akun tertentu. Jika seorang pengguna mengepos *tweet* dengan kata kunci, *hashtags* dan *cashtags* seputar Dogecoin, maka pengguna tersebut dapat terlibat dan berinteraksi di dalam komunitas Dogecoin pada Twitter.

Adapun dari proses *data mining* yang dilakukan dengan tools Brand24, didapatkan sejumlah 574.688 *mentions* berbahasa Inggris pada media sosial

Twitter dengan kata kunci "Doge" pada rentang waktu tanggal 1 April - 9 Mei 2021. Kemudian Brand24 digunakan untuk melakukan kategorisasi data dan *text analysis* berdasarkan kata kunci dan *hashtags*. Selain itu Brand24 digunakan untuk mendapatkan data para *influencers* seputar topik Dogecoin.

Tabel 1 Jumlah *mentions* berdasarkan *hashtags* populer

Hashtags	Jumlah mentions
#Doge	266.041
#Dogecoin	130.939
#Dogearmy	40.623
#Dogecoininthemoon	31.986
#Dogecoinrise	24.551
#Dogeday	21.208
#Dogecoins	14.033
#Dogeinthemoon	11.797
#Dogefather	11.404

Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Brand24

Tabel 2 Jumlah *mentions* berdasarkan *cashtags* populer

Cashtags	Jumlah mentions
\$doge	196.050
\$dogecoin	467

Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Brand24

Berdasarkan observasi netnografer, tweets yang diposting pada komunitas memiliki motivasi tertentu sesuai dengan faktor - faktor yang ada prinsip *sense of community*. Penggunaan *hashtags*, *cashtags* dan kata kunci

tertentu menunjukkan motivasi dari tweets tersebut. Temuan dan analisa kata kunci ini sesuai dengan pernyataan Kozinets (2018) bahwa *insight* yang didapatkan dari netnografi dapat meliputi elemen - elemen budaya seperti penggunaan bahasa, ritual, peran, identitas, nilai, cerita, mitos, dan arti yang tersirat.

a. Pola komunikasi yang didasarkan pada konsep *sense of community*.

Lizzo & Liechty (2020) menemukan bahwa faktor *membership* yang muncul dalam *sense of community* ditandai dengan penggunaan simbol, kalimat, ataupun kata yang merupakan keunikan dari sebuah komunitas. Hal ini juga merupakan ekspresi dari rasa bangga menjadi bagian dari sebuah komunitas, dan merupakan cara untuk berbagi pengalaman dengan anggota komunitas yang lain (Lizzo & Liechty, 2020). Dalam berinteraksi, komunitas Dogecoin pada Twitter menggunakan beberapa *hashtags* dan *cashtags* serta kata kunci untuk menunjukkan kebanggaan mereka menjadi bagian dari komunitas Dogecoin. Seperti yang terlihat pada Tabel 1, terdapat *hashtags* yang disertakan dalam tweets yang diposting oleh anggota komunitas. *Hashtags* yang banyak digunakan adalah #Doge, #Dogecoin, dan #Dogearmy yang bertujuan untuk memberikan identitas dan memperkenalkan diri sebagai bagian dari komunitas Dogecoin. Komunitas Dogecoin terdiri dari investor

cryptocurrency dari seluruh dunia dan meskipun tidak saling mengenal namun dengan menggunakan *hashtags* tersebut pada *tweets*, maka mereka akan dikenali sebagai bagian dari komunitas. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Naranjo-Zolotov, Oliveira, Casteleyn, & Irani, 2019) tentang prinsip *membership* pada komunitas virtual, di mana anggota komunitas akan merasa menjadi bagian dari sebuah komunitas meskipun tidak saling mengenal satu sama lainnya sebelumnya.

Selain itu, penggunaan *cashtags* \$Doge dan \$Dogecoin seperti yang terlihat pada Tabel 2, mengindikasikan bahwa selain ingin dikenal sebagai bagian dari komunitas Dogecoin, mereka juga ingin dikenal sebagai bagian dari komunitas yang lebih luas, yaitu komunitas yang tergabung dalam topik *finance* pada Twitter. Sesuai dengan fungsi penggunaan *cashtags* yaitu agar pengguna Twitter dapat dikenal dan terlibat dalam berbagai diskusi seputar *finance* yang tentunya tidak terbatas pada topik *cryptocurrency* saja (Evans, Owda, Crockett, & Vilas, 2019). Penggunaan *cashtags* tersebut juga menunjukkan adanya faktor *influence* dalam *sense of community* yaitu adanya keinginan untuk memberikan pengaruh tidak hanya di dalam komunitas itu sendiri namun juga menjangkau dunia di luar komunitas yang lebih luas (Lizzo & Liechty, 2020). Dalam konteks komunitas Dogecoin, mereka yang menggunakan tidak hanya *hashtags* sebagai identitas, namun juga menggunakan *cashtags*, dapat

dikatakan ingin berkontribusi dan memberikan pengaruh lebih luas pada komunitas *cryptocurrency* dan *finance* pada umumnya.

Menurut Klein, Pham Thu, & Walther (2018), *cryptocurrency* memiliki *volatility* yang tinggi dibanding aset lain seperti emas. *Volatility* yang tinggi ini ditandai secara terus menerus dengan adanya penurunan nilai tukar secara drastis sehingga para investor dapat mengambil keuntungan sebesar - besarnya pada saat pergerakan nilai tukar berada di puncak. Selain itu tingginya *volatility* juga disebabkan adanya peristiwa ataupun perubahan regulasi dan legalitas dari *cryptocurrency* (Klein et al., 2018).

Dogecoin juga memiliki *volatility* yang tinggi dan pergerakan nilai tukar tidak hanya ditentukan oleh perilaku investor yang ingin mengambil keuntungan ataupun regulasi yang ada, namun juga oleh *issue* yang digerakkan oleh *public profiles* pada media sosial seperti beberapa *tweet* dari Elon Musk yang selalu disusul dengan kenaikan nilai tukar Dogecoin (Chohan, 2017). Tingginya *volatility* ini tentunya dapat membawa kekhawatiran pada para investor Dogecoin, meskipun sebenarnya *volatility* juga membuka kesempatan untuk mendapatkan keuntungan terutama bagi investor yang menyukai *scalping* atau *swing trading*.

Lebih lanjut, komunitas Dogecoin pada Twitter menjadi tempat bagi para investor untuk mencari informasi seputar *issue* terkini, pergerakan nilai tukar Dogecoin dan tentu saja

memantau tweets terkini dari para *public profiles* dan *influencers* Dogecoin. Selain itu para investor juga mencari konfirmasi dan prediksi nilai tukar serta waktu yang tepat untuk menjual dan membeli Dogecoin.

Komunitas Dogecoin pada Twitter menjadi tempat yang tepat untuk mencari semua informasi dan konfirmasi tersebut, karena banyaknya tweets baik dari *top public profiles* dan *influencers* maupun dari masing - masing anggota komunitas yang berbagi pengalaman dan memberikan semangat. Selain itu, komunitas Dogecoin menjadi tempat untuk mencurahkan emosi dan perasaan, terutama jika mendapatkan keuntungan ketika nilai tukar Dogecoin mengalami kenaikan ataupun kerugian yang diakibatkan dari penurunan drastis nilai tukar Dogecoin secara mendadak. Hal ini sesuai dengan faktor *integration and fulfillment of needs* serta *shared emotional connection* pada *sense of community* di mana anggota komunitas saling memenuhi kebutuhan, berbagi serta mencurahkan perasaan dan emosi (Lizzo & Liechty, 2020).

Penggunaan *hashtags* dan kata kunci tertentu menjadi penanda bahwa para investor yang juga adalah anggota komunitas Dogecoin saling berbagi pengalaman, perasaan dan dukungan satu sama lainnya. Seperti terlihat pada Tabel 1 terdapat *hashtags* populer yang digunakan untuk memberi semangat seperti *#Dogecointhemoon* dan *#Dogecoinrise*, yang memberikan semangat bahwa nilai tukar Dogecoin akan mengalami kenaikan yang sangat tinggi. Kemudian dapat juga dilihat

pada Tabel 3 adanya kata kunci populer seperti *moon*, *buy*, *pump*, *hold*, *hodl*, *mars*, dan *dip* yang digunakan untuk memberikan semangat dan dukungan untuk membeli dan bertahan menjadi *holder* dari Dogecoin. Terdapat juga kata kunci SNL dan *hashtags* *#Dogefather*, yang terkait dengan tweets dari Elon Musk bahwa ia akan menjadi *host* dari acara Saturday Night Live (SNL) pada tanggal 8 Mei 2021 dan pada saat itu ia akan membicarakan mengenai *#Dogefather*.

"*The Dogefather SNL May 8*" (Elon Musk, 2021a)

Tweet tersebut mendapat sambutan yang luar biasa dari komunitas, dan banyak tweet yang menggunakan kata kunci SNL dan *hashtags* *#Dogefather* dengan tujuan untuk memberikan semangat dan harapan bahwa pada acara tersebut akan menjadi peristiwa penting untuk *cryptocurrency* Dogecon.

Tabel 3 Jumlah *mentions* berdasarkan kata kunci populer

Kata Kunci	Jumlah mentions
<i>doge</i>	574.688
<i>moon</i>	105.199
<i>buy</i>	53.160
<i>pump</i>	30.510
<i>hold</i>	23.342
<i>sell</i>	17.971
<i>hodl</i>	17.769
<i>spaceX</i>	15.916
<i>give</i>	14.247
<i>SNL</i>	12.376
<i>mars</i>	10.806
<i>dip</i>	8.887

Sumber : Hasil penelitian menggunakan *tools Brand24*

Terdapat pula kata kunci *SpaceX* yang cukup banyak dipakai dalam *tweets*, sebagai antusiasme dari komunitas terhadap tweet Elon Musk pada tanggal 9 Mei 2021, yaitu sehari setelah penampilannya di SNL.

"*SpaceX launching satellite Doge-1 to the moon next year*

– *Mission paid for in Doge*

– *1st crypto in space*

– *1st meme in space*

To the moooooonnn!!"

(Elon Musk, 2021b)

Pada tweet tersebut Elon Musk mengumumkan bahwa *SpaceX*, perusahaan roket komersial miliknya, akan menerima Dogecoin sebagai salah satu alat pembayaran. Hal ini tentunya memberikan nilai tambah kepada Dogecoin sebagai sebuah *cryptocurrency* yang telah diperhitungkan secara serius. Penggunaan kata kunci *SpaceX* tentunya dimaksudkan untuk menjadi penyemangat dan harapan kepada semua investor bahwa Dogecoin tidak lagi menjadi *meme coins* dan akan mengalami peningkatan nilai tukar.

Kemudian terdapat pula *hashtag* *#Dogeday*, yang mengajak para komunitas untuk menantikan Doge Day, yaitu perayaan hari Dogecoin pada tanggal 20 April 2021. Tentunya komunitas sangat antusias menyambut Doge Day dan banyak *tweets* yang berisi harapan bahwa Dogecoin akan mengalami pelonjakkan nilai tukar pada hari itu. Namun sayangnya kenyataan yang terjadi justru sebaliknya, karena mendekati Doge Day, justru nilai tukar Dogecoin mengalami penurunan 20%.

Meskipun penurunan itu tidak signifikan dibandingkan kenaikan 400% pada tanggal 15 April 2021, namun tetap banyak investor yang juga merupakan anggota komunitas meragukan Dogecoin dan memutuskan untuk menjual Dogecoin yang dimiliki. Pada saat itulah banyak anggota komunitas dan juga *public profiles* dan *influencers* yang memberikan semangat agar investor tetap *hold* atau *hodl* dan tidak *dump* atau *sell* Dogecoin mereka. Bahkan terdapat ajakan untuk justru *buy* di saat posisi *dip*. Itulah sebabnya kata kunci *hold*, *hodl*, *dump*, *sell* dan *dip* menjadi populer pada saat itu. Seperti *Tweet* dari seorang *podcaster* dan *influencer* Ben Baller mengandung ajakan dan semangat bagi para investor untuk tetap *hodl* Dogecoin.

"YALL THOUGHT I SOLD!!!

NO I DID NOT. EVEN AFTER WE HIT

\$1.00 USD I WILL NOT SELL!

1. #HODL

2. Coinbase will pick up #Doge

3. Elon will take a #Dogecoin to the moon.

4. We aiming for over \$1.00

#DogeArmy stop playing! Everyone HODL!

(BEN BALLER™, 2021)

Kata kunci *hodl* sebenarnya adalah kesalahan ejaan yang disengaja dari kata *hold* dan merupakan salah satu kata kunci yang populer pada komunitas *cryptocurrency*. *Hold* adalah singkatan dari "*hold on for dear life*". Arti yang terkandung dari *hodl* adalah tetap mempertahankan sebuah *cryptocurrency* dan tidak menjual dalam kondisi apapun (Frankenfield, 2020). Ajakan untuk *hodl* tersebut tentunya

memberikan pesan bahwa Dogecoin adalah cryptocurrency yang berharga untuk diperhatikan serta memiliki masa depan yang menjanjikan.

Sedangkan kata kunci *dip* yang juga sering dipakai untuk memberikan semangat di saat nilai tukar mengalami penurunan, sebenarnya merupakan bagian dari frasa "*buy the dips*" yang artinya membeli di saat nilai sebuah *cryptocurrency* mengalami penurunan, sehingga nantinya akan mendapat keuntungan yang lebih banyak ketika nilai tukar berada di posisi puncak (Mitchell, 2021). Seperti terlihat pada tweet dari seorang influencer Dogecoin dengan akun @Dogecoin.

"#Doge - buy the dip 🚀
#Dogecoin"
(Dogecoin, 2021)

Tentunya kata kunci *dip* ini dipakai untuk memberikan semangat dan harapan agar tidak menjual bahkan justru membeli saat nilai tukar Dogecoin berada di posisi rendah karena adanya keyakinan bahwa nantinya nilai tukar tersebut akan kembali pada posisi puncak dan memberikan keuntungan besar.

Kekhawatiran para investor terhadap tingginya *volatility* Dogecoin seringkali membuat investor tidak mau lagi untuk *hold* dan menjual Dogecoin mereka, terutama ketika terjadi penurunan nilai tukar. Sebaliknya jika melihat dari teori *the greater fool* yang memandang bahwa nilai sebuah *cryptocurrency* tergantung dari banyaknya investor yang mau membeli

cryptocurrency tersebut, maka sangat penting agar para investor tetap bertahan menjadi *holder* Dogecoin. Oleh karena itu banyak *public profiles* dan *influencers* yang menggunakan pengaruh mereka untuk mencegah investor menjual Dogecoin. Seperti terlihat pada Tabel 4, terdapat *top public profiles* menurut data dari Brand24 yang memiliki *voice of share* dan *influences* tertinggi.

Tabel 4 Top 10 Public Profiles Komunitas Dogecoin pada Twitter

Public Profiles	Voice Share	Influences
elonmusk	17.078%	115 Juta
bmurphypointman	4.584%	31 Juta
MeekMill	2.485%	17 Juta
cryptunez	1.504%	10 Juta
cz_binance	1.298%	8.7 Juta
DailyDogeUpdate	1.241%	8.4 Juta
davidgokhshtein	0.987%	6.6 Juta
mcuban	0.949%	6.4 Juta
binance	0.89%	6.0 Juta
DogecoinRise	0.831%	5.6 Juta

Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Brand24

Voice of share pada Brand24 adalah pengukuran visibilitas sebuah *brand* atau *public profiles* pada berbagai *channels* yang dihitung dari banyaknya *mentions* dan *engagement* seperti jumlah *impressions*, *share*, *hashtags*, dan *reach* dan membandingkannya dengan seluruh *market* sejenis (Marta, 2020). Sedangkan *influences* pada Brand24 merupakan kompilasi dari data *followers*, *mentions*, *reach* dan *interactions* atau *engagements* seorang *public profiles* pada media sosial (Tom, 2017). Sehingga dapat disimpulkan

bahwa semakin besar angka *voice of share* dan *influence* seseorang artinya ia adalah *public profiles* yang memiliki pengaruh kuat pada sebuah komunitas di media sosial. Pada Tabel 4 terdapat daftar *Top 10 Public Profiles* pada komunitas Dogecoin.

Tidak hanya Elon Musk, seperti terlihat pada Tabel 4, terdapat *public profiles* lain seperti Changpeng Zhao dengan akun *cz_binance* yaitu CEO dari *cryptocurrency* Binance. Changpeng Zhao mengepos *tweet* yang menyatakan bahwa ia telah meremehkan beberapa *cryptocurrency* termasuk diantaranya adalah Dogecoin. *Tweet* tersebut berbunyi :

"I under estimated \$DOGE, and #ETH, and #BTC, and #BNB, and many more. Not financial advice." (CZ  Binance, 2021)

Tweet dari Changpeng Zhao tersebut sebenarnya ingin mengatakan bahwa Dogecoin setara dengan *cryptocurrencies* lainnya yang termasuk dalam urutan teratas dalam *cryptocurrency market cap*. Tentunya hal ini memberikan dukungan dan semangat kepada para investor Dogecoin. *Tweet* lainnya datang dari *public profile* bernama David Gokhshtein, yaitu seorang pengusaha dan *Forbes Financial Council*.

"Amazon thinking about accepting \$DOGE as payment according to @newsbtc." (David Gokhshtein, 2021)

Tweet dari David Gokhshtein tersebut juga memberikan konfirmasi bahwa Dogecoin mulai diperhitungkan

secara serius oleh perusahaan besar seperti Amazon sebagai alat pembayaran transaksi. Selain itu terdapat *tweet* dari akun *public profile* seorang *influencer* Dogecoin @cryptunez :

"if \$DOGE goes over \$1 in the next 24 hours i will give everyone that retweets this 1,000 \$DOGE."
(*\$DOGE TO \$2*   (69 IQ), 2021)

Tweet dari @cryptunez tersebut pada dasarnya ingin memberikan semangat dan harapan bahwa Dogecoin akan memiliki nilai tukar sebesar \$1 dalam waktu cepat. Kemudian seperti yang dijanjikan oleh @cryptunez bahwa ia akan memberikan sejumlah Dogecoin kepada semua orang yang *retweet*, maka banyak juga para *influencers* lain yang melakukan hal yang sama. Mereka mengadakan *giveaway* dengan memberikan sejumlah Dogecoin jika suatu kondisi terpenuhi, seperti *retweet* dan *follow* akun pemberi Dogecoin tersebut. Seperti terlihat pula pada Tabel 3 bahwa kata kunci *give* sering pula digunakan dalam *tweet*. Hal ini menunjukkan bahwa Dogecoin adalah *cryptocurrency* yang diperhitungkan dan menjanjikan sehingga dapat menarik komunitas untuk mengikuti *giveaway* tersebut. Berikut adalah contoh *tweet giveaway* yang dilakukan oleh seorang *micro - influencer* dengan akun @ChairwomanDoge :

"NEWS ALERT : Reminder: At 10,000 followers I will be giving away \$1000 worth of \$DOGE to a lucky follower. Like, retweet and follow to be entered. One follower will

be randomly chosen! This will be my last giveaway #dogecoin." (DogeCoin Chairwoman, 2021)

b. Pola komunikasi yang didasarkan pada struktur jaringan komunikasi

Netnografi digital dapat memberikan pemahaman budaya dan kebiasaan berdasarkan pola yang dicari sesuai dengan tujuan penelitian. Pola tersebut dapat dilihat dari infrastruktur jaringan *sociocultural* yang didapat dari hasil analisa data (Kozinets, 2018).

Pengambilan data melalui *tools* Netlytic telah memberikan data pengukuran struktur jaringan komunikasi komunitas Dogecoin di Twitter. Karena keterbatasan jenis akun Tier 2 yang dimiliki oleh peneliti maka setiap *data set* pada Netlytic hanya bisa menampung 10.000 *mentions*. Pada penelitian ini telah diambil beberapa *data sets* namun yang akan diambil sebagai sampel data analisa adalah penarikan data terkini yaitu pada akhir periode penelitian ini, dikarenakan telah terjadi beberapa peristiwa sebelumnya yang tentunya akan memengaruhi juga pola komunikasi komunitas secara keseluruhan. Data yang dipakai adalah penarikan *mentions* pada Twitter untuk kata kunci Doge, dan berhasil menarik data sebanyak 10.000 *mentions* pada tanggal 9 Mei 2021.

Netlytic menyediakan beberapa fungsi untuk menganalisa struktur jaringan, diantaranya adalah *network analysis* berdasarkan dua tipe jaringan komunikasi yaitu *chain network* dan *name network*. Gruzd et al. (2016) menyatakan bahwa *chain network*

menggambarkan relasi antar partisipan secara langsung dalam bentuk *replies*. Sedangkan *name network* dapat digunakan untuk melihat relasi antar partisipan dalam bentuk *mentions* nama atau nama akun pada media sosial.

Netlytic juga menyediakan visualisasi data jaringan seperti yang terlihat pada Gambar 1 dan 2. Sedangkan data pengukuran struktur jaringan ada pada Tabel 5 dan 6. Pada Gambar 1 terlihat visualisasi dari *chain network* yang memperlihatkan pola jaringan komunikasi yang didasarkan pada relasi dalam bentuk *replies*. Dapat dilihat pada gambar *chain network* tersebut terdapat 2 pola *clusters* yang terbentuk.

Pola *clusters* yang pertama yaitu adanya beberapa *clusters* besar di mana masing - masing *cluster* terdiri dari banyak *nodes* dan terpusat pada beberapa *dominant actors*. Para aktor yang mendominasi tersebut dapat terdiri dari *public profiles* ataupun *influencers*. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi interaksi berupa *replies* dari para anggota komunitas terhadap *tweets* dari para *public profiles* dan *influencers*. Beberapa *clusters* yang terpusat tersebut dapat dilihat terletak pada pusat jaringan.

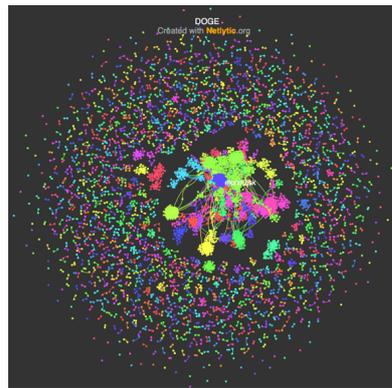
Sedangkan pola *clusters* yang kedua yaitu terdiri dari *clusters* kecil yang hanya terdiri dari 1-3 *nodes* dan tersebar secara bebas memenuhi jaringan serta tidak terpusat pada *dominant actors* tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi interaksi bebas di mana para anggota komunitas saling mengepos *tweets* dan

memberikan *replies* atas kemauan sendiri dan tidak diinisiasi oleh *dominant actors* pada jaringan.

Temuan pola *clusters* yang terlihat pada visualisasi jaringan tersebut juga didukung dengan data pengukuran struktur jaringan pada Tabel 5, yaitu pada properti *centralization* dan *modularity*. Nilai *centralization* yang tinggi, yaitu mendekati angka 1 menunjukkan bahwa interaksi terpusat pada *dominant actors*. Sedangkan jika jauh lebih rendah dari angka 1 artinya interaksi tidak terpusat dan dipengaruhi oleh *dominant actors* (Gruzd et al., 2016).

Kemudian menurut Gruzd et al. (2016) untuk nilai *modularity* yang rendah mendekati angka nol menunjukkan bahwa komunitas terdiri dari kelompok yang koheren dengan topik percakapan yang sama. Sebaliknya, menurut Prihantoro, Rakhman, & Ramadhani (2021), nilai *modularity* yang tinggi mendekati angka 1, menunjukkan bahwa komunitas tersebut telah terbagi menjadi kelompok atau *clusters* dengan topik pembicaraan yang berbeda dan dipengaruhi pula oleh *dominant actors* yang berbeda pada setiap *cluster*. Jika melihat Tabel 5, maka dapat dilihat bahwa pada *chain network* nilai *centralization* adalah 0.060260 dan *modularity* adalah 0.929600. Nilai tersebut menunjukkan bahwa interaksi berupa *replies* pada komunitas Dogecoin tidak terpusat pada *dominant actors* dan terbagi dalam *clusters* yang beragam dengan topik percakapan yang berbeda - beda. Meskipun

terdapat beberapa *top public profiles* pada komunitas Dogecoin, namun masing - masing anggota komunitas memiliki inisiatif untuk mengepos *tweets* dan memberikan *replies* tanpa menunggu adanya pengaruh dan ajakan dari *top profiles*.



Gambar 1 Visualisasi Jaringan Komunikasi Dogecoin dengan struktur *Chain Network*
Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Netlytic

Tabel 5 Pengukuran *Chain Network* Dogecoin

Properti	Nilai
<i>Diameter</i>	11
<i>Density</i>	0.0001425
<i>Reciprocity</i>	0.045050
<i>Centralization</i>	0.060260
<i>Modularity</i>	0.929600

**Posters with ties* : 3.980

Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Netlytic

Selain itu terdapat pula pengukuran *reciprocity*, di mana jika nilai *reciprocity* adalah 1 artinya terdapat komunikasi dua arah antar semua *nodes* yang ada pada sebuah jaringan komunikasi, dan

hal tersebut adalah kondisi yang hampir tidak pernah terjadi pada media sosial, dikarenakan jumlah *nodes* yang sangat banyak (Gruzd et al., 2016). Seperti terlihat pada Tabel 5 bahwa nilai *reciprocity* adalah 0.045050, maka dapat dikatakan bahwa nilai *reciprocity* mendekati angka 0 dan hal tersebut menunjukkan jarang terjadi komunikasi dua arah antar anggota komunitas. Dalam *chain network* komunitas Dogecoin, angka *reciprocity* yang rendah menunjukkan bahwa jika terdapat *tweet* maka hanya terdapat interaksi satu arah berupa *reply* kepada *tweet* tersebut, karena seringkali *author* dari *tweet* tersebut tidak merespon kembali. Hal ini dapat terjadi jika *author* adalah seorang *public profiles* dan mendapatkan banyak *replies* sehingga tidak memungkinkan untuk merespon semua *replies* yang ada dan berinteraksi lebih lanjut dengan pemberi *replies*. Selain itu rendahnya *reciprocity* juga dapat memberikan konfirmasi untuk pernyataan Phillips & Gorse (2018) bahwa banyak pengguna menggunakan media sosial Twitter hanya untuk mendapatkan informasi dan prediksi aset keuangan, dan bukan untuk bersosialisasi lebih lanjut dengan pengguna lainnya dan membicarakan topik selain *cryptocurrency*.

Selanjutnya terdapat properti *diameter* yaitu untuk mengukur jarak antar *nodes* terjauh dalam sebuah jaringan komunikasi. *Diameter* akan menghitung berapa *nodes* yang harus dilalui agar informasi dapat tersampaikan dengan menghitung jarak terpendek antara *nodes* terjauh (Gruzd

et al., 2016). Nilai diameter dari *chain network* Dogecoin adalah 11, yang berarti diperlukan 11 *nodes* agar sebuah informasi dapat tersampaikan di antara *nodes* yang terjauh. Semakin tinggi angka *density* artinya akan diperlukan waktu lebih lama untuk persebaran sebuah informasi (Prihantoro et al., 2021).

