

**KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM PENYEBARAN INFORMASI**

**AIRDROP SEBAGAI ALTERNATIF INCOME DI INDUSTRI WEB3**

**(Studi pada Komunitas CryptoIndo Jogja)**



**SKRIPSI**

**Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora**

**Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**

**Untuk Memenuhi Sebagian Syarat Memperoleh**

**Gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi**

**Disusun Oleh :**

**Ardhian Fachrur Rozi**

**21107030090**

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**

**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**

**UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA YOGYAKARTA**

**2025**

## PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Ardhian Fachrur Rozi

NIM : 21107030090

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul : Komunikasi Interpersonal Dalam Penyebaran Informasi  
Airdrop Sebagai Alternatif Income di Industri Web3 (Studi  
Pada Komunitas CryptoIndo Jogja)

Dengan ini menyatakan bahwa di dalam skripsi ini tidak ada terdapat karya yang pernah diajukan untuk memperoleh gelar kesarjanaan disuatu Perguruan Tinggi dan diterbitkan orang lain, kecuali yang secara tertulis terdapat dalam naskah dan disebutkan dalam daftar pustaka.

Yogyakarta, 7 Agustus 2025



Ardhian Fachrur Rozi

## NOTA DINAS PEMBIMBING



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI**  
**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA**



Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 0812272 Fax. 519571 YOGYAKARTA 55281

### NOTA DINAS PEMBIMBING FM-UINSK-PBM-05-02/RO

Hal: Skripsi

**Kepada**  
**Yth. Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora**  
**UIN Sunan Kalijaga**  
di tempat

*Assalamu'alaikum Wr. Wb*

Setelah memberikan, mengarahkan dan mengadakan perbaikan seperlunya maka selaku pembimbing saya menyatakan bahwa skripsi saudara:

Nama : Ardhian Fachrur Rozi  
NIM : 21107030090  
Prodi : Ilmu Komunikasi  
Judul :

#### **KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM PENYEBARAN INFORMASI AIRDROP SEBAGAI ALTERNATIF INCOME DI INDUSTRI WEB3 (Studi pada Komunitas CryptoIndo Jogja)**

Telah dapat diajukan kepada Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta untuk memenuhi sebagian syarat memperoleh gelar Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

Harapan saya semoga saudara segera dipanggil untuk mempertanggungjawabkan skripsinya dalam sidang munaqosyah.

Demikian atas perhatian Bapak, saya sampaikan terima kasih.

*Wassalamu'alaikum Wr. Wb*

Yogyakarta, 12 Agustus 2025  
**Pembimbing**

**Drs. Bono Setyo, M.Si.**  
**NIP. 19690317 2008001 1 013**

## PENGESAHAN TUGAS AKHIR



KEMENTERIAN AGAMA  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN KALIJAGA  
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN HUMANIORA  
Jl. Marsda Adisucipto Telp. (0274) 585300 Fax. (0274) 519571 Yogyakarta 55281

### PENGESAHAN TUGAS AKHIR

Nomor : B-3662/Un.02/DSH/PP.00.9/09/2025

Tugas Akhir dengan judul : Komunikasi Interpersonal dalam Penyebaran Informasi Airdrop Sebagai Alternatif Income di Industri Web3 (Studi pada Komunitas CryptoIndo Jogja)

yang dipersiapkan dan disusun oleh:

Nama : ARDHIAN FACHRUR ROZI  
Nomor Induk Mahasiswa : 21107030090  
Telah diujikan pada : Selasa, 26 Agustus 2025  
Nilai ujian Tugas Akhir : A-

dinyatakan telah diterima oleh Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta

### TIM UJIAN TUGAS AKHIR



Ketua Sidang

Dr. Bono Setyo, M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 68ba5e8b10be1



Penguji I

Rahmah Attaymini, S.I.Kom., M.A.  
SIGNED

Valid ID: 68ba51af78513



Penguji II

Tariq Yazid, S.I.Kom., M.A.  
SIGNED

Valid ID: 68b915abcb4f1



Yogyakarta, 26 Agustus 2025

UIN Sunan Kalijaga  
Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora

Prof. Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si.  
SIGNED

Valid ID: 68bd92e1ce210



## MOTTO

*“Don’t pass up something that’s attractive today, because you think you will find something better tomorrow”*

*“It’s better to hang out with people better than you, pick out associates whose behaviour is better than yours and you’ll drift in that direction”*

*“Honesty is a very expensive gift. Don’t expect it from cheap people”*

**(Warren Buffet)**

*“Built an ark not for the rain today, but for the flood tomorrow”*

**(Timothy Ronald)**

*“If you want to hangout with the eagles, you must first become an eagle,  
not a chicken”*

**(Andry Hakim)**

**HALAMAN PERSEMBAHAN**



**Skripsi ini dipersembahkan kepada:**

**Program Studi Ilmu Komunikasi**

**Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora**

**Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta**

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
**SUNAN KALIJAGA**  
Y O G Y A K A R T A

## KATA PENGANTAR

Puji dan syukur penulis panjatkan kehadiran Allah SWT yang telah melimpahkan rahmat dan pertolongan-Nya. Sholawat serta salam semoga tetap terlimpahkan kepada Nabi Muhammad SAW, yang telah menuntun manusia menuju jalan kebahagiaan hidup di dunia dan di akhirat.

