

MEMAHAMI PEMAKNAAN PRESTASI DAN KOMITMEN RELAWAN DALAM ORGANISASI DIGITAL (STUDI KUALITATIF PADA ORGANISASI WRITEYUK)

Atilla Radja Satria, Hapsari Dwiningtyas Sulistyani

atillaradjasatria@gmail.com

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Diponegoro

Jl. Prof. Soedarto, SH, Tembalang, Semarang Kotak Pos 1269 Telepon (024) 746407

Faksimile (024) 746504 Laman: <https://fisip.undip.ac.id> / Email: fisip@undip.ac.id

ABSTRACT

Volunteer-based digital organizations are fragile because they lack contracts, financial incentives, and physical presence that could keep members engaged. This fragility is greater for WriteYuk, a national youth organization that operates entirely online with a batch-based membership lasting about six months. This raises the question of how an organization can foster commitment and an orientation toward achievement within a short period and without formal authority. This study aims to understand how WriteYuk volunteers make sense of achievement and organizational commitment through speech patterns in digital communication. Using an interpretive paradigm and a descriptive qualitative design, the study analyzed 1,276 messages in the Batch 7 WhatsApp General group and seven division meetings on Zoom through Braun and Clarke's thematic analysis assisted by NVivo, interpreted through organizational communication theory, organizational culture theory, and the concept of organizational commitment. The study identified two themes and eleven categories of speech patterns. Achievement is understood as recognition celebrated collectively and as self-investment. Commitment is maintained through task reminders, permission etiquette, progress transparency, general information, and building closeness. Differences between WhatsApp and Zoom are shaped by both media characteristics and the agenda of each forum. Within a short membership period, the meaning of achievement and commitment is built through softened utterances, collective framing, and politeness norms in everyday interaction rather than through formal rules or financial incentives.

Keywords: *Speech Patterns; Organizational Commitment; Achievement; Digital Volunteer Organization; Thematic Analysis*

ABSTRAK

Organisasi digital berbasis kerelawanan merupakan bentuk organisasi yang rapuh karena tidak memiliki ikatan kontrak, insentif finansial, maupun kehadiran fisik yang dapat menahan anggotanya. Kerapuhan ini semakin besar pada WriteYuk, organisasi pemuda nasional yang sepenuhnya beroperasi secara daring dengan sistem keanggotaan berbasis batch sekitar enam bulan. Kondisi tersebut memunculkan persoalan mengenai bagaimana organisasi menumbuhkan komitmen dan orientasi berprestasi dalam waktu singkat tanpa otoritas formal. Penelitian ini bertujuan memahami bagaimana prestasi dan komitmen organisasi dimaknai oleh anggota relawan WriteYuk melalui pola tuturan dalam komunikasi digital. Dengan paradigma interpretif dan tipe kualitatif deskriptif, penelitian ini menganalisis 1.276 pesan pada WhatsApp Group General Batch 7 dan tujuh rapat Zoom divisi menggunakan analisis tematik Braun dan Clarke berbantuan NVivo, yang ditafsirkan melalui teori komunikasi organisasi, teori budaya organisasi, dan konsep komitmen organisasi. Penelitian ini menemukan dua tema dan sebelas kategori pola tuturan. Prestasi dimaknai sebagai pengakuan yang dirayakan bersama dan sebagai investasi diri. Komitmen dirawat melalui penagihan tugas yang dilembutkan, etika perizinan, transparansi progres, informasi umum, dan upaya membangun kedekatan. Perbedaan pola tuturan antara WhatsApp dan Zoom dipengaruhi oleh karakteristik media sekaligus agenda masing-masing forum. Dalam masa keanggotaan yang singkat, makna prestasi dan komitmen dibangun melalui pelembutan tuturan, pemingkatan kolektif, dan norma kesantunan dalam interaksi sehari-hari, bukan melalui aturan formal atau insentif finansial.

Kata Kunci: Pola Tuturan; Komitmen Organisasi; Prestasi; Organisasi Relawan Digital; Analisis Tematik

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi, yang dipercepat oleh pandemi Covid-19, mendorong individu dan kelompok untuk memaksimalkan

teknologi sebagai media bertahan dan beraktivitas (Arianto, 2021). Salah satu dampaknya adalah lahirnya bentuk organisasi baru yang tidak lagi bergantung pada ruang fisik, karena operasionalnya dapat dijalankan secara

jarak jauh melalui media komunikasi digital (Zahro, 2024). Dalam perspektif ini, organisasi tidak lagi dimaknai semata sebagai struktur atau sistem kerja, tetapi sebagai ruang sosial dan budaya yang terbentuk melalui komunikasi yang berkelanjutan. Komunikasi menjadi sarana utama bagi anggota untuk menciptakan makna, menanamkan budaya organisasi, dan menegosiasikan nilai (Febrianti et al., 2025), sementara budaya organisasi dipahami sebagai praktik komunikasi simbolik dalam keseharian anggotanya (Asteria, 2025).