Selain itu, properti *density* akan menghitung intensitas komunikasi yang terjadi di antara *nodes* dalam sebuah jaringan komunikasi (Samatan, Fatoni, & Murtiasih, 2020). Jika nilai *density* mendekati angka 1 maka menandakan tingginya intensitas komunikasi yang berarti setiap *nodes* berkomunikasi kepada hampir semua *nodes* lain yang ada pada jaringan (Gruzd et al., 2016). Jika melihat nilai *density* pada Tabel 5 yang rendah dan mendekati angka nol, menandakan rendahnya intensitas komunikasi *chain network* Dogecoin. Rendahnya *density* dapat berarti banyak anggota komunitas yang bukan merupakan *dominant actors* dan memiliki pengaruh kecil pada komunitas, sehingga *tweets* yang diposting tidak mendapat banyak respon dan interaksi dari anggota komunitas yang lainnya (Samatan et al., 2020). Jika melihat tingginya nilai *diameter* dan rendahnya *density* pada *chain network* Dogecoin, maka dapat dikatakan bahwa sebagian besar anggota komunitas Dogecoin tidak saling mengenal satu sama lainnya pada dunia nyata dan berasal dari beragam latar belakang diseluruh penjuru dunia. Hal ini juga dapat menjadi sebab rendahnya nilai *density* karena ada

keseganan untuk berinteraksi karena tidak saling mengenal satu sama lainnya. Keseganan tersebut bisa jadi disebabkan karena budaya yang berbeda sehingga ada kekuatiran komunikasi tidak tersampaikan dengan baik (Tjahyana, 2020). Namun meskipun tidak saling mengenal sebelumnya, mereka memiliki semangat dan tujuan yang sama untuk saling mendukung dan memberikan semangat pada komunitas Dogecoin dengan mengepos *tweet* menggunakan *hashtags* yang dipakai pada komunitas Dogecoin. Dalam hal ini *hashtags* yang dipakai merupakan cara untuk mengidentifikasi diri sebagai anggota komunitas dan mempersatukan seluruh anggota komunitas yang tersebar dan tidak saling mengenal sebelumnya.

Peneliti sebagai netnografer mencoba untuk membuat *co-created data* berupa *tweet* dengan *hashtags* seputar Dogecoin, untuk melihat interaksi dari komunitas. Adapun *co-created data* dapat merupakan data yang didapat dari hasil interaksi dan percakapan antara netnografer dengan anggota komunitas. Berikut adalah *tweet* dari netnografer pada akun @joannetjia:

"#DogecoinToTheMoon #dogecoin waiting for the dip to buy again." (Joanne Tjia, 2021)

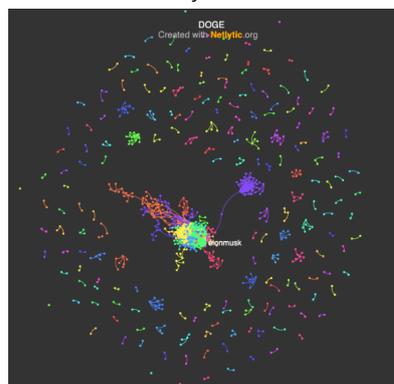
Kemudian *tweet* tersebut mendapatkan *reply* dari akun yang tidak dikenal oleh netnografer dan bukan merupakan *follower* dari akun @joannetjia. *Reply* tersebut datang dari akun @RetiredCo857 yang pada dasarnya memberikan dukungan dan semangat untuk terus berharap

Dogecoin akan tetap mengalami peningkatan nilai tukar. *Tweet* tersebut berbunyi:

"andy Grant @RetiredCo857 Replying to @joannetjia
Damn a dip !!! Go #doge go 🐶."
(Randy Grant, 2021)

Co-created data yang dihasilkan dari interaksi peneliti sebagai netnografer tersebut membuktikan bahwa meskipun tidak saling mengenal, namun anggota komunitas dapat dipertemukan dengan *hashtags* dan saling memberikan dukungan serta semangat untuk terus menaruh keyakinan pada Dogecoin.

Selanjutnya dapat dilihat pada visualisasi *name network* Dogecoin pada Gambar 2, di mana terdapat kesamaan pola dengan *chain network* yaitu terdapat pola komunikasi yang terpusat pada *dominant actors* dan pola komunikasi antar *nodes* lain yang tersebar disekitarnya.



Gambar 2 Visualisasi Jaringan Komunikasi Dogecoin dengan struktur *Name Network*
Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Netlytic

Tabel 6 Pengukuran Name Network Dogecoin

Properti	Nilai
Diameter	6
Density	0.000827
Reciprocity	0.000000
Centralization	0.132500
Modularity	0.808500

*Posters with ties : 685

Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Netlytic

Namun jika dibandingkan dengan *chain network* pada Gambar 1, maka dapat terlihat bahwa persebaran *nodes* pada *name network* tidak sebanyak *chain network*. Hal ini sesuai dengan perbandingan data *posters with ties* dari *name network* hanya 685 sedangkan *chain network* sebanyak 3.980. *Posters with ties* adalah banyaknya *nodes* yang mengepos tweet dan mendapat interaksi dari *nodes* lainnya. Jumlah *posters with ties* yang lebih sedikit pada *name network* menandakan bahwa tidak banyak anggota komunitas yang melakukan interaksi berupa *mentions* pada anggota lainnya. Hal ini mungkin terjadi karena tidak banyak anggota komunitas yang saling mengenal satu sama lainnya. Namun *mentions* banyak ditujukan kepada para *dominant actors* yang merupakan *top public profiles* maupun *influencers* pada komunitas Dogecoin. Hal tersebut didukung dengan data *centralization* yang dapat dilihat pada Tabel 6, di mana nilai *centralization* pada *name network* adalah 0.132500, yaitu lebih tinggi dari nilai *centralization* pada *chain network* yaitu 0.060260.

Kemudian nilai *reciprocity* pada *name network* adalah 0.000000, di mana artinya hampir tidak terjadi komunikasi dua arah. Hal ini merupakan sesuatu yang wajar terjadi, karena *mentions* lebih banyak terpusat dan ditujukan pada *dominant actors*, dan tentunya tidak memungkinkan bagi para aktor dominan tersebut untuk membalas dan berinteraksi pada semua orang yang melakukan *mentions* kepada akun mereka. Sehingga komunikasi yang terjadi cenderung merupakan komunikasi satu arah berupa *mentions* yang tidak di respon kembali oleh para *dominant actors*.

Jika melihat visualisasi jaringan baik *chain network* pada Gambar 1 dan *name network* pada Gambar 2, maka dapat dilihat adanya beberapa *dominant actors* yang menjadi pusat percakapan. Salah satu *dominant actor* yang menonjol pada kedua *network* adalah Elon Musk. Hal ini sesuai dengan data pada Tabel 4 yaitu daftar *Top 10 Public Profiles* pada komunitas Dogecoin bahwa Elon Musk dengan akun Twitter @elonmusk, menduduki posisi pertama dari daftar tersebut. Elon Musk memang merupakan *public profiles* yang membawa pengaruh sangat signifikan pada pelonjakkan nilai tukar Dogecoin pada tahun 2021. Pengaruh tersebut diawali dengan adanya beberapa tweet yang selalu disusul dengan kenaikan nilai tukar Dogecoin (Chohan, 2017). Pengaruh yang kuat tersebut membuat komunitas Dogecoin menaruh harapan kepada sosok Elon Musk untuk terus memberikan dukungan pada Dogecoin.

Sehingga ketika Elon Musk mengepos tweet tentang Dogecoin, selalu mendapatkan interaksi *replies* yang sangat banyak. Selain itu banyak anggota komunitas yang menunjukkan harapan kepada Elon Musk dengan cara *mentions* Elon Musk pada tweet mereka. Menurut data yang didapat menggunakan Brand24, terdapat 95.325 *replies* dan *mentions* kepada @elonmusk dengan kata kunci "Doge" pada periode 1 April - 9 Mei 2021. Berikut adalah contoh tweet yang memberikan *mentions* kepada Elon Musk dari akun @itsALLrisky :

"This #DogeDay is dedicated to the man, the myth, the legend, the Technoking of Tesla, the Imperator of Mars, Destroyer of Shorts, Master of Memes, King of Twitter, Humanity's Best, the one and only:
@ElonMusk!

On behalf of all of us, THANK YOU!
#DogeDay420 #Doge #420day #Doge420"

(itsALLrisky, 2021)

Tweet dari @itsALLrisky tersebut telah memperoleh banyak interaksi berupa *likes* dan *retweets* dari komunitas, yang ditandai dengan *influencer score* pada Brand24 sebesar 9/10.

Berikut adalah contoh tweet yang merupakan *reply* kepada salah satu tweet dari Elon Musk, dari akun @blakestonks :

"@blakestonks Replying to @elonmusk
if doge goes to the moon elon, i will buy my mom a tesla. I love you" (blake, 2021)

Tweet dari @blakestonks tersebut telah memperoleh cukup banyak *likes* dan *retweet* dari komunitas, yang

ditandai dengan *influencer score* pada Brand24 sebesar 3/10.

c. Pola komunikasi jaringan *cryptocurrency* Dogecoin pada Twitter

Berdasarkan observasi dan analisa maka telah didapatkan pola komunikasi jaringan *cryptocurrency* Dogecoin pada Twitter. Pola komunikasi ini dibagi menjadi beberapa tipe berdasarkan urutan dan jenis interaksi yang dilakukan oleh komunitas.

Tipe interaksi pertama yaitu tahap mengidentifikasi diri sebagai anggota komunitas Dogecoin dengan cara mengepos tweet menggunakan *hashtags* seputar Dogecoin seperti #Doge, #Dogecoin, #Dogearmy, dan masih banyak lagi seperti yang dapat dilihat pada Tabel 1. Selain *hashtags* dapat juga menggunakan *cashtags* seperti \$Doge atau \$Dogecoin seperti yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tipe interaksi kedua yaitu memberikan dukungan dan semangat kepada sesama anggota komunitas Dogecoin dengan cara mengepos tweets dengan kata kunci dan *hashtags* yang bertujuan memberikan harapan dan semangat seperti *moon*, *buy*, *pump*, *hold*, *hodl*, *spaceX*, #Dogeday, #Dogecointhemoon, #Dogefather, dan masih banyak lagi seperti yang dapat dilihat pada Tabel 1 dan Tabel 3.

Tipe interaksi ini juga bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan konfirmasi tentang Dogecoin kepada sesama anggota komunitas. Selain itu banyak pula yang menggunakan tweet

untuk mencurahkan perasaan dan emosi pada komunitas terutama jika mendapat banyak keuntungan ataupun saat mengalami kerugian.

Tipe interaksi ketiga yaitu berinteraksi dengan memberikan *replies* kepada *tweets* anggota komunitas lainnya, yang banyak terjadi secara satu arah karena tidak saling mengenal, dengan tujuan memberikan semangat dan dukungan.

Tipe interaksi keempat yaitu berinteraksi dengan memberikan *mentions* dan *replies* berisi harapan kepada para *top public profiles* yang dipercaya dapat membawa peningkatan pada nilai tukar Dogecoin, seperti *mentions* yang banyak ditujukan kepada Elon Musk. Tipe interaksi ini juga banyak terjadi secara satu arah karena tidak adanya balasan dan interaksi lebih lanjut dari para *top public profiles*.

Tipe interaksi kelima yaitu interaksi antara *top public profiles* untuk memberikan semangat, dukungan dan konfirmasi kepada anggota komunitas untuk terus mempertahankan Dogecoin. Banyak pula terdapat *tweet* yang merupakan *giveaway* Dogecoin dari para *top public profiles* kepada anggota komunitas. Tipe interaksi ini banyak terjadi secara satu arah karena tidak adanya balasan atau diskusi lebih lanjut dari *top public profiles* kepada mereka yang memberikan *replies* pada *tweet* mereka.

Kesimpulan

Melalui penelitian dengan metode studi netnografi digital ini maka

didapatkan pola jaringan komunikasi komunitas *cryptocurrency* pada Twitter. Pola tersebut didasarkan pada konsep *sense of community* dan analisa struktur jaringan komunikasi. Pola yang ada dibagi menjadi 5 tipe interaksi berdasarkan jenis dan urutan.

Interaksi yang pertama yaitu sebagai tahap untuk mengidentifikasi diri sebagai bagian dari komunitas menggunakan kata kunci, *hashtags* dan *cashtags*. Kemudian tipe interaksi yang kedua yaitu mengemos *tweets* yang bertujuan untuk memberikan semangat, pengetahuan dan konfirmasi.

Selanjutnya tipe interaksi yang ketiga yaitu berinteraksi dengan memberikan *replies* kepada *tweets* dari anggota komunitas lainnya dan dilanjutkan dengan tipe interaksi keempat yaitu memberikan *mentions* dan *replies* berisi harapan kepada *top public profiles* yang dianggap dapat membawa kenaikan nilai tukar Dogecoin. Lebih lanjut, tipe interaksi kelima yaitu berupa interaksi dari *top public profiles* kepada anggota komunitas untuk memberikan semangat, dukungan dan konfirmasi serta *giveaway* Dogecoin.

Referensi

\$DOGE TO \$2 📈 (69 IQ). (2021, May 7). If \$DOGE goes over \$1 in the next 24 hours i will give everyone that retweets this 1,000 \$DOGE [Tweet]. Retrieved May 12, 2021, from @cryptunez website: <https://twitter.com/cryptunez/status/1390658509835018243>

- Abraham, J., Higdon, D., Nelson, J., & Ibarra, J. (2018). *Cryptocurrency Price Prediction Using Tweet Volumes and Sentiment Analysis*. 1(3), 22.
- Andriane, S., Handayani, P. W., & Pinem, A. A. (2019). INFORMATION SHARING AND MECHANISM IN ONLINE COMMUNITY: A NETNOGRAPHY STUDY. *Jurnal Sistem Informatika*, 15(1), 10.
- Annisa, S. (2019). STUDI NETNOGRAFI PADA AKSI BEAT PLASTIC POLLUTION OLEH UNITED NATIONS ENVIRONMENT DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Jurnal ASPIKOM*, 3(6), 1109–1123.
<https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i6.411>
- Aslantas, S. (2021, April 29). Dogecoin (DOGE): Is The Hype Real? Will Hit to \$1? Retrieved May 5, 2021, from Medium website: <https://medium.com/coinmonks/dogecoin-doge-is-the-hype-real-will-hit-to-1-1badd32646db>
- BEN BALLER™. (2021, April 17). YALL THOUGHT I SOLD!!! NO I DID NOT. EVEN AFTER WE HIT \$1.00 USD I WILL NOT SELL! 1. #HODL 2. Coinbase will pick up #Doge 3. Elon will take a #Dogecoin to the moon. 4. We aiming for over \$1.00 #DogeArmy stop playing! Everyone HODL! [Tweet]. Retrieved May 12, 2021, from @BENBALLER website: <https://twitter.com/BENBALLER/status/1383503713025683459>
- blake. (2021, April 17). @elonmusk if doge goes to the moon elon, i will buy my mom a tesla. I love you [Tweet]. Retrieved May 15, 2021, from @blakestonks website: <https://twitter.com/blakestonks/status/1383233305579966469>
- Browne, R. (2021a, April 16). Dogecoin spikes 400% in a week, stoking fears of a cryptocurrency bubble. Retrieved May 1, 2021, from CNBC website: <https://www.cnbc.com/2021/04/16/dogecoin-doge-price-meme-cryptocurrencys-rise-sparks-bubble-fears.html>
- Browne, R. (2021b, April 28). Dogecoin price surges after tweets from Elon Musk and Mark Cuban. Retrieved May 4, 2021, from CNBC website: <https://www.cnbc.com/2021/04/28/dogecoin-price-surges-after-tweets-from-elon-musk-and-mark-cuban.html>
- Chohan, U. W. (2017). A History of Dogecoin. *SSRN Electronic Journal*.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3091219>
- Costello, L., McDermott, M.-L., & Wallace, R. (2017). Netnography: Range of Practices, Misperceptions, and Missed Opportunities. *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1), 160940691770064.
<https://doi.org/10.1177/1609406917700647>
- CZ ♦ Binance. (2021, May 4). I under estimated \$DOGE, and #ETH, and #BTC, and #BNB, and many more. Not financial advice. [Tweet]. Retrieved May 12, 2021, from @cz_binance website: https://twitter.com/cz_binance/status/1389619160812986369
- David Gokhshtein. (2021, April 20). Amazon thinking about accepting \$DOGE as payment according to @newsbtc.

- [Tweet]. Retrieved May 12, 2021, from @davidgokhshtein website:
<https://twitter.com/davidgokhshtein/status/1384549790311227395>
- Del Vecchio, P., Mele, G., Passiante, G., Vrontis, D., & Fanuli, C. (2020). Detecting customers knowledge from social media big data: Toward an integrated methodological framework based on netnography and business analytics. *Journal of Knowledge Management, 24*(4), 799–821.
<https://doi.org/10.1108/JKM-11-2019-0637>
- Dogecoin. (2021, April 18). #Doge— Buy the dip 🚀🌙 #Dogecoin [Tweet]. Retrieved May 15, 2021, from @Investments_CEO website:
https://twitter.com/Investments_CEO/status/1383579890448945157
- DogeCoin Chairwoman. (2021, April 23). NEWS ALERT 📢: Reminder: At 10,000 followers I will be giving away \$1000 worth of \$DOGE to a lucky follower. Like, retweet and follow to be entered. One follower will be randomly chosen! This will be my last giveaway 🙏 #dogecoin [Tweet]. Retrieved May 12, 2021, from @ChairwomanDoge website:
<https://twitter.com/ChairwomanDoge/status/1385468289049006083>
- Elon Musk. (2021a, April 28). The Dogefather SNL May 8 [Tweet]. Retrieved May 12, 2021, from @elonmusk website:
<https://twitter.com/elonmusk/status/1387290679794089986>
- Elon Musk. (2021b, May 9). SpaceX launching satellite Doge-1 to the moon next year – Mission paid for in Doge – 1st crypto in space – 1st meme in space To the moooooonnn!!
<https://t.co/xXfjGZVeUW> [Tweet]. Retrieved May 12, 2021, from @elonmusk website:
<https://twitter.com/elonmusk/status/1391523807148527620>
- Eriyanto. (2014). *Analisis Jaringan Komunikasi: Strategi Baru dalam Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Evans, L., Owda, M., Crockett, K., & Vilas, A. F. (2019). A methodology for the resolution of cashtag collisions on Twitter – A natural language processing & data fusion approach. *Expert Systems with Applications, 127*, 353–369.
<https://doi.org/10.1016/j.eswa.2019.03.019>
- Frankenfield, J. (2020). HODL. Retrieved May 12, 2021, from Investopedia website:
<https://www.investopedia.com/terms/h/hodl.asp>
- Gotter, A. (2019, October 17). 23 Strategies to Increase Your Twitter Engagement. Retrieved May 15, 2021, from AdEspresso website:
<https://adespresso.com/blog/23-strategies-increase-twitter-engagement/>
- Gruzd, A., Paulin, D., & Haythornthwaite, C. (2016). Analyzing Social Media and Learning Through Content and Social Network Analysis: A Faceted Methodological Approach. *Journal of Learning Analytics, 3*(3), 46–71.

- <https://doi.org/10.18608/jla.2016.33.4>
itsALLrisky. (2021, April 20). This #DogeDay is dedicated to the man, the myth, the legend, the Technoking of Tesla, the Emperor of Mars, Destroyer of Shorts, Master of Memes, King of Twitter, Humanity's Best, the one and only: @ElonMusk! On behalf of all of us, THANK YOU! #DogeDay420 #Doge #420day #Doge420
<https://t.co/JddJT0Yltg> [Tweet]. Retrieved May 15, 2021, from @itsALLrisky website: <https://twitter.com/itsALLrisky/status/1384381034687393793>
- Joanne Tjia. (2021, April 16). #DogecoinToTheMoon #dogecoin waiting for the dip to buy again 🙏🙏
<https://t.co/GUSWcd48Tz> [Tweet]. Retrieved May 15, 2021, from @joannetjia website: <https://twitter.com/joannetjia/status/1382885303363403780>
- Klein, T., Pham Thu, H., & Walther, T. (2018). Bitcoin is not the New Gold – A comparison of volatility, correlation, and portfolio performance. *International Review of Financial Analysis*, 59, 105–116. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2018.07.010>
- Kozinets, R. V. (2018). Netnography for Management and Business Research. In C. Cassell, A. L. Cunliffe, & G. Grandy, *The SAGE Handbook of Qualitative Business and Management Research Methods: Methods and Challenges*. SAGE Publications Ltd.
- Kraaijeveld, O., & De Smedt, J. (2020). The predictive power of public Twitter sentiment for forecasting cryptocurrency prices. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 65. <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2020.101188>
- Lizzo, R., & Liechty, T. (2020). The Hogwarts Running Club and Sense of Community: A Netnography of a Virtual Community. *Leisure Sciences*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/01490400.2020.1755751>
- Marta. (2020, July 20). How to measure the share of voice? | Brand24 Blog. Retrieved May 12, 2021, from <https://brand24.com/blog/how-to-measure-the-share-of-voice/>
- Mirtaheri, M., Abu-El-Haija, S., Morstatter, F., Steeg, G. V., & Galstyan, A. (2019). Identifying and Analyzing Cryptocurrency Manipulations in Social Media. *ArXiv:1902.03110 [Cs, Stat]*. Retrieved from <http://arxiv.org/abs/1902.03110>
- Mitchell, C. (2021). Buy The Dips Definition and Examples. Retrieved May 12, 2021, from Investopedia website: <https://www.investopedia.com/terms/b/buy-the-dips.asp>
- Morais, G. M., Santos, V. F., & Gonçalves, C. A. (2020). Netnography: Origins, foundations, evolution and axiological and methodological development and trends. *The Qualitative Report*, 25(2), 441–445. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2020.4227>
- Naranjo-Zolotov, M., Oliveira, T., Casteleyn, S., & Irani, Z. (2019). Continuous usage of e-participation: The role of the

- sense of virtual community. *Government Information Quarterly*, 36(3), 536–545. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.05.009>
- Pathak, X., & Pathak-Shelat, M. (2017). Sentiment analysis of virtual brand communities for effective tribal marketing. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 11(1), 16–38. <https://doi.org/10.1108/JRIM-09-2015-0069>
- Phillips, R. C., & Gorse, D. (2018). Mutual-Excitation of Cryptocurrency Market Returns and Social Media Topics. *Proceedings of the 4th International Conference on Frontiers of Educational Technologies - ICFET '18*, 80–86. Moscow, Russian Federation: ACM Press. <https://doi.org/10.1145/3233347.3233370>
- Prihantoro, E., Rakhman, F. R., & Ramadhani, R. W. (2021). Digital Movement of Opinion Mobilization: SNA Study on #Dirumahaja Vs. #Pakaimasker. *Jurnal ASPIKOM*, 6(1), 77. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v6i1.838>
- Priyowidodo, G. (2019). *MONOGRAF NETNOGRAFI KOMUNIKASI : Aplikasi Pada Tiga Riset Lapangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Randy Grant. (2021, April 16). @joannetjia Damn a dip!!! Go #doge go 🐶 [Tweet]. Retrieved May 15, 2021, from @RetiredCo857 website: <https://twitter.com/RetiredCo857/status/1382885683598086148>
- Samatan, N., Fatoni, A., & Murtiasih, S. (2020). *DISASTER COMMUNICATION PATTERNS AND BEHAVIORS ON SOCIAL MEDIA: A STUDY SOCIAL NETWORK #BANJIR2020 ON TWITTER: (Social Network Analysis #Banjir2020 on Twitter)*. *Humanities & Social Sciences Reviews*, 8(4), 27–36. <https://doi.org/10.18510/hssr.2020.844>
- Tana, S., Breidbach, C., & Turpin, A. (2019). I WANT A LAMBORGHINI: AN ETHNOGRAPHY OF CRYPTOCURRENCY COMMUNITIES. *Proceedings of the 27th European Conference on Information Systems (ECIS)*, 13. Stockholm & Uppsala, Sweden: Association of Information Systems. Retrieved from https://aisel.aisnet.org/ecis2019_rip/21
- Tjahyana, L. J. (2020). GERAKAN OPINI DIGITAL #TRUEBEAUTY PADA TWITTER UNTUK PEMERAN FILM ADAPTASI KOMIK WEBTOON. *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 34. <https://doi.org/10.35308/source.v6i1.1759>
- Tom. (2017, March 28). How the Top 100 Influencers Report Was Created | Brand24 Blog. Retrieved May 12, 2021, from <https://brand24.com/blog/how-we-created-a-data-based-report/>
- Voell, Z., & Reynolds, K. (2021, January 28). Hot DOGE! Meme-Based Cryptocurrency Soars More Than 800% to Record High. Retrieved May 2, 2021, from CoinDesk website: <https://www.coindesk.com/dogecoin-price-record-high>

[nama penulis, tnr 11 pt, italic]

[Judul maks 4 kata pertama, tnr 11 pt, italic]

Wilson, T., Irrera, A., & Chavez-
dreyfuss, G. (2021, April 20).
Dogecoin cryptocurrency
slumps after hashtag-fueled
surge to record high. Retrieved
May 5, 2021, from Reuters

website:
[https://www.reuters.com/techn
ology/dogeday-hashtags-help-
meme-based-cryptocurrency-
dogecoin-hit-new-high-2021-
04-20/](https://www.reuters.com/technology/dogeday-hashtags-help-meme-based-cryptocurrency-dogecoin-hit-new-high-2021-04-20/)

3. Bukti proses Peer Review serta bukti artikel berisi revisi dari Reviewer, dan bukti artikel yang sudah direvisi dan disubmit berdasarkan hasil Peer Review (24 Mei & 6 Juni 2021)

Bukti proses Peer Review



Home / User / Author / Submissions / #3188 / Review

#3188 Review

[Summary](#) | [Review](#) | [Editing](#)

Submission

Authors Lady Joanne Tjahyana

Title Studi Netnografi Pola Komunikasi Jaringan Komunitas Cryptocurrency Dogecoin Pada Twitter

Section Artikel

Editor Nanang Krisdinanto

Peer Review

Round 1

Review Version [3188-8172-1-RV.docx](#) 2021-05-15

Initiated 2021-05-19

Last modified 2021-05-24

Uploaded file Reviewer A [3188-8198-1-RV.docx](#) 2021-05-24

Editor Decision

Decision Accept Submission 2021-07-03

Notify Editor Editor/Author Email Record No Comments

Editor Version None

Author Version [3188-8173-1-ED.docx](#) 2021-05-17 [Delete](#)
[3188-8173-2-ED.docx](#) 2021-06-03 [Delete](#)

Upload Author Version

Submit an Article

User

You are logged in as...
joannetjia

[» My Journals](#)

[» My Profile](#)

[» Log Out](#)

ACCREDITATION



CERTIFIED BY



Author Guidelines

Article Template

ABOUT THE JOURNAL

Online Submissions

Editorial Team

Reviewer

Focus and Scope

Open Access Policy

Publication Ethics and Malpractice Statement

Peer Review Process

Studi Netnografi Pola Komunikasi Jaringan Komunitas Cryptocurrency Dogecoin Pada Twitter

Lady Joanne Tjahyana
Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra
Siwalankerto 121 - 131, Surabaya 60236
Jawa Timur, Indonesia
e-mail : joanne@petra.ac.id

ABSTRACT

Dogecoin was a cryptocurrency that started as a one of meme coins and considered as a joke. However, Dogecoin has become an interesting communication phenomenon in the early 2021. Dogecoin prices has risen 800% in January 2021 and soared to 400% in April 2021. That skyrocketed price could not be separated from the strong support of solid Dogecoin community and top public profiles at Twitter. This research was conducted using digital netnography method to see the communication pattern of Dogecoin community network at Twitter. Data mining and data analysis was done using social network analysis tools which are Netlytic and Brand24 and was conducted from 1 April - 9 May 2021 during several important moments that happened in the community. The research found communication network pattern that includes 5 interaction types within the community. The first interaction type was the stage of identifying themselves as Dogecoin community by posting tweets with Dogecoin's hashtags, cashtags and keywords. The next interaction type was giving support, courage, and pour out feelings and emotions towards the community in the form of tweets, replies, and mentions. Furthermore, the next interaction type was mentions from community to top public profiles in the hope that their influence will affect the rise of Dogecoin price. The last interaction type came from top public profiles to community which containing message to support and encourage the community to keep on holding Dogecoin despite of the volatility of the price.

