

Vol 10, No 1 (2021)

P-ISSN 2301-6558

E-ISSN 2597-6699

Pangkalan Gojek : Ruang Produk Kapitalisme Digital
Ratih Pandu

Holy Rafika Dhona, Gigih Mahatattwo

Studi Netnografi Pola Komunikasi Jaringan Komunitas Cryptocurrency Dogecoin Pada Twitter

Lady Joanne Tjahyana

Analisis Wacana Kritis Keputusan Pembubaran Front Pembela Islam di Kompas.com

Indah Suryawati, Jamalullail

Management Dialectical Tension di Desa Pancasila, Kecamatan Turi, Lamongan dalam Meminimalkan Ketegangan pada Keluarga

Brigitta Revia Sandy Fista, Akhsaniyah

Program Revitalisasi Eduwisata Lokalisasi Dolly pada Humas Pemerintah Kota Surabaya

Fitria Widiyanti Roosinda, Noviar Renindia Rachman

Perilaku Body Shaming dan Dampak Psikologis pada Mahasiswa Kota Bogor

Resqia Indah Atsila, Imani Satriani, Yogaprasta Adinugraha

Peta Literasi Media Pemilih Pemula di Surabaya

Agatha Winda Setyarinata, Theresian Intan

'Taprose Temanku' Sebagai Strategi Komunikasi Pemerintahan dan Pelayanan Publik Kabupaten Tuban

Isnaini Kun Faizah, Tony S. Soekrani, Redi Panuju



Bukti Sinta 3

<https://sinta.kemdikbud.go.id/journals/profile/5079>

 SINTA

Author Subjects Affiliations Sources FAQ WCU Registration Login



KOMUNIKATIF : JURNAL ILMIAH KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI, UNIVERSITAS KATOLIK WIDYA MANDALA SURABAYA
P-ISSN : 23016558 < > E-ISSN : 25976699

1.7
Impact Factor

335
Google Citations

Sinta 3
Current Accreditation

Google Scholar Garuda Website Editor URL

History Accreditation

2018

2019

2020

2021

2022

2023

Garuda

Google Scholar

Dialog Antar Budaya: Interpretasi Video Musik Wonderland Indonesia
Fakultas Ilmu Komunikasi UKWMS KOMUNIKATIF : Jurnal Ilmiah Komunikasi Vol 11, No 1 (2022) 38-49
2022 DOI: 10.33508/jk.v11i1.3728 Accred : Sinta 3

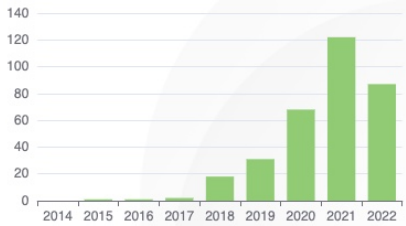
Ahok dalam Internet Meme (Analisis Semiotika Penggambaran Ahok sebagai Pemimpin dalam Internet Meme)
Fakultas Ilmu Komunikasi UKWMS KOMUNIKATIF : Jurnal Ilmiah Komunikasi Vol 11, No 1 (2022) 50-64
2022 DOI: 10.33508/jk.v11i1.3824 Accred : Sinta 3

Penyerangan Mabes Polri Dalam Bingkai Media (Analisis Framing Tribunnews.com dan Republika.co.id)
Fakultas Ilmu Komunikasi UKWMS KOMUNIKATIF : Jurnal Ilmiah Komunikasi Vol 11, No 1 (2022) 65-75
2022 DOI: 10.33508/jk.v11i1.3721 Accred : Sinta 3

Get More with SINTA Insight

Go to Insight

Citation Per Year By Google Scholar



Year	Citation
2014	0
2015	0
2016	0
2017	18
2018	32
2019	68
2020	122
2021	88

Journal By Google Scholar

	All	Since 2017
Citation	335	332
h-index	9	9
i10-index	9	9


[Home / Vol 10, No 1 \(2021\)](#)

KOMUNIKATIF

Komunikatif is issued by Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya since 2012. Komunikatif is a peer-reviewed journal. Komunikatif publishes an article from selected topics in communication studies; those are media studies, public relations, and human communication. Articles issued by Komunikatif are conceptual articles and research articles. Komunikatif aims at publishing research and scientific thinking regarding the development of communication studies and contemporary social phenomena. Komunikatif also wishes to become an eligible reference for students and/or academia, especially in the communication field. Komunikatif is issued twice a year (July and December). Komunikatif clarifies ethical behavior for all parties involved, including authors, editor-in-chief, Editorial Board, reviewers, and publisher. Komunikatif provides free access for the online version to support knowledge exchange globally.