Namun, di balik fleksibilitasnya, organisasi yang sepenuhnya bergantung pada ruang digital menyimpan kerentanan tersendiri. Kraut dan Resnick (2012) menunjukkan bahwa tidak semua komunitas daring mampu bertahan; banyak komunitas yang meredup hingga berhenti beroperasi karena gagal mempertahankan keterlibatan anggotanya, terutama anggota baru yang cenderung memiliki komitmen lebih rendah dibandingkan anggota lama. Dalam konteks kerja jarak jauh, Kantola dan Zoonen (2025) menyoroti fenomena *ghosting*, yakni ketika anggota tiba-tiba menghilang dan tidak lagi merespons komunikasi rekan kerjanya. Kelompok virtual juga kerap mengalami berkurangnya upaya, rendahnya kualitas interaksi, hingga penurunan keterlibatan anggota (Hasanah et al., 2026).

Kerentanan tersebut semakin besar pada organisasi berbasis kerelawanan. Organisasi nirlaba yang mengandalkan relawan menghadapi tingkat pergantian relawan yang tinggi, yang salah satunya dipicu oleh kelelahan (*burnout*) akibat ketidakjelasan peran dan minimnya ruang bagi relawan untuk menyuarakan pendapat (Allen & Mueller, 2013). Hustinx dan Lammertyn (2003) juga menunjukkan bahwa kerelawanan masa kini cenderung bergeser ke arah gaya reflektif, yakni keterlibatan yang bersifat jangka pendek, episodik, dan sangat bergantung pada makna serta manfaat personal yang dirasakan relawan. Dengan kata lain, organisasi relawan digital harus terus berupaya menjaga keterlibatan anggotanya karena tidak ada ikatan kontrak, gaji, maupun kehadiran fisik yang dapat menahan mereka.

WriteYuk merupakan salah satu organisasi relawan digital tersebut. Organisasi berskala nasional yang berdiri sejak 2023 ini memberikan mentoring kompetisi dan kepenulisan secara

gratis bagi pelajar dan mahasiswa. WriteYuk memiliki tujuh divisi, yaitu Project Management, General Secretary, Human Resource, Graphic Design, Public Relation & Partnership, Social Media, dan Content Writer. Seluruh kegiatannya dijalankan secara daring melalui grup WhatsApp dan konferensi video, dan seluruh anggotanya merupakan relawan tanpa insentif finansial. Keanggotaannya berbasis *batch*: setiap angkatan pengurus menjalani masa keanggotaan sekitar enam bulan sebelum digantikan angkatan berikutnya melalui rekrutmen terbuka. Pada saat penelitian ini dilakukan, WriteYuk telah memasuki Batch 7 dengan 86 anggota.

Sistem keanggotaan berbasis *batch* inilah yang menjadikan WriteYuk menarik untuk diteliti. Berbeda dengan organisasi yang anggotanya menetap dalam jangka panjang, anggota WriteYuk hanya memiliki waktu sekitar enam bulan untuk beradaptasi, membangun kedekatan, dan menuntaskan target program kerja, tanpa imbalan finansial dan tanpa pernah bertemu secara fisik. Pra-riset melalui wawancara awal dengan salah satu pemimpin divisi juga menunjukkan bahwa instruksi di ruang digital dapat ditafsirkan secara bias, sebagai tekanan atau sebagai motivasi, dan anggota yang semula bersemangat dapat mengalami penurunan motivasi seiring waktu. Karena aturan tidak dapat ditegakkan melalui sanksi, keseimbangan antara pendekatan kekeluargaan dan kedisiplinan kerja pada akhirnya bertumpu pada bahasa yang digunakan anggota dalam interaksi sehari-hari.

Penelitian terdahulu umumnya menempatkan komunikasi sebagai alat penunjang kinerja organisasi. Sasmita et al. (2025) menunjukkan peran media digital dalam koordinasi organisasi mahasiswa, Riduan dan Firdaus (2024) mengkaji transformasi digital dan budaya organisasi pada level struktural-fungsional, Iskandar (2024) meninjau budaya organisasi dan motivasi di era digital secara teoretis, Dipotmodjo (2025) mengkaji makna perubahan organisasi bagi Generasi Z, sedangkan Salleh dan Yusof (2021) menganalisis tuturan pemimpin dalam kelompok kecil yang bertatap muka. Belum banyak penelitian yang membaca pola tuturan sehari-hari sebagai sarana pembentukan makna prestasi dan komitmen pada organisasi relawan digital dengan masa keanggotaan singkat. Oleh karena itu, penelitian

ini mengajukan pertanyaan: bagaimana prestasi dan komitmen organisasi dimaknai oleh anggota relawan WriteYuk melalui pola tuturan dalam komunikasi digital selama satu periode keanggotaan (*batch*)?

TUJUAN PENELITIAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan memahami pemaknaan prestasi dan komitmen organisasi oleh anggota relawan WriteYuk melalui pola tuturan yang muncul dalam komunikasi digital, serta bagaimana pola tersebut berperan menjaga keterlibatan anggota selama satu periode keanggotaan.