Keywords: Netnography, Cryptocurrency, Dogecoin, Twitter, Communication Network

ABSTRAK

Commented [rk1]: Siapa yg diteliti? Cara ngambil datanya apa? apa Kontribusi teoritis dan praktis?

Dogecoin adalah *cryptocurrency* yang awalnya dianggap sebagai meme coin atau gurauan namun telah menjadi fenomena komunikasi yang menarik pada awal tahun 2021 ini. Meningkatnya nilai tukar sebanyak 800% pada Januari 2021 dan bertambah lagi sebanyak 400% pada April 2021 tidak lepas dari dukungan yang kuat dari jaringan komunitas *cryptocurrency* Dogecoin dan *top public profiles* di media sosial terutama Twitter. Penelitian ini menggunakan studi digital netnography untuk melihat pola jaringan komunikasi komunitas *cryptocurrency* Dogecoin di Twitter. Pengambilan dan pengolahan data difokuskan pada tanggal 1 April - 9 Mei 2021 bertepatan dengan beberapa peristiwa penting, menggunakan *social network analysis tools* Brand24 dan Netlytic. Hasil penelitian ini menunjukkan terdapat 5 tipe interaksi yang merupakan pola komunikasi jaringan Dogecoin. Pola tersebut terbentuk berdasarkan konsep *sense of community* dan analisa struktur jaringan komunikasi. Tipe interaksi tersebut meliputi identifikasi diri sebagai anggota komunitas menggunakan *hashtags*, *cashtags* dan kata kunci, kemudian memberikan semangat, dukungan, mencurahkan perasaan dan emosi dalam bentuk *tweets*, *replies* dan *mentions*. Selanjutnya terdapat tipe interaksi dari komunitas kepada *top public profiles* yang berisi harapan agar mereka dapat memberikan pengaruh untuk menaikkan nilai tukar Dogecoin. Kemudian terdapat tipe interaksi yang berasal dari *top public profiles* kepada komunitas dalam bentuk *tweets* untuk memberikan dukungan, semangat dan konfirmasi agar tidak menjual dan mempertahankan Dogecoin.

Kata kunci: Netnografi, *Cryptocurrency*, Dogecoin, Twitter, Jaringan Komunikasi

Latar Belakang

Dogecoin adalah *cryptocurrency* yang diciptakan oleh Billy Markus dari Portland, Oregon dan Jackson Palmer dari Sydney, Australia pada tahun 2013. *Cryptocurrency* dengan simbol anjing Shiba Inu tersebut pada awalnya dianggap sebagai *internet meme* atau gurauan yang tidak berarti hingga akhirnya mencapai kepopuleritasan pada bulan Januari 2021 yang ditandai dengan meningkatnya nilai tukar sebesar 800%. Melonjaknya nilai tukar Dogecoin tersebut diawali dengan komunitas *cryptocurrency* pada forum Reddit yang ramai membicarakan dan memberikan dukungan kepada Dogecoin. Kemudian dilanjutkan dengan adanya dukungan dari beberapa public figure ternama seperti Elon Musk, Snoop Dog, dan Gene Simmons pada komunitas *cryptocurrency* di Twitter. Elon Musk telah beberapa kali mengeposkan tweet dukungan pada Dogecoin yang telah membuat banyak orang tertarik pada Dogecoin (Voell & Reynolds, 2021). Meningkatnya popularitas Dogecoin terus berlanjut hingga mengalami pelonjakan nilai tukar pada bulan April 2021. Tepatnya pada tanggal 15 April 2021, Elon Musk mengeposkan tweet gambar internet meme Dogecoin dengan teks "*Doge Barking at the Moon - Miro*" yang disusul dengan kenaikan nilai tukar Dogecoin sebanyak 400% (Browne, 2021a). Tweet dari public figure lain seperti Mark Cuban juga telah memberikan pengaruh signifikan kepada lonjakan nilai tukar Dogecoin (Browne, 2021b).

Fenomena Dogecoin ini dianggap sebagai contoh klasik dari *greater fool theory* di mana para investor membeli *cryptocurrency* bukan karena nilai sesungguhnya namun karena mengandalkan banyaknya investor lain yang akan bersama-sama menimbun dan menaikkan nilai tukar sebuah *cryptocurrency* (Browne, 2021a). Namun demikian komunitas Dogecoin tetap menikmati *trend* dan mengikuti *hype* dari *cryptocurrency* tersebut dengan terlibat aktif dalam postingan baik berupa dukungan maupun bersenang-senang dengan meme Dogecoin di media sosial. Adapun *hype* Dogecoin yang secara konstan terjadi pada komunitas justru diperlukan untuk mempertahankan dan menaikkan nilai Dogecoin (Aslantas, 2021).

Nilai tukar Dogecoin juga sempat mengalami penurunan secara cepat yang justru terjadi pada saat Doge Day pada tanggal 20 April 2021. Sebelumnya *hype* komunitas menyambut Doge Day telah viral dengan *hashtag* #DogeDay. Namun justru saat hari perayaan Dogecoin tersebut, nilai tukar mengalami penurunan sebesar 20%. Meskipun tidak signifikan dibanding kenaikan 400% sebelumnya, namun sempat membuat para investor Dogecoin menjadi khawatir. Pada saat itulah komunitas dan *influencers* Dogecoin saling memberikan dukungan dan semangat agar tidak menjual Dogecoin (Wilson, Irrera, & Chavez-dreyfuss, 2021).

Berdasarkan fenomena Dogecoin dan *hype* yang terjadi pada komunitas,

Commented [rk3]: Idem. Ini opini pribadi. Tlg dicek semua.

Commented [rk2]: Menulis artikel ilmiah itu hrs ada sumber ilmiah/sumber data/referensi. Ini semua blm ada

Commented [rk4]: Jgn ngutip unt satu alinea. Hrs ditulis dg bhs sendiri

penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk melihat pola komunikasi jaringan komunitas *cryptocurrency* Dogecoin pada media sosial Twitter.

a. Komunitas Virtual

Komunitas virtual melibatkan sekelompok orang yang mempunyai ketertarikan yang sama terhadap sebuah topik dan berkomunikasi secara termediasi melalui media berbasis internet (Lizzo & Liechty, 2020). Selain itu komunitas virtual dapat menyatukan anggota dengan pola pikir yang sama tanpa memedulikan batasan geografis dan demografis (Pathak & Pathak-Shelat, 2017).

Konsep *Sense of community* pertama kali dicetuskan oleh McMillan and Chavis pada tahun 1986 dan terdapat 4 faktor dalam sebuah komunitas yang dapat membangun *sense of community* yaitu *membership, influence, integration and fulfillment of needs, dan shared emotional connection*. Faktor - faktor tersebut dapat digunakan pula untuk melihat *sense of community* pada interaksi yang ada pada komunitas virtual. (Lizzo & Liechty, 2020).

b. Analisis Jaringan Komunikasi

Analisis jaringan komunikasi menggambarkan interaksi dan relasi dalam bentuk garis diantara setiap titik anggota jaringan yang disebut sebagai *nodes*. Pada media sosial seperti Twitter, *nodes* adalah akun Twitter yang berperan sebagai aktor dalam jaringan

komunikasi. Selain itu, jaringan komunikasi dapat dianalisa dengan melihat interaksi antar *nodes* dalam bentuk *mention, reply, retweet, dan quote* (Eriyanto, 2014)

Terdapat beberapa properti yang dapat diukur untuk menganalisa struktur sebuah jaringan komunikasi, diantaranya yaitu kepadatan (*density*), mutualitas (*reciprocity*), sentralisasi (*centralization*), diameter dan jarak (*distance*) serta modularitas (*modularity*) (Eriyanto, 2014; Gruzd, Paulin, & Haythornthwaite, 2016).

Dalam sebuah jaringan komunikasi terdapat *dominant actor* yang berperan dalam menggerakkan opini dan trend percakapan. Pada media sosial seperti Twitter, *dominant actor* yang lebih dikenal dengan sebutan *influencers* memiliki peran dalam memengaruhi dan menggerakkan opini dalam sebuah komunitas dengan pendekatan yang sesuai dengan budaya dan kebiasaan pada komunitas tersebut (Tjahyana, 2020).

c. Komunitas *Cryptocurrency* pada Twitter

Twitter adalah media sosial yang seringkali dianggap sebagai tempat untuk mendapatkan data terkait prediksi aset keuangan, termasuk *cryptocurrency*. Data prediksi tersebut dapat berupa sentimen negatif dan positif ataupun sentimen yang menunjukkan ketidakpastian terhadap nilai sebuah *cryptocurrency*. Sentimen yang ada dapat terlihat dari opini

Commented [rk5]: Belum ada research gap. Ada masalah apa sehingga perlu diteliti? Apa yg ingin dibuktikan/dikonfirmasi shg berkontribusi bagi ilmu dan praktek?

komunitas pada diskusi yang ada pada Twitter (Phillips & Gorse, 2018).

Sebagian besar pengguna Twitter yang aktif dalam diskusi *cryptocurrency* menggunakan media sosial Twitter hanya karena ingin mengikuti perkembangan prediksi *cryptocurrency*. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya akun Twitter yang terlibat dalam diskusi tidak mengepos topik selain *cryptocurrency* pada profil akun mereka. Akun Twitter hanya mereka gunakan untuk mencermati dan berdiskusi mengenai *cryptocurrency* (Phillips & Gorse, 2018).

Dalam mengepos percakapan dalam bentuk *tweet*, komunitas *cryptocurrency* juga menggunakan *hashtags* dalam bentuk simbol # untuk mengategorikan percakapan tersebut ke dalam kategori tertentu. Untuk topik seputar *cryptocurrency*, penggunaan *hashtags* juga seringkali digunakan untuk menggolongkan topik percakapan berdasarkan jenis dan nama dari *cryptocurrency* (Abraham, Higdon, Nelson, & Ibarra, 2018). Contoh penggunaan *hashtags* untuk *cryptocurrencies* adalah #DOGE, #BTC, #ETH, #XRP.

Media sosial Twitter juga menyediakan *cashtags* untuk mempromosikan topik diskusi dan informasi seputar keuangan, seperti *stocks* atau *cryptocurrencies*. *Cashtags* tersebut berupa simbol \$ untuk menyebutkan nama sebuah *cryptocurrency* yang diletakkan pada awalan simbol *cryptocurrency* tersebut (Mirtaheri, Abu-El-Haija, Morstatter, Steeg, & Galstyan, 2019). Sebagai

contoh untuk Dogecoin maka penulisan dengan *cashtags* adalah \$DOGE.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode Netnografi Digital untuk mengetahui pola jaringan komunikasi komunitas *cryptocurrency* Dogecoin di Twitter.

Netnografi mempertahankan dasar dari metode etnografi namun telah beradaptasi dengan perkembangan komunikasi termediasi melalui internet (Morais, Santos, & Gonçalves, 2020). Metode netnografi cocok digunakan sebagai pendekatan untuk memahami dinamika sosial yang terjadi di dalam komunitas *virtual* (Pathak & Pathak-Shelat, 2017).

Netnografi merupakan metode yang dapat memberikan efisiensi biaya dan waktu dibandingkan metode lainnya karena dengan menggunakan perkembangan teknologi maka arsip data yang tersimpan secara *online* dapat diakses dan dikategorikan dengan cepat (Kozinets, 2018). Penarikan dan klasifikasi data dalam jumlah yang besar atau disebut sebagai *big data* dapat dikombinasikan dengan metode netnografi untuk memahami interaksi dan perilaku yang terjadi pada komunitas (Morais et al., 2020).

Penelitian ini khususnya berfokus kepada tipologi netnografi digital, yaitu metode yang berfokus kepada fenomena global dan menggunakan analisa teknis dan data statistik untuk mendeteksi pola dan memahami interaksi yang ada (Kozinets, 2018; Morais et al., 2020). Netnografi digital dapat memberikan pemahaman budaya

dan kebiasaan berdasarkan pola yang dicari sesuai dengan tujuan penelitian. Pola tersebut dapat dilihat dari infrastruktur jaringan *sociocultural* yang didapat dari hasil analisa data (Kozinets, 2018). Lebih lanjut, Kozinets (2018) menyatakan bahwa *insight* mengenai budaya yang didapatkan dari netnografi meliputi elemen - elemen budaya seperti penggunaan bahasa, ritual, peran, identitas, nilai, cerita, mitos, dan arti yang tersirat.

Proses Netnografi dapat dibagi menjadi beberapa tahap yaitu *research planning* dan *cultural entrée*, *data collection*, *data interpretation*, *ensuring ethical standard*, dan *research representation* (Kozinets, dikutip dalam Del Vecchio, Mele, Passiante, Vrontis, & Fanuli, 2020). Beberapa netnografer telah melakukan adaptasi tahapan netnografer sesuai dengan rancangan penelitian masing - masing (Costello, McDermott, & Wallace, 2017).

a. *Research planning* dan *cultural entrée*

Pada tahap ini penelitian menetapkan konteks dan tujuan dari proses netnografi yang akan dilakukan. Adapun tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui pola jaringan komunikasi dari komunitas *cryptocurrency* Dogecoin pada Twitter.

Peneliti sebagai netnografer telah terlibat dan melakukan observasi komunitas sejak Februari 2021 dengan fokus pengambilan data pada bulan April - Mei 2021. Rentang waktu tersebut dipilih karena terdapat

beberapa peristiwa penting pada komunitas Dogecoin terutama terkait dengan *hype* yang terjadi dan adanya lonjakan nilai tukar Dogecoin. Peristiwa tersebut antara lain adalah pelonjakan nilai tukar sebesar 800% pada bulan Januari 2021 dan dilanjutkan dengan lonjakan sebesar 400% pada bulan April 2021, kemudian adanya perayaan Doge Day pada tanggal 20 April yang disusul dengan menurunnya nilai tukar sebesar 20%, kemudian tampilnya Elon Musk pada acara Saturday Night Live yang membicarakan mengenai Doge Father, dan disusul dengan tweet Elon Musk pada tanggal 9 Mei yang menyatakan bahwa SpaceX yaitu perusahaan roket komersial miliknya akan menerima Dogecoin sebagai alat pembayaran.

b. *Data Collection* dan *Data Interpretation*

Komunitas yang dituju pada penelitian ini tidak terbatas pada komunitas yang dibentuk oleh akun - akun tertentu, namun keseluruhan komunitas Dogecoin pada Twitter yang terdiri dari akun - akun komunitas maupun akun individual yang tidak tergabung pada akun komunitas manapun, serta berdiskusi dengan topik yang sama yaitu seputar Dogecoin. Fokus penelitian ini adalah kepada jenis komunitas *interest communities* yaitu komunitas yang mendiskusikan topik sesuai dengan ketertarikan dari masing - masing anggotanya (Laudon dan Traver, dikutip dalam Priyowidodo, 2019).

Commented [rk6]: Jgn bnyk berteori. Hrs konkret: Mengapa pake Netnografi dikaitkan dg masalah anda. Pastikan bahwa metode ini bs dipake menjawab masalah anda

Commented [rk7]: Bhs Indonesia saja

Commented [rk8]: Siapa saja komunitasnya? Siapa saja yg diteliti? Hrs jelas

Commented [rk9]: Ini bukan fokus penelitian. Tapi, batasan objek penelitian/ yg diteliti

Penelitian ini menggunakan *social network analysis tools* untuk mengambil dan memonitor data pada media sosial Twitter. *Tools* yang digunakan yaitu Brand24 dan Netlytic.

Menurut Del Vecchio et al. (2020) Brand24 merupakan *social media monitoring tools* yang dapat memberikan data statistik media sosial secara konsisten dalam jangka waktu tertentu. Pada penelitian ini Brand24 akan digunakan untuk melakukan *data mining* semua *mentions* yang ada pada Twitter dengan kata kunci "doge" pada tanggal 1 April - 9 Mei 2021. Pengambilan data difokuskan kepada *mentions* dalam *tweets* berbahasa Inggris. Brand24 digunakan untuk melakukan kategorisasi data dan *text analysis* berdasarkan kata kunci dan *hashtags*. Selain itu Brand24 digunakan untuk mendapatkan data para *influencers* seputar topik Dogecoin.

Netlytic adalah *social network analysis tools* yang dapat digunakan untuk melakukan *data mining* berupa percakapan pada media sosial dan dapat memberikan visualisasi jaringan komunikasi berdasarkan jenis interaksi dan topik (Gruzd et al., 2016). Selain itu Netlytic juga dapat digunakan untuk melihat data stuktur jaringan seperti *diameter*, *density*, *reciprocity*, *centralization* dan *modularity* (Tjahyana, 2020). Pada penelitian ini pengambilan data pada Netlytic terbatas pada sampel data sejumlah 10.000 untuk setiap data set, dikarenakan jenis akun peneliti ada pada level *tier 2* pada Netlytic. Sehingga data akan diambil pada tanggal - tanggal tertentu

bertepatan dengan kejadian yang akan disorot pada komunitas Dogecoin.

Interpretasi data akan didasarkan pada konsep komunitas virtual, *sense of community*, pola dan struktur jaringan komunikasi, serta elemen budaya pada komunitas.

c. *Ensuring Ethical Standard*

Untuk memastikan penelitian ini tidak menyalahi standard etika, maka netnografer memastikan beberapa hal seperti apakah komunitas, grup ataupun akun pribadi yang akan dijadikan sumber data berjenis *public* atau *private* dan apakah ada konsensus diperlukan untuk mempublikasikan akun atau komunitas terutama yang berjenis *private* (Annisa, 2019).

d. *Research Representation*

Penelitian ini akan merepresentasikan pola jaringan komunikasi komunitas *cryptocurrency* Dogecoin yang ada di Twitter, dengan melihat data struktur jaringan, *sense of community*, dan beberapa elemen budaya yang telah diinterpretasikan sebelumnya.

Dalam representasi penelitian, netnografer harus memastikan dalam posisi netral dan tidak terpengaruh pada kontradiksi internal, memperhatikan etika terkait anonimitas, memiliki data pendukung yang akurat, mempunyai bukti yang cukup dan relevan, serta dapat memetakan antara dunia *online* dan dunia nyata (Kozinets,

Commented [rk10]: Nggak konkret. Hanya teoritis. Jelaskan scr konkret cara anda memastikan etika

Commented [rk11]: Mendeskripsikan?

dikutip dalam Andriane, Handayani, & Pinem, 2019).

Pembahasan

Algoritma Twitter tidak membatasi pengguna hanya melihat tweets dari akun yang di-follow, namun pengguna juga dapat dengan mudah melihat semua tweets terkini tentang topik yang di-follow pada halaman *home* pengguna. *Update* tersebut meliputi tweets yang terkini maupun yang terpopuler pada sebuah topik yang diikuti. Selain itu pengguna juga dapat dengan mudah menemukan tweets terkini dan terpopuler berdasarkan kata kunci dan *hashtags* tertentu. Algoritma Twitter juga akan merekomendasikan tweets sesuai dengan topik yang disukai oleh pengguna (Gotter, 2019).

Lebih lanjut pengguna juga dapat berinteraksi dengan pengguna lain yang mengepos tweet mengenai topik yang diikuti dengan cara *like*, *reply*, *retweet*, *quote*, dan *mention*. Tentu saja interaksi hanya dapat dilakukan dengan pengguna yang memiliki tipe akun *public*. Sehingga interaksi komunitas yang terbentuk pada Twitter tidak terbatas pada akun - akun tertentu saja (Gotter, 2019).

Demikian pula dengan komunitas *cryptocurrency* Dogecoin pada Twitter, terdiri dari pengguna Twitter yang dapat bertemu dan saling berinteraksi satu sama lain dengan bebas tanpa harus mengikuti akun - akun tertentu. Interaksi tersebut terjadi ketika

pengguna melihat rekomendasi tweet terkini dan terpopuler dari topik Dogecoin dan memutuskan untuk berinteraksi dalam bentuk *like*, *reply*, *mention*, *quote* dan *retweet*. Setelah itu pengguna dapat memutuskan untuk *follow* akun - akun tertentu untuk memastikan mereka tidak tertinggal *update* dari percakapan yang diikuti.

Agar tweet seorang pengguna mengenai Dogecoin dapat muncul sebagai rekomendasi terkini atau terpopuler, diperlukan adanya kata kunci seputar Dogecoin atau memberikan *hashtags* dan *cashtags* Dogecoin pada tweet yang dipos. Oleh karena itu agar dapat tergabung dan berinteraksi dengan komunitas Dogecoin pada Twitter tidak diperlukan adanya keanggotaan khusus yang terpusat pada akun tertentu. Jika seorang pengguna mengepos tweet dengan kata kunci, *hashtags* dan *cashtags* seputar Dogecoin, maka pengguna tersebut dapat terlibat dan berinteraksi di dalam komunitas Dogecoin pada Twitter.

Adapun dari proses *data mining* yang dilakukan dengan tools Brand24, didapatkan sejumlah 574.688 *mentions* pada media sosial Twitter dengan kata kunci "Doge" pada rentang waktu tanggal 1 April - 9 Mei 2021. Melalui tools Brand24, *mentions* tersebut dikategorikan lagi berdasarkan kata kunci lain, *hashtags*, dan *cashtags* Dogecoin.

Tabel 1 Jumlah *mentions* berdasarkan *hashtags* populer

Hashtags	Jumlah mentions
#Doge	266.041
#Dogecoin	130.939
#Dogearmy	40.623
#Dogecointhemoon	31.986
#Dogecoinrise	24.551
#Dogeday	21.208
#Dogecoins	14.033
#Dogeothemoon	11.797
#Dogefather	11.404

Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Brand24

Tabel 2 Jumlah *mentions* berdasarkan *cashtags* populer

Cashtags	Jumlah mentions
\$doge	196.050
\$dogecoin	467

Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Brand24

Selain itu *tweets* yang diposting memiliki motivasi tertentu sesuai dengan faktor - faktor yang ada prinsip *sense of community*. Penggunaan *hashtags*, *cashtags* dan kata kunci tertentu menunjukkan motivasi dari *tweets* tersebut.

a. Pola komunikasi yang didasarkan pada konsep *sense of community*.

Lizzo & Liechty (2020) menemukan bahwa faktor *membership* yang muncul dalam *sense of community* ditandai dengan penggunaan simbol, kalimat, ataupun kata yang merupakan keunikan

dari sebuah komunitas. Hal ini juga merupakan ekspresi dari rasa bangga menjadi bagian dari sebuah komunitas, dan merupakan cara untuk berbagi pengalaman dengan anggota komunitas yang lain (Lizzo & Liechty, 2020). Dalam berinteraksi, komunitas Dogecoin pada Twitter menggunakan beberapa *hashtags* dan *cashtags* serta kata kunci untuk menunjukkan kebanggaan mereka menjadi bagian dari komunitas Dogecoin. Seperti yang terlihat pada Tabel 1, terdapat *hashtags* yang disertakan dalam *tweets* yang diposting oleh anggota komunitas. *Hashtags* yang banyak digunakan adalah #Doge, #Dogecoin, dan #Dogearmy yang bertujuan untuk memberikan identitas dan memperkenalkan diri sebagai bagian dari komunitas Dogecoin. Komunitas Dogecoin terdiri dari investor *cryptocurrency* dari seluruh dunia dan meskipun tidak saling mengenal namun dengan menggunakan *hashtags* tersebut pada *tweets*, maka mereka akan dikenali sebagai bagian dari komunitas. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Naranjo-Zolotov, Oliveira, Casteleyn, & Irani, 2019) tentang prinsip *membership* pada komunitas virtual, di mana anggota komunitas akan merasa menjadi bagian dari sebuah komunitas meskipun tidak saling mengenal satu sama lainnya sebelumnya.

Selain itu, penggunaan *cashtags* \$Doge dan \$Dogecoin seperti yang terlihat pada Tabel 2, mengindikasikan bahwa selain ingin dikenal sebagai bagian dari komunitas Dogecoin, mereka juga ingin dikenal sebagai

bagian dari komunitas yang lebih luas, yaitu komunitas yang tergabung dalam topik *finance* pada Twitter. Sesuai dengan fungsi penggunaan *cashtags* yaitu agar pengguna Twitter dapat dikenal dan terlibat dalam berbagai diskusi seputar *finance* yang tentunya tidak terbatas pada topik *cryptocurrency* saja (Evans, Owda, Crockett, & Vilas, 2019). Penggunaan *cashtags* tersebut juga menunjukkan adanya faktor *influence* dalam *sense of community* yaitu adanya keinginan untuk memberikan pengaruh tidak hanya di dalam komunitas itu sendiri namun juga menjangkau dunia di luar komunitas yang lebih luas (Lizzo & Liechty, 2020). Dalam konteks komunitas Dogecoin, mereka yang menggunakan tidak hanya *hashtags* sebagai identitas, namun juga menggunakan *cashtags*, dapat dikatakan ingin berkontribusi dan memberikan pengaruh lebih luas pada komunitas *cryptocurrency* dan *finance* pada umumnya.

Menurut Klein, Pham Thu, & Walther (2018), *cryptocurrency* memiliki *volatility* yang tinggi dibanding aset lain seperti emas. *Volatility* yang tinggi ini ditandai secara terus menerus dengan adanya penurunan nilai tukar secara drastis sehingga para investor dapat mengambil keuntungan sebesar - besarnya pada saat pergerakan nilai tukar berada di puncak. Selain itu tingginya *volatility* juga disebabkan adanya peristiwa ataupun perubahan regulasi dan legalitas dari *cryptocurrency* (Klein et al., 2018).