Komunikatif: Jurnal Ilmiah Komunikasi, ISSN 2301-6558 (printed), ISSN 2597-6699 (online), is incorporate with Indonesian Communication Sciences Publisher Journal Association: Asosiasi Penerbit Jurnal Ilmu Komunikasi Indonesia (APJIKI).

Komunikatif: Jurnal Ilmiah Komunikasi is accredited by Kemenristekdikti RI (SINTA 3) based on SK No. 28/E/KPT/2019.

In each edition, Komunikatif: Jurnal Ilmiah Komunikasi has received an article openly. The article will be reviewed by internal and external editors, and reviewers who have related expertise.



MEMBER OF:


[Submit an Article](#)

ACCREDITATION



CERTIFIED BY



E-ISSN


[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](#)

Vol 10, No 1 (2021)

Table of Contents

Artikel

Pangkalan Gojek : Ruang Produk Kapitalisme Digital	PDF	1-15
Holy Rafika Dhona, Gigih Mahatattwo		
Studi Netnografi Pola Komunikasi Jaringan Komunitas Cryptocurrency Dogecoin Pada Twitter	PDF	16-37
Lady Joanne Tjahyana		
Analisis Wacana Kritis Keputusan Pembubaran Front Pembela Islam di Kompas.com	PDF	38-52
Indah Suryawati, Jamalullail Jamalullail		
Management Dialectical Tension di Desa Pancasila, Kecamatan Turi, Lamongan dalam Meminimalkan Ketegangan pada Keluarga	PDF	53-68
Brigitta Revia Sandy Fista, Akhsaniyah Akhsaniyah		
Program Revitalisasi Eduwisata Lokalisasi Dolly pada Humas Pemerintah Kota Surabaya	PDF	69-83
Fitria Widiyani Roosinda, Noviar Renindia Rachman		
Perilaku Body Shaming dan Dampak Psikologis pada Mahasiswa Kota Bogor	PDF	84-101
Resqia Indah Atsila, Imani Satriani, Yogaprasta Adinugraha		
Peta Literasi Media Pemilih Pemula di Surabaya	PDF	102-115
Agatha Winda Setyarinata, Theresian Intan		
'Taprose Temanku' Sebagai Strategi Komunikasi Pemerintahan dan Pelayanan Publik Kabupaten Tuban	PDF	116-128
Isnaini Kun Faizah, Tony S. Soekrani, Redi Panuju		

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%**.



We also recommend to use Grammarly, download [here](#)



STAT COUNTER

Visitors (since Nov 09, 2018):

[View Jurnal Komunikatif Stats](#)



User

Username

Password

☐ Remember me



[Home / Editorial Team](#)

Editorial Team

Editor in Chief

Dr. Nanang Krisdinanto, Drs., M.Si., (Scopus ID: [57204657824](#)) Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Editor

Putra Aditya Lapalelo, S.I.Kom., M.Med.Kom. Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya. [ID Google Scholar](#)

Dr. Rina Juwita, S.IP., MHRIR. Universitas Mulawarman, Samarinda.

Christopher Chandra, S.Des., M.Des., Universitas Katolik Widya Mandala Surabaya.

Dr. Silviana Purwanti, S.Sos., M.Med.Kom., Universitas Mulawarman. [ID Google Scholar](#)

Dr. Nikmah Suryandari, S.Sos., M.Si., Universitas Trunojoyo. [ID Google Scholar](#)

Achmad Supardi, S.IP., M.A., (Scopus ID: [57204655054](#).) President University.

Technical Editor

Vincentius Widya Iswara, SS., M.A. [ID Google Scholar](#)

[Submit an Article](#)

ACCREDITATION



CERTIFIED BY



E-ISSN

[Author Guidelines](#)[Article Template](#)[ABOUT THE JOURNAL](#)



[Home](#) > [Vol 10, No 1 \(2021\)](#) > [Tjahyana](#)

Studi Netnografi Pola Komunikasi Jaringan Komunitas Cryptocurrency Dogecoin Pada Twitter

Lady Joanne Tjahyana

Abstract

Cryptocurrency Dogecoin awalnya dianggap sebagai *memecoin* 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 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*.

Save to Mendeley



Keywords

Netnografi, Cryptocurrency, Dogecoin, Twitter, Jaringan Komunikasi

Full Text:



DOI: <https://doi.org/10.33508/jk.v10i1.3188>

About The Author

Lady Joanne Tjahyana
Program Studi Ilmu Komunikasi
Universitas Kristen Petra
Indonesia

ACCREDITATION



CERTIFIED BY



E-ISSN



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

Contact Us

Studi Netnografi Pola Komunikasi Jaringan Komunitas Cryptocurrency Dogecoin di Twitter

Netnographic Study of Dogecoin Cryptocurrency Community Network Communication Patterns on Twitter

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

Submitted: 15-05-2021, Revised: 03-06-2021, Accepted: 03-07-2021, Published: 19-07-2021

doi: <https://doi.org/10.33508/jk.v10i1.3188>

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 Komunika

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 Priyowidodo, 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 Gruz, 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; Gruz et al., 2016).

