

BAB II

RUANG LINGKUP KOMUNIKASI DAN EKOSISTEM ORGANISASI PEMUDA DIGITAL DI INDONESIA

2.1 Pertumbuhan dan Transformasi Organisasi Digital Pemuda di Indonesia

Di Indonesia saat ini, kehidupan generasi muda sangat erat kaitannya dengan kekuatan perkembangan baru yang disebut digitalisasi, yang mengubah segalanya dalam kehidupan sehari-hari dan juga cara kerja organisasi. Perubahan tersebut didorong oleh perkembangan infrastruktur teknologi komunikasi yang membuka banyak jalur informasi. Menurut laporan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2026), penetrasi Internet nasional kini mencapai 81,72% yang berarti 235,26 juta orang memiliki akses ke dunia digital. Berdasarkan data, penggunaan Internet paling tinggi terjadi pada Generasi Z yang berada pada usia kerja (18-25 tahun) diangka 89,02% (APJII, 2026). Angka-angka ini menegaskan bahwa Internet bukan hanya alat untuk berkomunikasi, namun sebuah “lingkungan hidup” baru untuk bersosialisasi, berbagi pengalaman dan berkolaborasi.

Istilah "media sosial" pertama kali mulai digunakan pada tahun 1994 di Tokyo sehubungan dengan kemunculan *platform* Matisse. Pada tahap awal perkembangan internet, Howard Rheingold (1994) menggambarkan munculnya jenis komunitas baru melalui fenomena *Whole Earth 'Lectronic Link* (WELL), di mana individu saling terhubung dalam jaringan elektronik interaktif untuk bertukar gagasan berdasarkan kesamaan minat tanpa terbatas oleh sekat geografis (Widyaningrum, 2021). Memasuki awal tahun 2000an, bentuk organisasi digital mulai dikembangkan secara lebih

sistematis dengan mengintegrasikan milis (*mailing list*) dan profil pengguna sederhana seperti Yahoo! Groups yang hadir pada tahun 2001 serta pelbagai forum diskusi daring (Widyaningrum, 2021). Perkembangan ini kemudian mengalami pergeseran dimana media sosial tidak lagi sekadar menjadi sarana penghubung antarmanusia, melainkan bertransformasi menjadi *platform* interaktif berbasis konten buatan pengguna (*user generated content* atau UGC).

Melalui fenomena komunikasi yang dimediasi komputer, ruang virtual dikonstruksi secara sosial sebagai wadah interaksi tempat individu memiliki kebebasan untuk membentuk identitas digital yang dinamis (*fleksibilitas identitas*). Perubahan konteks komunikasi ini mengawali transformasi struktural dari pertemuan tradisional yang bersifat fisik di kalangan anak muda menjadi pertemuan virtual atau digital. (Widyaningrum, 2021). Dahulu organisasi kepemudaan dicirikan dengan adanya kantor pusat secara fisik yang merupakan tempat pengambilan keputusan secara tatap muka dan pelaksanaan berbagai aktivitas organisasi (Iswaratama, 2024). Di era digital saat ini, fungsi fisik tersebut telah sepenuhnya digantikan oleh media sosial dan alat komunikasi asinkron.

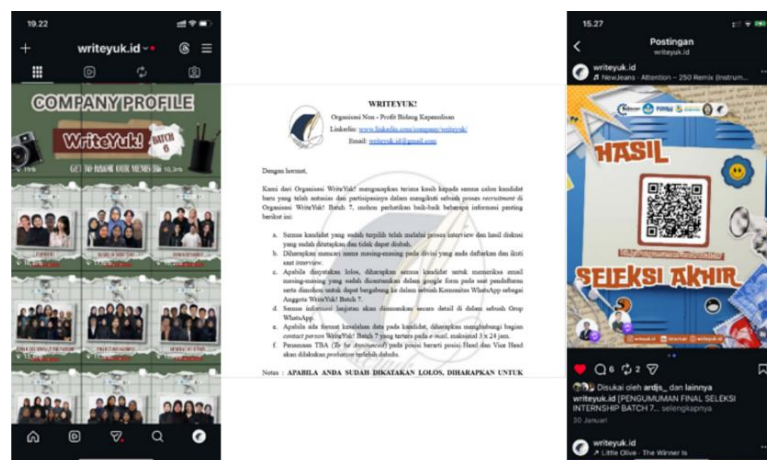
Melalui ruang obrolan digital ini, anggota menjalin persahabatan, berbagi pengetahuan dan menciptakan identitas kolektif, yang memperkuat rasa saling percaya dan loyalitas terhadap kelompok, bahkan tanpa interaksi fisik langsung (Futuwwah & Mardhiyah, 2019). Keberadaan organisasi mahasiswa atau pelajar secara virtual bukanlah “versi kualitas rendah” atau mitra yang lebih lemah dari komunitas fisik (Hardjanto, 2026). Oleh karena itu, ekosistem virtual memerlukan sistematisasi,

