



Terbit online pada laman jurnal: <http://jurnal.usahid.ac.id/index.php/mahardikaadiwidia>

Jurnal Mahardika Adiwidia

Karakteristik *Virtual Opinion Leader* dalam Grup *Whatsapp* Uber Condet Bersatu

Dwi Cahyo Utomo Wardhono^{1*}

¹Universitas Sahid

*dwicahyo9088@gmail.com

Diterima: 26 Agustus 2021 | Direvisi: 12 Oktober 2021 | Disetujui: 4 November 2021

ABSTRACT

This study aims to describe more deeply the characteristics of a virtual opinion leader in the whatsapp group. The theory used in this study is Computer Mediated Communication (CMC). WhatsApp group admin is an opinion leader in cyberspace (online) where his opinion can determine the formation of opinions of group members or followers to take further action in the real world (offline) and as if the group members are powerless to reject information or opinions that have been submitted by group admins. The results of this study indicate that there are several characteristics of offline opinion leaders that have no effect or are different from the characteristics of online opinion leaders. Among these are the level of education and the level of socio-economic status that is higher than the other members. In the online world, the level of participation and creativity is prioritized as the characteristics of a virtual opinion leader, because these two things can reflect an ideal virtual opinion leader.

Keywords: *Opinion Leaders, Virtual Community, Case Study*

PENDAHULUAN

Sebuah rekaman suara atau biasa disebut dengan *voice note* di grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu berisi berita *sweeping* ojek *online* di daerah Jakarta Selatan pada tanggal 5 Maret 2018. *Voice note* ini berisi kabar pengemudi ojek *online* yang membuka jaket atau atributnya dan menjadi anggota geng motor dan membuat hiruk pikuk di sekitar Jakarta Selatan. Seketika berita tersebut menjadi buah bibir atau pembicaraan hangat di dalam grup tersebut dikarenakan keresahan dalam mencari nafkah sebagai pengemudi ojek *online* yang memiliki area kerja se-Jabodetabek. Anggota grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu, menanyakan kebenaran berita ini kepada seluruh anggota pada umumnya dan kepada admin grup pada khususnya. Hasil dari percakapan dalam grup adalah bahwa rekaman suara itu tidak benar dan terdapat adanya bukti tertulis dan rekaman suara dari perwakilan URC (Unit Reaksi Cepat) dan TEKAB (Tim Khusus Anti Begal) Jakarta Selatan yang menyatakan bahwa daerah Jakarta Selatan sudah aman dan berita mengenai *sweeping* ojek *online* dan pengemudi ojek *online* melepas jaket menyamar jadi anggota geng motor juga

tidak benar. Meskipun diakui ada keributan di jalanan yang dilakukan oleh para anggota geng motor. Hal ini disampaikan oleh salah satu admin grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu.

Berbagai kasus tentang ojek *online* di media sosial, seperti kasus begal, pencurian, pengrusakan mobil warga sipil, pelecehan seksual, dan sebagainya, tidak hanya menjadi perbincangan di dalam suatu grup tertentu saja, namun sudah menjadi perbincangan umum di masyarakat dunia nyata. Hal ini memicu adanya aksi damai yang terjadi di bunderan Hotel Indonesia Jakarta yang terdiri dari gabungan ojek *online* Gojek, Grab, Uber, Tekab dan PPTJDI untuk mencerminkan citra positif kepada masyarakat.

Saat ini upaya para pekerja mandiri di bidang ojek *online* untuk mengangkat citra dan nama baik dilakukan dengan berbagai aktivitas positif di antaranya aksi donor darah, peserta Bela Negara, aksi pembersihan paku di jalan, memberikan jasa ambulance gratis, dan berpartisipasi pada *Car Free Day* di Jalan Thamrin dan Sudirman. Tujuannya adalah untuk mengadakan kegiatan positif yang dilakukan secara damai dan simpatik. Aksi Damai Simpatik Ojek Online tersebut memiliki maksud dan tujuan memperkenalkan kepada masyarakat luas bahwa para pekerja mandiri di bidang Ojek Online mempunyai kinerja yang baik dan profesional. Kegiatan tersebut direncanakan dengan rapi dan diingatkan kepada seluruh peserta aksi untuk memakai atribut ojek *online*, menjaga keamanan dan ketertiban, selalu mengikuti arahan koordinator aksi, memberikan senyum dan rasa simpatik kepada masyarakat untuk menunjukkan bahwa pengemudi ojek *online* juga manusia bermoral dan bermartabat, bukan seperti pelaku begal sebagaimana diberitakan belakangan ini. Meskipun demikian, dalam kegiatan tersebut hanya diikuti oleh sekitar 200 orang pengemudi ojek *online*. Hal ini sangat disayangkan karena terdapat sekitar 160an grup *whatsapp* yang terangkum dalam satu wadah besar, yaitu KAGUM (Kumpulan Admin Grup Uber Motor). Penulis tertarik meneliti lebih jauh tentangnya sedikitnya peserta aksi damai tersebut. Asumsi sementara peneliti adalah kurangnya motivasi atau dorongan para admin grup *whatsapp* ojek *online* kepada para anggotanya atau kurangnya peran admin grup *whatsapp* sebagai seorang *virtual opinion leader* dalam grup *whatsapp* ojek *online*.