Dogecoin juga memiliki *volatility* yang tinggi dan pergerakan nilai tukar tidak hanya ditentukan oleh perilaku investor yang ingin mengambil keuntungan ataupun regulasi yang ada, namun juga oleh *issue* yang digerakkan oleh *public profiles* pada media sosial seperti beberapa *tweet* dari Elon Musk yang selalu disusul dengan kenaikan nilai tukar Dogecoin (Chohan, 2017). Tingginya *volatility* ini tentunya dapat membawa kekhawatiran pada para investor Dogecoin, meskipun sebenarnya *volatility* juga membuka kesempatan untuk mendapatkan keuntungan terutama bagi investor yang menyukai *scalping* atau *swing trading*.

Lebih lanjut, komunitas Dogecoin pada Twitter menjadi tempat bagi para investor untuk mencari informasi seputar *issue* terkini, pergerakan nilai tukar Dogecoin dan tentu saja memantau *tweets* terkini dari para *public profiles* dan *influencers* Dogecoin. Selain itu para investor juga mencari konfirmasi dan prediksi nilai tukar serta waktu yang tepat untuk menjual dan membeli Dogecoin.

Komunitas Dogecoin pada Twitter menjadi tempat yang tepat untuk mencari semua informasi dan konfirmasi tersebut, karena banyaknya *tweets* baik dari *top public profiles* dan *influencers* maupun dari masing - masing anggota komunitas yang berbagi pengalaman dan memberikan semangat. Selain itu, komunitas Dogecoin menjadi tempat untuk mencurahkan emosi dan perasaan, terutama jika mendapatkan keuntungan ketika nilai tukar Dogecoin

mengalami kenaikan ataupun kerugian yang diakibatkan dari penurunan drastis nilai tukar Dogecoin secara mendadak. Hal ini sesuai dengan faktor *integration and fulfillment of needs* serta *shared emotional connection* pada *sense of community* di mana anggota komunitas saling memenuhi kebutuhan, berbagi serta mencurahkan perasaan dan emosi (Lizzo & Liechty, 2020).

Penggunaan *hashtags* dan kata kunci tertentu menjadi penanda bahwa para investor yang juga adalah anggota komunitas Dogecoin saling berbagi pengalaman, perasaan dan dukungan satu sama lainnya. Seperti terlihat pada Tabel 1 terdapat *hashtags* populer yang digunakan untuk memberi semangat seperti *#Dogecointhemoon* dan *#Dogecoinrise*, yang memberikan semangat bahwa nilai tukar Dogecoin akan mengalami kenaikan yang sangat tinggi. Kemudian dapat juga dilihat pada Tabel 3 adanya kata kunci populer seperti *moon*, *buy*, *pump*, *hold*, *hodl*, *mars*, dan *dip* yang digunakan untuk memberikan semangat dan dukungan untuk membeli dan bertahan menjadi *holder* dari Dogecoin. Terdapat juga kata kunci SNL dan *hashtags* *#Dogefather*, yang terkait dengan *tweets* dari Elon Musk bahwa ia akan menjadi *host* dari acara Saturday Night Live (SNL) pada tanggal 8 Mei 2021 dan pada saat itu ia akan membicarakan mengenai *#Dogefather*.

"The Dogefather SNL May 8" (Elon Musk, 2021a)

Tweet tersebut mendapat sambutan yang luar biasa dari komunitas, dan banyak *tweet* yang menggunakan kata kunci SNL dan

hashtags *#Dogefather* dengan tujuan untuk memberikan semangat dan harapan bahwa pada acara tersebut akan menjadi peristiwa penting untuk *cryptocurrency* Dogecon.

Tabel 3 Jumlah *mentions* berdasarkan kata kunci populer

Kata Kunci	Jumlah mentions
<i>doge</i>	574.688
<i>moon</i>	105.199
<i>buy</i>	53.160
<i>pump</i>	30.510
<i>hold</i>	23.342
<i>sell</i>	17.971
<i>hodl</i>	17.769
<i>spaceX</i>	15.916
<i>give</i>	14.247
SNL	12.376
<i>mars</i>	10.806
<i>dip</i>	8.887

Sumber : Hasil penelitian menggunakan *tools* Brand24

Terdapat pula kata kunci *SpaceX* yang cukup banyak dipakai dalam *tweets*, sebagai antusiasme dari komunitas terhadap *tweet* Elon Musk pada tanggal 9 Mei 2021, yaitu sehari setelah penampilannya di SNL.

"SpaceX launching satellite Doge-1 to the moon next year
 – Mission paid for in Doge
 – 1st crypto in space
 – 1st meme in space
 To the moooooonn!!"
 (Elon Musk, 2021b)

Pada *tweet* tersebut Elon Musk mengumumkan bahwa *SpaceX*, perusahaan roket komersial miliknya, akan menerima Dogecoin sebagai salah satu alat pembayaran. Hal ini tentunya

memberikan nilai tambah kepada Dogecoin sebagai sebuah *cryptocurrency* yang telah diperhitungkan secara serius. Penggunaan kata kunci SpaceX tentunya dimaksudkan untuk menjadi penyemangat dan harapan kepada semua investor bahwa Dogecoin tidak lagi menjadi *meme coins* dan akan mengalami peningkatan nilai tukar.

Kemudian terdapat pula *hashtag* #Dogeday, yang mengajak para komunitas untuk menantikan Doge Day, yaitu perayaan hari Dogecoin pada tanggal 20 April 2021. Tentunya komunitas sangat antusias menyambut Doge Day dan banyak tweets yang berisi harapan bahwa Dogecoin akan mengalami pelonjokan nilai tukar pada hari itu. Namun sayangnya kenyataan yang terjadi justru sebaliknya, karena mendekati Doge Day, justru nilai tukar Dogecoin mengalami penurunan 20%. Meskipun penurunan itu tidak signifikan dibandingkan kenaikan 400% pada tanggal 15 April 2021, namun tetap banyak investor yang juga merupakan anggota komunitas meragukan Dogecoin dan memutuskan untuk menjual Dogecoin yang dimiliki. Pada saat itulah banyak anggota komunitas dan juga *public profiles* dan *influencers* yang memberikan semangat agar investor tetap *hold* atau *hodl* dan tidak *dump* atau *sell* Dogecoin mereka. Bahkan terdapat ajakan untuk justru *buy* di saat posisi *dip*. Itulah sebabnya kata kunci *hold*, *hodl*, *dump*, *sell* dan *dip* menjadi populer pada saat itu. Seperti *Tweet* dari seorang *podcaster* dan *influencer* Ben Baller mengandung

ajakan dan semangat bagi para investor untuk tetap *hodl* Dogecoin.

"YALL THOUGHT I SOLD!!!
NO I DID NOT. EVEN AFTER WE HIT
\$1.00 USD I WILL NOT SELL!
1. #HODL
2. Coinbase will pick up #Doge
3. Elon will take a #Dogecoin to the
moon.
4. We aiming for over \$1.00
#DogeArmy stop playing! Everyone
HODL!
(BEN BALLER™, 2021)

Kata kunci *hodl* sebenarnya adalah kesalahan ejaan yang disengaja dari kata *hold* dan merupakan salah satu kata kunci yang populer pada komunitas *cryptocurrency*. *Hold* adalah singkatan dari "*hold on for dear life*". Arti yang terkandung dari *hodl* adalah tetap mempertahankan sebuah *cryptocurrency* dan tidak menjual dalam kondisi apapun (Frankenfield, 2020). Ajakan untuk *hodl* tersebut tentunya memberikan pesan bahwa Dogecoin adalah *cryptocurrency* yang berharga untuk diperhatikan serta memiliki masa depan yang menjajikan.

Sedangkan kata kunci *dip* yang juga sering dipakai untuk memberikan semangat di saat nilai tukar mengalami penurunan, sebenarnya merupakan bagian dari frasa "*buy the dips*" yang artinya membeli di saat nilai sebuah *cryptocurrency* mengalami penurunan, sehingga nantinya akan mendapat keuntungan yang lebih banyak ketika nilai tukar berada di posisi puncak (Mitchell, 2021). Seperti terlihat pada *tweet* dari seorang *influencer* Dogecoin dengan akun @Dogecoin.

"#Doge - buy the dip 🚀🐶
#Dogecoin"
(Dogecoin, 2021)

Tentunya kata kunci *dip* ini dipakai untuk memberikan semangat dan harapan agar tidak menjual bahkan justru membeli saat nilai tukar *Dogecoin* berada di posisi rendah karena adanya keyakinan bahwa nantinya nilai tukar tersebut akan kembali pada posisi puncak dan memberikan keuntungan besar.

Kekhawatiran para investor terhadap tingginya *volatility* *Dogecoin* seringkali membuat investor tidak mau lagi untuk *hold* dan menjual *Dogecoin* mereka, terutama ketika terjadi penurunan nilai tukar. Sebaliknya jika melihat dari teori *the greater fool* yang memandang bahwa nilai sebuah *cryptocurrency* tergantung dari banyaknya investor yang mau membeli *cryptocurrency* tersebut, maka sangat penting agar para investor tetap bertahan menjadi *holder* *Dogecoin*. Oleh karena itu banyak *public profiles* dan *influencers* yang menggunakan pengaruh mereka untuk mencegah investor menjual *Dogecoin*. Seperti terlihat pada Tabel 4, terdapat *top public profiles* menurut data dari Brand24 yang memiliki *voice of share* dan *influences* tertinggi.

Voice of share pada Brand24 adalah pengukuran visibilitas sebuah *brand* atau *public profiles* pada berbagai *channels* yang dihitung dari banyaknya *mentions* dan *engagement* seperti jumlah *impressions*, *share*, *hashtags*, dan *reach* dan membandingkannya dengan seluruh *market* sejenis (Marta,

2020). Sedangkan *influences* pada Brand24 merupakan kompilasi dari data *followers*, *mentions*, *reach* dan *interactions* atau *engagements* seorang *public profiles* pada media sosial (Tom, 2017). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin besar angka *voice of share* dan *influence* seseorang artinya ia adalah *public profiles* yang memiliki pengaruh kuat pada sebuah komunitas di media sosial. Pada Tabel 4 terdapat daftar *Top 10 Public Profiles* pada komunitas *Dogecoin*.

Tabel 4 *Top 10 Public Profiles* Komunitas *Dogecoin* pada Twitter

Public Profiles	Voice Share	Influences
<i>elonmusk</i>	17.078%	115 Juta
<i>bmurphypointman</i>	4.584%	31 Juta
<i>MeekMill</i>	2.485%	17 Juta
<i>cryptunez</i>	1.504%	10 Juta
<i>cz_binance</i>	1.298%	8.7 Juta
<i>DailyDogeUpdate</i>	1.241%	8.4 Juta
<i>davidgokhshtein</i>	0.987%	6.6 Juta
<i>mcuban</i>	0.949%	6.4 Juta
<i>binance</i>	0.89%	6.0 Juta
<i>DogecoinRise</i>	0.831%	5.6 Juta

Sumber : Hasil penelitian menggunakan *tools* Brand24

Tidak hanya Elon Musk, seperti terlihat pada Tabel 4, terdapat *public profiles* lain seperti Changpeng Zhao dengan akun *cz_binance* yaitu CEO dari *cryptocurrency* *Binance*. Changpeng Zhao mengepos *tweet* yang menyatakan bahwa ia telah meremehkan beberapa *cryptocurrency* termasuk diantaranya adalah *Dogecoin*. *Tweet* tersebut berbunyi :

"I under estimated \$DOGE, and #ETH, and #BTC, and #BNB, and many more. Not financial advice." (CZ 💎 Binance, 2021)

Tweet dari Changpeng Zhao tersebut sebenarnya ingin mengatakan bahwa Dogecoin setara dengan *cryptocurrencies* lainnya yang termasuk dalam urutan teratas dalam *cryptocurrency market cap*. Tentunya hal ini memberikan dukungan dan semangat kepada para investor Dogecoin. Tweet lainnya datang dari *public profile* bernama David Gokhshtein, yaitu seorang pengusaha dan *Forbes Financial Council*.

"Amazon thinking about accepting \$DOGE as payment according to @newsbtc." (David Gokhshtein, 2021)

Tweet dari David Gokhshtein tersebut juga memberikan konfirmasi bahwa Dogecoin mulai diperhitungkan secara serius oleh perusahaan besar seperti Amazon sebagai alat pembayaran transaksi. Selain itu terdapat tweet dari akun *public profile* seorang *influencer* Dogecoin @cryptunez :

"if \$DOGE goes over \$1 in the next 24 hours i will give everyone that retweets this 1,000 \$DOGE."
(\$DOGE TO \$2 📈🔥 (69 IQ), 2021)

Tweet dari @cryptunez tersebut pada dasarnya ingin memberikan semangat dan harapan bahwa Dogecoin akan memiliki nilai tukar sebesar \$1 dalam waktu cepat. Kemudian seperti yang dijanjikan oleh @cryptunez bahwa ia akan memberikan sejumlah Dogecoin kepada semua orang yang *retweet*, maka banyak juga

para *influencers* lain yang melakukan hal yang sama. Mereka mengadakan *giveaway* dengan memberikan sejumlah Dogecoin jika suatu kondisi terpenuhi, seperti *retweet* dan *follow* akun pemberi Dogecoin tersebut. Seperti terlihat pula pada Tabel 3 bahwa kata kunci *give* sering pula digunakan dalam *tweet*. Hal ini menunjukkan bahwa Dogecoin adalah *cryptocurrency* yang diperhitungkan dan menjanjikan sehingga dapat menarik komunitas untuk mengikuti *giveaway* tersebut. Berikut adalah contoh *tweet giveaway* yang dilakukan oleh seorang *micro - influencer* dengan akun @ChairwomanDoge :

"NEWS ALERT : Reminder: At 10,000 followers I will be giving away \$1000 worth of \$DOGE to a lucky follower. Like, retweet and follow to be entered. One follower will be randomly chosen! This will be my last giveaway #dogecoin." (DogeCoin Chairwoman, 2021)

b. Pola komunikasi yang didasarkan pada struktur jaringan komunikasi

Pengambilan data melalui *tools* Netlytic telah memberikan data pengukuran struktur jaringan komunikasi komunitas Dogecoin di Twitter. Karena keterbatasan jenis akun Tier 2 yang dimiliki oleh peneliti maka setiap *data set* pada Netlytic hanya bisa menampung 10.000 *mentions*. Pada penelitian ini telah diambil beberapa *data sets* namun yang akan diambil sebagai sampel data analisa adalah penarikan data terkini yaitu pada akhir periode penelitian ini, dikarenakan telah

terjadi beberapa peristiwa sebelumnya yang tentunya akan memengaruhi juga pola komunikasi komunitas secara keseluruhan. Data yang dipakai adalah penarikan *mentions* pada Twitter untuk kata kunci Doge, dan berhasil menarik data sebanyak 10.000 *mentions* pada tanggal 9 Mei 2021.

Netlytic menyediakan beberapa fungsi untuk menganalisa struktur jaringan, diantaranya adalah *network analysis* berdasarkan dua tipe jaringan komunikasi yaitu *chain network* dan *name network*. Gruzd et al. (2016) menyatakan bahwa *chain network* menggambarkan relasi antar partisipan secara langsung dalam bentuk *replies*. Sedangkan *name network* dapat digunakan untuk melihat relasi antar partisipan dalam bentuk *mentions* nama atau nama akun pada media sosial.

Netlytic juga menyediakan visualisasi data jaringan seperti yang terlihat pada Gambar 1 dan 2. Sedangkan data pengukuran struktur jaringan ada pada Tabel 5 dan 6. Pada Gambar 1 terlihat visualisasi dari *chain network* yang memperlihatkan pola jaringan komunikasi yang didasarkan pada relasi dalam bentuk *replies*. Dapat dilihat pada gambar *chain network* tersebut terdapat 2 pola *clusters* yang terbentuk.

Pola *clusters* yang pertama yaitu adanya beberapa *clusters* besar di mana masing - masing *cluster* terdiri dari banyak *nodes* dan terpusat pada beberapa *dominant actors*. Para aktor yang mendominasi tersebut dapat terdiri dari *public profiles* ataupun *influencers*. Hal ini menunjukkan bahwa

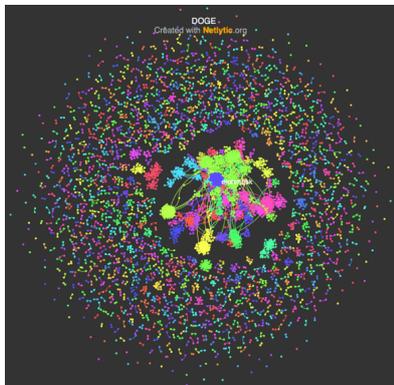
terjadi interaksi berupa *replies* dari para anggota komunitas terhadap *tweets* dari para *public profiles* dan *influencers*. Beberapa *clusters* yang terpusat tersebut dapat dilihat terletak pada pusat jaringan.

Sedangkan pola *clusters* yang kedua yaitu terdiri dari *clusters* kecil yang hanya terdiri dari 1-3 *nodes* dan tersebar secara bebas memenuhi jaringan serta tidak terpusat pada *dominant actors* tertentu. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi interaksi bebas di mana para anggota komunitas saling mengepos *tweets* dan memberikan *replies* atas kemauan sendiri dan tidak diinisiasi oleh *dominant actors* pada jaringan.

Temuan pola *clusters* yang terlihat pada visualisasi jaringan tersebut juga didukung dengan data pengukuran struktur jaringan pada Tabel 5, yaitu pada properti *centralization* dan *modularity*. Nilai *centralization* yang tinggi, yaitu mendekati angka 1 menunjukkan bahwa interaksi terpusat pada *dominant actors*. Sedangkan jika jauh lebih rendah dari angka 1 artinya interaksi tidak terpusat dan dipengaruhi oleh *dominant actors* (Gruzd et al., 2016).

Kemudian menurut Gruzd et al. (2016) untuk nilai *modularity* yang rendah mendekati angka nol menunjukkan bahwa komunitas terdiri dari kelompok yang koheren dengan topik percakapan yang sama. Sebaliknya, menurut Prihantoro, Rakhman, & Ramadhani (2021), nilai *modularity* yang tinggi mendekati angka 1, menunjukkan bahwa

komunitas tersebut telah terbagi menjadi kelompok atau *clusters* dengan topik pembicaraan yang berbeda dan dipengaruhi pula oleh *dominant actors* yang berbeda pada setiap *cluster*. Jika melihat Tabel 5, maka dapat dilihat bahwa pada *chain network* nilai *centralization* adalah 0.060260 dan *modularity* adalah 0.929600. Nilai tersebut menunjukkan bahwa interaksi berupa *replies* pada komunitas Dogecoin tidak terpusat pada *dominant actors* dan terbagi dalam *clusters* yang beragam dengan topik percakapan yang berbeda - beda. Meskipun terdapat beberapa *top public profiles* pada komunitas Dogecoin, namun masing - masing anggota komunitas memiliki inisiatif untuk menggepos *tweets* dan memberikan *replies* tanpa menunggu adanya pengaruh dan ajakan dari *top profiles*.



Gambar 1 Visualisasi Jaringan Komunikasi Dogecoin dengan struktur *Chain Network*
Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Netlytic

Tabel 5 Pengukuran *Chain Network* Dogecoin

Properti	Nilai
<i>Diameter</i>	11
<i>Density</i>	0.0001425
<i>Reciprocity</i>	0.045050
<i>Centralization</i>	0.060260
<i>Modularity</i>	0.929600

**Posters with ties* : 3.980

Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Netlytic

Selain itu terdapat pula pengukuran *reciprocity*, di mana jika nilai *reciprocity* adalah 1 artinya terdapat komunikasi dua arah antar semua *nodes* yang ada pada sebuah jaringan komunikasi, dan hal tersebut adalah kondisi yang hampir tidak pernah terjadi pada media sosial, dikarenakan jumlah *nodes* yang sangat banyak (Gruzd et al., 2016). Seperti terlihat pada Tabel 5 bahwa nilai *reciprocity* adalah 0.045050, maka dapat dikatakan bahwa nilai *reciprocity* mendekati angka 0 dan hal tersebut menunjukkan jarang terjadi komunikasi dua arah antar anggota komunitas. Dalam *chain network* komunitas Dogecoin, angka *reciprocity* yang rendah menunjukkan bahwa jika terdapat *tweet* maka hanya terdapat interaksi satu arah berupa *reply* kepada *tweet* tersebut, karena seringkali *author* dari *tweet* tersebut tidak merespon kembali. Hal ini dapat terjadi jika *author* adalah seorang *public profiles* dan mendapatkan banyak *replies* sehingga tidak memungkinkan untuk merespon semua *replies* yang ada dan berinteraksi lebih lanjut dengan pemberi *replies*. Selain itu rendahnya *reciprocity* juga dapat memberikan konfirmasi untuk

pernyataan Phillips & Gorse (2018) bahwa banyak pengguna menggunakan media sosial Twitter hanya untuk mendapatkan informasi dan prediksi aset keuangan, dan bukan untuk bersosialisasi lebih lanjut dengan pengguna lainnya dan membicarakan topik selain *cryptocurrency*.

Selanjutnya terdapat properti *diameter* yaitu untuk mengukur jarak antar *nodes* terjauh dalam sebuah jaringan komunikasi. *Diameter* akan menghitung berapa *nodes* yang harus dilalui agar informasi dapat tersampaikan dengan menghitung jarak terpendek antara *nodes* terjauh (Gruzd et al., 2016). Nilai diameter dari *chain network* Dogecoin adalah 11, yang berarti diperlukan 11 *nodes* agar sebuah informasi dapat tersampaikan di antara *nodes* yang terjauh. Semakin tinggi angka *density* artinya akan diperlukan waktu lebih lama untuk persebaran sebuah informasi (Prihantoro et al., 2021).

Selain itu, properti *density* akan menghitung intensitas komunikasi yang terjadi di antara *nodes* dalam sebuah jaringan komunikasi (Samatan, Fatoni, & Murtiasih, 2020). Jika nilai *density* mendekati angka 1 maka menandakan tingginya intensitas komunikasi yang berarti setiap *nodes* berkomunikasi kepada hampir semua *nodes* lain yang ada pada jaringan (Gruzd et al., 2016). Jika melihat nilai *density* pada Tabel 5 yang rendah dan mendekati angka nol, menandakan rendahnya intensitas komunikasi *chain network* Dogecoin. Rendahnya *density* dapat berarti banyak anggota komunitas yang bukan

merupakan *dominant actors* dan memiliki pengaruh kecil pada komunitas, sehingga *tweets* yang diposting tidak mendapat banyak respon dan interaksi dari anggota komunitas yang lainnya (Samatan et al., 2020). Jika melihat tingginya nilai *diameter* dan rendahnya *density* pada *chain network* Dogecoin, maka dapat dikatakan bahwa sebagian besar anggota komunitas Dogecoin tidak saling mengenal satu sama lainnya pada dunia nyata dan berasal dari beragam latar belakang diseluruh penjuru dunia. Hal ini juga dapat menjadi sebab rendahnya nilai *density* karena ada keseganan untuk berinteraksi karena tidak saling mengenal satu sama lainnya. Keseganan tersebut bisa jadi disebabkan karena budaya yang berbeda sehingga ada kekuatiran komunikasi tidak tersampaikan dengan baik (Tjahyana, 2020). Namun meskipun tidak saling mengenal sebelumnya, mereka memiliki semangat dan tujuan yang sama untuk saling mendukung dan memberikan semangat pada komunitas Dogecoin dengan mengepos *tweet* menggunakan *hashtags* yang dipakai pada komunitas Dogecoin. Dalam hal ini *hashtags* yang dipakai merupakan cara untuk mengidentifikasi diri sebagai anggota komunitas dan mempersatukan seluruh anggota komunitas yang tersebar dan tidak saling mengenal sebelumnya.

Peneliti sebagai netnografer mencoba untuk membuat *co-created data* berupa *tweet* dengan *hashtags* seputar Dogecoin, untuk melihat interaksi dari komunitas. Adapun *co-*

created data dapat merupakan data yang didapat dari hasil interaksi dan percakapan antara netnografer dengan anggota komunitas. Berikut adalah tweet dari netnografer pada akun @joannetjia:

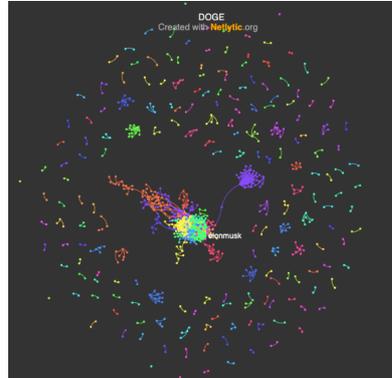
"#DogecoinToTheMoon #dogecoin waiting for the dip to buy again." (Joanne Tjia, 2021)

Kemudian tweet tersebut mendapatkan reply dari akun yang tidak dikenal oleh netnografer dan bukan merupakan follower dari akun @joannetjia. Reply tersebut datang dari akun @RetiredCo857 yang pada dasarnya memberikan dukungan dan semangat untuk terus berharap Dogecoin akan tetap mengalami peningkatan nilai tukar. Tweet tersebut berbunyi:

"andy Grant @RetiredCo857 Replying to @joannetjia
Damn a dip !!! Go #doge go 🤪"
(Randy Grant, 2021)

Co-created data yang dihasilkan dari interaksi peneliti sebagai netnografer tersebut membuktikan bahwa meskipun tidak saling mengenal, namun anggota komunitas dapat dipertemukan dengan hashtags dan saling memberikan dukungan serta semangat untuk terus menaruh keyakinan pada Dogecoin.

Selanjutnya dapat dilihat pada visualisasi name network Dogecoin pada Gambar 2, di mana terdapat kesamaan pola dengan chain network yaitu terdapat pola komunikasi yang terpusat pada dominant actors dan pola komunikasi antar nodes lain yang tersebar disekitarnya.



Gambar 2 Visualisasi Jaringan Komunikasi Dogecoin dengan struktur Name Network
Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Netlytic

Tabel 6 Pengukuran Name Network Dogecoin

Properti	Nilai
Diameter	6
Density	0.000827
Reciprocity	0.000000
Centralization	0.132500
Modularity	0.808500

*Posters with ties : 685

Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Netlytic

Namun jika dibandingkan dengan chain network pada Gambar 1, maka dapat terlihat bahwa persebaran nodes pada name network tidak sebanyak chain network. Hal ini sesuai dengan perbandingan data posters with ties dari name network hanya 685 sedangkan chain network sebanyak 3.980. Posters with ties adalah banyaknya nodes yang mengepos tweet dan mendapat interaksi dari nodes lainnya. Jumlah posters with ties yang lebih sedikit pada name network menandakan bahwa tidak banyak anggota komunitas yang

melakukan interaksi berupa *mentions* pada anggota lainnya. Hal ini mungkin terjadi karena tidak banyak anggota komunitas yang saling mengenal satu sama lainnya. Namun *mentions* banyak ditujukan kepada para *dominant actors* yang merupakan *top public profiles* maupun *influencers* pada komunitas Dogecoin. Hal tersebut didukung dengan data *centralization* yang dapat dilihat pada Tabel 6, di mana nilai *centralization* pada *name network* adalah 0.132500, yaitu lebih tinggi dari nilai *centralization* pada *chain network* yaitu 0.060260.