otonomi, dan transparansi yang lebih besar agar dapat berfungsi secara efektif (Hardjanto, 2026). Dinamika kolaborasi lintas wilayah, dikombinasikan dengan budaya kerja yang mengingatkan pada industri telecommuting atau bisnis terdistribusi, memberikan dorongan signifikan bagi komunitas pembelajaran digital dan dengan demikian semakin memperkuat mereka. Namun, kesimpulan ini sebagian besar disebabkan oleh kelompok yang menciptakan ruang bersama untuk berdiskusi dan mengembangkan wacana yang ramah dan positif (Hardjanto, 2026).

Namun, peralihan ke pertemuan virtual sepenuhnya memiliki kelemahan struktural. Kurangnya kehadiran fisik di ruang pertemuan menyebabkan apa yang disebut “pertemuan hantu”. Selain itu, grup virtual sering kali mengalami berkurangnya upaya, kualitas interaksi yang rendah, dan berisiko menjadi dan berisiko mengalami penurunan keterlibatan anggota (Hasanah, 2024). Hal ini menggarisbawahi kebutuhan mendesak akan komunikasi yang efektif dalam organisasi. Tanpa adanya interaksi tatap muka, anggota bisa tiba-tiba menghilang atau gagal memberikan penjelasan yang jelas atas kurangnya komitmen mereka (Hasanah, 2024). Hal ini menyoroti kebutuhan mendesak akan komunikasi yang efektif dalam organisasi. Dengan tidak adanya interaksi tatap muka, vitalitas dan kohesi organisasi sepenuhnya bergantung pada pertukaran informasi sehari-hari. Budaya, norma dan nilai-nilai anggota organisasi harus dibangun melalui komunikasi terus menerus dan pesan tertulis. Dalam hal ini, komunikasi bukan sekadar transfer informasi secara mekanis, melainkan sebuah proses hidup yang menciptakan realitas organisasi itu sendiri.

Kerentanan organisasi digital juga tampak dari berbagai temuan penelitian. Kraut dan Resnick (2012) menunjukkan bahwa banyak komunitas daring gagal bertahan karena tidak mampu menarik dan mempertahankan anggota; anggota baru umumnya memiliki komitmen yang lebih rendah, sehingga pengalaman interaksi awal sangat menentukan keputusan mereka untuk tetap bergabung atau pergi. Pada organisasi berbasis relawan, tingkat pergantian relawan yang tinggi menjadi persoalan umum, salah satunya karena kelelahan yang dipicu oleh ketidakjelasan peran (Allen & Mueller, 2013). Dalam konteks kerja jarak jauh, fenomena ghosting, ketika anggota tiba-tiba tidak lagi merespons, turut menjadi ancaman bagi keberlangsungan kerja kolektif (Kantola & Zoonen, 2025). Temuan-temuan ini menegaskan bahwa organisasi pemuda digital berbasis kerelawanan merupakan bentuk organisasi yang rapuh, sehingga upaya menjaga komitmen anggota menjadi persoalan yang mendesak.

2.2 Profile Organisasi WriteYuk



Gambar 2. 1 Anggota Organisasi WriteYuk

(Sumber: Instagram @writeyuk.id)

WriteYuk merupakan sebuah organisasi nasional yang bertujuan untuk membantu anak sekolah dan mahasiswa terhubung satu sama lain melalui beragam divisi yang dapat membantu mereka untuk berkembang dan menerima mentoring kompetisi gratis (S. I. Putri, 2024). Sejak Berdiri pada tahun 2023, WriteYuk sudah berhasil membantu banyak pelajar mencapai prestasi melalui kemenangan dalam beragam kompetisi. Melalui akun instagram @writeyuk.id, WriteYuk sudah memiliki pengikut sebanyak 12 ribu dan telah mendapatkan dukungan oleh Belmawa Dikti, Undip Preneur Center, serta Young Leaders for Indonesia by McKinsey & Company. Keberjalanan WriteYuk sendiri bergerak secara digital, dimana semua kegiatan WriteYuk dilakukan melalui *platform* digital seperti grup WhatsApp serta konferensi video seperti Google Meet dan Zoom.