Admin grup *whatsapp* adalah seorang atau beberapa orang yang diangkat oleh segenap anggota sebuah kelompok atau komunitas yang termediasi oleh aplikasi media sosial (dalam hal ini aplikasi *whatsapp*), yang dianggap lebih tahu atau *up to date* dibandingkan dengan anggota lainnya dan bertugas menjaga kestabilan dan kenyamanan sesama anggota untuk memastikan bahwa informasi atau konten yang tersebar sesuai dengan tema atau kepentingan grup dan dipastikan kebenarannya (Nasrullah, 2015). Tentunya admin grup tersebut bukan berarti pemimpin mutlak di dunia nyata, tetapi orang yang dianggap pemimpin di dunia maya (*offline*), namun tetap diperhitungkan segala sesuatu yang keluar dari mulutnya entah itu pendapat, ajakan, atau seruan untuk berbuat sesuatu kepada setiap anggota yang berada dalam suatu kelompok/komunitas/grup, di mana dalam penelitian ini kelompok yang dibahas adalah grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu. Bila dapat dikatakan demikian, admin grup *whatsapp* ini seperti layaknya seorang *opinion leader* di dunia nyata (*offline*), yaitu orang-orang yang berpengaruh atau *influencer*, di mana pendapatnya akan diikuti oleh orang-orang yang mengikutinya atau *followers*, atau dapat dikatakan pendapatnya dapat menentukan opini-opini individu di sekitarnya.

TINJAUAN PUSTAKA

Computer Mediated Communication (CMC). Dalam era teknologi informasi, mode komunikasi yang kita jalani telah diperantarai oleh internet dan telah bergerak secara cepat menuju apa yang disebut dengan *Computer-Mediated Communication (CMC)* atau komunikasi yang dimediasi oleh komputer. Dalam konteks ini, *Computer-Mediated Communication (CMC)* dipandang sebagai integrasi teknologi komputer dengan kehidupan kita sehari-hari. *Computer-Mediated Communication (CMC)* adalah istilah yang digunakan untuk melakukan komunikasi antar dua orang atau lebih yang dapat saling berinteraksi melalui komputer yang berbeda. Menurut December (1997) *Computer-Mediated Communication* adalah proses manusia berkomunikasi dengan menggunakan komputer, dengan melibatkan seseorang, dalam situasi konteks tertentu, dengan terlibat dalam proses untuk membentuk media sebagai tujuan (Wood, 2005).

Hal yang dimaksud di sini bukanlah bagaimana dua mesin atau lebih dapat saling berinteraksi, namun bagaimana dua orang atau lebih dapat berkomunikasi satu dengan lainnya dengan menggunakan alat bantu komputer melalui program aplikasi yang ada pada komputer tersebut. Dengan ini dapat diketahui, bahwa yang diperlukan partisipasi CMC dalam menjalankan komunikasi dengan komunikannya harus melibatkan media perantara dalam hal ini adalah computer atau perangkat *mobile* dan jaringan internet. Sebenarnya, bukan hanya komputer dan jaringan internet saja, namun dalam komputer tersebut harus memiliki program atau aplikasi tertentu yang memungkinkan komunikator untuk berinteraksi dengan komunikannya. Dalam penelitian ini menggunakan aplikasi *whatsapp*. Hal ini membuat CMC semakin mempunyai pengaruh besar dalam membentuk komunikasi yang efektif di dunia internet. Fenomena-fenomena lain di dalam CMC juga terjadi setelah terdapat teknologi 3G, Mobile Phone, Smart Phone, Personal Digital Assistant, dan lain-lain.