KERANGKA TEORETIS

Paradigma Interpretif

Paradigma interpretif memandang realitas sosial sebagai hasil konstruksi yang dibangun melalui interaksi dan pemaknaan (Rahardjo, 2018). Dalam penelitian ini, prestasi dan komitmen tidak dipahami sebagai ukuran objektif, melainkan sebagai makna yang dinegosiasikan, didefinisikan, dan diakui melalui praktik komunikasi anggota organisasi.

Komunikasi dan Budaya Organisasi

Teori komunikasi organisasi memosisikan komunikasi sebagai proses utama untuk membangun dan mempertahankan organisasi; arus komunikasi formal maupun informal, vertikal maupun horizontal, membentuk koordinasi dan keterlibatan anggota (Siregar et al., 2021; Priyowidodo, 2025). Sementara itu, budaya organisasi tersusun atas nilai, norma, simbol, dan perilaku yang dibangun melalui komunikasi sehari-hari (Lase et al., 2025). Dalam organisasi digital, grup percakapan dan konferensi video tidak sekadar menjadi saluran informasi, tetapi juga ruang tempat norma, identitas, dan rasa memiliki dibentuk (Futuwwah & Mardhiyah, 2019; Widyaningrum, 2021; Iswaratama, 2024).

Komitmen Organisasi dalam Kerelawanan Digital

Meyer dan Allen (1991) membagi komitmen organisasi ke dalam tiga komponen, yaitu komitmen afektif (ikatan emosional dan rasa memiliki), komitmen berkelanjutan (pertimbangan untung-rugi apabila meninggalkan organisasi), dan komitmen normatif (rasa kewajiban moral untuk tetap

bertahan). Dalam komunikasi, komitmen tercermin melalui kesediaan berpartisipasi, dukungan terhadap anggota lain, dan konsistensi interaksi (Husna, 2024).

Dalam organisasi relawan, komitmen tidak dapat ditopang oleh kompensasi finansial maupun sanksi formal. Kerelawanan masa kini cenderung bersifat reflektif, singkat, dan episodik (Hustinx & Lammertyn, 2003), sementara ketidakjelasan peran dan minimnya ruang untuk bersuara dapat memicu kelelahan hingga keinginan berhenti (Allen & Mueller, 2013). Pada komunitas daring, pengalaman interaksi awal sangat menentukan apakah anggota baru akan bertahan (Kraut & Resnick, 2012). Konsep ini relevan dengan WriteYuk yang harus menumbuhkan rasa memiliki, nilai tambah, dan tanggung jawab bersama dalam masa keanggotaan sekitar enam bulan.

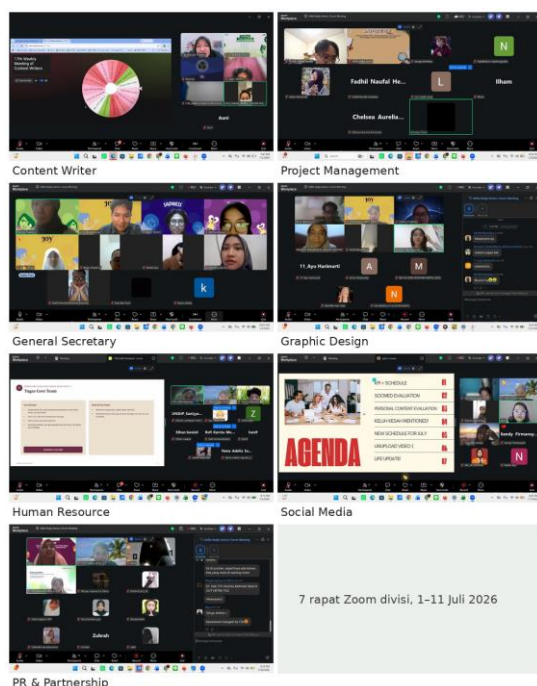
METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan paradigma interpretif dengan tipe kualitatif deskriptif. Subjek penelitian adalah anggota aktif WriteYuk Batch 7 yang tersebar di tujuh divisi. Data primer berasal dari dua kanal. Pertama, tuturan tertulis pada WhatsApp Group General yang terdiri atas 1.276 pesan dari 86 anggota selama 6 bulan 8 hari (2 Februari–10 Agustus 2026). Kedua, tuturan lisan pada tujuh rapat Zoom divisi yang dilaksanakan pada 1–11 Juli 2026 dan ditranskripsikan secara verbatim (Tabel 1). Data dikumpulkan melalui observasi partisipatif dan dokumentasi, dengan izin perekaman diminta kepada peserta sebelum rapat dimulai. Penulis merupakan salah satu pendiri WriteYuk; untuk menjaga penafsiran, penulis hadir dalam rapat sebagai pengamat tanpa memimpin agenda dan menggunakan kriteria pengodean yang eksplisit.