Penyusunan skripsi ini merupakan kajian yang berjudul KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM PENYEBARAN INFORMASI AIRDROP SEBAGAI ALTERNATIF INCOME DI INDUSTRI WEB3 (STUDI PADA KOMUNITAS CRYPTOINDO JOGJA).

Penyusun menyadari bahwa penyusunan skripsi ini tidak akan terwujud tanpa adanya bantuan, bimbingan, dan dorongan dari berbagai pihak. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati pada kesempatan ini penyusun mengucapkan rasa terima kasih kepada:

1. Ibu Dr. Erika Setyanti Kusumaputri, S.Psi., M.Si. selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora
2. Bapak Dr. Mokhamad Mahfud, S.Sos.I. M.Si. selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi
3. Dr. Bono Setyo, M.Si. selaku Dosen Pembimbing Skripsi, yang selalu mengarahkan serta memberikan ruang belajar dan pengalaman berharga selama kuliah, khususnya yang telah dengan sabar membimbing dan meluangkan waktu agar penulis dapat menghasilkan skripsi yang baik.
4. Bapak Alip Kunandar, S.Sos., M.Si. selaku Dosen Pembimbing Akademik

yang telah memberikan perhatian, semangat, dukungan, dan nasihatnya.

5. Ibu Rahmah Attaymini, S.I.Kom., M.A. selaku dosen penguji 1 yang telah memberikan arahan, nasihat, kritik, dan saran bagi penulis untuk memperbaiki skripsi ini.
6. Bapak Tariq Yazid, M. A., selaku dosen penguji 2 yang telah memberikan ruang, masukan, nasihat, serta kritik agar hasil skripsi saya lebih baik lagi.
7. Segenap dosen dan karyawan fakultas Ilmu Sosial dan Humaniora yang tidak bisa saya sebutkan satu persatu.
8. Kepada kedua orang tuaku tercinta, Bapak Sarwono dan Ibu Mardliyah. Terimakasih atas segala doa, pengorbanan, usaha, nasihat, dukungan serta penyemangat yang tak pernah putus untuk penulis terutama selama perjalanan menulis penelitian ini. Skripsi ini kupersembahkan untuk Ayah, yang semangat dan doanya selalu hidup dalam setiap langkahku dan semoga aku bisa selalu menjadi kebangganmu. Untuk Ibu, terimakasih atas cinta kasih, kekuatan, dan doa di setiap langkahku. Karya ini lahir dari cinta dan doa kalian yang tak pernah lelah.
9. Untuk adikku tercinta, Mohamad Salman Al-Farisi. Kamu adalah alasan untuk terus berjuang dan berusaha menjadi contoh yang baik. Semoga kamu selalu berani bermimpi setinggi mungkin, tidak takut gagal, semangat belajar, dan tumbuh menjadi pribadi yang kuat, jujur, dan bahagia. Aku mungkin tidak selalu ada pada setiap langkahmu, tapi yakinlah kamu selalu ada dalam doaku.
10. Kepada teman-teman GenBI DIY Divisi Lingkungan 2024, GAPAKA, *kovas empire*, KKN 278 Kab. Malang dan teman-teman seperjuangan lainnya yang

telah memberi semangat untuk menyelesaikan skripsi ini. yang telah memberikan doa dukungan serta semangat dalam membantu saya untuk menyelesaikan skripsi ini.

Hanya ucapan terima kasih serta doa yang dapat penulis panjatkan untuk segala kebaikan yang telah dilakukan. Semoga diterima oleh Allah sebagai amal jariyah yang tidak pernah putus pahalanya. Aamiin.

Wassalamualaikum Wr. Wb.

Yogyakarta, 7 Agustus 2025

Ardhian Fachrur Rozi

NIM: 21107030090

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



## DAFTAR ISI

<b>PERNYATAAN KEASLIAN</b> .....	i
<b>NOTA DINAS PEMBIMBING</b> .....	ii
<b>PENGESAHAN TUGAS AKHIR</b> .....	iii
<b>MOTTO</b> .....	iv
<b>HALAMAN PERSEMBAHAN</b> .....	v
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	vi
<b>DAFTAR ISI</b> .....	ix
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	xi
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	xii
<b>ABSTRACT</b> .....	xiii
 <b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	1
A. Latar Belakang Masalah .....	1
B. Rumusan Masalah .....	9
C. Tujuan Penelitian .....	9
D. Manfaat Penelitian .....	9
1. Manfaat Teoritis .....	9
2. Manfaat Praktis .....	9
E. Tinjauan Pustaka .....	10
F. Landasan Teori .....	16
1. Komunikasi Interpersonal .....	16
2. Teori Penyebaran Informasi .....	23
G. Kerangka Pemikiran .....	31
H. Metodologi Penelitian .....	32
1. Jenis Penelitian .....	32
2. Subjek dan Objek Penelitian .....	33
3. Metode Pengumpulan Data .....	35
4. Metode Analisis Data .....	36
 <b>BAB II GAMBARAN UMUM</b> .....	40
A. Sejarah Komunitas CryptoIndo Jogja .....	40
B. Visi Misi Komunitas CryptoIndo Jogja .....	41
C. Kegiatan Komunitas CyptoIndo Jogja .....	43
D. Komunikasi Interpersonal dalam Penyebaran Informasi Airdrop .....	45
 <b>BAB III HASIL DAN PEMBAHASAN</b> .....	47
A. Peran Keterbukaan dalam Penyebaran Informasi Airdrop .....	52
B. Peran Empati dalam Penyebaran Informasi Airdrop .....	67
C. Peran Suportif dalam Penyebaran Informasi Airdrop .....	80
D. Peran Kesetaraan dalam Penyebaran Informasi Airdrop .....	94