Senada dengan permasalahan yang akan diteliti mengenai karakteristik *virtual opinion leader* di dalam grup *whatsapp*, di mana adanya dua orang atau lebih, (dalam hal ini bisa dikatakan admin grup dan anggotanya) yang saling berkomunikasi satu dengan lainnya dengan menggunakan alat bantu komputer melalui program aplikasi yang ada pada komputer tersebut, program aplikasi yang digunakan dalam penelitian ini adalah aplikasi *whatsapp*. Oleh karena terdapat konsep *Computer-Mediated Communication* maka peneliti menggunakan teori *computer mediated communication*, bukan berdasar teori komunikasi dua tahap oleh Lazarsfeld karena di dalam teori tersebut komunikasi yang terjadi adalah komunikasi langsung (tanpa dimediasi oleh bantuan komputer dan aplikasinya).

Karakteristik Virtual Opinion Leader. Istilah *opinion leader* menjadi perbincangan dalam literatur komunikasi sekitar tahun 1950-1960, sebelumnya literatur komunikasi sering digunakan kata-kata *influentials*, *influencers* atau *tastemakers*. Selanjutnya kata *opinion leader* lebih sering dikenal di masyarakat pedesaan, sebab pada saat itu tingkat media masih rendah serta pendidikan yang belum maju. Jadi kebutuhan akan informasi di pedesaan diterima dari mereka yang mempunyai pemahaman yang tinggi serta kebutuhan akan media yang tidak rendah.

Terdapat dua pengelompokan *opinion leader*. Pertama, *opinion leader* aktif (*Opinion Giving*) yang sengaja mencari penerima atau followers untuk mengumumkan atau

mensosialisasikan suatu informasi. Contohnya pada saat program KB (Keluarga Berencana) yang bertujuan mengendalikan pertumbuhan penduduk. Bagi masyarakat desa hal ini masih terlalu baru dan mereka belum mengenal KB, maka peranan *opinion leader* dituntun untuk menyampaikan informasi bahwa program KB ini bertujuan penting bagi kelangsungan masyarakat di pedesaan. Kedua, *opinion leader* Pasif (*Opinion Seeking*) yang lebih sering dicari para *followers* dalam mencari sumber informasi, sehubungan dengan permasalahan yang dihadapinya.

Adapun karakteristik *opinion leader* adalah orang yang mempunyai keunggulan dibanding masyarakat kebanyakan. Adapun karakteristik tersebut adalah lebih tinggi pendidikan formalnya dibanding dengan anggota masyarakat lainnya, lebih tinggi status sosial ekonominya, lebih inovatif dalam menerima dan mengambil ide baru, lebih tinggi pengenalan medianya (*media exposure*), kemampuan empatinya lebih besar, partisipasinya lebih besar, dan lebih kosmopolit (mempunyai pengetahuan dan wawasan yang luas).

Peran dan Norma. Sendjaja (2007) menegaskan terdapat dua macam karakteristik komunikasi kelompok, yaitu norma dan peran. Norma adalah persetujuan atau perjanjian tentang bagaimana orang-orang dalam suatu kelompok berperilaku satu sama lain. Oleh karena itu para sosiolog juga menyebut norma itu sebagai hukum (*law*) atau peraturan (*rule*), yaitu perilaku-perilaku apa saja yang pantas dan tidak pantas untuk dilakukan dalam suatu kelompok. Terdapat tiga kategori norma kelompok, antara lain 1) Norma sosial yang mengatur hubungan di antara para anggota kelompok; 2) Norma prosedural yang menguraikan lebih rinci bagaimana kelompok harus beroperasi, seperti bagaimana suatu kelompok harus membuat keputusan, apakah melalui suara mayoritas atau dilakukan pembicaraan sampai tercapai kesepakatan, dan 3) Norma tugas yang memusatkan perhatian pada bagaimana suatu pekerjaan harus dilaksanakan. Severin dan Tankard dalam Bungin (2006) mengatakan bahwa norma-norma sosial terdiri dari deskripsi dan perintah. Dalam hal ini peran akan mempengaruhi karena aspek dinamis dari kedudukan (*status*). Dengan kata lain, apabila seseorang melaksanakan hak dan kewajibannya sesuai dengan kedudukannya, maka dia menjalankan perintah.