WriteYuk memiliki 7 divisi WriteYuk yang terdiri atas divisi *project management, general secretary, human resource, graphic design, public relation and partnership, social media, dan content writer*. Adapun tugas dari setiap divisi adalah sebagai berikut:

Tabel 2. 1 Divisi dan Tugas Organisasi WriteYuk

Divisi	Tugas
--------	-------

Project Management	• Merumuskan ide project yang sesuai dengan citra WriteYuk • Membuat dan melaksanakan project sesuai dengan rumusan ide yang telah dibuat sebelumnya. • Menjaga dan memastikan setiap detail project dapat berjalan dengan lancar dan sesuai dengan timeline serta target. • Bertanggung jawab dalam mengerjakan tugas yang diberikan dalam suatu project hingga project tersebut selesai. • Menjelaskan kepada seluruh anggota divisi lain WriteYuk terkait project yang akan dilaksanakan dan bagaimana target pasarnya. • Berkolaborasi dengan divisi lain maupun pihak eksternal dalam melaksanakan project. • Berpotensi untuk melaksanakan program kerja yang berfokus pada eksternal WriteYuk Terkait kepenulisan dengan implementasi webinar, expo offline, lomba, dan manajemen mentoring.
General Secretary	Berperan dalam mengelola segala kegiatan administrasi dan kesekretariatan di dalam organisasi, seperti melakukan notulensi rapat rutin pada setiap divisi serta melakukan pendataan setiap kegiatan di dalam organisasi WriteYuk

	• Notulensi: Mencatat notulensi dan presensi dalam berbagai kegiatan baik rapat maupun agenda-agenda lainnya • Sekretariat: Bertanggungjawab dalam pengarsipan setiap dokumen yang masuk ataupun keluar di dalam organisasi • Administratif: Mengelola administrasi berupa surat, sertifikat, proposal dan kebutuhan administratif lainnya • Pendataan: Melakukan pendataan jadwal mentoring, pendataan desain serta pendataan prestasi dan apresiasi anggota WriteYuk setiap bulannya
Human Resource	Talent Experience • Mengelola penilaian dan evaluasi anggota WriteYuk melalui mekanisme performance appraisal, progress evaluation, dan rapor. • Mengelola evaluasi tengah periode dalam bentuk Laporan Pertengahan Batch. • Mengelola hak-hak anggota melalui Sidang Peraturan Umum. Talent Development • Mengelola pengembangan anggota secara spesifik dalam lingkup divisi melalui Functional Development Program.

	• Mengelola pengembangan anggota secara umum melalui General Development Program. General Function • Menjalankan peran sebagai HR Buddy yang menjadi penghubung antara Human Resource dengan setiap divisi. • Merekap dan mengelola seluruh hasil penilaian dari setiap divisi melalui mekanisme HR Buddy. • Mengelola proses rekrutmen secara end-to-end bersama Top Management Division.
Graphic Design	Sub Divisi Internal • Membuat konten Instagram (feed dan story) berdasarkan materi dari Content Writer. • Mendesain visual untuk kebutuhan internal yang konsisten dengan branding WriteYuk. • Menyusun template desain untuk konten media sosial. • Berkolaborasi dengan tim internal untuk memastikan desain sesuai tujuan konten. Sub Divisi Eksternal • Mendesain semua kebutuhan visual untuk Project Management dan Partnership.