<b>BAB IV KESIMPULAN DAN SARAN</b> .....	107
A. Kesimpulan.....	107
B. Saran .....	111
<b>DAFTAR PUSTAKA</b> .....	115
<b>LAMPIRAN</b> .....	118



## DAFTAR TABEL

Tabel 1. Tinjauan Pustaka.....	14
Tabel 2. Kerangka Pemikiran.....	31
Tabel 3. Daftar Narasumber.....	48
Tabel 4. Pedoman Wawancara.....	118



## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. Perbedaan Web 1, 2, 3.....	3
Gambar 2. Total value Cryptocurrency.....	4
Gambar 3. Jumlah Investor Crypto .....	5
Gambar 4. Diagram Crypto Adoption.....	6
Gambar 5. Kegiatan kolaborasi komunitas .....	44
Gambar 6. Kegiatan di Basecamp.....	46
Gambar 7. Keterbukaan informasi .....	55
Gambar 8. Penjelasan potensi resiko .....	58
Gambar 9. Pamflet event di sosial media X dan Telegram.....	62
Gambar 10. Info First come first serve .....	65
Gambar 11. Anggota tanya jawab.....	67
Gambar 12. Tanya jawab hal teknis .....	70
Gambar 13. Info Step Airdrop .....	73
Gambar 14. Info Reminder .....	77
Gambar 15. Saling bantu antar sesama .....	82
Gambar 16. Sharing mengenai kendala .....	85
Gambar 17. Saling memberi semangat .....	92
Gambar 18. Kisaran income dari airdrop.....	93
Gambar 19. Foto kegiatan offline .....	104
Gambar 20. Dokumentasi Dengan Narasumber .....	119

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA

## **ABSTRACT**

*This study examines the role of interpersonal communication in disseminating airdrop information as an alternative income source within the Web3 industry, focusing on the CryptoIndo Jogja community. Airdrops, as a method of distributing digital assets without financial investment, are accessible to individuals from diverse backgrounds and depend on reliable information exchange. Using a qualitative descriptive approach, data were collected through in-depth interviews, observations, and documentation. Joseph A. DeVito's Interpersonal Communication Theory and Ordonez's Information Dissemination Theory were applied to analyze communication dynamics within the community. Findings show that interpersonal communication in CryptoIndo Jogja is characterized by openness, empathy, supportiveness, and equality, fostering trust and collaborative learning. Members freely share tutorials, insights, and risk considerations related to airdrops through direct discussions, Telegram groups, supported by credible communicators and timely, clear messages. The results indicate that while airdrops are not a primary source of income, they provide supplementary rewards ranging from USD 30 to 500 and improve participants' understanding of the Web3 ecosystem. This research highlights that effective interpersonal communication, combined with strategic information dissemination, accelerates knowledge sharing, strengthens community engagement, and empowers individuals to access emerging opportunities in the decentralized digital economy. Keywords: Interpersonal Communication, Airdrop, Web3 Community, Information Dissemination*

*Keywords: Interpersonal Communication, Airdrop, Web3 Community, Information Dissemination*

STATE ISLAMIC UNIVERSITY  
SUNAN KALIJAGA  
YOGYAKARTA



# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah

Generasi Z (Gen-Z) menghadapi tantangan struktural dalam konvensional atau industri Web2, seperti persyaratan kerja yang kompleks dan ketimpangan upah tidak sebanding dengan beban kerja yang dibebankan. Dalam laporan Badan Pusat Statistik (BPS Indonesia, 2023) menunjukkan hanya 38% lulusan Gen-Z di Indonesia yang terserap di pasar kerja formal. Dominasi perusahaan besar dan kebutuhan pengalaman kerja minimal 3 tahun menjadi penghalang utama bagi lulusan baru (Nugroho, 2023). Kondisi ini memicu pergeseran minat ke ekosistem alternatif yang lebih inklusif. Selain itu, lapangan kerja di industri Web2 cenderung terkonsentrasi di perusahaan besar dengan sistem hierarki yang kaku, sehingga menyulitkan individu untuk berkembang secara mandiri (Nugroho, 2023).

Di era digital yang semakin berkembang, ekosistem Web3 hadir sebagai alternatif baru dalam dunia industri dan ekonomi berbasis teknologi *blockchain* (Joseph & Josh, 2025). Bagi generasi muda, khususnya Gen Z, Web3 menawarkan peluang penghasilan yang lebih fleksibel dan terdesentralisasi, salah satunya melalui program *airdrop*. *Airdrop* merupakan metode distribusi aset kripto atau *token* gratis kepada komunitas dengan berbagai tujuan, seperti promosi proyek baru atau meningkatkan adopsi *token* (Allen, 2024). Di tengah tingginya minat masyarakat terhadap

aset digital, program *airdrop* menjadi alternatif *income* yang menjanjikan dan mulai dilirik oleh banyak orang (Nugroho, 2023).