Tabel 1. Pelaksanaan Rapat Zoom Divisi

Divisi	Waktu	Peserta
Content Writer	Rabu, 1 Juli 2026, 19.00	6 orang
Project Management	Kamis, 2 Juli 2026, 20.00	9 orang
General Secretary	Jumat, 3 Juli 2026, 20.00	10 orang
Graphic Design	Minggu, 5 Juli 2026, 20.00	10 orang
Human Resource	Senin, 6 Juli 2026, 19.30	10 orang
Social Media	Selasa, 7 Juli 2026, 20.00	7 orang
PR & Partnership	Jumat, 11 Juli 2026, 20.00	11 orang

Data dianalisis menggunakan analisis tematik Braun dan Clarke (2006) dengan bantuan NVivo melalui enam tahap: pengenalan data, pengodean awal, pencarian tema, peninjauan tema, pendefinisian dan penamaan tema, serta penulisan laporan. Pola yang ditemukan ditafsirkan menggunakan teori komunikasi organisasi, teori budaya organisasi, dan konsep komitmen organisasi. Fitur *Word Cloud* NVivo digunakan sebagai alat eksploratif untuk mengecek konsistensi kategori, bukan sebagai bukti utama. Keabsahan data dijaga melalui kriteria *trustworthiness* (Najib et al., 2026), terutama triangulasi sumber antara tuturan lisan di Zoom dan tuturan tertulis di WhatsApp.



Gambar 1. Dokumentasi Rapat Zoom Tujuh Divisi WriteYuk

HASIL DAN PEMBAHASAN

1. Pola Tuturan Tujuh Divisi pada Rapat Zoom

Rapat Zoom divisi memperlihatkan bahwa setiap divisi memiliki gaya tuturan yang berbeda sesuai fungsi kerjanya. Rapat Content Writer diawali pembukaan oleh vice director, dilanjutkan sesi "CW Talk" yang memberi kesempatan setiap peserta menyampaikan *life update* di luar pekerjaan, lalu pertanyaan acak melalui *spin wheel*. Setelah itu, rapat beralih ke peninjauan draf naskah dan penetapan jadwal publikasi, sehingga gaya komunikasinya santai dan luwes namun tetap berfokus pada pekerjaan.

Project Management membuka rapat dengan *check-in* berupa kabar pribadi dan emoji suasana hati, lalu membahas penyelesaian masalah komunikasi dengan pembicara *webinar* dan evaluasi program kerja. Sebagai pusat koordinasi lintas divisi, gaya tuturnya lugas dan berorientasi pemecahan masalah. General Secretary justru menonjolkan ekspresi emosional: anggota memilih emosi dari film *Inside Out* yang menggambarkan perasaan mereka, rapat diselingi kuis interaktif ala *Family 100*, dan ditutup dengan penghargaan "Peserta Paling Antusias".

Graphic Design mengutamakan kejelasan instruksi visual dan efisiensi, dengan penekanan pada kejujuran tentang kapasitas kerja yang tersisa. Human Resource menunjukkan dualitas: paruh pertama rapat berlangsung formal untuk membahas rekrutmen Batch 8, sedangkan setelah agenda selesai anggota melanjutkan obrolan tentang kuliah, lomba, dan beasiswa. Social Media bersifat adaptif terhadap beban akademik anggota selama pekan ujian, sementara Public Relation & Partnership mengedepankan etika, kejelasan pesan, dan ketepatan waktu karena perannya sebagai wajah organisasi di hadapan mitra. Pola tersebut dirangkum pada Tabel 2.

Tabel 2. Karakter Pola Tuturan Tiap Divisi

Divisi	Ciri pola tuturan
Content Writer	Santai dan luwes; ritual "CW Talk" sebelum evaluasi draf
Project Mgmt.	Lugas, berorientasi pemecahan masalah; check-in emoji
General Secretary	Ekspresif-gamifikatif: check-in "Inside Out", kuis, penghargaan internal
Graphic Design	Efisien: kejelasan brief dan kejujuran kapasitas kerja
Human Resource	Dualitas: formal-prosedural lalu sesi bonding
Social Media	Adaptif terhadap jadwal akademik; fokus tren
PR & Partnership	Etis dan tepat waktu sebagai representasi organisasi

Secara umum, General Secretary, Human Resource, dan Social Media cenderung relasional-ekspresif, sedangkan Content Writer, Project Management, Graphic Design, dan Public Relation & Partnership cenderung berorientasi tugas. Dalam perspektif budaya organisasi, keragaman ini menunjukkan bahwa budaya komunikasi WriteYuk tidak seragam, melainkan terdiri atas subkultur divisi yang terbentuk dari perbedaan fungsi kerja.