Peran terdiri dari tiga macam yakni peran aktif, peran partisipatif, dan peran pasif. Peran aktif adalah peran yang diberikan oleh anggota kelompok karena kedudukannya di dalam kelompok sebagai aktivis kelompok, seperti pengurus, pejabat, dan sebagainya. Peran partisipatif adalah peran yang diberikan oleh anggota kelompok pada umumnya kepada kelompoknya, partisipasi anggota semacam ini akan memberikan sumbangan yang sangat berguna bagi kelompok tersebut. Peran pasif adalah sumbangan anggota kelompok yang bersifat pasif, di mana anggota kelompok menahan diri agar memberi kesempatan kepada fungsi-fungsi lain dalam kelompok dapat berjalan dengan baik.

Berdasarkan penjabaran peran dan norma kelompok tersebut, di mana adanya peran-peran yang harus dijalankan oleh setiap anggota kelompok dan menyinggung mengenai peran seorang pemuka pendapat, maka pemuka pendapat atau biasa dikenal sebagai admin grup adalah seorang anggota grup yang tidak diangkat secara resmi, tetapi cukup berpengaruh terhadap masyarakat di sekitarnya (Arifin, 2008). Begitu banyak peran yang harus disadari oleh setiap anggota dan norma-norma yang harus diikuti agar tercipta hubungan yang harmonis dalam kelompok ini, menjadi salah satu tanggung jawab bersama,

bukan hanya tanggung jawab seorang atau sekumpulan admin grup saja. Namun kenyataannya di lapangan sebuah kelompok atau grup yang *solid*, atau bisa dikatakan baik adalah berkat dari tindak tanduk admin grup itu sendiri. Oleh sebab itu peneliti ingin menganalisis lebih dalam bagaimana seorang admin grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu dipilih oleh anggotanya dan apa karakteristik seseorang dapat menjadi admin grup, serta apa saja strategi yang digunakan untuk menjaga norma-norma yang tertuang dalam dalam grup agar tercipta hubungan yang harmonis.

METODOLOGI

Metode penelitian yang digunakan adalah studi kasus, yang merupakan suatu inquiri empiris yang menyelidiki fenomena dalam konteks kehidupan nyata, bilamana batas-batas antar fenomena dan konteks tak tampak dengan tegas dan di mana multi sumber bukti dimanfaatkan (Yin, 2008). Studi kasus tidak harus dilakukan dalam waktu yang lama dan tidak pula harus tergantung pada data etnografi atau observasi partisipan. Bahkan menurut Yin (2008) seorang peneliti bisa saja melakukan studi kasus yang valid dan berkualitas tinggi tanpa meninggalkan kepustakaan, tergantung pada topik yang akan diselidiki. Tipe penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah penelitian kualitatif. Nawawi (1993) berpendapat bahwa objek penelitian kualitatif adalah manusia atau segala sesuatu yang dipengaruhi manusia. Objek diteliti dalam kondisi sebagaimana adanya atau dalam keadaan sewajarnya atau secara naturalistik (*natural setting*). Dalam proses penelitian kualitatif, didapatkan catatan berisi tentang perilaku dan keadaan individu secara keseluruhan. Dalam metode kualitatif, metode yang umumnya digunakan untuk mengumpulkan data adalah observasi, wawancara, dan dokumen pribadi (Stauss, 1987). Diperlukan prosedur yang sistematis dan standar untuk memperoleh data yang sesuai dengan penelitian. Dalam penelitian ini pengumpulan data dilakukan melalui observasi langsung selama 1 tahun.

ANALISIS DAN PEMBAHASAN

Pendidikan Tinggi. Karakteristik *virtual opinion leader* di dalam grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu yang pertama adalah tingkat pendidikan yang lebih tinggi dibandingkan dengan anggota masyarakat lainnya. Dalam proses terpilihnya seorang admin grup atau *virtual opinion leader* di dalam grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu, tidak ada pengaruh terhadap tingkat pendidikan yang lebih, karena dipandang tingkat pendidikan seorang ojek *online* adalah setingkat Sekolah Menengah Atas (SMA), tidak banyak yang lulusan Diploma III (D3) dan Strata I (S1). Walaupun ada beberapa anggota grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu yang berpredikat lulusan D3 atau S1, kebanyakan dari mereka menjadikan Uber sebagai mata pencaharian sampingan dan tidak terlalu berperan aktif di dalam grup *whatsapp*. Biasanya mereka menjadi *silent reader* (pembaca setia), di mana mereka akan berdiam diri, tidak memberikan tanggapan tentang informasi yang dibagikan di dalam grup

whatsapp atau saat adanya diskusi tentang suatu permasalahan. Namun mereka tetap mengikuti peraturan yang telah dibuat (seperti mengikuti acara pertemuan rutin misalnya) dan mengikuti pendapat yang dicetuskan oleh para admin grup apabila ada suatu permasalahan yang membutuhkan nasihat dari seorang admin grup.