*Airdrop* dalam dunia *crypto* atau Web3 adalah cara di mana sebuah proyek *blockchain* memberikan token atau aset digital secara gratis ke dompet digital penggunanya. Biasanya, proyek ini ingin memperkenalkan produk baru, mengajak orang berinteraksi, atau memperluas komunitas tanpa harus membeli token terlebih dahulu. Bisa dikatakan ini seperti ‘hadiah’ dari proyek agar kamu punya sedikit token tanpa biaya. Beberapa *airdrop* hanya perlu kamu memiliki dompet *crypto* atau melakukan langkah sederhana seperti mengikuti media sosial sementara yang lain memilih penerima berdasarkan aktivitas sebelumnya di jaringan. Tujuan utamanya adalah agar banyak orang tahu, mencoba, dan merasa tertarik untuk bergabung. Penelitian akademis menyebut dalam (Allen et al., 2023), *airdrop* sering digunakan sebagai strategi pemasaran digital kreatif serta sarana mendistribusikan kepemilikan token secara lebih luas untuk mendukung desentralisasi. Selain itu, praktik ini juga membantu membangun loyalitas pengguna awal dan memperluas basis komunitas melalui program insentif digital (Messias et al., 2024).

Gambar 1. Perbedaan Web 1, 2, 3



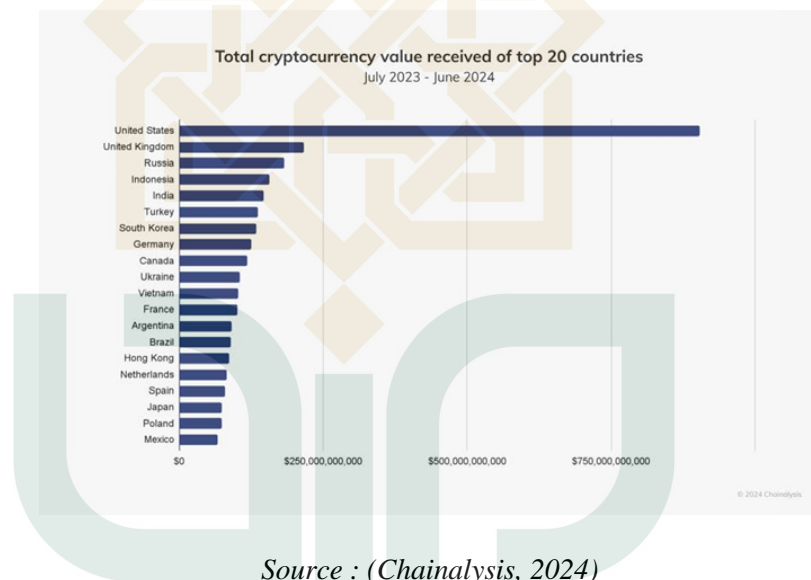
Source: (GeeksforGeeks, 2025)

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan revolusioner dalam berbagai aspek kehidupan. Kemajuan pesat pada bidang teknologi informasi dan komunikasi telah menciptakan berbagai inovasi yang mengubah cara kita berinteraksi, bertransaksi, mengelola aset dan tak terkecuali dalam hal mendapatkan *income* atau pemasukan (Joseph, 2025). Salah satu inovasi terbesar yang muncul adalah teknologi *blockchain* dan *cryptocurrency* (Sudha, 2025). *Blockchain*, sebagai teknologi dasar yang mendasari *cryptocurrency*, memungkinkan pencatatan transaksi yang aman, transparan, dan *desentralisasi* dengan kata lain tidak ada satu pihak yang mengontrol, tanpa memerlukan perantara tradisional seperti bank atau lembaga keuangan lainnya (Tapscott, 2016).

Web3 merupakan evolusi internet berbasis *blockchain* yang berfokus pada desentralisasi, transparansi, dan kepemilikan data yang bisa dikontrol sepenuhnya oleh pengguna (Savani, 2024). Berbeda dengan Web2 yang seperti salah satu halnya ialah kepemilikan data terpusat pada platform

seperti *Google*, *Facebook*, dan *Twitter*, Web3 menawarkan model interaksi digital yang lebih terbuka melalui teknologi *blockchain* (Zheng et al., 2018). Dalam industri ini, banyak muncul peluang *income* baru seperti menjadi *freelance contributor* di sebuah *project* atau dikenal dengan *airdrop*, *staking*, *trading*, *ambassador project*, *content creator*, *developer*, dan sebagainya (Tapscott, 2016).