Kemudian nilai *reciprocity* pada *name network* adalah 0.000000, di mana artinya hampir tidak terjadi komunikasi dua arah. Hal ini merupakan sesuatu yang wajar terjadi, karena *mentions* lebih banyak terpusat dan ditujukan pada *dominant actors*, dan tentunya tidak memungkinkan bagi para aktor dominan tersebut untuk membalas dan berinteraksi pada semua orang yang melakukan *mentions* kepada akun mereka. Sehingga komunikasi yang terjadi cenderung merupakan komunikasi satu arah berupa *mentions* yang tidak di respon kembali oleh para *dominant actors*.

Jika melihat visualisasi jaringan baik *chain network* pada Gambar 1 dan *name network* pada Gambar 2, maka dapat dilihat adanya beberapa *dominant actors* yang menjadi pusat percakapan. Salah satu *dominant actor* yang menonjol pada kedua *network* adalah Elon Musk. Hal ini sesuai dengan data pada Tabel 4 yaitu daftar *Top 10 Public Profiles* pada komunitas

Dogecoin bahwa Elon Musk dengan akun Twitter @elonmusk, menduduki posisi pertama dari daftar tersebut. Elon Musk memang merupakan *public profiles* yang membawa pengaruh sangat signifikan pada pelonjakkan nilai tukar Dogecoin pada tahun 2021. Pengaruh tersebut diawali dengan adanya beberapa *tweet* yang selalu disusul dengan kenaikan nilai tukar Dogecoin (Chohan, 2017). Pengaruh yang kuat tersebut membuat komunitas Dogecoin menaruh harapan kepada sosok Elon Musk untuk terus memberikan dukungan pada Dogecoin. Sehingga ketika Elon Musk mengepos *tweet* tentang Dogecoin, selalu mendapatkan interaksi *replies* yang sangat banyak. Selain itu banyak anggota komunitas yang menunjukkan harapan kepada Elon Musk dengan cara *mentions* Elon Musk pada *tweet* mereka. Menurut data yang didapat menggunakan Brand24, terdapat 95.325 *replies* dan *mentions* kepada @elonmusk dengan kata kunci "Doge" pada periode 1 April - 9 Mei 2021. Berikut adalah contoh *tweet* yang memberikan *mentions* kepada Elon Musk dari akun @itsALLrisky :

"This #DogeDay is dedicated to the man, the myth, the legend, the Technoking of Tesla, the Emperor of Mars, Destroyer of Shorts, Master of Memes, King of Twitter, Humanity's Best, the one and only:

@ElonMusk!

On behalf of all of us, THANK YOU!
#DogeDay420 #Doge #420day #Doge420"

(itsALLrisky, 2021)

Tweet dari @itsALLrisky tersebut telah memperoleh banyak interaksi

berupa *likes* dan *retweets* dari komunitas, yang ditandai dengan *influencer score* pada Brand24 sebesar 9/10.

Berikut adalah contoh tweet yang merupakan *reply* kepada salah satu tweet dari Elon Musk, dari akun @blakestonks :

"@blakestonks Replying to @elonmusk
if doge goes to the moon elon, i will buy my mom a tesla. I love you" (blake, 2021)

Tweet dari @blakestonks tersebut telah memperoleh cukup banyak *likes* dan *retweet* dari komunitas, yang ditandai dengan *influencer score* pada Brand24 sebesar 3/10.

c. Pola komunikasi jaringan *cryptocurrency Dogecoin* pada *Twitter*

Berdasarkan observasi dan analisa maka telah didapatkan pola komunikasi jaringan *cryptocurrency Dogecoin* pada *Twitter*. Pola komunikasi ini dibagi menjadi beberapa tipe berdasarkan urutan dan jenis interaksi yang dilakukan oleh komunitas.

Tipe interaksi pertama yaitu tahap mengidentifikasi diri sebagai anggota komunitas *Dogecoin* dengan cara mengepos *tweet* menggunakan *hashtags* seputar *Dogecoin* seperti #Doge, #Dogecoin, #DogeArmy, dan masih banyak lagi seperti yang dapat dilihat pada Tabel 1. Selain *hashtags* dapat juga menggunakan *cashtags* seperti \$Doge atau \$Dogecoin seperti yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tipe interaksi kedua yaitu memberikan dukungan dan semangat kepada sesama anggota komunitas *Dogecoin* dengan cara mengepos *tweets* dengan kata kunci dan *hashtags* yang bertujuan memberikan harapan dan semangat seperti *moon*, *buy*, *pump*, *hold*, *hodl*, *spaceX*, #Dogeday, #Dogecoin to the moon, #Dogefather, dan masih banyak lagi seperti yang dapat dilihat pada Tabel 1 dan Tabel 3.

Tipe interaksi ini juga bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan konfirmasi tentang *Dogecoin* kepada sesama anggota komunitas. Selain itu banyak pula yang menggunakan *tweet* untuk mencurahkan perasaan dan emosi pada komunitas terutama jika mendapat banyak keuntungan ataupun saat mengalami kerugian.

Tipe interaksi ketiga yaitu berinteraksi dengan memberikan *replies* kepada *tweets* anggota komunitas lainnya, yang banyak terjadi secara satu arah karena tidak saling mengenal, dengan tujuan memberikan semangat dan dukungan.

Tipe interaksi keempat yaitu berinteraksi dengan memberikan *mentions* dan *replies* berisi harapan kepada para *top public profiles* yang dipercaya dapat membawa peningkatan pada nilai tukar *Dogecoin*, seperti *mentions* yang banyak ditujukan kepada Elon Musk. Tipe interaksi ini juga banyak terjadi secara satu arah karena tidak adanya balasan dan interaksi lebih lanjut dari para *top public profiles*.

Tipe interaksi kelima yaitu interaksi antara *top public profiles* untuk

memberikan semangat, dukungan dan konfirmasi kepada anggota komunitas untuk terus mempertahankan Dogecoin. Banyak pula terdapat tweet yang merupakan *giveaway* Dogecoin dari para *top public profiles* kepada anggota komunitas. Tipe interaksi ini banyak terjadi secara satu arah karena tidak adanya balasan atau diskusi lebih lanjut dari *top public profiles* kepada mereka yang memberikan *replies* pada *tweet* mereka.

Kesimpulan

Melalui penelitian dengan metode studi netnografi digital ini maka didapatkan pola jaringan komunikasi komunitas *cryptocurrency* pada Twitter. Pola tersebut didasarkan pada konsep *sense of community* dan analisa struktur jaringan komunikasi. Pola yang ada dibagi menjadi 5 tipe interaksi berdasarkan jenis dan urutan.

Interaksi yang pertama yaitu sebagai tahap untuk mengidentifikasi diri sebagai bagian dari komunitas menggunakan kata kunci, *hashtags* dan *cashtags*. Kemudian tipe interaksi yang kedua yaitu mengepos *tweets* yang bertujuan untuk memberikan semangat, pengetahuan dan konfirmasi.

Selanjutnya tipe interaksi yang ketiga yaitu berinteraksi dengan memberikan *replies* kepada *tweets* dari anggota komunitas lainnya dan dilanjutkan dengan tipe interaksi keempat yaitu memberikan *mentions* dan *replies* berisi harapan kepada *top public profiles* yang dianggap dapat membawa kenaikan nilai tukar Dogecoin. Lebih lanjut, tipe interaksi

kelima yaitu berupa interaksi dari *top public profiles* kepada anggota komunitas untuk memberikan semangat, dukungan dan konfirmasi serta *giveaway* Dogecoin.

Referensi

- \$DOGE TO \$2 📈 (69 IQ). (2021, May 7). If \$DOGE goes over \$1 in the next 24 hours i will give everyone that retweets this 1,000 \$DOGE [Tweet]. Retrieved May 12, 2021, from @cryptunez website: <https://twitter.com/cryptunez/status/1390658509835018243>
- Abraham, J., Higdon, D., Nelson, J., & Ibarra, J. (2018). Cryptocurrency Price Prediction Using Tweet Volumes and Sentiment Analysis. 1(3), 22.
- Andriane, S., Handayani, P. W., & Pinem, A. A. (2019). INFORMATION SHARING AND MECHANISM IN ONLINE COMMUNITY: A NETNOGRAPHY STUDY. *Jurnal Sistem Informasi*, 15(1), 10.
- Annisa, S. (2019). STUDI NETNOGRAFI PADA AKSI BEAT PLASTIC POLLUTION OLEH UNITED NATIONS ENVIRONMENT DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Jurnal ASPIKOM*, 3(6), 1109–1123. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i6.411>
- Aslantas, S. (2021, April 29). Dogecoin (DOGE): Is The Hype Real? Will Hit to \$1? Retrieved May 5, 2021, from Medium website: <https://medium.com/coinmonks/dogecoin-doge-is-the-hype-real-will-hit-to-1-1badd32646db>

Commented [rk12]: Ini masih mengulang penyajian data. Simpulan itu hrs bisa menarik proposisi dari penyajian data

- BEN BALLERTM. (2021, April 17). YALL THOUGHT I SOLD!!! NO I DID NOT. EVEN AFTER WE HIT \$1.00 USD I WILL NOT SELL! 1. #HODL 2. Coinbase will pick up #Doge 3. Elon will take a #Dogecoin to the moon. 4. We aiming for over \$1.00 #DogeArmy stop playing! Everyone HODL! [Tweet]. Retrieved May 12, 2021, from @BENBALLER website: <https://twitter.com/BENBALLER/status/1383503713025683459>
- blake. (2021, April 17). @elonmusk if doge goes to the moon elon, i will buy my mom a tesla. I love you [Tweet]. Retrieved May 15, 2021, from @blakestonks website: <https://twitter.com/blakestonks/status/1383233305579966469>
- Browne, R. (2021a, April 16). Dogecoin spikes 400% in a week, stoking fears of a cryptocurrency bubble. Retrieved May 1, 2021, from CNBC website: <https://www.cnbc.com/2021/04/16/dogecoin-doge-price-meme-cryptocurrencys-rise-sparks-bubble-fears.html>
- Browne, R. (2021b, April 28). Dogecoin price surges after tweets from Elon Musk and Mark Cuban. Retrieved May 4, 2021, from CNBC website: <https://www.cnbc.com/2021/04/28/dogecoin-price-surges-after-tweets-from-elon-musk-and-mark-cuban.html>
- Chohan, U. W. (2017). A History of Dogecoin. SSRN Electronic Journal. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3091219>
- Costello, L., McDermott, M.-L., & Wallace, R. (2017). Netnography: Range of Practices, Misperceptions, and Missed Opportunities. *International Journal of Qualitative Methods*, 16(1), 160940691770064. <https://doi.org/10.1177/1609406917700647>
- CZ ♦ Binance. (2021, May 4). I under estimated \$DOGE, and #ETH, and #BTC, and #BNB, and many more. Not financial advice. [Tweet]. Retrieved May 12, 2021, from @cz_binance website: https://twitter.com/cz_binance/status/1389619160812986369
- David Gokhshtein. (2021, April 20). Amazon thinking about accepting \$DOGE as payment according to @newsbtc. [Tweet]. Retrieved May 12, 2021, from @davidgokhshtein website: <https://twitter.com/davidgokhshtein/status/1384549790311227395>
- Del Vecchio, P., Mele, G., Passiante, G., Vrontis, D., & Fanuli, C. (2020). Detecting customers knowledge from social media big data: Toward an integrated methodological framework based on netnography and business analytics. *Journal of Knowledge Management*, 24(4), 799–821. <https://doi.org/10.1108/JKM-11-2019-0637>
- Dogecoin. (2021, April 18). #Doge— Buy the dip 🚀🌙 #Dogecoin [Tweet]. Retrieved May 15, 2021, from @Investments_CEO website: https://twitter.com/Investments_CEO/status/1383579890448945157
- DogeCoin Chairwoman. (2021, April 23). NEWS ALERT 📢:

- Reminder: At 10,000 followers I will be giving away \$1000 worth of \$DOGE to a lucky follower. Like, retweet and follow to be entered. One follower will be randomly chosen! This will be my last giveaway 🤪 #dogecoin [Tweet]. Retrieved May 12, 2021, from @ChairwomanDoge website:
<https://twitter.com/ChairwomanDoge/status/1385468289049006083>
- Elon Musk. (2021a, April 28). The Dogefather SNL May 8 [Tweet]. Retrieved May 12, 2021, from @elonmusk website:
<https://twitter.com/elonmusk/status/1387290679794089986>
- Elon Musk. (2021b, May 9). SpaceX launching satellite Doge-1 to the moon next year – Mission paid for in Doge – 1st crypto in space – 1st meme in space To the moooooonn!!
<https://t.co/xXfjGZVeUW> [Tweet]. Retrieved May 12, 2021, from @elonmusk website:
<https://twitter.com/elonmusk/status/1391523807148527620>
- Eriyanto. (2014). Analisis Jaringan Komunikasi: Strategi Baru dalam Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Evans, L., Owda, M., Crockett, K., & Vilas, A. F. (2019). A methodology for the resolution of cashtag collisions on Twitter – A natural language processing & data fusion approach. *Expert Systems with Applications*, 127, 353–369.
<https://doi.org/10.1016/j.eswa.2019.03.019>
- Frankenfield, J. (2020). HODL. Retrieved May 12, 2021, from Investopedia website:
<https://www.investopedia.com/terms/h/hodl.asp>
- Gotter, A. (2019, October 17). 23 Strategies to Increase Your Twitter Engagement. Retrieved May 15, 2021, from AdEspresso website:
<https://adespresso.com/blog/23-strategies-increase-twitter-engagement/>
- Gruzd, A., Paulin, D., & Haythornthwaite, C. (2016). Analyzing Social Media and Learning Through Content and Social Network Analysis: A Faceted Methodological Approach. *Journal of Learning Analytics*, 3(3), 46–71.
<https://doi.org/10.18608/jla.2016.3.3.4>
- itsALLrisky. (2021, April 20). This #DogeDay is dedicated to the man, the myth, the legend, the Technoking of Tesla, the Emperor of Mars, Destroyer of Shorts, Master of Memes, King of Twitter, Humanity's Best, the one and only: @ElonMusk! On behalf of all of us, THANK YOU! #DogeDay420 #Doge #420day #Doge420
<https://t.co/JddJT0YItg> [Tweet]. Retrieved May 15, 2021, from @itsALLrisky website:
<https://twitter.com/itsALLrisky/status/1384381034687393793>
- Joanne Tjia. (2021, April 16). #DogecoinToTheMoon #dogecoin waiting for the dip to buy again 🙏🙏
<https://t.co/GUSWcd48Tz> [Tweet]. Retrieved May 15, 2021, from @joannetjia website:
<https://twitter.com/joannetjia/status/1382885303363403780>
- Klein, T., Pham Thu, H., & Walther, T. (2018). Bitcoin is not the New

- Gold – A comparison of volatility, correlation, and portfolio performance. *International Review of Financial Analysis*, 59, 105–116. <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2018.07.010>
- Kozinets, R. V. (2018). Netnography for Management and Business Research. In C. Cassell, A. L. Cunliffe, & G. Grandy, *The SAGE Handbook of Qualitative Business and Management Research Methods: Methods and Challenges*. SAGE Publications Ltd.
- Lizzo, R., & Liechty, T. (2020). The Hogwarts Running Club and Sense of Community: A Netnography of a Virtual Community. *Leisure Sciences*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/01490400.2020.1755751>
- Marta. (2020, July 20). How to measure the share of voice? | Brand24 Blog. Retrieved May 12, 2021, from <https://brand24.com/blog/how-to-measure-the-share-of-voice/>
- Mirtaheri, M., Abu-El-Hajja, S., Morstatter, F., Steeg, G. V., & Galstyan, A. (2019). Identifying and Analyzing Cryptocurrency Manipulations in Social Media. ArXiv:1902.03110 [Cs, Stat]. Retrieved from <http://arxiv.org/abs/1902.03110>
- Mitchell, C. (2021). Buy The Dips Definition and Examples. Retrieved May 12, 2021, from Investopedia website: <https://www.investopedia.com/terms/b/buy-the-dips.asp>
- Morais, G. M., Santos, V. F., & Gonçalves, C. A. (2020). Netnography: Origins, foundations, evolution and axiological and methodological development and trends. *The Qualitative Report*, 25(2), 441–445. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2020.4227>
- Naranjo-Zolotov, M., Oliveira, T., Casteleyn, S., & Irani, Z. (2019). Continuous usage of e-participation: The role of the sense of virtual community. *Government Information Quarterly*, 36(3), 536–545. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.05.009>
- Pathak, X., & Pathak-Shelat, M. (2017). Sentiment analysis of virtual brand communities for effective tribal marketing. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 11(1), 16–38. <https://doi.org/10.1108/JRIM-09-2015-0069>
- Phillips, R. C., & Gorse, D. (2018). Mutual-Excitation of Cryptocurrency Market Returns and Social Media Topics. *Proceedings of the 4th International Conference on Frontiers of Educational Technologies - ICFET '18*, 80–86. Moscow, Russian Federation: ACM Press. <https://doi.org/10.1145/3233347.3233370>
- Prihantoro, E., Rakhman, F. R., & Ramadhani, R. W. (2021). Digital Movement of Opinion Mobilization: SNA Study on #Dirumahaja Vs. #Pakaimasker. *Jurnal ASPIKOM*, 6(1), 77. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v6i1.838>
- Priowidodo, G. (2019). MONOGRAF NETNOGRAFI KOMUNIKASI : Aplikasi Pada Tiga Riset Lapangan. Jakarta: Rajawali Pers.

- Randy Grant. (2021, April 16). @joannetjia Damn a dip !!! Go #doge go 😄 [Tweet]. Retrieved May 15, 2021, from @RetiredCo857 website: <https://twitter.com/RetiredCo857/status/1382885683598086148>
- Samatan, N., Fatoni, A., & Murtiasih, S. (2020). DISASTER COMMUNICATION PATTERNS AND BEHAVIORS ON SOCIAL MEDIA: A STUDY SOCIAL NETWORK #BANJIR2020 ON TWITTER: (Social Network Analysis #Banjir2020 on Twitter). *Humanities & Social Sciences Reviews*, 8(4), 27–36. <https://doi.org/10.18510/hssr.2020.844>
- Tjahyana, L. J. (2020). GERAKAN OPINI DIGITAL #TRUEBEAUTY PADA TWITTER UNTUK PEMERAN FILM ADAPTASI KOMIK WEBTOON. *SOURCE : Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 34. <https://doi.org/10.35308/source.v6i1.1759>
- Tom. (2017, March 28). How the Top 100 Influencers Report Was Created | Brand24 Blog. Retrieved May 12, 2021, from <https://brand24.com/blog/how-we-created-a-data-based-report/>
- Voell, Z., & Reynolds, K. (2021, January 28). Hot DOGE! Meme-Based Cryptocurrency Soars More Than 800% to Record High. Retrieved May 2, 2021, from CoinDesk website: <https://www.coindesk.com/dogecoin-price-record-high>
- Wilson, T., Irrera, A., & Chavez-dreyfuss, G. (2021, April 20). Dogecoin cryptocurrency slumps after hashtag-fueled surge to record high. Retrieved May 5, 2021, from Reuters website: <https://www.reuters.com/technology/dogeday-hashtags-help-meme-based-cryptocurrency-dogecoin-hit-new-high-2021-04-20/>

**Studi Netnografi Pola Komunikasi Jaringan Komunitas
Cryptocurrency Dogecoin Pada Twitter**

Lady Joanne Tjahyana
Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra
Siwalankerto 121 - 131, Surabaya 60236
Jawa Timur, Indonesia
e-mail : joanne@petra.ac.id

ABSTRACT

Dogecoin was a cryptocurrency that started as a meme coin. However, Dogecoin price has increased by 800% in January 2021 and soared to 400% in April 2021. The skyrocketed price could not be separated from the support of Dogecoin community and top public profiles at Twitter. This research was conducted using digital netnography method to see communication pattern of Dogecoin community network at Twitter. The community targeted in this study consists of all Twitter's users that actively participated in discussions about Dogecoin. Data mining and data analysis were done using social network analysis tools which were Netlytic and Brand24 from 1 April - 9 May 2021 during several important moments that happened in the community. The mined data was all conversation data using keyword "Doge". The research found communication network pattern that includes 5 interaction types in the community. The findings suggest that cryptocurrencies' developers should give convincing information to make communities wanted to hold a cryptocurrency. Furthermore, it is important to maintain community's members who give each other encouragement and support. Also, the developers could work with top public profiles to give confirmation and convincing information that could overcome community's anxiety regarding the high volatility of a cryptocurrency.

Keywords: Netnography, Cryptocurrency, Dogecoin, Twitter, Communication Network

ABSTRAK

Cryptocurrency Dogecoin awalnya dianggap sebagai *meme coin* namun telah mengalami kenaikan nilai tukar sebanyak 800% pada Januari 2021 dan bertambah lagi sebesar 400% pada April 2021. Hal ini tidak lepas dari dukungan kuat dari komunitas *cryptocurrency* Dogecoin dan *top public profiles* pada media sosial Twitter. Penelitian ini menggunakan metode *digital netnography* untuk melihat pola komunikasi jaringan komunitas *cryptocurrency* Dogecoin di Twitter. Komunitas yang diteliti tidak terpusat pada akun komunitas tertentu namun meliputi seluruh akun Twitter yang aktif berdiskusi mengenai Dogecoin. Batasan penelitan adalah pada tanggal 1 April - 9 Mei 2021 bertepatan dengan beberapa peristiwa penting yang terjadi. Data yang digunakan adalah semua percakapan pada Twitter dengan kata kunci "Doge" dan diambil menggunakan *social network analysis tools* Brand24 dan Netlytic. Penelitian ini menemukan adanya 5 tipe interaksi yang merupakan pola komunikasi jaringan Dogecoin. Pola komunikasi yang ditemukan pada penelitian ini dapat memberikan masukan bagi pengembang Dogecoin dan *cryptocurrency* lainnya tentang pentingnya memberikan informasi yang dapat meyakinkan komunitas untuk tetap *hold* sebuah *cryptocurrency*. Kemudian pentingnya membina komunitas yang saling mendukung dan memberi semangat di antara anggota komunitas, dan pentingnya bekerjasama dengan *top public profiles* untuk memberikan keyakinan dan konfirmasi untuk mengatasi keresahan komunitas terkait *volatility* yang tinggi dari sebuah *cryptocurrency*.

Kata kunci: Netnografi, *Cryptocurrency*, Dogecoin, Twitter, Jaringan Komunikasi

Latar Belakang

Dogecoin adalah *cryptocurrency* yang diciptakan oleh Billy Markus dari Portland, Oregon dan Jackson Palmer dari Sydney, Australia pada tahun 2013 dengan menggunakan maskot anjing Shiba Inu dan pada awalnya hanya dianggap sebagai *meme coins* atau *joke* (Chohan, 2017). Meskipun hanya dianggap sebagai gurauan namun Dogecoin telah mencapai kepopuleritasan pada bulan Januari 2021 yang ditandai dengan meningkatnya nilai tukar sebesar 800% (Voell & Reynolds, 2021). Melonjaknya nilai tukar Dogecoin tersebut diawali dengan komunitas *cryptocurrency* pada forum Reddit yang ramai membicarakan dan memberikan dukungan kepada Dogecoin (Irwan & Indrawan, 2021). Terdapat pula dukungan dari beberapa public figure ternama seperti Elon Musk, Snoop Dog, dan Gene Simmons pada komunitas *cryptocurrency* di Twitter (Chohan, 2017). Meningkatnya popularitas Dogecoin terus berlanjut hingga terus mengalami pelonjakan nilai tukar pada bulan April 2021, tepatnya pada tanggal 15 April 2021 ketika Elon Musk mengepos *tweet* gambar *internet meme* Dogecoin dengan teks "*Doge Barking at the Moon - Miro*" yang disusul dengan kenaikan nilai tukar Dogecoin sebanyak 400% (Browne, 2021a). *Tweet* dari public figure lain seperti Mark Cuban juga telah memberikan pengaruh signifikan kepada lonjakan nilai tukar Dogecoin (Browne, 2021b).

Fenomena Dogecoin ini dianggap sebagai contoh klasik dari *greater fool*

theory di mana para investor membeli *cryptocurrency* bukan karena nilai sesungguhnya namun karena mengandalkan banyaknya investor lain yang akan bersama - sama menimbun dan menaikkan nilai tukar sebuah *cryptocurrency* dan dapat berakibat terciptanya kondisi *bubble* yang dapat menambah resiko kerugian investor (Kimberley dikutip dalam Browne, 2021a). Meskipun terdapat resiko *bubble*, Aslantas (2021) menyatakan bahwa komunitas Dogecoin tetap menikmati *trend* dan mengikuti *hype* dari *cryptocurrency* tersebut dengan terlibat aktif dalam postingan baik berupa dukungan maupun bersenang - senang dengan *meme* Dogecoin di media sosial. Adapun *hype* Dogecoin yang secara konstan terjadi pada komunitas justru diperlukan untuk mempertahankan dan menaikkan nilai Dogecoin (Aslantas, 2021).

Nilai tukar Dogecoin juga sempat mengalami penurunan sebesar 20% yang justru terjadi pada saat Doge Day pada tanggal 20 April 2021 setelah sebelumnya *hype* dari komunitas dalam menyambut hari perayaan Dogecoin telah viral dengan *hashtag* #DogeDay (Murdock, 2021). Meskipun terjadi penurunan nilai tukar pada hari perayaan Dogecoin tersebut, namun komunitas tetap antusias dalam mengepos dukungan, semangat dan keyakinan mereka terhadap Dogecoin (Wilson, Irrera, & Chavez-dreyfuss, 2021).

Komunitas Dogecoin merupakan komunitas dengan jenis *interest communities* yaitu komunitas yang

mendiskusikan suatu topik tertentu sesuai dengan ketertarikan dari masing - masing anggotanya (Laudon dan Traver, dikutip dalam Priowidodo, 2019). Selain itu, komunitas Dogecoin yang ada di Twitter merupakan komunitas virtual yaitu komunitas yang melibatkan sekelompok orang yang mempunyai ketertarikan yang sama terhadap sebuah topik dan berkomunikasi secara termediasi melalui media berbasis internet (Lizzo & Liechty, 2020). Komunitas virtual dapat menyatukan anggota dengan pola pikir yang sama tanpa memedulikan batasan geografis dan demografis (Pathak & Pathak-Shelat, 2017).

