

KOMUNIKASI ORGANISASI KOMUNITAS JOS DRIVER SHOPEEFOOD DALAM MENGHADAPI ORDER FIKTIF DI WILAYAH BOYOLALI

Patriarjuna Rasio Lanang Pitutur¹, Wahyuning Chumaeson², Fanny Hendro Aryo Putra³, Topan Setiawan⁴

^{1,2,3,4}Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Teknik Informatika, Universitas Boyolali

Email: patriarjuna22@gmail.com, chumaesonwahyuning@gmail.com,
fanny.hap@gmail.com, Massetiawan111@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki cara komunikasi dalam organisasi nonformal bernama Komunitas JOS yang berfungsi untuk mengatasi krisis order fiktif di Boyolali. Kasus penipuan ini menjadi permasalahan penting yang menyebabkan kerugian finansial serta menimbulkan tekanan mental bagi pengemudi mitra yang disebabkan oleh kurangnya perlindungan otomatis dari sistem aplikasi. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan fokus pada studi kasus. Informasi dikumpulkan melalui wawancara mendalam dengan lima orang informan, pengamatan aktif, serta dokumen, yang kemudian dianalisis menggunakan teknik analisis naratif. Temuan dari penelitian ini mengungkapkan bahwa Komunitas JOS menggunakan metode komunikasi baik secara vertikal maupun horizontal lewat WhatsApp sebagai alat peringatan awal. Penanganan krisis berlangsung dalam tiga tahap: deteksi awal, tindakan krisis dengan SOP 15 menit dan pemberian makanan, serta setelah krisis melalui penggalangan dana darurat. Dapat disimpulkan bahwa komunikasi nonformal yang responsif dan berlandaskan solidaritas ini terbukti efektif dalam menjaga keseimbangan ekonomi dan mental para pengemudi mitra.

Kata Kunci: Komunikasi Organisasi, Komunitas JOS, Order Fiktif, WhatsApp, Solidaritas Mekanik

PENDAHULUAN

Pertumbuhan pesat sektor ekonomi digital di Kabupaten Boyolali terlihat jelas dengan hadirnya layanan ShopeeFood, yang menjadi salah satu opsi utama untuk transportasi daring bagi warga setempat. Layanan pesan antar makanan dan minuman berbasis aplikasi dalam ekosistem e-commerce ini menghubungkan pembeli dengan berbagai merchant kuliner melalui mitra pengemudi (driver). Ekspansi besar dari aplikasi ini tidak hanya mengubah cara konsumsi masyarakat Boyolali, tetapi juga membuka kesempatan kerja baru bagi ratusan mitra pengemudi yang memutuskan bergabung ke dalam jaringan informal, salah satunya komunitas JOS (Jaket Oren Shopee) yang didirikan sejak 7 Desember 2024.

Namun demikian, peningkatan jumlah pengguna dan perluasan jangkauan layanan ini tidak diimbangi dengan sistem keamanan otomatis yang memadai dari pihak perusahaan aplikasi. Kelemahan sistem tersebut dimanfaatkan oleh individu tidak bertanggung jawab untuk melakukan penipuan berupa pemesanan palsu atau order fiktif. Fenomena pemesanan order fiktif di Boyolali saat ini telah berubah menjadi masalah komunikasi yang krusial karena menyebabkan kebingungan informasi, mengancam kesejahteraan ekonomi, serta

berpengaruh signifikan pada tingkat stres mental para pengemudi yang bermodal terbatas. Penipuan ini kerap terjadi pada jam-jam rawan dan menyasar lokasi pengiriman yang tidak jelas atau fiktif, yang memaksa para driver mengeluarkan biaya modal pribadi tanpa adanya jaminan respons instan dari sistem layanan pelanggan resmi.

Keterbatasan fasilitas verifikasi otomatis aplikasi di wilayah pinggiran Boyolali menempatkan pengemudi di garda terdepan yang paling rentan menghadapi kerugian. Oleh karena itu, komunitas JOS bertransformasi menjadi wadah perlindungan mandiri. Penelitian ini menjadi sangat penting untuk menganalisis efektivitas komunikasi organisasi internal serta bagaimana pemanfaatan media digital lokal mampu menutupi celah informasi teknologi pada sistem digital perusahaan demi melindungi keberlangsungan hidup komunal anggotanya.