Gambar 2. Total value Cryptocurrency

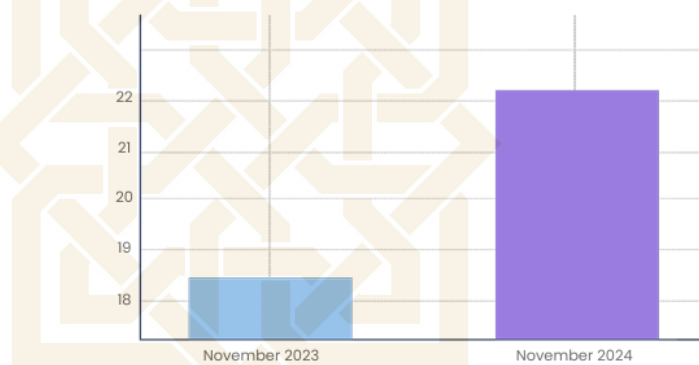


Berdasarkan data tersebut, adopsi Web3 di Indonesia juga mengalami peningkatan yang signifikan. Menurut laporan (Chainalysis, 2024), Indonesia menempati peringkat ke-4 dalam indeks adopsi *crypto* global, naik dari posisi ke-7 pada tahun sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat Indonesia semakin terbuka terhadap ekosistem *blockchain* dan Web3 sebagai bagian dari kehidupan digital mereka. Selain itu, data dari (Triple-A, 2020) menunjukkan bahwa sekitar 13,9% populasi

Indonesia telah memiliki aset kripto, menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara dengan tingkat kepemilikan *crypto* tertinggi di dunia (Triple-A, 2020).

Gambar 3. Jumlah Investor Crypto

22.11 million crypto investors in 2024

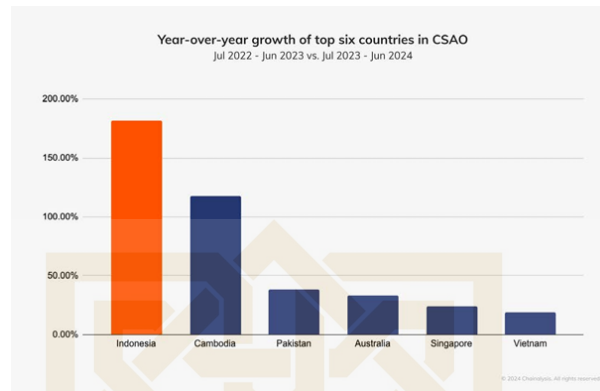


Source : (Coinvestasi, 2024)

Dari data grafik yang diatas yang dikutip dari (Coinvestasi, 2024), Indonesia mengalami peningkatan investor *crypto* dengan total pada November 2024 sebanyak 22,1 juta investor yang terdaftar. Pada data yang dikutip dari (Chainalysis, 2024), dalam (Coinvestasi, 2024) grafik dibawah yang menunjukan Indonesia menempati peringkat pertama di *Central & Southern Asia and Oceania* (CSAO) dengan pertumbuhan yang sangat pesat dengan hampir 200% dalam setahun terakhir pada Juni 2023-Juni 2024. Hal ini merupakan sebuah perkembangan yang sangat pesat jika dibandingkan dengan negara-negara lain, maka bisa dikatakan bahwa masyarakat kita sudah mulai melek terhadap perkembangan *blockchain* atau Web3 ini.



Gambar 4. Diagram Crypto Adoption



Source : (Coinvestasi, 2024)

Perkembangan Web3 tidak hanya membawa perubahan dalam cara individu berinteraksi dengan teknologi, tetapi juga membuka peluang untuk mendapatkan *income* baru yang lebih fleksibel. Hal ini dikarenakan dengan seiring pertumbuhan adopsi *crypto* global yang meningkat signifikan, otomatis banyak bermunculan perusahaan dan juga proyek-proyek di industri Web3 (Prajapati & Sinha, 2025). Berbeda dengan industri Web2 yang sering kali menuntut pengalaman kerja yang panjang dan persyaratan administratif yang kompleks, industri Web3 lebih terbuka terhadap individu yang memiliki keterampilan praktis, seperti *community builder*, *developer*, *marketer*, dan *content creator* (Basu, 2023).

Di Indonesias sendiri, dengan tingginya tingkat adopsi, banyak komunitas Web3 mulai berkembang sebagai wadah untuk saling berbagi informasi, edukasi, dan peluang *income* alternatif. Komunitas CryptoIndo Jogja, sebagai salah satu komunitas Web3 terbesar di Indonesia, berperan aktif dalam membantu anggotanya memahami industri Web3. Komunitas

ini sering mengadakan diskusi dan *meetup* secara *offline* yang memungkinkan anggotanya untuk berbagi pengalaman, memperluas jaringan, bertukar pengetahuan tentang industri Web3, peluang kerja, dan cara memperoleh penghasilan dari berbagai peran non-teknis di ekosistem tersebut (Nugroho, 2023).

Seperti halnya alam ayat Al-Qur'an dijelaskan bahwa komunikasi harus dilakukan dengan baik dan benar sesuai dengan kaidah yang semestinya, terlebih bagi seorang yang sedang berupaya membangun *personal branding* agar *value* atau potensi dirinya ini bisa menonjol diantara semua yang ada di sekitarnya, seperti dalam Surah Al-Ahzab ayat 70, yaitu:

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا سَدِيدًا ﴿٧٠﴾

Artinya: “Wahai orang-orang yang beriman, bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar”

Tafsir Al-Misbah (Shihab, 2022) menjelaskan bahwa integritas dalam komunikasi adalah fondasi kepercayaan. Dalam Komunitas CryptoIndo Jogja, nilai ini tercermin saat anggota secara transparan memaparkan tema atau pembahasan seputar *blockchain* dalam sesi meet-up, misalnya seperti penjelasan mekanisme *airdrop*, *staking*, *trading*, *ambassador project*, *content creator*, *developer* atau implikasi regulasi aset *crypto*. Berdasarkan hal tersebut maka dapat disimpulkan bahwa melakukan komunikasi yang baik dalam membangun reputasi serta hubungan satu dengan lainnya yang mana itu merupakan hal yang sangat penting, seperti halnya yang utama ialah berkata jujur dalam segala hal.