2. Gaya Komunikasi WhatsApp Group General

Berbeda dari Zoom yang terbagi menjadi tujuh forum, WhatsApp General merupakan satu-satunya ruang yang mempertemukan seluruh anggota lintas divisi. Ruang ini menampilkan tiga karakter. Pertama, WhatsApp menjadi ruang apresiasi dan perayaan melalui segmen resmi "[APRESIASIYUK!]". Kedua, WhatsApp menjadi ruang ganda tempat topik sosial dan topik kerja muncul berdampingan. Ketiga, terdapat pola pembuka yang khas, yaitu sapaan, disusul humor atau topik ringan, baru kemudian informasi penting:

"lg pada ngapain nii?" (Sisy, WhatsApp General, 12/03/26 19.41)

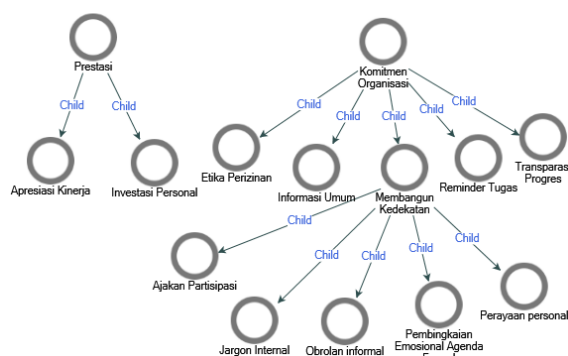
"lagii packing mau pulang kampung kaa" (Ayu Harimurti, WhatsApp General, 12/03/26 19.42)

"oh iyaa aku mau ngasih info nih, ada yg bisa tebak gaa infonya apa?" (Sisy, WhatsApp General, 12/03/26 19.44)

Dengan demikian, identitas divisi yang menonjol di Zoom melebur menjadi satu gaya tuturan kolektif yang relatif homogen di WhatsApp.

3. Peta Tema Pola Tuturan

Analisis tematik menghasilkan dua tema dan sebelas kategori pola tuturan dengan total 1.210 referensi pengodean, terdiri atas 767 referensi dari WhatsApp dan 443 referensi dari Zoom (Gambar 2, Tabel 3, dan Tabel 4).



Gambar 2. Peta Hierarki Tema dan Kategori Pola Tuturan pada NVivo

Tabel 3. Definisi Kategori Pola Tuturan

Kategori	Definisi dan penanda tuturan
Apresiasi Kinerja	Pujian atau pengakuan publik atas capaian kerja (pujian, "congrats", segmen APRESIASIYUK)
Investasi Personal	Pembinaan tugas sebagai portofolio, keterampilan, dan bekal karier

Reminder Tugas	Penagihan tugas atau tenggat yang dilembutkan ("kindly reminder", "titipan")
Etika Perizinan	Tuturan meminta izin atau maaf sebelum bertindak ("izin", "maaf")
Transparansi Progres	Laporan status kerja: capaian, rencana, kendala, atau rekap persentase
Informasi Umum	Pesan administratif yang tidak menagih dan tidak emosional
Perayaan Personal	Ucapan atas momen pribadi anggota (ulang tahun, wisuda)
Obrolan Informal	Percakapan santai di luar topik kerja
Ajakan Partisipasi	Ajakan eksplisit untuk hadir atau terlibat ("yuk", "ayo")
Jargon Internal	Istilah khas yang hanya dipahami anggota ("Ripels")
Pembinaan Emosional	Pesan formal yang disampaikan dengan bahasa hangat dan emosional

Tabel 4. Distribusi Referensi Pola Tuturan pada WhatsApp dan Zoom

Kategori	WA	Zoom
Tema Prestasi		
Apresiasi Kinerja	54	70
Investasi Personal	40	32
Tema Komitmen Organisasi		
Reminder Tugas	56	16
Etika Perizinan	29	29
Transparansi Progres	6	65
Informasi Umum	79	103
Membangun Kedekatan:		
– Perayaan Personal	138	0
– Obrolan Informal	232	82
– Ajakan Partisipasi	51	18
– Jargon Internal	39	0
– Pembinaan Emosional	43	28
Agenda Formal		
Total referensi	767	443

4. Tema Prestasi: Pengakuan dan Investasi Diri

Apresiasi Kinerja di Zoom muncul sebagai pujian naratif yang merinci proses kerja, seperti pada tuturan pemimpin divisi berikut:

"Saya mau mengucapkan terima kasih ke teman-teman Grafic Desain semuanya karena selama 1 minggu ini telah bekerja dengan sangat baik. Kemudian seluruh brief juga diselesaikan secara tepat waktu, sangat komunikatif, dan sangat responsif juga di grup." (Alfrasia, Zoom Graphic Design)

Di WhatsApp, apresiasi tampil sebagai selebrasi publik melalui segmen APRESIASIYUK yang diumumkan atas nama organisasi. Pemaknaan prestasi oleh anggota

WhatsApp berbentuk pengumuman baku yang rapi.