Berbanding terbalik dengan yang lulusan SMA, walaupun kebanyakan dari mereka menjadikan Uber sebagai mata pencaharian sampingan tetapi sumbangsih waktu dan tanggapan mereka ketika ada informasi dan permasalahan yang muncul di grup *whatsapp*, begitu besar dirasakan. Jadi karakteristik tingkat pendidikan yang lebih tinggi dibandingkan dengan masyarakat lainnya bukanlah menjadi faktor utama dalam memilih seseorang menjadi *virtual opinion leader* di dalam grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu. Lebih banyak admin grup yang memiliki tingkat pendidikan SMA dibandingkan tingkat pendidikan D3 dan S1 dikarenakan tingkat pendidikan yang lebih rendah daripada masyarakat lainnya pun masih berkesempatan sama untuk menjadi seorang *virtual opinion leader*.

Sesuai dengan hasil kutipan wawancara dengan informan “*Gak pengaruh, kita sih sudah paham yang namanya tukang ojek paling rata-rata lulusan SMA atau STM, yang lulusan sarjana sih ada, tapi kebanyakan yang lulusan sarjana di Uber cuma sampingan doang, tidak terlalu banyak kontribusinya di grup. Admin grup whatsapp Uber Condet Bersatu juga ada yang lulusan SMA dan tidak menutup kemungkinan suara atau nasihatnya diikuti oleh yang sudah lulusan sarjana.*”

Status Sosial Ekonomi Tinggi. Karakteristik *virtual opinion leader* di dalam grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu yang kedua adalah tingkat status sosial ekonomi. Karakteristik ini juga bukan merupakan faktor penentu bilamana seseorang dipilih untuk menjadi seorang admin grup. Status sosial ekonomi para anggota grup ini bisa dikatakan sama ketika mengenakan atribut ojek *online* dan menyadari profesi mereka sebagai *tukang ojek*. Walaupun mungkin di dunia nyata, di tempat mereka bekerja mereka memiliki jabatan tinggi seperti *supervisor* atau kepala toko. Tidak ada perbedaan perlakuan atas dasar perbedaan status sosial ekonomi di dalam grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu, semua diperlakukan sama. Seorang *driver* yang menggunakan motor sport keluaran tahun terbaru misalnya, diperlakukan sama dengan *driver* yang menggunakan motor bebek yang usia motornya sudah hampir kadaluarsa untuk mendaftarkan kendaraannya di Uber. Jadi tidak ada perlakuan khusus atau penghormatan yang berlebihan ketika seseorang menceritakan status sosial ekonominya kepada anggota lainnya di grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu. Ketika mengenakan jaket ojek *online* atau masih mengoprasionalakan aplikasi ojek *online* untuk mencari penghasilan tambahan, seketika itu juga hilanglah semua “*jubah kebesaran*” yang dibanggakan di luar sana.

Inovatif dan Menerima Ide Baru. Karakteristik *virtual opinion leader* di dalam grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu yang ketiga adalah lebih inovatif dalam menerima dan mengambil ide baru. Karakteristik yang ketiga ini bisa dikatakan salah satu faktor yang dipertimbangkan untuk menjadi admin grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu. Inovatif berarti sama dengan kreatif, memunculkan ide-ide baru dalam bentuk penyegaran, agar tidak terjadi kejenuhan dalam suatu perkumpulan. Memang admin grup di Uber Condet Bersatu ini masih tergolong usia menengah, tidak terlalu muda dan tidak terlalu tua. Usia admin grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu ini berkisar antara 28 tahun hingga 38 tahun, dengan