	• Membuat desain untuk dikirim kepada partnership, termasuk media partner kit. • Mendesain visual untuk event (Poster, instastory, dll) yang diadakan oleh Project Management. • Mengembangkan desain untuk mendukung aktivitas eksternal sesuai standar branding.
Public Relation and Partnership	• Instagram Story Interactions: Memiliki pemahaman yang baik dalam membuat IG Story yang menarik dan tahu bagaimana dapat berinteraksi dengan audience. • Caption: Memiliki kreativitas yang baik dalam membuat caption dengan mengetahui penulisan yang benar sesuai dengan tata bahasa Indonesia dan mengerti tentang pengelolaan instagram yang baik sesuai dengan insight views. • External Interactions Direct Message Instagram: Fast response dan memiliki pemahaman yang baik untuk merespon suatu pesan terkait ajakan kerjasama atau hal lainnya yang berhubungan dengan WriteYuk • External Interactions Gmail: Fast response dan memiliki pemahaman yang baik untuk merespon suatu pesan terkait

	ajakan kerja sama atau hal lainnya yang berhubungan dengan WriteYuk • Partnership Hunter: Bertugas mencari peluang-peluang untuk melakukan kolaborasi dengan brand-brand besar dan media partner yang potensial dan paham atas penulisan proposal kerjasama yang baik, menjembatani publikasi antara internal partnership kepada mitra eksternal, begitupun sebaliknya serta menjaga hubungan baik bersama mitra. • Bertanggung jawab pada seluruh kanal WriteYuk (Instagram, Medium, LinkedIn, Email)
Content Writer	• Content Writer Ilmiah: Bertugas membuat konten mengenai penulisan ilmiah, seperti beasiswa, esai, KTI, jurnal, business plan, business case, debat, dan lain-lain. • Content Writer Populer: Bertugas membuat konten mengenai penulisan populer, seperti karya sastra, ulasan buku, film, atau tokoh, isu terkini mengenai dunia literasi, dan lain-lain.
Social Media	• Melakukan research terkait topik penulisan sesuai tren dan perkembangan social media masa kini • Mengusulkan ide konten yang menarik dan up-to date untuk akun Instagram Reels WriteYuk

	• Melakukan pengambilan gambar/video dan editing content (basic) • Membuat caption video yang berhubungan dengan konten yang akan dipublikasikan • Mengunggah dan memastikan unggahan tepat waktu di Instagram Reels WriteYuk • Melakukan analisis Instagram (bagi Head of Division & Vice Head of Division)
--	---

Setiap divisi memiliki jumlah anggota beragam yang terdiri dari 1 Vice Director, 1 Kepala Divisi, 1 Wakil Kepada Divisi, dan anggota divisi dengan jumlah yang menyesuaikan kebutuhan divisi.

Keanggotaan WriteYuk bersifat kerelawanan dan berbasis batch. Setiap batch menjalani masa kepengurusan sekitar enam bulan, lalu dilakukan regenerasi melalui rekrutmen terbuka untuk batch berikutnya. Anggota tidak menerima insentif finansial dalam bentuk apa pun. Penelitian ini dilakukan pada Batch 7 yang beranggotakan 86 orang. Karena keanggotaannya bersifat singkat, setiap batch harus membangun kembali kedekatan, pemahaman kerja, dan komitmen di antara anggota baru dalam waktu yang terbatas

Tabel 2. 2 Posisi dan Peran yang Ada di Organisasi WriteYuk

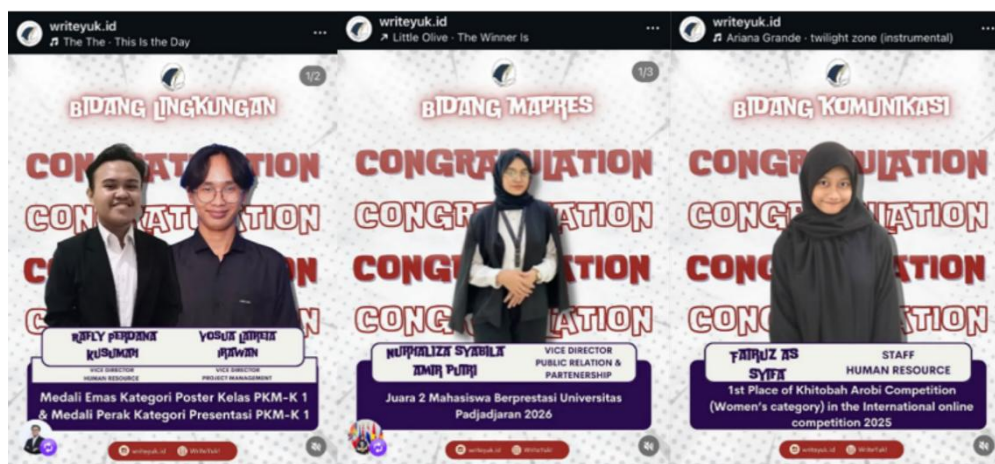
POSISI	PERAN
<i>Vice Director</i>	Bertindak sebagai jembatan strategis yang menghubungkan kebijakan jajaran founder sebagai <i>top management</i> dengan eksekusi taktis divisi sebagai <i>middle management</i>
Kepala Divisi (Kadiv)	Bertindak sebagai komandan taktis operasional yang memimpin satu divisi spesifik. Kepala divisi bertanggung jawab menerjemahkan arahan strategis menjadi rencana aksi mingguan, menginisiasi ruang diskusi digital, dan menjaga ritme kerja anggotanya tetap aktif.
Wakil Kepala Divisi (Wakadiv)	Berfungsi sebagai administrator internal dan stabilisator operasional divisi. Wakil kepada divisi bertugas mengawasi kepatuhan tenggat waktu (<i>deadline tracking</i>), mengelola arsip data divisi, serta melakukan pendekatan personal dengan anggota untuk meminimalisasi risiko demotivasi.
Anggota	Merupakan pelaksana teknis utama yang merealisasikan program kerja divisi di lapangan.