Studi dari (Nugroho, 2023) menemukan bahwa komunitas Web3 di Indonesia, termasuk CryptoIndo Jogja, memainkan peran penting dalam membantu individu dalam mendapatkan informasi mengenai alternatif *income* di industri web3 melalui salah satunya ialah *airdrop* dengan komunikasi strategis. Dalam konteks komunitas seperti ini, komunikasi interpersonal memainkan peran sentral. Komunikasi antar anggota menjadi sarana utama dalam menyampaikan informasi seputar peluang *income*, berbagi pengalaman, serta membangun kepercayaan satu sama lain. Proses komunikasi ini tidak dilakukan secara formal, melainkan berlangsung dalam suasana non-hirarkis, akrab, dan partisipatif. Berdasarkan fenomena tersebut, penting untuk meneliti bagaimana komunikasi interpersonal dalam komunitas seperti CryptoIndo Jogja terjadi, terutama dalam konteks penyebaran informasi *airdrop* sebagai alternatif *income* di industri Web3.

Dengan memahami pola komunikasi ini, kita dapat melihat bagaimana informasi strategis disebarkan secara informal dan bagaimana hal tersebut berkontribusi dalam mendukung kemandirian ekonomi anggota komunitas ini. Berdasarkan fenomena diatas maka dari itu penulis tertarik mengambil penelitian yang berjudul “**Komunikasi Interpersonal dalam Penyebaran Informasi Airdrop Sebagai Alternatif Income di Industri Web3: Studi pada Komunitas CryptoIndo Jogja**”.

## B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan di atas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “Bagaimana komunikasi interpersonal komunitas CryptoIndo Jogja dalam penyebaran informasi *airdrop* sebagai alternatif *income* di industri Web3?”

## C. Tujuan Penelitian

Penelitian ini memiliki tujuan untuk menganalisis bagaimana komunikasi interpersonal pada komunitas CryptoIndo Jogja dalam penyebaran informasi *airdrop* sebagai alternatif *income* di industri web3.

## D. Manfaat Penelitian

### 1. Manfaat Teoritis

Diharapkan dari penelitian ini dapat memberikan kontribusi untuk pengembangan Ilmu Komunikasi secara luas. Lebih dari itu, peneliti berharap hasil penelitian berikut dapat meningkatkan kekayaan keilmuan terutama di bidang Ilmu Komunikasi terutama dalam komunikasi interpersonal di era digital dan komunitas Web3 yang masih minim kajian ilmiahnya.

### 2. Manfaat Praktis

Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi masukan bagi komunitas Web3 seperti CryptoIndo Jogja dalam meningkatkan

efektivitas komunikasi antar anggota, terutama dalam penyampaian informasi penting seperti peluang *airdrop* sebagai alternatif *income*.

#### E. Tinjauan Pustaka

Untuk mendukung penelitian ini, peneliti melakukan telaah pustaka dari beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini. Telaah pustaka merupakan kajian kritis atas pembahasan suatu topik yang sudah diteliti oleh para peneliti sebelumnya. Bertujuan untuk menyampaikan kepada pembaca, pengetahuan dan ide apa saja yang sudah dibahas dalam suatu topik penelitian. Dari tinjauan pustaka yang dilakukan, peneliti mendapatkan beberapa judul penelitian yang hampir sama, yaitu:

Penelitian pertama, yaitu skripsi yang ditulis oleh Zemilia (2021) dengan judul “Komunikasi Interpersonal Antar Anggota Dalam Menanamkan Nilai Kerukunan Pada Pengajian Sosial Kerukunan Tetangga di Kecamatan Tanjung Karang Timur”. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pola komunikasi interpersonal digunakan sebagai sarana untuk menanamkan nilai kerukunan dalam komunitas pengajian. Menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi, penelitian ini menemukan bahwa komunikasi interpersonal yang dilakukan secara langsung melalui pertemuan pengajian terbukti mampu mempererat hubungan sosial antar anggota. Interaksi tersebut tidak hanya menjadi media penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga alat untuk membangun rasa persaudaraan dan



toleransi. Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam sebuah komunitas yang bersifat non-formal, komunikasi interpersonal dapat menjadi instrumen penting untuk menyampaikan nilai-nilai bersama yang disepakati secara sosial

Penelitian kedua, yaitu jurnal yang ditulis oleh Amelia Sholikhaq, Ayi Krisnha Widya Adhi Nugraha, dan Ibnu Adham (2025) yang berjudul “Transformasi Komunikasi Interpersonal di Era IoT: Studi Budaya Digital di Masyarakat Indonesia”. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengkaji dampak transformasi komunikasi interpersonal yang dipengaruhi oleh *Internet of Things* (IoT) terhadap kualitas hubungan sosial dalam masyarakat Indonesia. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan studi kasus dan data diperoleh melalui observasi serta dokumentasi aktivitas digital masyarakat. Hasilnya menunjukkan bahwa meskipun penggunaan teknologi digital seperti perangkat pintar mempermudah konektivitas, terdapat penurunan kualitas kedekatan emosional antar individu. Kesimpulan dari studi ini menyatakan bahwa komunikasi interpersonal di era digital cenderung lebih efisien secara teknis, tetapi kehilangan kehangatan relasional, yang merupakan ciri khas budaya komunikasi masyarakat Indonesia. Studi ini menjadi penting karena menggambarkan perubahan dinamika komunikasi dalam konteks masyarakat digital yang relevan dengan komunitas Web3 yang juga berbasis teknologi.