Komunikasi dan interaksi yang berkualitas dalam sebuah komunitas virtual dapat membangun koneksi emosional yang berlanjut kepada terciptanya *sense of community* (Gibbs, Kim, & Ki, 2019). Selain itu semakin besar frekuensi komunikasi dan interaksi yang terjadi dalam komunitas virtual maka semakin kuat pula *sense of community* yang terbentuk (Dawson dikutip dalam Chatterjee & Correia, 2020). Terdapat 4 faktor dalam sebuah komunitas yang dapat membangun *sense of community* yaitu *membership, influence, integration and fulfillment of needs, dan shared emotional connection* (McMillan & Chavis dikutip dalam Lizzo & Liechty, 2020). Faktor - faktor tersebut dapat digunakan pula untuk melihat *sense of community* pada interaksi yang ada pada komunitas virtual. (Lizzo & Liechty, 2020).

Menurut Gruzd, Paulin, & Haythornthwaite (2016) analisis jaringan

komunikasi dapat digunakan untuk melihat struktur jaringan komunikasi dengan berfokus kepada karakteristik jaringan seperti aliran informasi, peran, posisi, hubungan, struktur sosial, bahasa, *style* dan norma serta topik yang dibicarakan dalam sebuah komunitas. Eriyanto (2014) menyatakan bahwa analisis jaringan komunikasi menggambarkan interaksi dan relasi dalam bentuk garis diantara setiap titik anggota jaringan yang disebut sebagai *nodes*. Pada media sosial seperti Twitter, *nodes* adalah akun - akun Twitter dan *edges* adalah relasi yang terbentuk di antara *nodes* (Bright, 2018). Selain itu, jaringan komunikasi dapat dianalisa dengan melihat interaksi antar *nodes* dalam bentuk *mention, reply, retweet, dan quote* (Eriyanto, 2014). Kemudian terdapat pula beberapa properti yang dapat diukur untuk menganalisa struktur sebuah jaringan komunikasi, diantaranya yaitu kepadatan (*density*), mutualitas (*reciprocity*), sentralisasi (*centralization*), diameter dan jarak (*distance*) serta modularitas (*modularity*) (Eriyanto, 2014; Gruzd et al., 2016).

Menurut Tjahyana (2020), dalam sebuah jaringan komunikasi terdapat *dominant actor* yang berperan dalam menggerakkan opini dan trend percakapan. Pada media sosial seperti Twitter, *dominant actor* yang lebih dikenal dengan sebutan *influencers* memiliki peran dalam memengaruhi dan menggerakkan opini dalam sebuah komunitas dengan pendekatan yang sesuai dengan budaya dan

kebiasaan pada komunitas tersebut (Tjahyana, 2020).

Twitter adalah media sosial yang seringkali dianggap sebagai tempat untuk mendapatkan data terkait prediksi aset keuangan, termasuk *cryptocurrency* (Phillips & Gorse, 2018). Menurut Phillips & Gorse (2018), data prediksi keuangan tersebut dapat berupa sentimen negatif dan positif maupun sentimen yang menunjukkan ketidakpastian terhadap nilai sebuah *cryptocurrency*. Sentimen yang ada dapat terlihat dari postingan berupa berita, komentar, dan informasi resmi terkini seputar *cryptocurrency* (Park & Lee, 2019).

Phillips & Gorse (2018) menemukan bahwa sebagian besar pengguna Twitter yang aktif dalam diskusi *cryptocurrency* menggunakan media sosial Twitter hanya karena ingin mengikuti perkembangan prediksi *cryptocurrency*. Hal ini dapat dilihat dari banyaknya profil akun Twitter yang terlibat dalam komunitas *cryptocurrency* tidak mengepos topik selain *cryptocurrency* dan akun Twitter hanya mereka gunakan untuk mencermati dan berdiskusi mengenai *cryptocurrency* (Hernandez et. al dikutip dalam Phillips & Gorse, 2018).

Dalam mengepos percakapan dalam bentuk *tweet*, komunitas *cryptocurrency* juga menggunakan *hashtags* dalam bentuk simbol # untuk mengkategorikan percakapan ke dalam kategori tertentu berdasarkan jenis dan nama dari *cryptocurrency* (Abraham, Higdon, Nelson, & Ibarra, 2018). Contoh penggunaan *hashtags* untuk

untuk *cryptocurrencies* adalah #BTC untuk Bitcoin, dan #ETH untuk Ethereum (Abraham et al., 2018).

Media sosial Twitter juga menyediakan *cashtags* untuk mempromosikan topik diskusi dan informasi seputar keuangan, seperti *stocks* dan *cryptocurrencies* (Mirtaheeri, Abu-El-Haija, Morstatter, Steeg, & Galstyan, 2019). *Cashtags* tersebut berupa simbol \$ untuk menyebutkan nama sebuah *cryptocurrency* yang diletakkan pada awalan simbol *cryptocurrency* tersebut, seperti \$BTC untuk Bitcoin (Mirtaheeri et al., 2019).

Terdapat beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya terkait komunitas *cryptocurrency* seperti penelitian yang dilakukan oleh Tana, Breidbach, & Turpin dengan judul "*I Want a Lamborghini: An Ethnography of Cryptocurrency Communities*". Penelitian tersebut menggunakan metode etnografi untuk melihat peran dan fungsi masing - masing anggota yang ada pada komunitas *cryptocurrency*. Penelitian dilakukan dengan menghadiri dan observasi pertemuan tatap muka yang dilakukan oleh komunitas secara rutin pada sebanyak 14 kali pertemuan sepanjang tahun 2017 di Melbourne, Australia. Dari hasil penelitian tersebut didapatkan adanya beberapa peran dan fungsi pada komunitas seperti *knowledge - seeker*, *visionary*, *novice*, dan *fortune hunter* (Tana, Breidbach, & Turpin, 2019).

Kemudian terdapat pula beberapa penelitian mengenai prediksi nilai *cryptocurrency* melalui pantauan

sentiment analysis pada media sosial, seperti penelitian yang dilakukan oleh Kraaijeveld & De Smedt (2020) dengan judul "*The predictive power of public Twitter sentiment for forecasting cryptocurrency prices*". Penelitian tersebut memantau dan mengambil data sentimen komunitas *cryptocurrency* pada periode Juni - Agustus 2018. Kemudian dilakukan perbandingan sentimen dengan pergerakan nilai 9 *cryptocurrencies* terbesar pada saat itu. Hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa perhitungan *casualty test*, *bullishness ratio*, dan *tweet volume* membuktikan bahwa sentimen komunitas dapat digunakan untuk memprediksi nilai *cryptocurrency*. Selain itu terdapat pula penelitian yang dilakukan oleh Zhu et al. (2018) berjudul "*Twitter Sentiment Analysis For Bitcoin Price Prediction*" di mana penelitian tersebut melihat hubungan antara sentimen dengan prediksi harga dari *cryptocurrency* Bitcoin. Hasil dari penelitian tersebut menyatakan bahwa terdapat hubungan yang kuat antara kekuatan sentimen dengan prediksi harga Bitcoin (Zhu et al., 2018).

Selanjutnya terdapat penelitian jaringan komunikasi *cryptocurrency* yang dilakukan oleh Park & Lee (2019) dengan judul "How Are Twitter Activities Related To Top Cryptocurrencies' Performance? Evidence From Social Media Network And Sentiment Analysis". Penelitian tersebut tidak hanya melihat pengaruh sentimen namun juga melihat pengaruh interaksi di dalam jaringan komunikasi

pada media sosial terhadap performa 74 *cryptocurrencies* terbaik pada saat itu (Park & Lee, 2019). Penelitian tersebut menemukan bahwa semakin besar koneksi *indegree* yang didapat oleh sebuah akun media sosial resmi dari sebuah *cryptocurrency* maka semakin tinggi pula performa dari *cryptocurrency* tersebut (Park & Lee, 2019). Selain itu Park & Lee (2019) juga menyatakan bahwa interaksi berupa *reply-mentioning* bertujuan untuk memperkuat jaringan komunikasi sebuah *cryptocurrency* dengan cara meminimalisasi sentimen yang mengandung ketidakpastian dan memberikan rasa aman terutama kepada para investor yang baru bergabung.

Berdasarkan beberapa penelitian sebelumnya maka terdapat *research gap* yang mendasari penelitian ini. Penelitian yang dilakukan oleh Tana et al. (2019) menggunakan metode etnografi dan lokasi penelitian adalah pertemuan *offline* yang dilakukan oleh komunitas *cryptocurrency*, sedangkan penelitian ini menggunakan metode netnografi yang merupakan pengembangan etnografi. Selain itu perbedaan berikutnya terletak pada lokasi penelitian, di mana penelitian ini dilakukan sepenuhnya secara *online* di dalam komunitas virtual pada Twitter tanpa terbatas ruang dan waktu untuk bertatap muka. Kemudian penelitian yang dilakukan oleh Kraaijeveld & De Smedt (2020) dan Zhu et al. (2018) hanya menganalisa kekuatan prediksi nilai *cryptocurrency* berdasarkan sentimen komunitas, namun tidak

melihat pola interaksi komunitas *cryptocurrency* pada Twitter. Selain itu penelitian yang dilakukan oleh Park & Lee (2019) meneliti pengaruh interaksi jaringan komunikasi pada performa *cryptocurrency* menggunakan data media sosial Twitter untuk 74 *cryptocurrency* terbaik saat itu. Sedangkan penelitian ini akan fokus kepada pola interaksi jaringan *cryptocurrency* Dogecoin saja.

Berdasarkan fenomena Dogecoin dan *hype* yang terjadi pada komunitas, serta untuk menjawab *research gap* yang ditemukan dengan penelitian sebelumnya terkait komunitas *cryptocurrency*, maka penelitian ini bertujuan untuk melihat pola komunikasi jaringan komunitas *cryptocurrency* Dogecoin pada media sosial Twitter. Park & Lee (2019) menyatakan bahwa banyak perusahaan *cryptocurrency* yang menggunakan media sosial sebagai sarana promosi, penyebaran informasi, dan memfasilitasi aktifitas dan diskusi pada komunitas yang bertujuan untuk membuat para investor semakin yakin akan masa depan dari *cryptocurrency* tersebut. Oleh karena itu penelitian ini berkontribusi dalam memberikan gambaran bagi *developer & influencers* Dogecoin dan *cryptocurrency* tentang pola interaksi dan komunikasi komunitas *cryptocurrency* agar dapat membuat strategi pemasaran yang tepat. Selain itu penelitian ini memberikan kontribusi akademis dalam memperkaya studi netnografi khususnya dalam jaringan komunikasi di media sosial terkait komunitas *cryptocurrency*.

Metode

Komunitas Dogecoin pada Twitter yang dituju pada penelitian ini tidak terbatas pada komunitas yang terbentuk dan terpusat pada akun tertentu, namun keseluruhan komunitas Dogecoin pada Twitter yang terdiri dari semua akun komunitas maupun akun individual yang aktif berdiskusi dengan topik seputar Dogecoin. Untuk memahami pola interaksi dan komunikasi yang ada pada komunitas Dogecoin pada Twitter maka penelitian ini menggunakan metode netnografi. Netnografi digunakan sebagai pendekatan untuk memahami dinamika sosial yang terjadi di dalam komunitas *virtual* (Pathak & Pathak-Shelat, 2017). Penelitian ini khususnya berfokus kepada tipologi netnografi digital, yaitu metode yang berfokus kepada fenomena global dan menggunakan analisa teknis dan data statistik untuk mendeteksi pola dan memahami interaksi yang ada. (Kozinets, 2018; Morais, Santos, & Gonçalves, 2020).

Proses netnografi dapat dibagi menjadi beberapa tahap yaitu tahap perencanaan penelitian dan *cultural entrée*, pengumpulan dan interpretasi data, memastikan standar etika, dan representasi penelitian (Kozinets, dikutip dalam Del Vecchio, Mele, Passiante, Vrontis, & Fanuli, 2020).

Pada tahap perencanaan penelitian dan *cultural entrée* peneliti menetapkan konteks dan tujuan dari proses netnografi yang akan dilakukan. Peneliti sebagai netnografer telah terlibat dan

melakukan observasi komunitas sejak Februari 2021 dengan fokus pengambilan data pada antara 1 April - 9 Mei 2021. Rentang waktu tersebut dipilih karena terdapat beberapa peristiwa penting pada komunitas Dogecoin terutama terkait dengan *hype* yang terjadi dan adanya lonjakan nilai tukar Dogecoin.

Sedangkan untuk pengumpulan dan interpretasi data akan bersumber dari diskusi yang terjadi pada komunitas *cryptocurrency* Dogecoin di Twitter. Data yang diambil adalah semua data percakapan yang menggunakan kata kunci "Doge". Penelitian ini menggunakan *social network analysis tools* untuk menarik data percakapan yaitu Brand24 dan Netlytic. Menurut Del Vecchio et al. (2020) Brand24 merupakan *social media monitoring tools* yang dapat memberikan data statistik media sosial secara konsisten dalam jangka waktu tertentu. Netlytic adalah *social network analysis tools* yang dapat digunakan untuk melakukan *data mining* berupa percakapan pada media sosial dan dapat memberikan visualisasi jaringan komunikasi berdasarkan jenis interaksi dan topik (Gruzd et al., 2016). Selain itu Netlytic juga dapat digunakan untuk melihat data stuktur jaringan seperti *diameter*, *density*, *reciprocity*, *centralization* dan *modularity* (Tjahyana, 2020). Kemudian proses interpretasi data akan didasarkan pada konsep komunitas virtual, *sense of community*, pola dan struktur jaringan komunikasi, serta elemen budaya pada komunitas.

Untuk memastikan penelitian ini tidak menyalahi standard etika, maka seperti yang diusulkan oleh Annisa (2019), peneliti memastikan bahwa akun yang akan disebutkan dalam publikasi penelitian ini adalah akun yang bersifat *public*. Jika akun tersebut adalah akun *public* maka pada dasarnya akun beserta seluruh isi *tweet* yang ada dapat dilihat dan diakses oleh semua orang baik dari dalam Twitter maupun melalui mesin pencari seperti Google ("Who Can See Your Tweets – Twitter Privacy and Protection Settings," 2021).

Penelitian ini akan merepresentasikan pola jaringan komunikasi komunitas *cryptocurrency* Dogecoin yang ada di Twitter, dengan melihat data struktur jaringan, *sense of community*, dan beberapa elemen budaya seperti bahasa dan kebiasaan yang ada pada komunitas.

Pembahasan

Algoritma Twitter tidak membatasi pengguna hanya melihat *tweets* dari akun yang di-*follow*, namun pengguna juga dapat dengan mudah melihat semua *tweets* terkini tentang topik yang di-*follow* pada halaman *home* pengguna. *Update* tersebut meliputi *tweets* yang terkini maupun yang terpopuler pada sebuah topik yang diikuti. Selain itu pengguna juga dapat dengan mudah menemukan *tweets* terkini dan terpopuler berdasarkan *kata kunci* dan *hashtags* tertentu. Algoritma Twitter juga akan merekomendasikan

tweets sesuai dengan topik yang disukai oleh pengguna (Gotter, 2019).

Lebih lanjut pengguna juga dapat berinteraksi dengan pengguna lain yang mengepos tweet mengenai topik yang diikuti dengan cara *like*, *reply*, *retweet*, *quote*, dan *mention*. Tentu saja interaksi hanya dapat dilakukan dengan pengguna yang memiliki tipe akun *public*. Sehingga interaksi komunitas yang terbentuk pada Twitter tidak terbatas pada akun - akun tertentu saja (Gotter, 2019).

Demikian pula dengan komunitas *cryptocurrency* Dogecoin pada Twitter, terdiri dari pengguna Twitter yang dapat bertemu dan saling berinteraksi satu sama lain dengan bebas tanpa harus mengikuti akun - akun tertentu. Interaksi tersebut terjadi ketika pengguna melihat rekomendasi tweet terkini dan terpopuler dari topik Dogecoin dan memutuskan untuk berinteraksi dalam bentuk *like*, *reply*, *mention*, *quote* dan *retweet*. Setelah itu pengguna dapat memutuskan untuk *follow* akun - akun tertentu untuk memastikan mereka tidak tertinggal *update* dari percakapan yang diikuti.

Agar *tweet* seorang pengguna mengenai Dogecoin dapat muncul sebagai rekomendasi terkini atau terpopuler, diperlukan adanya kata kunci seputar Dogecoin atau memberikan *hashtags* dan *cashtags* Dogecoin pada *tweet* yang dipos. Oleh karena itu agar dapat tergabung dan berinteraksi dengan komunitas Dogecoin pada Twitter tidak diperlukan adanya keanggotaan khusus yang terpusat pada akun tertentu. Jika

seorang pengguna mengepos *tweet* dengan kata kunci, *hashtags* dan *cashtags* seputar Dogecoin, maka pengguna tersebut dapat terlibat dan berinteraksi di dalam komunitas Dogecoin pada Twitter.

Adapun dari proses *data mining* yang dilakukan dengan *tools* Brand24, didapatkan sejumlah 574.688 *mentions* berbahasa Inggris pada media sosial Twitter dengan kata kunci "Doge" pada rentang waktu tanggal 1 April - 9 Mei 2021. Kemudian Brand24 digunakan untuk melakukan kategorisasi data dan *text analysis* berdasarkan kata kunci dan *hashtags*. Selain itu Brand24 digunakan untuk mendapatkan data para *influencers* seputar topik Dogecoin.

Berdasarkan observasi netnografer, *tweets* yang diposting pada komunitas memiliki motivasi tertentu sesuai dengan faktor - faktor yang ada prinsip *sense of community*. Penggunaan *hashtags*, *cashtags* dan kata kunci tertentu menunjukkan motivasi dari *tweets* tersebut. Temuan dan analisa kata kunci ini sesuai dengan pernyataan Kozinets (2018) bahwa *insight* yang didapatkan dari netnografi dapat meliputi elemen - elemen budaya seperti penggunaan bahasa, ritual, peran, identitas, nilai, cerita, mitos, dan arti yang tersirat.

a. Pola komunikasi yang didasarkan pada konsep *sense of community*.

Lizzo & Liechty (2020) menemukan bahwa faktor *membership* yang muncul dalam *sense of community* ditandai

dengan penggunaan simbol, kalimat, ataupun kata yang merupakan keunikan dari sebuah komunitas. Hal ini juga merupakan ekspresi dari rasa bangga menjadi bagian dari sebuah komunitas, dan merupakan cara untuk berbagi pengalaman dengan anggota komunitas yang lain (Lizzo & Liechty, 2020). Dalam berinteraksi, komunitas Dogecoin pada Twitter menggunakan beberapa *hashtags* dan *cashtags* serta kata kunci untuk menunjukkan kebanggaan mereka menjadi bagian dari komunitas Dogecoin. Seperti yang terlihat pada Tabel 1, terdapat *hashtags* yang disertakan dalam tweets yang diposting oleh anggota komunitas. *Hashtags* yang banyak digunakan adalah #Doge, #Dogecoin, dan #Dogearmy yang bertujuan untuk memberikan identitas dan memperkenalkan diri sebagai bagian dari komunitas Dogecoin. Komunitas Dogecoin terdiri dari investor *cryptocurrency* dari seluruh dunia dan meskipun tidak saling mengenal namun dengan menggunakan *hashtags* tersebut pada tweets, maka mereka akan dikenali sebagai bagian dari komunitas. Hal ini sesuai dengan pernyataan (Naranjo-Zolotov, Oliveira, Casteleyn, & Irani, 2019) tentang prinsip *membership* pada komunitas virtual, di mana anggota komunitas akan merasa menjadi bagian dari sebuah komunitas meskipun tidak saling mengenal satu sama lainnya sebelumnya.

Selain itu, penggunaan *cashtags* \$Doge dan \$Dogecoin seperti yang terlihat pada Tabel 2, mengindikasikan bahwa selain ingin dikenal sebagai

bagian dari komunitas Dogecoin, mereka juga ingin dikenal sebagai bagian dari komunitas yang lebih luas, yaitu komunitas yang tergabung dalam topik *finance* pada Twitter. Sesuai dengan fungsi penggunaan *cashtags* yaitu agar pengguna Twitter dapat dikenal dan terlibat dalam berbagai diskusi seputar *finance* yang tentunya tidak terbatas pada topik *cryptocurrency* saja (Evans, Owda, Crockett, & Vilas, 2019).

Tabel 1 Jumlah *mentions* berdasarkan *hashtags* populer

<i>Hashtags</i>	Jumlah <i>mentions</i>
#Doge	266.041
#Dogecoin	130.939
#Dogearmy	40.623
#Dogecoininthemoon	31.986
#Dogecoinrise	24.551
#Dogeday	21.208
#Dogecoins	14.033
#Dogetothemoon	11.797
#Dogefather	11.404

Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Brand24

Tabel 2 Jumlah *mentions* berdasarkan *cashtags* populer

<i>Cashtags</i>	Jumlah <i>mentions</i>
\$doge	196.050
\$dogecoin	467

Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Brand24

Penggunaan *cashtags* tersebut juga menunjukkan adanya faktor *influence* dalam *sense of community* yaitu adanya keinginan untuk memberikan pengaruh

tidak hanya di dalam komunitas itu sendiri namun juga menjangkau dunia di luar komunitas yang lebih luas (Lizzo & Liechty, 2020). Dalam konteks komunitas Dogecoin, mereka yang menggunakan tidak hanya *hashtags* sebagai identitas, namun juga menggunakan *cashtags*, dapat dikatakan ingin berkontribusi dan memberikan pengaruh lebih luas pada komunitas *cryptocurrency* dan *finance* pada umumnya.

Menurut Klein, Pham Thu, & Walther (2018), *cryptocurrency* memiliki *volatility* yang tinggi dibanding aset lain seperti emas. *Volatility* yang tinggi ini ditandai secara terus menerus dengan adanya penurunan nilai tukar secara drastis sehingga para investor dapat mengambil keuntungan sebesar-besarnya pada saat pergerakan nilai tukar berada di puncak. Selain itu tingginya *volatility* juga disebabkan adanya peristiwa ataupun perubahan regulasi dan legalitas dari *cryptocurrency* (Klein et al., 2018).

Dogecoin juga memiliki *volatility* yang tinggi dan pergerakan nilai tukar tidak hanya ditentukan oleh perilaku investor yang ingin mengambil keuntungan ataupun regulasi yang ada, namun juga oleh *issue* yang digerakkan oleh *public profiles* pada media sosial seperti beberapa *tweet* dari Elon Musk yang selalu disusul dengan kenaikan nilai tukar Dogecoin (Chohan, 2017). Tingginya *volatility* ini tentunya dapat membawa kekhawatiran pada para investor Dogecoin, meskipun sebenarnya *volatility* juga membuka kesempatan untuk mendapatkan

keuntungan terutama bagi investor yang menyukai *scalping* atau *swing trading*.

Lebih lanjut, komunitas Dogecoin pada Twitter menjadi tempat bagi para investor untuk mencari informasi seputar *issue* terkini, pergerakan nilai tukar Dogecoin dan tentu saja memantau *tweets* terkini dari para *public profiles* dan *influencers* Dogecoin. Selain itu para investor juga mencari konfirmasi dan prediksi nilai tukar serta waktu yang tepat untuk menjual dan membeli Dogecoin.

Komunitas Dogecoin pada Twitter menjadi tempat yang tepat untuk mencari semua informasi dan konfirmasi tersebut, karena banyaknya *tweets* baik dari *top public profiles* dan *influencers* maupun dari masing-masing anggota komunitas yang berbagi pengalaman dan memberikan semangat. Selain itu, komunitas Dogecoin menjadi tempat untuk mencurahkan emosi dan perasaan, terutama jika mendapatkan keuntungan ketika nilai tukar Dogecoin mengalami kenaikan ataupun kerugian yang diakibatkan dari penurunan drastis nilai tukar Dogecoin secara mendadak. Hal ini sesuai dengan faktor *integration and fulfillment of needs* serta *shared emotional connection* pada *sense of community* di mana anggota komunitas saling memenuhi kebutuhan, berbagi serta mencurahkan perasaan dan emosi (Lizzo & Liechty, 2020).

Penggunaan *hashtags* dan kata kunci tertentu menjadi penanda bahwa para investor yang juga adalah anggota komunitas Dogecoin saling berbagi pengalaman, perasaan dan dukungan

satu sama lainnya. Seperti terlihat pada Tabel 1 terdapat *hashtags* populer yang digunakan untuk memberi semangat seperti *#Dogecoin to the moon* dan *#Dogecoinrise*, yang memberikan semangat bahwa nilai tukar Dogecoin akan mengalami kenaikan yang sangat tinggi. Kemudian dapat juga dilihat pada Tabel 3 adanya kata kunci populer seperti *moon*, *buy*, *pump*, *hold*, *hodl*, *mars*, dan *dip* yang digunakan untuk memberikan semangat dan dukungan untuk membeli dan bertahan menjadi *holder* dari Dogecoin. Terdapat juga kata kunci SNL dan *hashtags* *#Dogefather*, yang terkait dengan tweets dari Elon Musk bahwa ia akan menjadi *host* dari acara Saturday Night Live (SNL) pada tanggal 8 Mei 2021 dan pada saat itu ia akan membicarakan mengenai *#Dogefather*.

"*The Dogefather SNL May 8*" (Elon Musk, 2021a)

Tweet tersebut mendapat sambutan yang luar biasa dari komunitas, dan banyak tweet yang menggunakan kata kunci SNL dan *hashtags* *#Dogefather* dengan tujuan untuk memberikan semangat dan harapan bahwa pada acara tersebut akan menjadi peristiwa penting untuk *cryptocurrency* Dogecon.

Terdapat pula kata kunci *SpaceX* yang cukup banyak dipakai dalam tweets, sebagai antusiasme dari komunitas terhadap tweet Elon Musk pada tanggal 9 Mei 2021, yaitu sehari setelah penampilannya di SNL.

"*SpaceX launching satellite Doge-1 to the moon next year*

- *Mission paid for in Doge*
 - *1st crypto in space*
 - *1st meme in space*
- To the moooooonnn!!*"
(Elon Musk, 2021b)

Pada tweet tersebut Elon Musk mengumumkan bahwa *SpaceX*, perusahaan roket komersial miliknya, akan menerima Dogecoin sebagai salah satu alat pembayaran. Hal ini tentunya memberikan nilai tambah kepada Dogecoin sebagai sebuah *cryptocurrency* yang telah diperhitungkan secara serius. Penggunaan kata kunci *SpaceX* tentunya dimaksudkan untuk menjadi penyemangat dan harapan kepada semua investor bahwa Dogecoin tidak lagi menjadi *meme coins* dan akan mengalami peningkatan nilai tukar.