variasi umur anggotanya yang berkisar dari 17 tahun hingga 60 tahun. Kebanyakan ide-ide penyegaran muncul dari admin-admin yang masih muda, namun tidak menutup kemungkinan dan tidak menutup sebelah mata jika ada ide-ide penyegaran dari salah satu anggota Uber Condet Bersatu. Hal yang sudah dilakukan sebagai bentuk inovatif admin grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu antara lain 1) Membuat *sticker*, dengan logo Uber Condet Bersatu untuk ditempelkan di kendaraan bermotor dan sebagai tanda pengenal secara tidak langsung; 2) Membuat rompi Uber Condet Bersatu, agar terlihat lebih bernilai estetika ketika mengadakan konvoi atau *touring* bersama dan menjadi kebanggaan tersendiri ketika mengenakan rompi *basecamp* Uber Condet Bersatu ketika sedang beroperasi; 3) Mengadakan *family gathering*, jalan-jalan bersama anggota grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu beserta keluarganya, bertujuan agar lebih saling mengenal satu sama lain dan menghilangkan jenuh (*refreshing*); 4) Membuat acara ulang tahun Uber Condet Bersatu sebagai bentuk rasa syukur, telah diberi kemudahan dan kelancaran untuk bisa menjaga komunitas Uber Condet Bersatu sebagaimana mestinya.

Terpaan Media Tinggi. Karakteristik *virtual opinion leader* di dalam grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu yang keempat adalah tingkat terpaan media yang tinggi. Mengenai karakteristik yang keempat ini, informan menjelaskan keberadaan grup Uber Condet Bersatu di media sosial lainnya. Grup *facebook* dan *instagram* Uber Condet Bersatu dibuat dengan tujuan memperkenalkan nama Uber Condet Bersatu ke seluruh penjuru dengan segala aplikasi media sosial yang ramai dilihat orang. Sanak saudara ataupun kawan lama yang melihat hasil *postingan* di grup *facebook* atau *instagram*, jika tertarik untuk bergabung ke dalam grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu bisa langsung menghadiri acara rutin pertemuan setiap Jumat malam. Dalam upaya menambah anggota komunitas Uber Condet Bersatu, cara konvensional dan modern pun dilakukan. Adapun cara konvensional yang dilakukan adalah ketika acara pertemuan berlangsung. Anggota grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu akan memanggil *driver* Uber yang sedang melintas untuk mengajak singgah dan berkenalan terlebih dahulu. Kalau *driver* tersebut merasa nyaman, biasanya meminta admin grup untuk memasukkan dirinya ke dalam grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu.

Rasa Empati Besar. Karakteristik *virtual opinion leader* di dalam grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu yang kelima adalah kemampuan empati yang besar. Karakteristik ini sebenarnya harus dimiliki setiap anggota grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu, bukan hanya pada diri admin grup, karena rasa empati yang besar akan membuat suasana komunitas lebih hidup. Grup tidak sekedar untuk bersenang-senang dan bertukar informasi, tetapi juga untuk membantu sesama. Bukti konkret yang telah dilakukan oleh komunitas Uber Condet Bersatu ini adalah acara bakti sosial peduli Aceh, dengan mengumpulkan receh pengendara motor di sepanjang jalan perempatan lampu merah PGC (Pusat Grosir Cililitan) sampai pertigaan lampu merah Pasar Jambul yang mengarah ke Kalibata. Komunitas Uber Condet Bersatu juga mengikuti aksi rutin komunitas Uber Sumber Waras, yakni mengambil ranjau-ranjau paku yang disebar oknum tidak bertanggung jawab dan membahayakan para pengendara sepeda motor dengan menggunakan magnet. Aksi gabungan ini terekam dan diabadikan oleh anggota komunitas Uber Sumber Waras di dalam aplikasi *Youtube* dengan judul "Saber Ranjau Paku USW 3". Dalam cakupan internal, rasa empati juga dibangun ke seluruh anggota grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu dengan berbagai cara. Pertama,

membantu menyebarkan informasi butuh bantuan ke seluruh grup *whatsapp* ojek *online* yang dimiliki dan menghentikan sementara aktifitas *chat* grup yang tidak berhubungan dengan status tersebut sampai dinyatakan status kondusif. Kedua, membantu buka tutup jalan di sekitar Condet untuk rute yang dilalui mobil ambulance untuk pengawalan jenazah korban kecelakaan lalu lintas atau ada keluarga dari *driver* ojek *online* yang meninggal. Ketiga, menjenguk anggota grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu yang sedang sakit.