Gambar 4. Word Cloud Kategori Transparansi Progres pada Zoom

6. Membangun Kedekatan sebagai Perekat Komitmen

Membangun Kedekatan terdiri atas lima sub-kode. *Perayaan Personal* (138 referensi) hanya muncul di WhatsApp, misalnya ucapan ulang tahun yang disertai *mention* kepada anggota yang berulang tahun:

"Omooo.... Happy birthday Ka @~Ethannn Wishing you a day filled with happiness and a year filled with joy, Kaa" (Rara, WhatsApp General, 12/03/26)

Obrolan Informal menjadi kategori paling dominan (232 referensi di WhatsApp dan 82 di Zoom) dan berfungsi sebagai pelumas sosial sebelum informasi formal. Di Zoom, obrolan informal muncul pada sesi pembuka seperti CW Talk:

"Live update aku belakangan ini, sekitar minggu 2 minggu belakangan ini lagi sibuk gitu sih, persiapan buat KKN-ku." (Raihan, Zoom Content Writer)

Ajakan Partisipasi tampil ekspresif dan kolektif, seperti ajakan "Ayo guys, spam Kak Siro suruh masuk!" (Devina, Zoom Social Media). *Jargon Internal* "Ripels" (39 referensi) hanya muncul di WhatsApp dan merekatkan seluruh anggota lintas divisi sebagai satu komunitas. *Pembimbingan Emosional Agenda Formal* hadir relatif seimbang di kedua kanal (43 dan 28 referensi), misalnya nasihat "anak-anakku tidak boleh nge judge" (Eliza, Zoom PR & Partnership) dan ajakan "PLISSS JANGAN SAMPAI TIDAK DAFTAR" (Titi, WhatsApp General). Karena muncul di kedua kanal, gaya ini dapat dibaca sebagai kebiasaan bertutur yang sudah terinternalisasi dalam budaya organisasi.



Gambar 5. Word Cloud Kategori Obrolan Informal pada Zoom

7. Dua Kanal, Dua Karakter Pola Tuturan

WhatsApp didominasi kategori perekat sosial dan identitas kolektif sehingga berfungsi sebagai etalase publik dan ruang perayaan, sedangkan Zoom didominasi Informasi Umum, Apresiasi Kinerja, dan Transparansi Progres sehingga berfungsi sebagai ruang koordinasi kerja dan refleksi kinerja (Gambar 6). Perbedaan ini perlu dibaca dengan hati-hati: selain dipengaruhi karakteristik media, yakni WhatsApp yang tertulis dan asinkron serta Zoom yang lisan dan sinkron, perbedaan tersebut juga dipengaruhi oleh agenda forum. Rapat Zoom divisi memang dirancang sebagai forum koordinasi kerja mingguan, sedangkan WhatsApp General menjadi ruang terbuka lintas divisi tanpa agenda tertentu. Kedua kanal tidak saling mengulang, melainkan saling melengkapi.

Name	Files	References	Name	Files	References
Komitmen Organisasi	0	0	Komitmen Organisasi	0	0
Etika Perilaku	1	29	Etika Perilaku	6	29
Informasi Umum	1	79	Informasi Umum	7	103
Membangun Kedekatan	0	0	Membangun Kedekatan	0	0
Ajakan Partisipasi	1	51	Ajakan Partisipasi	7	18
Jargon Internal	1	39	Jargon Internal	0	0
Obrolan Informal	1	232	Obrolan Informal	7	82
Pembimbingan Emosional	1	43	Pembimbingan Emosional	7	28
Perayaan Personal	1	138	Perayaan Personal	0	0
Reminder Tugas	1	56	Reminder Tugas	6	16
Transparansi Progres	1	6	Transparansi Progres	6	65
Prestasi	0	0	Prestasi	0	0
Apresiasi Kinerja	1	54	Apresiasi Kinerja	7	70
Investasi Personal	1	40	Investasi Personal	5	32

Kode NVivo Dalam WhatsApp Group

Kode NVivo Dalam Zoom 7 Divisi

Gambar 6. Distribusi Referensi Pola Tuturan pada WhatsApp (kiri) dan Zoom (kanan) di NVivo

8. Refleksi: Komunikasi, Budaya, dan Komitmen dalam Organisasi Relawan

Pertama, keragaman pola tuturan berkaitan erat dengan struktur ruang komunikasi. Ketika ruang terpecah menjadi forum divisi, kekhasan tiap unit menonjol; ketika ruang menyatu dalam satu forum, identitas divisi melebur menjadi identitas kolektif. Bagi kajian komunikasi organisasi digital, temuan ini menunjukkan

bahwa desain ruang komunikasi turut membentuk budaya komunikasi organisasi.

Kedua, pesan kerja dalam organisasi relawan selalu dibarengi kerja relasional. Penagihan yang dilembutkan berupaya menjaga komitmen afektif anggota sambil tetap menegaskan tanggung jawab bersama yang berkaitan dengan komitmen normatif (Meyer & Allen, 1991), sementara pemingkakan tugas sebagai portofolio berkaitan dengan komitmen berkelanjutan. Ketiga, kebiasaan seperti sapaan "Ripels" dan penggunaan "izin" perlu dipelajari anggota baru dalam waktu yang singkat, sehingga forum WhatsApp dan rapat divisi berperan sebagai ruang sosialisasi budaya organisasi; hal ini sejalan dengan pandangan bahwa pengalaman interaksi awal menentukan keterlibatan anggota baru (Kraut & Resnick, 2012).