Komunikasi Organisasi dalam Konteks Nonformal

Komunikasi organisasi didefinisikan sebagai proses menciptakan dan saling berbagi informasi di dalam jaringan hubungan yang saling bergantung, sehingga organisasi dapat menghadapi ketidakpastian lingkungan (Goldhaber dalam Suparna, 2024). Aktivitas dasar manusia ini memungkinkan individu untuk saling berhubungan dalam berbagai konteks, baik dalam struktur formal maupun nonformal (Ritonga, 2025). Dalam penelitian ini, komunitas JOS dipandang sebagai organisasi nonformal yang mengelola aliran informasi agar risiko kerugian finansial akibat krisis digital dapat ditekan secara efektif (Tasnim dkk., 2020).

Aliran informasi utama dalam komunikasi organisasi meliputi komunikasi vertikal dan komunikasi horizontal. Komunikasi vertikal terbagi menjadi komunikasi ke bawah (*downward communication*) yang menyalurkan instruksi serta prosedur dari pengurus ke anggota, dan komunikasi ke atas (*upward communication*) sebagai saluran pelaporan kendala dari anggota ke pengurus. Sementara itu, komunikasi horizontal merupakan pertukaran pesan antardriver setingkat yang krusial untuk verifikasi cepat di lapangan.

Solidaritas Sosial Mekanik

Komunitas merupakan kelompok sosial yang terdiri dari individu-individu yang berbagi lingkungan, minat, serta risiko yang serupa (Dailami dkk., 2023). Emile Durkheim membagi solidaritas menjadi dua, yaitu mekanik dan organik (Putri & Ismail, 2023). Dalam ekosistem *gig economy* yang cenderung individualistik, pengemudi ojek online di Boyolali justru secara sadar membangun solidaritas mekanik. Ikatan kebersamaan mereka didasarkan pada kesamaan nasib, profesi, dan identitas pekerjaan bersama (Wibowo dkk., 2025). Solidaritas inilah yang menjadi fondasi utama bagi berjalannya pola komunikasi organisasi nonformal dalam mitigasi krisis.

Peran Media Digital dalam Komunikasi Kelompok

Media sosial berbasis internet memungkinkan kelompok untuk berinteraksi dan mengoordinasikan tindakan kolektif secara instan (Qadir & Ramli, 2024; Romdhani dkk., 2025). WhatsApp bertindak sebagai infrastruktur komunikasi utama dalam komunitas JOS. Platform ini mempercepat distribusi peringatan dini (*early warning system*) dan memfasilitasi manajemen krisis secara daring (Ikhsan, 2021; Mas'adi dkk., 2024).

METODE

Penelitian ini menerapkan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus untuk menganalisis fenomena komunikasi organisasi secara mendalam dalam konteks aslinya (Ratnaningtyas dkk., 2023; Poltak & Widjaja, 2024). Penelitian dilaksanakan di Basecamp Pendopo JOS, Jalan Anggrek Nomor 2, Kelurahan Pulisen, Kecamatan Boyolali, Jawa Tengah.

Informan riset ditentukan menggunakan teknik purposive sampling yang terdiri dari 5 orang: 1 Ketua Komunitas, 1 Admin Grup WhatsApp, dan 3 Pengemudi ShopeeFood yang pernah menjadi korban langsung order fiktif. Teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi partisipan, dan dokumentasi berupa tangkapan layar alur pesan di grup WhatsApp. Analisis data menggunakan analisis naratif untuk menelusuri alur makna di balik pengalaman otentik para informan (Karnajaya & Annas, 2023). Keabsahan data diuji melalui triangulasi data dengan membandingkan hasil wawancara, catatan observasi, dan dokumen tertulis (Nurfajriani dkk., 2024).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Profil dan Metamorfosis Struktur Organisasi Komunitas JOS Boyolali yang saat ini beranggotakan 108 personel aktif mengalami transformasi manajemen yang signifikan. Pada awal berdirinya di akhir tahun 2024 di bawah kepemimpinan Bapak Hayu, organisasi bersifat sentralistik tunggal tanpa pembagian divisi kerja yang jelas. Namun, memasuki tahun 2025, kepemimpinan beralih ke Bapak Ahmad Prasetya yang mereformasi bagan formal organisasi menjadi lebih terstruktur dengan menetapkan posisi Wakil Ketua, Sekretaris, Bendahara, dan Koordinator Lapangan (Satgas). Penataan ini mempercepat efisiensi penanganan krisis di lapangan secara berjenjang

Pola Aliran Komunikasi Organisasi Komunitas JOS

Implementasi komunikasi di dalam organisasi JOS terbagi secara sistematis menjadi tiga jenis alur operasional:

1. Aliran Komunikasi ke Bawah:

Pengurus memanfaatkan grup WhatsApp resmi untuk mendistribusikan petunjuk teknis operasional, aturan komunitas, dan formulir khusus pelaporan orderan fiktif. Pendekatan instruksi menggunakan gaya bahasa persuasif guna menghindari kekakuan birokrasi.