Penelitian ketiga, jurnal yang ditulis oleh M. Zaki Lubis (2024) dalam penelitiannya yang berjudul “Komunikasi Interpersonal di Era Media Sosial: Pengaruh Interaksi *Online* terhadap Hubungan Personal” menyoroti bagaimana media sosial mengubah cara individu berinteraksi satu sama lain dalam hubungan personal. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dan menggali data melalui wawancara serta observasi interaksi digital. Temuan utama dari penelitian ini menunjukkan bahwa walaupun media sosial meningkatkan intensitas komunikasi, namun kualitas hubungan interpersonal justru menurun. Interaksi yang semula bersifat hangat dan penuh keintiman menjadi cenderung mekanis dan transaksional. Kesimpulannya, komunikasi interpersonal digital menuntut adanya adaptasi strategi komunikasi agar tetap dapat menjaga kedalaman hubungan, yang sangat berguna dalam konteks komunitas daring seperti CryptoIndo Jogja yang menjadi objek dalam penelitian ini.

Penelitian keempat, jurnal yang ditulis oleh Danny Halim, Gabrielle Treisyela Dini, dan Sherrin Salim (2022) dalam penelitiannya yang berjudul “Analisis Komunitas Online Girl We Can Terkait Efektivitas Komunikasi Interpersonal antara Pengurus dan Anggota” menganalisis efektivitas komunikasi interpersonal di dalam komunitas perempuan berbasis online. Dengan pendekatan kualitatif fenomenologis, data dikumpulkan melalui observasi langsung dan wawancara terhadap anggota komunitas. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi antar pengurus dan anggota komunitas belum berjalan secara optimal. Salah satu penyebabnya adalah

rendahnya intensitas komunikasi di grup WhatsApp dan beban kerja pengurus yang tinggi. Hal ini menyebabkan jarak sosial antar anggota dan menurunnya rasa keterikatan komunitas. Penelitian ini menyimpulkan bahwa untuk menciptakan kohesi sosial yang kuat, perlu adanya komunikasi interpersonal yang lebih aktif dan partisipatif. Relevansi penelitian ini terletak pada fokusnya terhadap komunikasi dalam komunitas online, yang sangat dekat dengan kondisi komunitas CryptoIndo Jogja.

Penelitian yang terakhir, ialah jurnal yang ditulis oleh Laela Pitriana (2024) berjudul “Peran Komunikasi Interpersonal Antara Trainer dan Member *FatlossRepublic* dalam Membentuk Motivasi Pola Hidup Sehat” membahas bagaimana komunikasi interpersonal mampu membentuk motivasi individu dalam komunitas kebugaran. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan teknik observasi dan wawancara mendalam. Hasilnya menunjukkan bahwa hubungan interpersonal yang terjalin dengan baik antara trainer dan member berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan motivasi dan komitmen anggota untuk menjalani pola hidup sehat. Penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi interpersonal yang bersifat suportif dan akrab dapat menciptakan efek psikologis positif yang berdampak pada partisipasi aktif anggota. Meskipun konteksnya berbeda, yaitu komunitas kebugaran, temuan ini mendukung asumsi bahwa komunikasi interpersonal dapat memperkuat relasi dan mendorong terjadinya pertukaran informasi yang konstruktif dalam komunitas.

Tabel 1. Tinjauan Pustaka

No	Nama Peneliti/Judul	Persamaan	Perbedaan	Hasil
1	Zemilia, "Komunikasi Interpersonal Antar Anggota Dalam Menanamkan Nilai Kerukunan Pada Pengajian Sosial Kerukunan Tetangga" Skripsi (2021)	Penelitian ini memiliki persamaan yaitu meneliti komunikasi interpersonal antar anggota komunitas dan fokus pada proses komunikasi dua arah	Penelitian ini memiliki perbedaan di bagian fokus pada nilai kerukunan dalam konteks pengajian keagamaan, bukan pada informasi <i>income</i> atau teknologi Web3	penelitian ini menemukan bahwa komunikasi interpersonal yang dilakukan secara langsung melalui pertemuan pengajian terbukti mampu mempererat hubungan sosial antar anggota. Interaksi tersebut tidak hanya menjadi media penyampaian pesan keagamaan, tetapi juga alat untuk membangun rasa persaudaraan dan toleransi. Penelitian ini menunjukkan bahwa dalam sebuah komunitas yang bersifat non-formal, komunikasi interpersonal dapat menjadi instrumen penting untuk menyampaikan nilai-nilai bersama yang disepakati secara sosial
2	Amelia Sholikhah, Ayi Krisnha Widya Adhi Nugraha, dan Ibnu Adham, "Transformasi Komunikasi Interpersonal di Era IoT: Studi Budaya Digital di Masyarakat Indonesia" Jurnal (2025)	Penelitian ini memiliki persamaan dalam hal membahas transformasi komunikasi interpersonal dalam masyarakat digital dan teknologi.	Penelitian ini memiliki perbedaan dalam segi objeknya yaitu mengkaji komunikasi interpersonal akibat IoT secara umum, tidak fokus pada komunitas atau peluang <i>income</i> di Web3	Hasilnya menunjukkan bahwa meskipun penggunaan teknologi digital seperti perangkat pintar mempermudah konektivitas, terdapat penurunan kualitas kedekatan emosional antar individu. Kesimpulan dari studi ini menyatakan bahwa komunikasi interpersonal di era digital cenderung lebih efisien secara teknis, tetapi kehilangan kehangatan relasional, yang merupakan ciri khas budaya komunikasi masyarakat Indonesia