Partisipasi Tinggi. Karakteristik *virtual opinion leader* di dalam grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu yang keenam adalah partisipasinya lebih besar. Sudah tentu salah satu karakter ini, wajib dimiliki oleh seorang *virtual opinion leader* di dalam grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu karena segala sumber informasi yang dapat dipercaya dan dipertanggungjawabkan kebenarannya seharusnya berasal dari admin grup itu sendiri. Tidak hanya itu, sumber penggerak dan penyemangat dalam setiap aksi grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu pun dilihat dari kesigapan dan tanggapan dari admin grup itu sendiri, yang nantinya bisa ditularkan kepada para anggotanya untuk menentukan sikap dan perilaku ketika terjadi hal yang membutuhkan kontribusi besar grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu. Partisipasi seorang admin grup dapat dilihat dari kehadirannya di setiap acara yang diikuti oleh komunitas Uber Condet Bersatu, karena sebagai panutan bagi para anggotanya dan seorang admin grup tidak boleh malas untuk aktif *chat* di dalam grup *whatsapp* karena akan menjadi virus negatif yang cepat diserap oleh para anggotanya.

Berpengetahuan atau Wawasan Luas. Karakteristik berikut adalah tingkat pengetahuan atau wawasan luas yang menunjukkan kelompok kosmopolit (memiliki pengetahuan dan wawasan yang luas). Syarat untuk menjabat sebagai admin grup di dalam *whatsapp* Uber Condet Bersatu, tidaklah harus tinggi tingkat pendidikannya ataupun tinggi status sosial ekonominya. Namun yang perlu digarisbawahi adalah seorang admin grup, harus bisa meminimalisir berita atau informasi palsu yang hadir di tengah-tengah grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu. Dengan berbekal pengetahuan dan wawasan yang luas, seorang admin grup tidak mudah untuk dibodohi oleh berita yang tidak jelas mengenai kebenarannya dan tidak mudah tersulut provokasi atas berita-berita yang bersifat provokasi. Contohnya berita aksi demo *offbid*. Dengan bermodalkan kendaraan roda dua atau sepeda motor untuk mengoperasikan aplikasi ojek *online*, ada baiknya salah seorang admin grup sangat memahami mengenai permasalahan sepeda motor, seperti tiba-tiba motor mogok, tarikan gas jadi berat, dan sebagainya.

Menjalankan Norma yang Telah Disepakati. Menjaga kedisiplinan dan ketegasan peraturan yang telah disepakati tanpa pandang bulu adalah suatu strategi yang dilakukan para *virtual opinion leader* di dalam *whatsapp* Uber Condet Bersatu. Tidak menutup kemungkinan dikeluarkannya seorang admin grup apabila melanggar peraturan yang telah disepakati. Dalam hal ini, terjadi pembuktian bahwa *virtual opinion leader* di dalam *whatsapp* Uber Condet Bersatu tidak bisa bertindak semena-mena atau seenaknya walaupun dia memiliki kuasa untuk mempengaruhi perilaku seseorang. Perasamaan hak dan kewajiban para anggota grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu sangat dijunjung tinggi demi kepentingan bersama dan berjalannya visi serta misi yang telah dibangun kesepakatan para anggota grup *whatsapp* tersebut.

KESIMPULAN

Grup *whatsapp* Uber Condet Bersatu merupakan contoh unik dan nyata dari penerapan teori CMC (*Computer Mediated Communication*), di mana grup atau komunitas ini terbentuk dari dunia nyata yang tidak saling kenal mengenal kemudian menjadi lebih mengenal dan akrab satu dengan lainnya, melalui interaksi secara terus-menerus yang dimediasi oleh komputer dan aplikasi *whatsapp*.

Keunikan di dalam komunitas *virtual* ini adalah karakteristik dari seorang *virtual opinion leader*, yang biasa disebut dengan admin grup. Bermodalkan aktif berpartisipasi di dalam segala kegiatan komunitas yang dianggap sebagai kontribusi konkret, seseorang bisa diangkat atau dianggap sebagai seorang admin grup. Admin grup ini berperan penting di dalam kehidupan *online* ataupun *offline*, seperti menjadi penengah dan pelopor kegiatan komunitas. Kemudahan seorang admin grup untuk mendapatkan informasi yang *valid* dan bisa dipertanggungjawabkan adalah modal utama untuk bisa mengubah perilaku seseorang yang berhubungan langsung dengan komunitas tersebut. Kematangan pola pikir, kesopanan dalam berperilaku, kreatifitas, dan memiliki pengetahuan yang luas menjadi aspek-aspek yang perlu dimiliki oleh seorang *virtual opinion leader* agar disegani, dihormati, dan dipercaya oleh semua anggota dalam membangun kekokohan solidaritas sebuah komunitas.