Secara praktis, norma kesantunan bekerja sebagai mekanisme pengaturan sosial dan segmen APRESIASIYUK menjadi sistem penghargaan non-material yang terlembaga. Secara sosial, temuan ini menunjukkan bahwa generasi muda memaknai penghargaan di luar kerangka transaksional. Namun, pelembutan tuturan juga berpotensi menyamarkan tekanan yang dialami anggota, dan karena penelitian ini bertumpu pada analisis teks, temuan ini menggambarkan bagaimana makna dikonstruksi dalam interaksi, bukan mengukur dampaknya terhadap kinerja atau keputusan anggota untuk bertahan.

SIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa:

1. Anggota relawan WriteYuk memaknai prestasi dan komitmen organisasi melalui pola tuturan sehari-hari, bukan melalui aturan formal atau insentif finansial. Prestasi dimaknai sebagai pengakuan yang dirayakan bersama dan sebagai investasi diri, sedangkan komitmen dirawat melalui penagihan tugas yang dilembutkan, etika perizinan, keterbukaan progres, informasi yang jelas, dan upaya membangun kedekatan.
2. Setiap divisi memiliki gaya tuturan yang khas sesuai fungsi kerjanya, sedangkan WhatsApp General menampilkan gaya tuturan kolektif yang relatif seragam lintas divisi.
3. Perbedaan pola tuturan antara WhatsApp dan Zoom dipengaruhi oleh karakteristik media sekaligus agenda masing-masing forum. WhatsApp berfungsi sebagai ruang perayaan dan identitas kolektif, sedangkan Zoom berfungsi sebagai ruang koordinasi kerja dan refleksi kinerja.

REKOMENDASI

1. *Rekomendasi Akademis*. Penelitian ini tidak melibatkan wawancara dan tidak mengukur dampak tuturan terhadap penyelesaian tugas. Penelitian selanjutnya dapat menguji pola serupa pada organisasi virtual lain, menggabungkan analisis percakapan dengan wawancara mendalam dan data kinerja seperti rekap pengumpulan tugas, serta menggunakan pendekatan etnografi komunikasi dengan keterlibatan lapangan yang lebih panjang, misalnya dengan Speech Codes Theory (Philipsen, 1997), untuk menelusuri apakah kebiasaan bertutur tersebut membentuk kode tutur yang khas.
2. *Rekomendasi Praktis*. Pengurus WriteYuk dapat mewariskan norma kesantunan secara sadar kepada kepengurusan berikutnya, menjadwalkan perayaan capaian secara berkala di WhatsApp dan apresiasi yang lebih elaboratif di Zoom, serta menyelenggarakan sesi keluhan bulanan agar tekanan kerja tidak tersamar di balik bahasa yang santun.
3. *Rekomendasi Sosial*. Organisasi digital berbasis relawan perlu merancang budaya komunikasinya secara reflektif dan menyediakan ruang ekspresi yang eksplisit demi menjaga kesehatan psikologis anggota.

DAFTAR PUSTAKA

- Allen, J. A., & Mueller, S. L. (2013). The revolving door: A closer look at major factors in volunteers' intention to quit. *Journal of Community Psychology*, 41(2), 139–155. <https://doi.org/10.1002/jcop.21519>
- Arianto, B. (2021). Pandemi Covid-19 dan Transformasi Budaya Digital di Indonesia. *Titian: Jurnal Ilmu Humaniora*. <https://onlinejournal.unja.ac.id/titian/article/view/15309>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2026). *Survei Penetrasi Internet dan Perilaku Pengguna Internet 2026*. <https://survei.apjii.or.id/>