2. Aliran Komunikasi ke Atas:

Korban orderan fiktif melakukan pelaporan langsung menggunakan jalur privat (japri) kepada ketua atau admin dengan melampirkan bukti tangkapan layar aplikasi, nominal kerugian, dan foto lokasi kejadian. Sistem privat ini efektif menjaga kerahasiaan data korban dari eksploitasi pihak luar.

3. Aliran Komunikasi Horizontal:

Berlangsung intensif antar sesama driver baik melalui ruang digital maupun tatap muka langsung di Pendopo Pulisen. Komunikasi sejajar ini berfungsi sebagai early warning system untuk saling mencocokkan nama akun belanja atau rute pengiriman yang mencurigakan.

Mekanisme Penanganan Kasus Order Fiktif

Mekanisme penanggulangan krisis oleh Komunitas JOS dibagi ke dalam tiga fase yang terintegrasi nyata:

Fase Deteksi Dini (Pra-Krisis): Driver mengidentifikasi pesanan tidak wajar berdasarkan

indikator nominal besar, penggunaan sistem pembayaran Cash on Delivery (COD), dan ketidakmampuan konsumen untuk dihubungi. Informasi awal ini dilaporkan ke pengurus untuk diteruskan ke kantor pusat guna pemblokiran akun pelaku.

Fase Penanganan Krisis: Komunitas menerapkan SOP ketat di mana driver wajib menunggu di lokasi tujuan selama 15 menit sembari mencoba menghubungi konsumen. Jika tetap tidak ada respons, makanan dieksekusi berdasarkan zona waktu: dialokasikan ke panti asuhan/jompo pada jam pagi-siang (06.00-21.00) dengan menyertakan surat tanda terima fisik, atau diserahkan kepada petugas keamanan pada jam malam (21.00-06.00). Dokumentasi lengkap tersebut menjadi syarat mutlak klaim dana 100% dari kantor pusat aplikasi.

Fase Pasca-Krisis: Apabila proses administrasi klaim di perusahaan mengalami keterlambatan atau penolakan sistem, komunitas secara spontan melakukan penggalangan iuran sosial darurat secara luring dan daring. Uang talangan kolektif ini diserahkan kepada korban agar tetap memiliki modal harian untuk kembali bekerja tanpa terganggu krisis ekonomi keluarga.

Analisis 12 Temuan Lapangan dan Pembahasan Teoretis

1. Efektivitas Komunikasi sebagai Mitigasi Risiko: Pengawasan informasi terpusat terbukti berhasil melindungi pengemudi baru yang kerap menjadi sasaran empuk penipuan akibat ketidakpahaman sistem.
2. Fleksibilitas Peran Minim Konflik: Kesetaraan posisi di jalan raya menghilangkan arogansi senioritas, sehingga kolaborasi bantuan berjalan secara spontan tanpa hambatan birokrasi formal.
3. Konsistensi Penerapan SOP: Ketertiban informasi dari pengurus menjaga kestabilan psikologis kelompok agar tidak panik menghadapi pola kejahatan siber yang terus bermutasi.
4. Retensi Semangat Kerja: Jaminan perlindungan ekonomi kelompok meningkatkan rasa aman pengemudi untuk tetap produktif bekerja setiap hari.
5. Kejelasan Pelaporan: Penggunaan formulir digital mempermudah pengelompokan data, meskipun terdapat hambatan internal berupa rendahnya literasi membaca instruksi panjang oleh beberapa anggota baru.
6. Kebutuhan Regenerasi: Kesibukan pengurus dalam menarik orderan harian memicu keterlambatan respons, sehingga diperlukan delegasi wewenang yang berjenjang kepada Satgas Lapangan.
7. Saling Ketergantungan Mutlak: Luasnya area Boyolali menuntut interaksi peer-to-peer yang solid sebagai satu-satunya pelindung darurat di wilayah pinggiran.
8. Optimalisasi Jalur Pelaporan: Pemotongan alur birokrasi lewat pesan privat mempercepat validasi data sebelum dilaporkan ke perwakilan manajemen kantor pusat.
9. Peran Komunikasi Sejajar: Aktivitas verifikasi silang kolektif bertindak sebagai tindakan pencegahan sebelum makanan diproses oleh merchant mitra.
10. WhatsApp sebagai Pusat Komando: Kecepatan transmisi media digital terbukti andal dalam menyebarkan bukti visual rekam jejak pelaku kejahatan.
11. Dampak Kesalahan Informasi: Pengurus menerapkan sanksi etika ketat terhadap tuduhan fiktif sepihak tanpa bukti objektif demi menjaga reputasi layanan e-commerce di mata publik.
12. Budaya Kekeluargaan Basecamp: Aktivitas hiburan, candaan, dan bermain game

bersama di Pendopo Pulisen berfungsi sebagai support system psikologis yang efektif menyembuhkan trauma dan kejenuhan kerja di lapangan.