Faktor pendidikan dan status sosial tidak berpengaruh dalam menentukan seorang *virtual opinion leader* karena dianggap semua predikat itu hanyalah manipulasi karakter seseorang di mana karakter yang sesungguhnya terlihat saat kehadiran setiap individu di segala kegiatan komunitas. Ketegasan dan kedisiplinan dalam menjalankan peran serta fungsi seorang *virtual opinion leader* di dalam grup *whatsapp* adalah suatu keharusan sikap untuk bisa menjaga norma atau peraturan-peraturan yang sudah dibuat sebagai pedoman berinteraksi antar sesama anggota agar tidak terjadi kesalahpahaman yang dapat menimbulkan kehancuran komunitas. Perlu digarisbawahi bahwasanya faktor pembentuk karakter anggota komunitas itu adalah peraturan yang dibuat atas dasar kesepakatan bersama. Jadi bagaimana suatu komunitas menjadi sebuah wadah membangun karakter yang positif adalah dengan cara menjalankan peraturan dengan sebaik-baiknya yang dikawal oleh seorang *virtual opinion leader*.

DAFTAR PUSTAKA

- Andrew F. W. & Smith, M. J. (2005). *Online Communication: Linking Technology, Identity and Culture*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates, Inc.
- Arifin, A. (2008). *Opini Public*. Jakarta: Pustaka Indonesia.
- Bungin, B. (2006). *Sosiologi Komunikasi*. Jakarta: Kencana.
- Denzin, N. K. & Lincoln, Y. S. (2009). *Handbook of Qualitative Research. Terjemahan oleh Dariyanto dkk*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Effendi, O. U. (2006). *Ilmu Komunikasi; Teori dan Praktek*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Toruan, E. O. K. L. (2014). Peran Opinion Leader Dalam Masyarakat Hukum Adat Di Desa Hutauruk, Kecamatan Sipoholon, Kabupaten Tarutung, Sumatera Utara (Studi Kasus tentang Peran Opinion Leader dalam Masyarakat Hukum Adat di Kecamatan

- Sipoholon, Kabupaten Tarutung, Provinsi Sumatera Utara). FLOW 2017. Retrieve on: <https://jurnal.usu.ac.id/index.php/flow/article/view/19207>.
- Manopo, G. J. (2013). Peranan Opinion Leader dalam Meningkatkan Partisipasi Masyarakat Untuk Menunjang Program Bersih Eceng Gondok Danau Tondano. *Acta Diurna*. Retrieve on: <https://jurnal.usu.ac.id/index.php/flow/article/view/19207>.
- Koentjaraningrat. (1996). *Pengantar Ilmu Antropologi*. Jakarta: Rineka Cipta.
- Littlejohn, Stephen, W. & Foss, K. (2009). *Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mc Quail, D. (2002). *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika
- Moleong, L. J. (2004). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Mulyana, D. (2004.) *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: Remaja Rosda Karya.
- Mulyana, D. (2005). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, R. (2017). *Etnografi Virtual*. Bandung: Simbiosis Rekatama.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Social*. Bandung: Simbiosis Rekatama
- Nasrullah, R. (2014). *Teori dan Riset Media Siber*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Nasrullah, R. (2012). *Komunikasi Antarbudaya di Era Budaya Siber*. Jakarta: Prenada Media Grup.
- Rahayu, I. T., & Ardani, T. A. (2004). *Observasi dan Wawancara*. Malang: Bayumedia.
- Santoso, S. (2004). *Dinamika Kelompok Sosial*. Jakarta: Bumi Aksara.
- Sendjaja, S. D. (2007). *Teori Komunikasi*. Jakarta : Universitas Terbuka.
- Sugiyono. (2007). *Metode Penelitian Kuantitatif dan R&D*. Bandung : Alfabeta.
- Soehartono, I. (1999.) *Metode Penelitian Sosial*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Thurlow, C., Lengel, L., & Tomic, A. (2004). *Computer Mediated Communication: Social Interaction and The Internet*. California: SAGE Publications.
- Wiryanto. (2005). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.