- Asteria, P. V. (2025). *Landasan Budaya Komunikasi: Dasar Teori dan Struktur Makna dalam Budaya Komunikasi*. Madza Media.
- Braun, V., & Clarke, V. (2006). Using Thematic Analysis in Psychology. *Qualitative Research in Psychology*, 3(2), 77–101.
- Dipoatmodjo, T. S. P. (2025). Makna Perubahan bagi Generasi Z: Studi Kualitatif terhadap Karyawan Muda dalam Organisasi Dinamis. *Jurnal Manajemen dan Kewirausahaan (JUMAWA)*, 2(2), 63–69.
<https://doi.org/10.59971/jumawa.v2i2.314>
- Febrianti, I., Ayumi, M., Panjaitan, A., & Manurung, A. S. (2025). Peran Komunikasi Interpersonal dalam Membangun Identitas dan Budaya Organisasi. *RISOMA: Jurnal Riset Sosial Humaniora dan Pendidikan*, 3(1), 60–70.
<https://doi.org/10.62383/risoma.v3i1.508>
- Futuwwah, A. I., & Mardhiyah, D. (2019). Aktivitas Social Networking pada Komunitas Merek Online Berbasis Group Chat dalam Menciptakan Kepercayaan dan Loyalitas. *Jurnal Riset Manajemen dan Bisnis (JRMB)*, 4(3), 269–280.
<https://doi.org/10.36226/jrmb.v4i3.269>
- Hasanah, U., Senain, S., & Hanum, F. (2026). Membangun Pola Leadership dengan Program Pelatihan Soft Skills pada Mahasiswa Generasi Milenial dan Gen Z di Organisasi Pergerakan Mahasiswa Islam Indonesia. Unars, Situbondo.
- Husna, N. (2024). Analisis Keterlibatan Kerja dan Dukungan Organisasi terhadap Komitmen Organisasi pada PT Andalan Mitra Prestasi Padang. *Jurnal Informatika Ekonomi Bisnis*, 418–422.
<https://doi.org/10.37034/infeb.v6i2.871>
- Hustinx, L., & Lammertyn, F. (2003). Collective and reflexive styles of volunteering: A sociological modernization perspective. *Voluntas: International Journal of Voluntary and Nonprofit Organizations*, 14(2), 167–187.
<https://doi.org/10.1023/A:1023948027200>
- Iskandar, M. R. (2024). Tinjauan Literatur tentang Budaya Organisasi dan Motivasi Karyawan di Era Digital. *Paradoks: Jurnal Ilmu Ekonomi*, 7(1), 44–55.
<https://doi.org/10.57178/paradoks.v7i1.945>
- Iswaratama, A. (2024). Peran Komunitas Virtual dalam Mendorong Interaksi Sosial di Era Digital. *Historical: Journal*, 3(1).
- Kantola, J., & Zoonen, W. V. (2025). Vanishing Acts: Unraveling the Mystery of Ghosting in Remote Work. *International Journal of Business Communication*.
<https://journals.sagepub.com/doi/epub/10.1177/23294884251342524>
- Kraut, R. E., & Resnick, P. (2012). *Building successful online communities: Evidence-based social design*. MIT Press.
- Lase, D., Absah, Y., Lumbanraja, P., Giawa, Y., & Gulo, Y. (2025). Teori Budaya Organisasi: Konsep, Model, dan Implikasi untuk Manajemen Organisasi. *Tuhenori: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, 3(1), 21–45.
<https://doi.org/10.62138/tuhenori.v3i1.128>
- Meyer, J. P., & Allen, N. J. (1991). A Three-Component Conceptualization of Organizational Commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61–89.
[https://doi.org/10.1016/1053-4822\(91\)90011-Z](https://doi.org/10.1016/1053-4822(91)90011-Z)
- Najib, M. A., Hasyim, W., & Anam, S. (2026). Validitas dan Reliabilitas dalam Penelitian Kualitatif. *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora*, 5(2), 1507–1518.
- Pertiwi, A. D., Septian, R. N., Ashifa, R., & Prihantini, P. (2021). Peran Organisasi Kemahasiswaan dalam Membangun Karakter: Urgensi Organisasi Kemahasiswaan pada Generasi Digital. *Aulad: Journal on Early Childhood*, 4(3), 107–115.
<https://doi.org/10.31004/aulad.v4i3.202>
- Philipsen, G. (1997). A Theory of Speech Codes. In G. Philipsen & T. L. Albrecht (Eds.), *Developing Communication Theories* (pp. 119–156). State University of New York Press.
- Priyowidodo, G. (2025). *Komunikasi Organisasi*. CV Bintang Semesta Media.
<https://repository.petra.ac.id/21592/>
- Rahardjo, M. (2018). *Paradigma Interpretif*. Repository UIN Malang. repository.uin-malang.ac.id/2438
- Riduan, M., & Firdaus, M. R. (2024). Transformasi Digital dan Kinerja: Kajian Peran Budaya Organisasi, Kompetensi Digital, Strategi Bisnis di Bisnis Telekomunikasi. *Jurnal Maneksi*, 13(1), 48–58.
<https://doi.org/10.31959/jm.v13i1.2065>
- Salleh, N. A. A. M., & Yusof, M. (2021). The Role of Leaders in Small Group Communication: Analysis of Speech Acts. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 784–799.
- Sasmitha, F. A., Hafida, R. N., Zhafira, A., & Syahbana. (2025). Analisis Peran Media Digital dalam Meningkatkan Efektivitas Komunikasi Organisasi Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah di Tengah Tantangan Disrupsi Digital. *KESKAP: Jurnal Kesejahteraan Sosial, Komunikasi dan Administrasi Publik*.
<https://jurnal.umsu.ac.id/index.php/keskap/article/view/26111>
- Siregar, R. T., Enas, U., Putri, D. E., Hasbi, I., Ummah, A. H., Arifudin, O., et al. (2021).

Komunikasi Organisasi. CV Widina Media
Utama.

Widyaningrum, A. Y. (2021). Kajian tentang
Komunitas Virtual: Kesempatan dan Tantangan
Kajian di Bidang Ilmu Komunikasi.
Komunikatif: Jurnal Ilmiah Komunikasi, 10(2),
141–152.

Zahro, T. N. A. (2024). Struktur Organisasi di
Organisasi Bisnis Digital.