Menurut Tjahjana (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 (Tjahjana, 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 *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* (Mirtaheri, 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 (Mirtaheri 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 struktur jaringan seperti *diameter*, *density*, *reciprocity*, *centralization* dan *modularity* (Tjahjana, 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 mengemos *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.

Pola Komunikasi Berdasar 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
#Dogecointhemoon	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>
<i>\$doge</i>	196.050
<i>\$dogecoin</i>	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 *#Dogecoin rise*, 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 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.

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)

Pola Komunikasi Berdasar 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*. Gruz 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

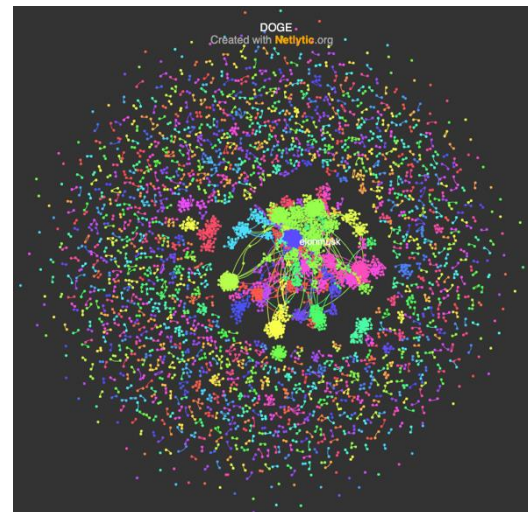
terhadap *tweets* dari para *public profiles* dan *influencers*. Beberapa *clusters* yang terpusat tersebut dapat dilihat terletak pada pusat jaringan.

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>	0.00014250
<i>Reciprocity</i>	.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* mendekat 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* 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 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 (Tjahjana, 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:

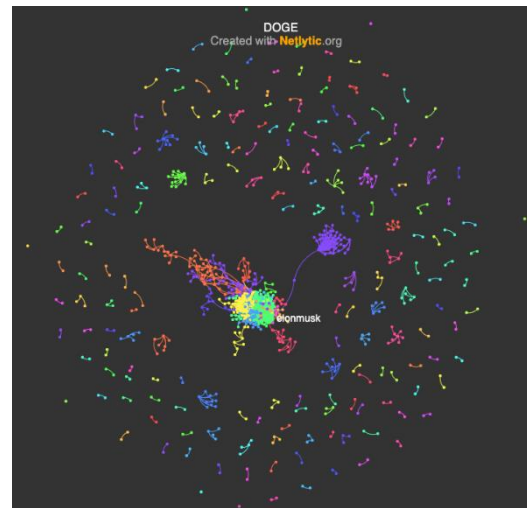
"andy Grant @RetiredCo857 Replying to @joannetjia

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
<i>Diameter</i>	6
<i>Density</i>	0.000827
<i>Reciprocity</i>	0.000000
<i>Centralization</i>	0.132500
<i>Modularity</i>	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.

Pola Komunikasi Jaringan Cryptocurrency Dogecoin di 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

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/138323305579966469>
- 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 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>
- 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.2016.3.3.4>
- 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/JddJToYltg> [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/doge-coin-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-surging-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 ETHNOGRAPHY OF CRYPTOCURRENCY COMMUNITIES. *Proceedings of the 27th European Conference on Information Systems (ECIS)*, 13. Stockholm & Uppsala, Sweden: Association for Information Systems. Retrieved from https://aisel.aisnet.org/ecis2019_rfp/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-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>



[JK] Submission Acknowledgement

Nanang Krisdinanto <admin-journal@ukwms.ac.id>
To: joanne@petra.ac.id

15 May 2021 at 16:46

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>

Bukti Screenshot OJS



Jurnal Ilmiah Komunikasi

P-ISSN 2301-6558
E-ISSN 2597-6699

[Home / User Home](#)

User Home

KOMUNIKATIF : Jurnal Ilmiah Komunikasi

User Pages	Assign	Review	Edit	Frequent Tasks
Author		0 Active	1 Archive	[New Submission]

My Account

- [» Show My Journals](#)
- [» Edit My Profile](#)
- [» Change My Password](#)
- [» Logout](#)

[Submit an Article](#)