Tabel 3 Jumlah *mentions* berdasarkan kata kunci populer

Kata Kunci	Jumlah mentions
<i>doge</i>	574.688
<i>moon</i>	105.199
<i>buy</i>	53.160
<i>pump</i>	30.510
<i>hold</i>	23.342
<i>sell</i>	17.971
<i>hodl</i>	17.769
<i>spaceX</i>	15.916
<i>give</i>	14.247
<i>SNL</i>	12.376
<i>mars</i>	10.806
<i>dip</i>	8.887

Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Brand24

Kemudian terdapat pula *hashtag* #Dogeday, yang mengajak para komunitas untuk menantikan Doge Day, yaitu perayaan hari Dogecoin pada tanggal 20 April 2021. Tentunya komunitas sangat antusias menyambut Doge Day dan banyak *tweets* yang berisi harapan bahwa Dogecoin akan mengalami pelonjakan nilai tukar pada hari itu. Namun sayangnya kenyataan yang terjadi justru sebaliknya, karena mendekati Doge Day, justru nilai tukar Dogecoin mengalami penurunan 20% (Murdock, 2021). Berdasarkan data yang ditemukan dari penelitian ini, justru saat penurunan nilai tersebut banyak anggota komunitas dan juga *public profiles* dan *influencers* yang memberikan semangat agar investor tetap *hold* atau *hodl* dan tidak *dump* atau *sell* Dogecoin mereka. Bahkan terdapat ajakan untuk justru *buy* di saat posisi *dip*. Itulah sebabnya kata kunci *hold*, *hodl*, *dump*, *sell* dan *dip* menjadi populer pada saat itu. Seperti *Tweet* dari seorang *podcaster* dan *influencer* Ben Baller mengandung ajakan dan semangat bagi para investor untuk tetap *hodl* Dogecoin.

"YALL THOUGHT I SOLD!!!
NO I DID NOT. EVEN AFTER WE HIT
\$1.00 USD I WILL NOT SELL!
1. #HODL
2. Coinbase will pick up #Doge
3. Elon will take a #Dogecoin to the
moon.
4. We aiming for over \$1.00
#DogeArmy stop playing! Everyone
HODL!
(BEN BALLER™, 2021)

Kata kunci *hodl* sebenarnya adalah kesalahan ejaan yang disengaja dari

kata *hold* dan merupakan salah satu kata kunci yang populer pada komunitas *cryptocurrency*. *Hold* adalah singkatan dari "*hold on for dear life*". Arti yang terkandung dari *hodl* adalah tetap mempertahankan sebuah *cryptocurrency* dan tidak menjual dalam kondisi apapun (Frankenfield, 2020). Ajakan untuk *hodl* tersebut tentunya memberikan pesan bahwa Dogecoin adalah *cryptocurrency* yang berharga untuk dipertahankan serta memiliki masa depan yang menjajikan.

Sedangkan kata kunci *dip* yang juga sering dipakai untuk memberikan semangat di saat nilai tukar mengalami penurunan, sebenarnya merupakan bagian dari frasa "*buy the dips*" yang artinya membeli di saat nilai sebuah *cryptocurrency* mengalami penurunan, sehingga nantinya akan mendapat keuntungan yang lebih banyak ketika nilai tukar berada di posisi puncak (Mitchell, 2021). Seperti terlihat pada *tweet* dari seorang *influencer* Dogecoin dengan akun @Dogecoin.

"#Doge - buy the dip 🚀🌙
#Dogecoin"
(Dogecoin, 2021)

Tentunya kata kunci *dip* ini dipakai untuk memberikan semangat dan harapan agar tidak menjual bahkan justru membeli saat nilai tukar *Dogecoin* berada di posisi rendah karena adanya keyakinan bahwa nantinya nilai tukar tersebut akan kembali pada posisi puncak dan memberikan keuntungan besar.

Selain merupakan *cryptocurrency* dengan *volatility* yang tinggi, Dogecoin

juga dianggap akan mengalami penurunan ketika antusiasme dari komunitas memudar sementara belum ada institusi dan developer yang mengadopsi dan menggarap Dogecoin dengan lebih serius (Pound, 2021). Oleh karena itu banyak *public profiles* dan *influencers* yang menggunakan pengaruh mereka untuk mencegah investor menjual Dogecoin. Seperti terlihat pada Tabel 4, terdapat *top public profiles* menurut data dari Brand24 yang memiliki *voice of share* dan *influences* tertinggi.

Tabel 4 *Top 10 Public Profiles* Komunitas Dogecoin pada Twitter

Public Profiles	Voice Share	Influences
<i>elonmusk</i>	17.078%	115 Juta
<i>bmurphypointman</i>	4.584%	31 Juta
<i>MeekMill</i>	2.485%	17 Juta
<i>cryptunez</i>	1.504%	10 Juta
<i>cz_binance</i>	1.298%	8.7 Juta
<i>DailyDogeUpdate</i>	1.241%	8.4 Juta
<i>davidgokhshtein</i>	0.987%	6.6 Juta
<i>mcuban</i>	0.949%	6.4 Juta
<i>binance</i>	0.89%	6.0 Juta
<i>DogecoinRise</i>	0.831%	5.6 Juta

Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Brand24

Voice of share pada Brand24 adalah pengukuran visibilitas sebuah *brand* atau *public profiles* pada berbagai *channels* yang dihitung dari banyaknya *mentions* dan *engagement* seperti jumlah *impressions*, *share*, *hashtags*, dan *reach* dan membandingkannya dengan seluruh *market* sejenis (Marta, 2020). Sedangkan *influences* pada Brand24 merupakan kompilasi dari data *followers*, *mentions*, *reach* dan

interactions atau *engagements* seorang *public profiles* pada media sosial (Tom, 2017). Sehingga dapat disimpulkan bahwa semakin besar angka *voice of share* dan *influence* seseorang artinya ia adalah *public profiles* yang memiliki pengaruh kuat pada sebuah komunitas di media sosial. Pada Tabel 4 terdapat daftar *Top 10 Public Profiles* pada komunitas Dogecoin.

Tidak hanya Elon Musk, seperti terlihat pada Tabel 4, terdapat *public profiles* lain seperti Changpeng Zhao dengan akun *cz_binance* yaitu CEO dari *cryptocurrency* Binance. Changpeng Zhao mengepos tweet yang menyatakan bahwa ia telah meremehkan beberapa *cryptocurrency* termasuk diantaranya adalah Dogecoin. Tweet tersebut berbunyi :

"I under estimated \$DOGE, and #ETH, and #BTC, and #BNB, and many more. Not financial advice." (CZ ♦ Binance, 2021)

Tweet dari Changpeng Zhao tersebut dapat diartikan bahwa ia ingin mengatakan bahwa Dogecoin setara dengan *cryptocurrencies* lainnya yang termasuk dalam urutan teratas dalam *cryptocurrency market cap*. Tentunya hal ini memberikan dukungan dan semangat kepada para investor Dogecoin. Tweet lainnya datang dari *public profile* bernama David Gokhshtein, yaitu seorang pengusaha dan *Forbes Financial Council*.

"Amazon thinking about accepting \$DOGE as payment according to @newsbtc." (David Gokhshtein, 2021)

Tweet dari David Gokhshtein tersebut juga memberikan konfirmasi

bahwa Dogecoin mulai diperhitungkan secara serius oleh perusahaan besar seperti Amazon sebagai alat pembayaran transaksi. Selain itu terdapat tweet dari akun *public profile* seorang *influencer* Dogecoin @cryptunez :

"if \$DOGE goes over \$1 in the next 24 hours i will give everyone that retweets this 1,000 \$DOGE."

(\$DOGE TO \$2 📈🚀 (69 IQ), 2021)

Tweet dari @cryptunez tersebut pada dasarnya ingin memberikan semangat dan harapan bahwa Dogecoin akan memiliki nilai tukar sebesar \$1 dalam waktu cepat. Kemudian seperti yang dijanjikan oleh @cryptunez bahwa ia akan memberikan sejumlah Dogecoin kepada semua orang yang *retweet*, maka banyak juga para *influencers* lain yang melakukan hal yang sama. Mereka mengadakan *giveaway* dengan memberikan sejumlah Dogecoin jika suatu kondisi terpenuhi, seperti *retweet* dan *follow* akun pemberi Dogecoin tersebut. Seperti terlihat pula pada Tabel 3 bahwa kata kunci *give* sering pula digunakan dalam tweet. Hal ini menunjukkan bahwa Dogecoin adalah *cryptocurrency* yang diperhitungkan dan menjanjikan sehingga dapat menarik komunitas untuk mengikuti *giveaway* tersebut. Berikut adalah contoh tweet *giveaway* yang dilakukan oleh seorang *micro - influencer* dengan akun @ChairwomanDoge :

"NEWS ALERT : Reminder: At 10,000 followers I will be giving away \$1000 worth of \$DOGE to a lucky follower. Like, retweet

and follow to be entered. One follower will be randomly chosen! This will be my last giveaway #dogecoin." (DogeCoin Chairwoman, 2021)

b. Pola komunikasi yang didasarkan pada struktur jaringan komunikasi

Netnografi digital dapat memberikan pemahaman budaya dan kebiasaan berdasarkan pola yang dicari sesuai dengan tujuan penelitian. Pola tersebut dapat dilihat dari infrastruktur jaringan *sociocultural* yang didapat dari hasil analisa data (Kozinets, 2018).

Pengambilan data melalui *tools* Netlytic telah memberikan data pengukuran struktur jaringan komunikasi komunitas Dogecoin di Twitter. Karena keterbatasan jenis akun Tier 2 yang dimiliki oleh peneliti maka setiap *data set* pada Netlytic hanya bisa menampung 10.000 *mentions*. Pada penelitian ini telah diambil beberapa *data sets* namun yang akan diambil sebagai sampel data analisa adalah penarikan data terkini yaitu pada akhir periode penelitian ini. Hal ini dikarenakan telah terjadi beberapa peristiwa sebelumnya yang tentunya akan memengaruhi pola komunikasi komunitas secara keseluruhan hingga akhir periode penelitian. Data yang dipakai adalah penarikan *mentions* pada Twitter untuk kata kunci Doge, dan berhasil menarik data sebanyak 10.000 *mentions* pada tanggal 9 Mei 2021.

Netlytic menyediakan beberapa fungsi untuk menganalisa struktur jaringan, diantaranya adalah *network analysis* berdasarkan dua tipe jaringan

komunikasi yaitu *chain network* dan *name network*. Gruzd et al. (2016) menyatakan bahwa *chain network* menggambarkan relasi antar partisipan secara langsung dalam bentuk *replies*. Sedangkan *name network* dapat digunakan untuk melihat relasi antar partisipan dalam bentuk *mentions* nama atau nama akun pada media sosial.

Netlytic juga menyediakan visualisasi data jaringan seperti yang terlihat pada Gambar 1 dan 2. Sedangkan data pengukuran struktur jaringan ada pada Tabel 5 dan 6. Pada Gambar 1 terlihat visualisasi dari *chain network* yang memperlihatkan pola jaringan komunikasi yang didasarkan pada relasi dalam bentuk *replies*. Dapat dilihat pada gambar *chain network* tersebut terdapat 2 pola *clusters* yang terbentuk.

Pola *clusters* yang pertama yaitu adanya beberapa *clusters* besar di mana masing - masing *cluster* terdiri dari banyak *nodes* dan terpusat pada beberapa *dominant actors*. Para aktor yang mendominasi tersebut dapat terdiri dari *public profiles* ataupun *influencers*. Hal ini menunjukkan bahwa terjadi interaksi berupa *replies* dari para anggota komunitas terhadap *tweets* dari para *public profiles* dan *influencers*. Beberapa *clusters* yang terpusat tersebut dapat dilihat terletak pada pusat jaringan.

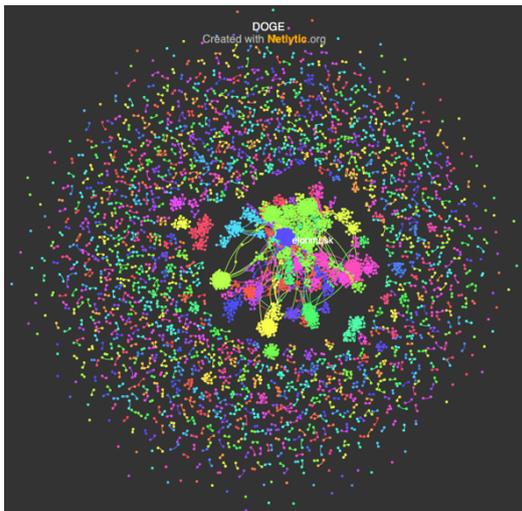
Sedangkan pola *clusters* yang kedua yaitu terdiri dari *clusters* kecil yang hanya terdiri dari 1-3 *nodes* dan tersebar secara bebas memenuhi jaringan serta tidak terpusat pada *dominant actors* tertentu. Hal ini

menunjukkan bahwa terjadi interaksi bebas di mana para anggota komunitas saling mengepos *tweets* dan memberikan *replies* atas kemauan sendiri dan tidak diinisiasi oleh *dominant actors* pada jaringan.

Temuan pola *clusters* yang terlihat pada visualisasi jaringan tersebut juga didukung dengan data pengukuran struktur jaringan pada Tabel 5, yaitu pada properti *centralization* dan *modularity*. Nilai *centralization* yang tinggi, yaitu mendekati angka 1 menunjukkan bahwa interaksi terpusat pada *dominant actors*. Sedangkan jika jauh lebih rendah dari angka 1 artinya interaksi tidak terpusat dan dipengaruhi oleh *dominant actors* (Gruzd et al., 2016).

Kemudian menurut Gruzd et al. (2016) untuk nilai *modularity* yang rendah mendekati angka nol menunjukkan bahwa komunitas terdiri dari kelompok yang koheren dengan topik percakapan yang sama. Sebaliknya, menurut Prihantoro, Rakhman, & Ramadhani (2021), nilai *modularity* yang tinggi mendekati angka 1, menunjukkan bahwa komunitas tersebut telah terbagi menjadi kelompok atau *clusters* dengan topik pembicaraan yang berbeda dan dipengaruhi pula oleh *dominant actors* yang berbeda pada setiap *cluster*. Jika melihat Tabel 5, maka dapat dilihat bahwa pada *chain network* nilai *centralization* adalah 0.060260 dan *modularity* adalah 0.929600. Nilai tersebut menunjukkan bahwa interaksi berupa *replies* pada komunitas Dogecoin tidak terpusat pada *dominant*

actors dan terbagi dalam *clusters* yang beragam dengan topik percakapan yang berbeda - beda. Meskipun terdapat beberapa *top public profiles* pada komunitas Dogecoin, namun masing - masing anggota komunitas memiliki inisiatif untuk mengepos *tweets* dan memberikan *replies* tanpa menunggu adanya ajakan dan inisiasi dari *top profiles*.



Gambar 1 Visualisasi Jaringan Komunikasi Dogecoin dengan struktur *Chain Network*
Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Netlytic

Tabel 5 Pengukuran *Chain Network* Dogecoin

Properti	Nilai
<i>Diameter</i>	11
<i>Density</i>	0.0001425
<i>Reciprocity</i>	0.045050
<i>Centralization</i>	0.060260
<i>Modularity</i>	0.929600

**Posters with ties* : 3.980

Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Netlytic

Selain itu terdapat pula pengukuran *reciprocity*, di mana jika nilai *reciprocity* adalah 1 artinya terdapat komunikasi

dua arah antar semua *nodes* yang ada pada sebuah jaringan komunikasi, dan hal tersebut adalah kondisi yang hampir tidak pernah terjadi pada media sosial, dikarenakan jumlah *nodes* yang sangat banyak (Gruzd et al., 2016). Seperti terlihat pada Tabel 5 bahwa nilai *reciprocity* adalah 0.045050, maka dapat dikatakan bahwa nilai *reciprocity* mendekati angka 0 dan hal tersebut menunjukkan jarang terjadi komunikasi dua arah antar anggota komunitas. Dalam *chain network* komunitas Dogecoin, angka *reciprocity* yang rendah menunjukkan bahwa jika terdapat *tweet* maka hanya terdapat interaksi satu arah berupa *reply* kepada *tweet* tersebut, karena seringkali *author* dari *tweet* tersebut tidak merespon kembali. Hal ini dapat terjadi jika *author* adalah seorang *public profiles* dan mendapatkan banyak *replies* sehingga tidak memungkinkan untuk merespon semua *replies* yang ada dan berinteraksi lebih lanjut dengan mereka yang memberikan *replies*. Selain itu rendahnya *reciprocity* juga dapat memberikan konfirmasi untuk pernyataan Phillips & Gorse (2018) bahwa banyak pengguna menggunakan media sosial Twitter hanya untuk mendapatkan informasi dan prediksi aset keuangan seperti *cryptocurrency*, dan bukan untuk bersosialisasi lebih lanjut dengan pengguna lainnya.

Selanjutnya terdapat properti *diameter* yaitu untuk mengukur jarak antar *nodes* terjauh dalam sebuah jaringan komunikasi. *Diameter* akan menghitung berapa *nodes* yang harus dilalui agar informasi dapat

tersampaikan dengan menghitung jarak terpendek antara *nodes* terjauh (Gruzd et al., 2016). Nilai diameter dari *chain network* Dogecoin adalah 11, yang berarti diperlukan 11 *nodes* agar sebuah informasi dapat tersampaikan di antara *nodes* yang terjauh. Semakin tinggi angka *density* artinya akan diperlukan waktu lebih lama untuk persebaran sebuah informasi (Prihantoro et al., 2021).

Selain itu, properti *density* akan menghitung intensitas komunikasi yang terjadi di antara *nodes* dalam sebuah jaringan komunikasi (Samatan, Fatoni, & Murtiasih, 2020). Jika nilai *density* mendekati angka 1 maka menandakan tingginya intensitas komunikasi yang berarti setiap *nodes* berkomunikasi kepada hampir semua *nodes* lain yang ada pada jaringan (Gruzd et al., 2016). Jika melihat nilai *density* pada Tabel 5 yang rendah dan mendekati angka nol, menandakan rendahnya intensitas komunikasi *chain network* Dogecoin. Rendahnya *density* dapat berarti banyak anggota komunitas yang bukan merupakan *dominant actors* dan memiliki pengaruh kecil pada komunitas, sehingga *tweets* yang diposting tidak mendapat banyak respon dan interaksi dari anggota komunitas yang lainnya (Samatan et al., 2020). Jika melihat tingginya nilai *diameter* dan rendahnya *density* pada *chain network* Dogecon, maka dapat dikatakan bahwa sebagian besar anggota komunitas Dogecoin tidak saling mengenal satu sama lainnya pada dunia nyata dan berasal dari beragam latar belakang di seluruh penjuru dunia.

Hal ini juga dapat menjadi sebab rendahnya nilai *density* yaitu adanya keseganan untuk berinteraksi karena tidak saling mengenal satu sama lainnya. Keseganan tersebut bisa jadi disebabkan karena budaya yang berbeda sehingga ada kekuatiran komunikasi tidak tersampaikan dengan baik (Tjahyana, 2020). Namun meskipun tidak saling mengenal sebelumnya, mereka memiliki semangat dan tujuan yang sama untuk saling mendukung dan memberikan semangat pada komunitas Dogecoin dengan mengepos *tweet* menggunakan *hashtags* yang dipakai pada komunitas Dogecoin. Dalam hal ini *hashtags* yang dipakai merupakan cara untuk mengidentifikasi diri sebagai anggota komunitas dan mempersatukan seluruh anggota komunitas yang tersebar dan tidak saling mengenal sebelumnya.

Peneliti sebagai netnografer mencoba untuk membuat *co-created data* berupa *tweet* dengan *hashtags* seputar Dogecoin, untuk melihat interaksi dari komunitas. Adapun *co-created data* dapat merupakan data yang didapat dari hasil interaksi dan percakapan antara netnografer dengan anggota komunitas (Kozinets, 2018). Berikut adalah *tweet* dari netnografer pada akun @joannetjia:

"#DogecoinToTheMoon #dogecoin waiting for the dip to buy again." (Joanne Tjia, 2021)

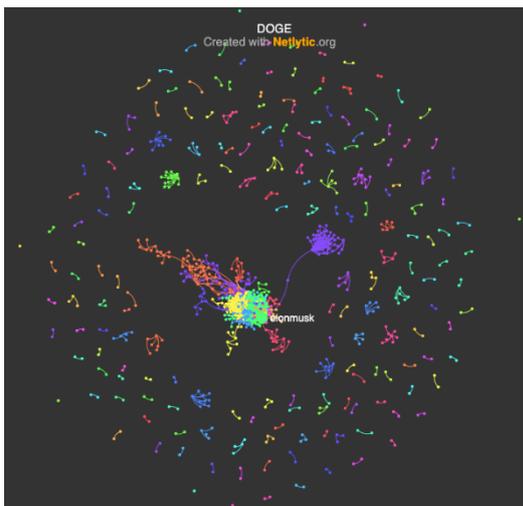
Kemudian *tweet* tersebut mendapatkan *reply* dari akun yang tidak dikenal oleh netnografer dan bukan merupakan *follower* dari akun @joannetjia. *Reply* tersebut datang dari akun @RetiredCo857 yang pada

dasarnya memberikan dukungan dan semangat untuk terus berharap Dogecoin akan tetap mengalami peningkatan nilai tukar. Tweet tersebut berbunyi:

"andy Grant @RetiredCo857 Replying to @joannetjia
Damn a dip !!! Go #doge go 😊."
(Randy Grant, 2021)

Co-created data yang dihasilkan dari interaksi peneliti sebagai netnografer tersebut membuktikan bahwa meskipun tidak saling mengenal, namun anggota komunitas dapat dipertemukan dengan *hashtags* dan saling memberikan dukungan serta semangat untuk terus menaruh keyakinan pada Dogecoin.

Selanjutnya dapat dilihat pada visualisasi *name network* Dogecoin pada Gambar 2, di mana terdapat kesamaan pola dengan *chain network* yaitu terdapat pola komunikasi yang terpusat pada *dominant actors* dan pola komunikasi antar *nodes* lain yang tersebar disekitarnya.



Gambar 2 Visualisasi Jaringan Komunikasi Dogecoin dengan struktur *Name Network*
Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Netlytic

Tabel 6 Pengukuran *Name Network* Dogecoin

Properti	Nilai
Diameter	6
Density	0.000827
Reciprocity	0.000000
Centralization	0.132500
Modularity	0.808500

*Posters with ties : 685

Sumber : Hasil penelitian menggunakan tools Netlytic

Namun jika dibandingkan dengan *chain network* pada Gambar 1, maka dapat terlihat bahwa persebaran *nodes* pada *name network* tidak sebanyak *chain network*. Hal ini sesuai dengan perbandingan data *posters with ties* dari *name network* hanya 685 sedangkan *chain network* sebanyak 3.980. *Posters with ties* adalah banyaknya *nodes* yang mengepos tweet dan mendapat interaksi dari *nodes* lainnya ("Network Analysis / Visualization – Netlytic.Org," 2021). Jumlah *posters with ties* yang lebih sedikit pada *name network* menandakan bahwa tidak banyak anggota komunitas yang melakukan interaksi berupa *mentions* pada anggota lainnya. Hal ini mungkin terjadi karena tidak banyak anggota komunitas yang saling mengenal satu sama lainnya. Namun *mentions* banyak ditujukan kepada para *dominant actors* yang merupakan *top public profiles* maupun *influencers* pada komunitas Dogecoin. Hal tersebut didukung dengan data *centralization* yang dapat dilihat pada Tabel 6, di mana nilai *centralization* pada *name network* adalah 0.132500, yaitu lebih tinggi dari

nilai *centralization* pada *chain network* yaitu 0.060260.

Kemudian nilai *reciprocity* pada *name network* adalah 0.000000, di mana artinya hampir tidak terjadi komunikasi dua arah. Hal ini merupakan sesuatu yang wajar terjadi, karena *mentions* lebih banyak terpusat dan ditujukan pada *dominant actors*, dan tentunya tidak memungkinkan bagi para aktor dominan tersebut untuk membalas dan berinteraksi pada semua orang yang melakukan *mentions* kepada akun mereka. Sehingga komunikasi yang terjadi cenderung merupakan komunikasi satu arah berupa *mentions* yang tidak di respon kembali oleh para *dominant actors*.

Jika melihat visualisasi jaringan baik *chain network* pada Gambar 1 dan *name network* pada Gambar 2, maka dapat dilihat adanya beberapa *dominant actors* yang menjadi pusat percakapan. Salah satu *dominant actor* yang menonjol pada kedua *network* adalah Elon Musk. Hal ini sesuai dengan data pada Tabel 4 yaitu daftar *Top 10 Public Profiles* pada komunitas Dogecoin bahwa Elon Musk dengan akun Twitter @elonmusk, menduduki posisi pertama dari daftar tersebut. Elon Musk memang merupakan *public profiles* yang membawa pengaruh sangat signifikan pada pelonjakkan nilai tukar Dogecoin pada tahun 2021 yang terlihat dengan adanya beberapa tweet dari Elon Musk yang selalu disusul dengan kenaikan nilai tukar Dogecoin (Chohan, 2017). Pengaruh yang kuat tersebut membuat komunitas Dogecoin menaruh harapan kepada sosok Elon

Musk untuk terus memberikan dukungan pada Dogecoin. Sehingga ketika Elon Musk mengepos tweet tentang Dogecoin, selalu mendapatkan interaksi berupa *replies* yang sangat banyak. Selain itu banyak anggota komunitas yang menunjukkan harapan kepada Elon Musk dengan cara *mentions* Elon Musk pada tweet mereka. Menurut data yang didapat menggunakan Brand24, terdapat 95.325 *replies* dan *mentions* kepada @elonmusk dengan kata kunci "Doge" pada periode 1 April - 9 Mei 2021. Berikut adalah contoh tweet yang memberikan *mentions* kepada Elon Musk dari akun @itsALLrisky :

"This #DogeDay is dedicated to the man, the myth, the legend, the Technoking of Tesla, the Emperor of Mars, Destroyer of Shorts, Master of Memes, King of Twitter, Humanity's Best, the one and only:

@ElonMusk!

On behalf of all of us, THANK YOU! #DogeDay420 #Doge #420day #Doge420"

(itsALLrisky, 2021)

Tweet dari @itsALLrisky tersebut telah memperoleh banyak interaksi berupa *likes* dan *retweets* dari komunitas, yang ditandai dengan *influencer score* pada Brand24 sebesar 9/10.

Berikut adalah contoh tweet yang merupakan *reply* kepada salah satu tweet dari Elon Musk, dari akun @blakestonks :

"@blakestonks Replying to @elonmusk if doge goes to the moon elon, i will buy my mom a tesla. I love you" (blake, 2021)

Tweet dari @blakestonks tersebut telah memperoleh cukup banyak likes dan *retweet* dari komunitas, yang ditandai dengan *influencer score* pada Brand24 sebesar 3/10.

c. Pola komunikasi jaringan *cryptocurrency Dogecoin* pada *Twitter*

Berdasarkan observasi dan analisa maka telah didapatkan pola komunikasi jaringan *cryptocurrency Dogecoin* pada *Twitter*. Pola komunikasi ini dibagi menjadi beberapa tipe berdasarkan urutan dan jenis interaksi yang dilakukan oleh komunitas.

Tipe interaksi pertama yaitu tahap mengidentifikasi diri sebagai anggota komunitas *Dogecoin* dengan cara mengepos *tweet* menggunakan *hashtags* seputar *Dogecoin* seperti #Doge, #Dogecoin, #Dogearmy, dan masih banyak lagi seperti yang dapat dilihat pada Tabel 1. Selain *hashtags* dapat juga menggunakan *cashtags* seperti \$Doge atau \$Dogecoin seperti yang dapat dilihat pada Tabel 2.