2.3 Iklim Organisasi Digital Dalam Hal Prestasi dan Komitmen Anggota

Dalam studi mengenai budaya organisasi tradisional, karakteristik seperti prestasi dan komitmen seringkali diukur melalui indikator-indikator seperti kehadiran, ketepatan waktu, atau keberhasilan secara fisik yang diamati secara cermat oleh pemimpin. Sebaliknya, dalam ekosistem virtual seperti WriteYuk yang beranggotakan dari Generasi Z maka akan mengalami transformasi terkait narasi seputar prestasi dan komitmen. Komitmen tidak lagi diukur berdasarkan kehadiran fisik dalam rapat, melainkan telah berkembang menjadi bentuk tanggung jawab yang bersifat asinkron. Contohnya, berpartisipasi aktif dalam grup WhatsApp, dengan sukarela meluangkan waktu di sela-sela tugas kuliah atau sekolah untuk meninjau program, serta menyelaraskan jadwal dengan kegiatan program. Menurut teori komitmen organisasi dari Meyer dan Allen (1991), komitmen dikategorikan ke dalam tiga komponen utama:

- Komitmen afektif: Ikatan emosional, rasa memiliki identitas, dan investasi diri dari anggota, yang muncul dari rasa kasih sayang dan identifikasi terhadap organisasi.
- Komitmen berkelanjutan: Komitmen yang timbul dari penilaian terhadap biaya dan manfaat yang terkait dengan keputusan untuk meninggalkan organisasi (seperti halnya yang berkaitan dengan portofolio digital atau hubungan antarindividu).
- Komitmen Normatif: Rasa kewajiban moral untuk tetap bertahan dalam organisasi, yang didorong oleh keyakinan bersama mengenai tanggung jawab sosial.

Dengan masa keanggotaan yang hanya sekitar enam bulan, ketiga komponen komitmen tersebut harus ditumbuhkan dalam waktu yang sangat singkat. Kondisi ini menjadikan praktik komunikasi sehari-hari sebagai sarana utama untuk membangun ikatan emosional, menunjukkan nilai tambah keanggotaan, dan menanamkan rasa tanggung jawab bersama



Gambar 2. 2 Anggota WriteYuk Meraih Prestasi

(Sumber: Instagram @writeyuk.id)

Dalam organisasi digital berbasis sukarela seperti WriteYuk, menumbuhkan partisipasi yang tulus dan etis merupakan tantangan besar sekaligus pencapaian yang patut diapresiasi. Tanpa adanya kontrak pemerintah atau insentif finansial, partisipasi anggota tidak dapat dipaksakan melalui ancaman sanksi atau hukuman. Untuk mencapai hal ini, organisasi harus mampu membangun budaya apresiasi melalui tutur kata dan hubungan antaranggota. Di sinilah peran krusial percakapan sehari-hari menjadi sangat penting. Secara konseptual, definisi mengenai “prestasi dan

“komitmen” di dalam WriteYuk tidak muncul secara spontan, melainkan dikonstruksi, dinegosiasikan, dan dipelihara melalui arus percakapan sehari-hari.