KESIMPULAN

Komunitas JOS Driver ShopeeFood Boyolali berhasil menerapkan pola komunikasi organisasi nonformal yang adaptif dan responsif dalam memitigasi krisis order fiktif. Melalui integrasi aliran komunikasi vertikal dan horizontal yang didukung oleh media digital WhatsApp, komunitas mampu menutupi keterbatasan proteksi otomatis dari sistem aplikasi perusahaan. Penerapan SOP tunggu 15 menit, penyerahan logistik ke panti sosial, serta penggalangan dana iuran darurat berbasis solidaritas mekanik terbukti efektif menjaga stabilitas ekonomi dan psikologis para mitra pengemudi dari ancaman kerugian finansial.

Disarankan bagi pengurus untuk menyusun SOP dalam bentuk infografis visual yang ringkas guna mengatasi hambatan rendahnya literasi membaca anggota baru, serta menetapkan aturan pendelegasian wewenang tertulis yang jelas. Secara akademis, studi berikutnya disarankan untuk mengeksplorasi jaringan komunikasi antar-komunitas ojek online lintas aplikasi dalam skala wilayah geografis yang lebih luas.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Qadir, & M. Ramli. (2024). *Media Digital dan Transformasi Komunikasi Kelompok di Era Modern*. Jakarta: Pustaka Akademika.
- Arif Zunaidi. (2024). *Manajemen Komunitas dan Pengambilan Keputusan Kelompok Nonformal*. Kediri: Konten Media Utama.
- Dailami, Moh. Thamdzir, Tito Pratama, & Haufi Sukmamedian. (2023). *Sosiologi Komunitas: Teori, Konsep, dan Dinamika Hubungan Sosial*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Diva Natasya Putri, & Muchammad Ismail. (2023). Aplikasi Teori Solidaritas Emile Durkheim dalam Kelompok Perkotaan. *Jurnal Analisis Sosiologi*, 12(1), 45-58.
- Dwi Prasetyo Wibowo, Sunu Bagaskara, & Johan Satria Putra. (2025). Solidaritas Mekanik dalam Kerja Gig Economy Pengemudi Transportasi Daring. *Jurnal Sosial dan Budaya*, 7(2), 89-104.
- Elfi Yanti Ritonga. (2025). *Teori Komunikasi Organisasi: Pendekatan Formal dan Nonformal*. Medan: Perdana Publishing.
- Endah Marendah Ratnaningtyas, dkk. (2023). *Metodologi Penelitian Kualitatif: Panduan Praktis untuk Ilmu Sosial*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Fiska Arinta Romdhani, dkk. (2025). *Komunikasi Kelompok Virtual dan Pembentukan Ruang Sosial Daring*. Malang: Penerbit Selaras.
- Hendrik Poltak, & Robert Rianto Widjaja. (2024). *Pendekatan Studi Kasus dalam Riset Kualitatif Komunikasi*. Surabaya: Penerbit Ampel.
- Ikhsan. (2021). WhatsApp Group sebagai Early Warning System Komunitas Driver Online. *Jurnal Komunikasi Digital*, 3(1), 12-25.
- Julian Aditya Karnajaya, & Faris Budiman Annas. (2023). Analisis Naratif Pengalaman Krisis Organisasi Informal. *Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 15(3), 210-225.
- Mahnun Mas'adi, Ahmad Nurhadi, & Arief Budiyanto. (2024). Mitigasi Krisis Komunikasi Informasi pada Wilayah Keterbatasan Digital. *Jurnal Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 11(2), 142-156.
- Suparna. (2024). *Komunikasi Organisasi: Teori Klasik dan Kontemporer*. Semarang: Universitas Diponegoro Press.
- Tasnim, dkk. (2020). *Komunikasi Organisasi: Prinsip dan Dinamika Aliran Pesan*. Medan:

Yayasan Kita Menulis.

Wiyanda Vera Nurfajriani, dkk. (2024). Teknik Triangulasi Data dalam Memastikan Validitas Riset Komunikasi Kualitatif. Jurnal Metodologi Riset, 6(4), 312-326.