Tipe interaksi kedua yaitu memberikan dukungan dan semangat kepada sesama anggota komunitas *Dogecoin* dengan cara mengepos *tweets* dengan kata kunci dan *hashtags* yang bertujuan memberikan harapan dan semangat seperti *moon*, *buy*, *pump*, *hold*, *hodl*, *spaceX*, #Dogeday, #Dogecoininthemoon, #Dogefather, dan masih banyak lagi seperti yang dapat dilihat pada Tabel 1 dan Tabel 3.

Tipe interaksi ini juga bertujuan untuk memberikan pengetahuan dan konfirmasi tentang *Dogecoin* kepada

sesama anggota komunitas. Selain itu banyak pula yang menggunakan *tweet* untuk mencurahkan perasaan dan emosi pada komunitas terutama jika mendapat banyak keuntungan ataupun saat mengalami kerugian.

Tipe interaksi ketiga yaitu berinteraksi dengan memberikan *replies* kepada *tweets* anggota komunitas lainnya, yang banyak terjadi secara satu arah karena tidak saling mengenal, dengan tujuan memberikan semangat dan dukungan.

Tipe interaksi keempat yaitu berinteraksi dengan memberikan *mentions* dan *replies* berisi harapan kepada para *top public profiles* yang dipercaya dapat membawa peningkatan pada nilai tukar *Dogecoin*, seperti *mentions* yang banyak ditujukan kepada Elon Musk. Tipe interaksi ini juga banyak terjadi secara satu arah karena tidak adanya balasan dan interaksi lebih lanjut dari para *top public profiles*.

Tipe interaksi kelima yaitu interaksi antara *top public profiles* untuk memberikan semangat, dukungan dan konfirmasi kepada anggota komunitas untuk terus mempertahankan *Dogecoin*. Banyak pula terdapat *tweet* yang merupakan *giveaway Dogecoin* dari para *top public profiles* kepada anggota komunitas. Tipe interaksi ini banyak terjadi secara satu arah karena tidak adanya balasan atau diskusi lebih lanjut dari *top public profiles* kepada mereka yang memberikan *replies* pada *tweet* mereka.

Kesimpulan

Pola komunikasi yang terjadi pada jaringan komunitas Dogecoin di Twitter dimotivasi oleh faktor - faktor yang membentuk *sense of community*. Pola yang terlihat ketika memulai percakapan adalah dengan melakukan identifikasi diri sebagai anggota komunitas menggunakan *hashtags*, *cashtags*, dan kata kunci seputar Dogecoin pada *tweet* yang diposting. Komunitas Dogecoin pada Twitter tidak terpusat pada akun - akun komunitas tertentu, namun semua individu dapat menjadi bagian dari komunitas dengan aktif berdiskusi tentang Dogecoin. Oleh karena itu identifikasi diri akan selalu dilakukan setiap kali memulai percakapan pada komunitas.

Kemudian dikarenakan *volatility* yang tinggi dari nilai tukar Dogecoin maka komunitas menjadi sarana untuk mencari prediksi dan konfirmasi pergerakan nilai tukar Dogecoin. Selain itu komunitas menjadi tempat untuk mencurahkan emosi dan perasaan ketika mengalami kerugian atau mendapat banyak keuntungan saat aktivitas *trading* Dogecoin. Hal itu nampak dari pola komunikasi pada komunitas di mana mereka saling berinteraksi dengan memberikan dukungan dan semangat agar tetap *hold* Dogecoin yang dimiliki. Komunikasi tersebut dilakukan dalam bentuk postingan *tweet* serta *like* dan *reply* untuk merespon *tweet* dari anggota komunitas lainnya.

Selain itu, peran *top public profiles* cukup penting dalam menggerakkan

sentimen percakapan pada komunitas. Hal ini dapat terlihat dengan banyaknya interaksi berupa *replies* dan *mentions* yang diberikan oleh komunitas kepada para *top public profiles*. Komunitas seringkali menyampaikan harapan mereka kepada *top public profiles* untuk menggunakan pengaruh mereka dalam meningkatkan nilai tukar Dogecoin. Para *top public profiles* juga ikut memberikan dukungan, semangat dan konfirmasi kepada komunitas agar mempertahankan dan tidak menjual Dogecoin meskipun nilai tukar sedang mengalami penurunan. Namun demikian interaksi yang terjadi tidak tergantung sepenuhnya pada *tweet* dari *top public profiles* karena banyak *clusters* kecil percakapan yang tersebar luas pada jaringan dan diinisiasi dengan sendirinya oleh setiap individu yang ada pada komunitas.

Adapun pola komunikasi yang terjadi pada jaringan komunitas Dogecoin lebih bersifat satu arah dan tidak berlanjut kepada percakapan yang lebih dalam untuk mengenal satu sama lainnya. Hal ini disebabkan karena banyak anggota komunitas yang hanya menggunakan Twitter sebagai sarana untuk mencari informasi, prediksi dan konfirmasi perkembangan Dogecoin. Mereka tidak berminat untuk bersosialisasi lebih lanjut dengan anggota komunitas yang lain. Selain itu anggota komunitas terdiri dari berbagai latar belakang di seluruh dunia, sehingga perbedaan budaya juga merupakan hambatan terjadinya komunikasi lebih dalam di antara mereka.

Saran yang dapat diberikan kepada pengembang Dogecoin dan *cryptocurrency* lainnya adalah pentingnya membina komunitas pada Twitter dengan memberikan informasi yang bermanfaat berupa berita terkini, prediksi nilai tukar dan konfirmasi yang dapat menjawab keresahan terkait *volatility* yang tinggi dari sebuah *cryptocurrency*. Kemudian dapat pula membuat *hashtags* tertentu yang dapat membantu menggerakkan percakapan. Selain itu dapat bekerjasama dengan *top public profiles* untuk menggerakkan sentimen komunitas dan meyakinkan komunitas untuk berinvestasi pada *cryptocurrency* tersebut. Untuk meningkatkan interaktifitas agar komunikasi tidak cenderung satu arah adalah dengan membuat akun-akun *cryptocurrency* dalam beberapa bahasa selain bahasa Inggris untuk mengatasi hambatan budaya dan memberikan rasa nyaman dalam berkomunikasi.

Referensi

- \$DOGE TO \$2 📈 (69 IQ). (2021, May 7). If \$DOGE goes over \$1 in the next 24 hours i will give everyone that retweets this 1,000 \$DOGE [Tweet]. Retrieved May 12, 2021, from @cryptunez website: <https://twitter.com/cryptunez/status/1390658509835018243>
- Abraham, J., Higdon, D., Nelson, J., & Ibarra, J. (2018). *Cryptocurrency Price Prediction Using Tweet Volumes and Sentiment Analysis*. 1(3), 22.
- Annisa, S. (2019). STUDI NETNOGRAFI PADA AKSI BEAT PLASTIC POLLUTION OLEH UNITED NATIONS ENVIRONMENT DI MEDIA SOSIAL INSTAGRAM. *Jurnal ASPIKOM*, 3(6), 1109–1123. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v3i6.411>
- Aslantas, S. (2021, April 29). Dogecoin (DOGE): Is The Hype Real? Will Hit to \$1? Retrieved May 5, 2021, from Medium website: <https://medium.com/coinmonks/dogecoin-doge-is-the-hype-real-will-hit-to-1-1badd32646db>
- BEN BALLER™. (2021, April 17). YALL THOUGHT I SOLD!!! NO I DID NOT. EVEN AFTER WE HIT \$1.00 USD I WILL NOT SELL! 1. #HODL 2. Coinbase will pick up #Doge 3. Elon will take a #Dogecoin to the moon. 4. We aiming for over \$1.00 #DogeArmy stop playing! Everyone HODL! [Tweet]. Retrieved May 12, 2021, from @BENBALLER website: <https://twitter.com/BENBALLER/status/1383503713025683459>
- blake. (2021, April 17). @elonmusk if doge goes to the moon elon, i will buy my mom a tesla. I love you [Tweet]. Retrieved May 15, 2021, from @blakestonks website: <https://twitter.com/blakestonks/status/1383233305579966469>
- Bright, J. (2018). Explaining the Emergence of Political Fragmentation on Social Media: The Role of Ideology and Extremism. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 23(1), 17–33. <https://doi.org/10.1093/jcmc/zmx002>
- Browne, R. (2021a, April 16). Dogecoin spikes 400% in a week, stoking fears of a cryptocurrency

- bubble. Retrieved May 1, 2021, from CNBC website:
<https://www.cnbc.com/2021/04/16/dogecoin-doge-price-meme-cryptocurrencys-rise-sparks-bubble-fears.html>
- Browne, R. (2021b, April 28). Dogecoin price surges after tweets from Elon Musk and Mark Cuban. Retrieved May 4, 2021, from CNBC website:
<https://www.cnbc.com/2021/04/28/dogecoin-price-surges-after-tweets-from-elon-musk-and-mark-cuban.html>
- Chatterjee, R., & Correia, A.-P. (2020). Online Students' Attitudes Toward Collaborative Learning and Sense of Community. *American Journal of Distance Education, 34*(1), 53–68.
<https://doi.org/10.1080/08923647.2020.1703479>
- Chohan, U. W. (2017). A History of Dogecoin. *SSRN Electronic Journal*.
<https://doi.org/10.2139/ssrn.3091219>
- CZ ♦ Binance. (2021, May 4). I underestimated \$DOGE, and #ETH, and #BTC, and #BNB, and many more. Not financial advice. [Tweet]. Retrieved May 12, 2021, from @cz_binance website:
https://twitter.com/cz_binance/status/1389619160812986369
- David Gokhshtein. (2021, April 20). Amazon thinking about accepting \$DOGE as payment according to @newsbtc. [Tweet]. Retrieved May 12, 2021, from @davidgokhshtein website:
<https://twitter.com/davidgokhshtein/status/1384549790311227395>
- Del Vecchio, P., Mele, G., Passiante, G., Vrontis, D., & Fanuli, C. (2020). Detecting customers knowledge from social media big data: Toward an integrated methodological framework based on netnography and business analytics. *Journal of Knowledge Management, 24*(4), 799–821.
<https://doi.org/10.1108/JKM-11-2019-0637>
- Dogecoin. (2021, April 18). #Doge— Buy the dip 🚀🌙 #Dogecoin [Tweet]. Retrieved May 15, 2021, from @Investments_CEO website:
https://twitter.com/Investments_CEO/status/1383579890448945157
- DogeCoin Chairwoman. (2021, April 23). NEWS ALERT 🇺🇸: Reminder: At 10,000 followers I will be giving away \$1000 worth of \$DOGE to a lucky follower. Like, retweet and follow to be entered. One follower will be randomly chosen! This will be my last giveaway 🥹 #dogecoin [Tweet]. Retrieved May 12, 2021, from @ChairwomanDoge website:
<https://twitter.com/ChairwomanDoge/status/1385468289049006083>
- Elon Musk. (2021a, April 28). The Dogefather SNL May 8 [Tweet]. Retrieved May 12, 2021, from @elonmusk website:
<https://twitter.com/elonmusk/status/1387290679794089986>
- Elon Musk. (2021b, May 9). SpaceX launching satellite Doge-1 to the moon next year – Mission paid for in Doge – 1st crypto in space – 1st meme in space To the moooooonnn!!
<https://t.co/xXfjGZVeUW>

- [Tweet]. Retrieved May 12, 2021, from @elonmusk website: <https://twitter.com/elonmusk/status/1391523807148527620>
- Eriyanto. (2014). *Analisis Jaringan Komunikasi: Strategi Baru dalam Penelitian Ilmu Komunikasi dan Ilmu Sosial Lainnya*. Jakarta: Prenadamedia Group.
- Evans, L., Owda, M., Crockett, K., & Vilas, A. F. (2019). A methodology for the resolution of cashtag collisions on Twitter – A natural language processing & data fusion approach. *Expert Systems with Applications*, 127, 353–369. <https://doi.org/10.1016/j.eswa.2019.03.019>
- Frankenfield, J. (2020). HODL. Retrieved May 12, 2021, from Investopedia website: <https://www.investopedia.com/terms/h/hodl.asp>
- Gibbs, J. L., Kim, H., & Ki, S. (2019). Investigating the Role of Control and Support Mechanisms in Members' Sense of Virtual Community. *Communication Research*, 46(1), 117–145. <https://doi.org/10.1177/0093650216644023>
- Gotter, A. (2019, October 17). 23 Strategies to Increase Your Twitter Engagement. Retrieved May 15, 2021, from AdEspresso website: <https://adespresso.com/blog/23-strategies-increase-twitter-engagement/>
- Gruzd, A., Paulin, D., & Haythornthwaite, C. (2016). Analyzing Social Media and Learning Through Content and Social Network Analysis: A Faceted Methodological Approach. *Journal of Learning Analytics*, 3(3), 46–71. <https://doi.org/10.18608/jla.2016.33.4>
- Irwan, & Indrawan, A. (2021, April 17). Wow! Dogecoin Investment Continues To Skyrocket Up To 300 Percent [News]. Retrieved May 27, 2021, from VOI - Waktunya Merevolusi Pemberitaan website: <https://voi.id/en/technology/45149/wow-dogecoin-investment-continues-to-skyrocket-up-to-300-percent>
- itsALLrisky. (2021, April 20). This #DogeDay is dedicated to the man, the myth, the legend, the Technoking of Tesla, the Emperor of Mars, Destroyer of Shorts, Master of Memes, King of Twitter, Humanity's Best, the one and only: @ElonMusk! On behalf of all of us, THANK YOU! #DogeDay420 #Doge #420day #Doge420 <https://t.co/JddJT0YItg> [Tweet]. Retrieved May 15, 2021, from @itsALLrisky website: <https://twitter.com/itsALLrisky/status/1384381034687393793>
- Joanne Tjia. (2021, April 16). #DogecoinToTheMoon #dogecoin waiting for the dip to buy again 🙏🙏 <https://t.co/GUSWcd48Tz> [Tweet]. Retrieved May 15, 2021, from @joannetjia website: <https://twitter.com/joannetjia/status/1382885303363403780>
- Klein, T., Pham Thu, H., & Walther, T. (2018). Bitcoin is not the New Gold – A comparison of volatility, correlation, and portfolio performance. *International Review of Financial Analysis*, 59, 105–116.

- <https://doi.org/10.1016/j.irfa.2018.07.010>
- Kozinets, R. V. (2018). Netnography for Management and Business Research. In C. Cassell, A. L. Cunliffe, & G. Grandy, *The SAGE Handbook of Qualitative Business and Management Research Methods: Methods and Challenges*. SAGE Publications Ltd.
- Kraaijeveld, O., & De Smedt, J. (2020). The predictive power of public Twitter sentiment for forecasting cryptocurrency prices. *Journal of International Financial Markets, Institutions and Money*, 65. <https://doi.org/10.1016/j.intfin.2020.101188>
- Lizzo, R., & Liechty, T. (2020). The Hogwarts Running Club and Sense of Community: A Netnography of a Virtual Community. *Leisure Sciences*, 1–18. <https://doi.org/10.1080/01490400.2020.1755751>
- Marta. (2020, July 20). How to measure the share of voice? | Brand24 Blog. Retrieved May 12, 2021, from <https://brand24.com/blog/how-to-measure-the-share-of-voice/>
- Mirtaheri, M., Abu-El-Haija, S., Morstatter, F., Steeg, G. V., & Galstyan, A. (2019). Identifying and Analyzing Cryptocurrency Manipulations in Social Media. *ArXiv:1902.03110 [Cs, Stat]*. Retrieved from <http://arxiv.org/abs/1902.03110>
- Mitchell, C. (2021). Buy The Dips Definition and Examples. Retrieved May 12, 2021, from Investopedia website: <https://www.investopedia.com/terms/b/buy-the-dips.asp>
- Morais, G. M., Santos, V. F., & Gonçalves, C. A. (2020). Netnography: Origins, foundations, evolution and axiological and methodological development and trends. *The Qualitative Report*, 25(2), 441–445. <https://doi.org/10.46743/2160-3715/2020.4227>
- Murdock, J. (2021, April 21). Dogecoin drops 20 percent despite fans' "Doge Day" attempts to push up price. Retrieved May 28, 2021, from Newsweek website: <https://www.newsweek.com/dogecoin-cryptocurrency-drops-20-percent-doge-day-price-rally-fails-1585265>
- Naranjo-Zolotov, M., Oliveira, T., Casteleyn, S., & Irani, Z. (2019). Continuous usage of e-participation: The role of the sense of virtual community. *Government Information Quarterly*, 36(3), 536–545. <https://doi.org/10.1016/j.giq.2019.05.009>
- Network Analysis / Visualization – Netlytic.org. (2021). Retrieved June 1, 2021, from https://netlytic.org/home/?page_id=2
- Park, H. W., & Lee, Y. (2019). How Are Twitter Activities Related to Top Cryptocurrencies' Performance? Evidence from Social Media Network and Sentiment Analysis. *Drustvena Istrazivanja*, 28(3), 435–460. <https://doi.org/10.5559/di.28.3.04>
- Pathak, X., & Pathak-Shelat, M. (2017). Sentiment analysis of virtual brand communities for effective tribal marketing. *Journal of Research in Interactive Marketing*, 11(1), 16–38.

- <https://doi.org/10.1108/JRIM-09-2015-0069>
- Phillips, R. C., & Gorse, D. (2018). Mutual-Excitation of Cryptocurrency Market Returns and Social Media Topics. *Proceedings of the 4th International Conference on Frontiers of Educational Technologies - ICFET '18*, 80–86. Moscow, Russian Federation: ACM Press. <https://doi.org/10.1145/3233347.3233370>
- Pound, J. (2021, May 5). Dogecoin jumps above 60 cents as speculative trading in crypto continues. Retrieved June 1, 2021, from CNBC website: <https://www.cnbc.com/2021/05/05/dogecoin-is-surgin-another-20percent-and-is-now-approaching-70-cents-per-coin.html>
- Prihantoro, E., Rakhman, F. R., & Ramadhani, R. W. (2021). Digital Movement of Opinion Mobilization: SNA Study on #Dirumahaja Vs. #Pakaimasker. *Jurnal ASPIKOM*, 6(1), 77. <https://doi.org/10.24329/aspikom.v6i1.838>
- Priyowidodo, G. (2019). *MONOGRAF NETNOGRAFI KOMUNIKASI: Aplikasi Pada Tiga Riset Lapangan*. Jakarta: Rajawali Pers.
- Randy Grant. (2021, April 16). @joannetjia Damn a dip !!! Go #doge go 🤔 [Tweet]. Retrieved May 15, 2021, from @RetiredCo857 website: <https://twitter.com/RetiredCo857/status/1382885683598086148>
- Samatan, N., Fatoni, A., & Murtiasih, S. (2020). DISASTER COMMUNICATION PATTERNS AND BEHAVIORS ON SOCIAL MEDIA: A STUDY SOCIAL NETWORK #BANJIR2020 ON TWITTER: (Social Network Analysis #Banjir2020 on Twitter). *Humanities & Social Sciences Reviews*, 8(4), 27–36. <https://doi.org/10.18510/hssr.2020.844>
- Tana, S., Breidbach, C., & Turpin, A. (2019). I WANT A LAMBORGHINI: AN ETHNOG'PHY OF CRYPTOCURRENCY COMMUNITIES. *Proceedings of the 27th European Conference on Information Systems (ECIS)*, 13. Stockholm & Uppsala, Sweden: Association of Information Systems. Retrieved from https://aisel.aisnet.org/ecis2019_rip/21
- Tjahyana, L. J. (2020). GERAKAN OPINI DIGITAL #TRUEBEAUTY PADA TWITTER UNTUK PEMERAN FILM ADAPTASI KOMIK WEBTOON. *SOURCE: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 34. <https://doi.org/10.35308/source.v6i1.1759>
- Tom. (2017, March 28). How the Top 100 Influencers Report Was Created | Brand24 Blog. Retrieved May 12, 2021, from <https://brand24.com/blog/how-we-created-a-data-based-report/>
- Voell, Z., & Reynolds, K. (2021, January 28). Hot DOGE! Meme-Based Cryptocurrency Soars More Than 800% to Record High. Retrieved May 2, 2021, from CoinDesk website: <https://www.coindesk.com/dogecoin-price-record-high>
- Who can see your Tweets – Twitter privacy and protection settings.

(2021). Retrieved May 31, 2021, from <https://help.twitter.com/en/safety-and-security/public-and-protected-tweets>

Wilson, T., Irrera, A., & Chavez-dreyfuss, G. (2021, April 20). Dogecoin cryptocurrency slumps after hashtag-fueled surge to record high. Retrieved May 5, 2021, from Reuters website: [https://www.reuters.com/technology/dogeday-hashtags-help-meme-based-cryptocurrency-](https://www.reuters.com/technology/dogeday-hashtags-help-meme-based-cryptocurrency-dogecoin-hit-new-high-2021-04-20/)

[dogecoin-hit-new-high-2021-04-20/](https://www.reuters.com/technology/dogeday-hashtags-help-meme-based-cryptocurrency-dogecoin-hit-new-high-2021-04-20/)

Zhu, X., Benjamin, V., Qinglai, H., Department of Information Systems, Department of Supply Chain Management, & Barrett, The Honors College. (2018). Twitter Sentiment Analysis For Bitcoin Price Prediction. In *Academic Year 2018-2019. Barrett, The Honors College Thesis/Creative Project Collection*. Retrieved from <http://hdl.handle.net/2286/R.I.50847>

4. Bukti konfirmasi artikel "Accepted"

(3 Juli 2021)



Home / User / Author / Submissions / #3188 / Review

#3188 Review

[Summary](#) | [Review](#) | [Editing](#)

Submission

Authors Lady Joanne Tjahyana

Title Studi Netnografi Pola Komunikasi Jaringan Komunitas Cryptocurrency Dogecoin Pada Twitter

Section Artikel

Editor Nanang Krisdinanto

Peer Review

Round 1

Review Version [3188-8172-1-RV.docx](#) 2021-05-15

Initiated 2021-05-19

Last modified 2021-05-24

Uploaded file Reviewer A [3188-8198-1-RV.docx](#) 2021-05-24



Editor Decision

Decision Accept Submission 2021-07-03

Notify Editor Editor/Author Email Record No Comments

Editor Version None

Author Version [3188-8173-1-ED.docx](#) 2021-05-17 [Delete](#)
[3188-8173-2-ED.docx](#) 2021-06-03 [Delete](#)

Upload Author Version No file chosen

[Submit an Article](#)

User

You are logged in as...
joannetjia

[» My Journals](#)

[» My Profile](#)

[» Log Out](#)



- [Author Guidelines](#)
- [Article Template](#)
- ABOUT THE JOURNAL**
- [Online Submissions](#)
- [Editorial Team](#)
- [Reviewer](#)
- [Focus and Scope](#)
- [Open Access Policy](#)
- [Publication Ethics and Malpractice Statement](#)

**5. Bukti konfirmasi artikel "Published"
(19 Juli 2021)**



Home / User / Author / Submissions / #3188 / Summary

#3188 Summary

Summary | Review | Editing

Submission

Authors Lady Joanne Tjahyana

Title Studi Netnografi Pola Komunikasi Jaringan Komunitas Cryptocurrency Dogecoin Pada Twitter

Original file [3188-8171-2-SM.docx](#) 2021-05-15

Supp. files [3188-8295-1-SP.pdf](#) 2021-06-23
[3188-8389-1-SP.pdf](#) 2021-07-01

Submitter Ms. Lady Joanne Tjahyana

Date submitted May 15, 2021 - 04:46 PM

Section Artikel

Editor Nanang Krisdinanto

Abstract Views 0

Status

Status Published Vol 10, No 1 (2021)

Initiated 2021-07-19

Last modified 2021-08-31

Submission Metadata

Authors

Name Lady Joanne Tjahyana

Affiliation Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Kristen Petra

Country Indonesia

Bio Statement -

Principal contact for editorial correspondence.

Title and Abstract

Title Studi Netnografi Pola Komunikasi Jaringan Komunitas Cryptocurrency Dogecoin Pada Twitter

Abstract Cryptocurrency Dogecoin awalnya dianggap sebagai *meme coin* namun telah mengalami kenaikan nilai tukar sebanyak 800% pada Januari 2021 dan bertambah lagi sebesar 400% pada April 2021. Hal ini tidak lepas dari dukungan kuat dari komunitas *cryptocurrency* Dogecoin dan *top public profiles* pada media sosial Twitter. Penelitian ini menggunakan metode *digital netnography* untuk melihat pola komunikasi jaringan komunitas *cryptocurrency* Dogecoin di Twitter. Komunitas yang diteliti tidak terpusat pada akun komunitas tertentu namun meliputi seluruh akun Twitter yang aktif berdiskusi mengenai Dogecoin. Batasan penelitian adalah pada tanggal 1 April - 9 Mei 2021 berepatan dengan beberapa peristiwa penting yang terjadi. Data yang digunakan adalah semua percakapan pada Twitter dengan kata kunci "Doge" dan diambil menggunakan *social network analysis tools* Brand24 dan Netlytic. Penelitian ini menemukan adanya 5 tipe interaksi yang merupakan pola komunikasi jaringan Dogecoin. Pola komunikasi yang ditemukan pada penelitian ini dapat memberikan masukan bagi pengembangan Dogecoin dan *cryptocurrency* lainnya tentang pentingnya memberikan informasi yang dapat meyakinkan komunitas untuk tetap *hold* sebuah *cryptocurrency*. Kemudian pentingnya membina komunitas yang saling mendukung dan memberi semangat di antara anggota komunitas, dan pentingnya bekerjasama dengan *top public profiles* untuk memberikan keyakinan dan konfirmasi untuk mengatasi keresahan komunitas terkait *volatility* yang tinggi dari sebuah *cryptocurrency*.

Indexing

Academic discipline and sub-disciplines Ilmu Komunikasi

Keywords Netnografi, Cryptocurrency, Dogecoin, Twitter, Jaringan Komunikasi

Language en

Supporting Agencies

Agencies -

References

References -

Submit an Article

User

You are logged in as...
joannetja

- » My Journals
- » My Profile
- » Log Out

ACCREDITATION



CERTIFIED BY



Author Guidelines

Article Template

ABOUT THE JOURNAL

Online Submissions

Editorial Team

Reviewer

Focus and Scope

Open Access Policy

Publication Ethics and Malpractice Statement

Peer Review Process

Announcements

Publication Fees & Fast Track

Right & licences

Contact Us

E-ISSN



ANNOUNCEMENT

CALL FOR PAPER

The Editor of the *KOMUNIKATIF Journal* invites academics, researchers, or practitioners to send manuscripts (6000-9000 words) on Volume 12, Number 1, July 2023. The deadline for submitting manuscripts is April 30, 2023.

REFERENCE

Every article submitted to *KOMUNIKATIF* shall use reference management software e.g. **Mendeley**.



use **APA citation style**,
download [here](#)



PLAGIARISM CHECKER

All articles published in *KOMUNIKATIF* must pass the similarity test (**Turnitin Test**) with maximum results of **20%**.