User

You are logged in as...
joannetjia

- [» My Journals](#)
- [» My Profile](#)
- [» Log Out](#)

ACCREDITATION

CERTIFIED BY



[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](#)

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](#)


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

#3188 Editing

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

Submission

Authors Lady Joanne Tjahyana

Title Studi Netnografi Pola Komunikasi Jaringan Komunitas Cryptocurrency Dogecoin Pada Twitter

Section Artikel

Editor Nanang Krisdinanto

Copyediting

[Copyedit Instructions](#)
[Review Metadata](#)

	Request	Underway	Complete
1. Initial Copyedit	—	—	2021-07-19
File: None			
2. Author Copyedit	—	—	
File: None			
Choose File No file chosen Upload			
3. Final Copyedit	—	—	2021-07-19
File: None			

Copyedit Comments No Comments

Layout

Galley Format	File
1. PDF View Proof	3188-8478-4-PB.pdf 2021-07-20 0
Supplementary Files	File
1. Surat Pernyataan Orisinalitas Naskah	3188-8295-1-SP.pdf 2021-06-23
2. Bukti Turnitin	3188-8389-1-SP.pdf 2021-07-01

Layout Comments No Comments

Proofreading

[Review Metadata](#)

	Request	Underway	Complete
1. Author	—	—	
2. Proofreader	2021-07-19	—	—
3. Layout Editor	2021-07-19	—	2021-07-19

Proofreading Corrections No Comments [Proofing Instructions](#)
[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

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 11, Number 2, December 2022. The deadline for submitting manuscripts is September 30, 2022.


[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 <i>meme coin</i> 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 <i>cryptocurrency</i> Dogecoin dan <i>top public profiles</i> pada media sosial Twitter. Penelitian ini menggunakan metode <i>digital netnography</i> untuk melihat pola komunikasi jaringan komunitas <i>cryptocurrency</i> 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 bertepatan dengan beberapa peristiwa penting yang terjadi. Data yang digunakan adalah semua percakapan pada Twitter dengan kata kunci "Doge" dan diambil menggunakan <i>social network analysis tools</i> 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 <i>cryptocurrency</i> lainnya tentang pentingnya memberikan informasi yang dapat meyakinkan komunitas untuk tetap <i>hold</i> sebuah <i>cryptocurrency</i>. Kemudian pentingnya membina komunitas yang saling mendukung dan memberi semangat di antara anggota komunitas, dan pentingnya bekerjasama dengan <i>top public profiles</i> untuk memberikan keyakinan dan konfirmasi untuk mengatasi keresahan komunitas terkait <i>volatility</i> yang tinggi dari sebuah <i>cryptocurrency</i>.

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 11, Number 2, December 2022. The deadline for submitting manuscripts is September 30, 2022.

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%**.



We also recommend using Grammarly, [download here](#)




[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 3188-8369-1-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	<i>Cryptocurrency</i> Dogecoin awalnya dianggap sebagai <i>meme coin</i> 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 <i>cryptocurrency</i> Dogecoin dan <i>top public profiles</i> pada media sosial Twitter. Penelitian ini menggunakan metode <i>digital netnography</i> untuk melihat pola komunikasi jaringan komunitas <i>cryptocurrency</i> 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 bertepatan dengan beberapa peristiwa penting yang terjadi. Data yang digunakan adalah semua percakapan pada Twitter dengan kata kunci "Doge" dan diambil menggunakan <i>social network analysis</i> 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 <i>cryptocurrency</i> lainnya tentang pentingnya memberikan informasi yang dapat meyakinkan komunitas untuk tetap <i>hold</i> sebuah <i>cryptocurrency</i>. Kemudian pentingnya membina komunitas yang saling mendukung dan memberi semangat di antara anggota komunitas, dan pentingnya bekerjasama dengan <i>top public profiles</i> untuk memberikan keyakinan dan konfirmasi untuk mengatasi keresahan komunitas terkait <i>volatility</i> yang tinggi dari sebuah <i>cryptocurrency</i>.

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 11, Number 2, December 2022. The deadline for submitting manuscripts is September 30, 2022.

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%**.





[Home](#) / [User](#) / [Author](#) / [Archive](#)

Archive

[Active](#) | [Archive](#)

ID	MM-DD Submit	Sec Authors	Title	Status
3188	05-15	ART Tjahyana	Studi Netnografi Pola Komunikasi Jaringan Komunitas...	Vol 10, No 1 (2021)

Start a New Submission

[Click here](#) to go to step one of the five-step submission process.

[Submit an Article](#)

User

You are logged in as...
joannetjia

[» My Journals](#)

[» My Profile](#)

[» Log Out](#)

ACCREDITATION



CERTIFIED BY