3	M. Zaki Lubis  <i>“Komunikasi Interpersonal di Era Media Sosial: Pengaruh Interaksi Online terhadap Hubungan Personal”</i> (2023)	Penelitian ini memiliki persamaan dalam hal membahas komunikasi interpersonal dalam konteks digital (media sosial).	Penelitian ini memiliki perbedaan dalam fokus pada relasi personal akibat media sosial, tidak fokus pada komunitas atau penyebaran informasi peluang <i>income</i> alternatif.	Temuan utama dari penelitian ini menunjukkan bahwa walaupun media sosial meningkatkan intensitas komunikasi, namun kualitas hubungan interpersonal justru menurun. Interaksi yang semula bersifat hangat dan penuh keintiman menjadi cenderung mekanis dan transaksional
4	Danny Halim, Gabrielle Treisyela Dini, Sherrin Salim, <i>“Analisis Komunitas Online Girl We Can Terkait Efektivitas Komunikasi Interpersonal antara Pengurus dan Anggota”</i> (2022)	Penelitian ini memiliki persamaan dalam hal membahas efektivitas komunikasi interpersonal dalam komunitas seperti konteks pada komunitas CryptoIndo Jogja.	Penelitian ini memiliki perbedaan dalam fokus komunitas yang dikaji adalah komunitas perempuan dengan fokus pada kesetaraan gender, bukan peluang <i>income</i> di Web3.	Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi antar pengurus dan anggota komunitas belum berjalan secara optimal. Salah satu penyebabnya adalah rendahnya intensitas komunikasi di grup WhatsApp dan beban kerja pengurus yang tinggi. Hal ini menyebabkan jarak sosial antar anggota dan menurunnya rasa keterikatan komunitas. Penelitian ini menyimpulkan bahwa untuk menciptakan kohesi sosial yang kuat, perlu adanya komunikasi interpersonal yang lebih aktif dan partisipatif
5	Laela Pitriana, <i>“Peran Komunikasi Interpersonal Antara Trainer dan Member FatlossRepublic</i>	Penelitian ini memiliki persamaan dalam fokus pada peran komunikasi interpersonal	Penelitian ini memiliki perbedaan dalam objeknya yaitu pada komunitasnya yaitu studio	Hasilnya menunjukkan bahwa hubungan interpersonal yang terjalin dengan baik antara trainer dan member berkontribusi secara signifikan terhadap peningkatan motivasi dan komitmen anggota untuk menjalani pola hidup sehat. Penelitian ini

	<i>dalam Membentuk Motivasi Pola Hidup Sehat” (2024)</i>	dalam membentuk motivasi, relevan dengan semangat saling berbagi di komunitas.	kebugaran, bukan komunitas Web3 atau informasi <i>income</i> digital.	menyimpulkan bahwa komunikasi interpersonal yang bersifat suportif dan akrab dapat menciptakan efek psikologis positif yang berdampak pada partisipasi aktif anggota.
--	--	--	---	---

Sumber: Olahan Peneliti (2025)

## F. Landasan Teori

### 1. Komunikasi Interpersonal

#### a. Pengertian Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal ialah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera (Joseph A. DeVito, 2016). Namun menurut (Wiranto, 2004) komunikasi interpersonal adalah suatu proses komunikasi yang terjadi dalam situasi tatap muka antara dua orang atau lebih, baik secara terorganisir maupun dalam keluarga. Pengertian tersebut sesuai dengan pendapat (Changara, 2004) yang menyatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah suatu proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka. Adapun jenis komunikasi yang paling sering dilakukan oleh orang ialah komunikasi interpersonal (Jalaluddin, 2005). Studi Larasati menunjukkan hal ini (Nashori F, 2008). bahwa 73%

komunikasi manusia terjadi secara interpersonal; ini menunjukkan bahwa orang lebih sering berkomunikasi dengan orang lain dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan beberapa definisi diatas dapat dimengerti bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang dilakukan oleh dua orang atau lebih, dengan beberapa efek dan umpan balik seketika (Karim, 2022). Kelebihan komunikasi jenis ini bahwa umpan balik seketika, dimana komunikator suatu saat bisa berganti menjadi komunikan begitu juga sebaliknya, yakni dengan efek langsung. Komunikasi interpersonal pada dasarnya ialah komunikasi antar komunikator dengan komunikan. Karena sifatnya dialogis, komunikasi ini dianggap paling efektif dalam hal mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang karena sifatnya yang dialogis berupa percakapan. Komunikator mengetahui tanggapan langsung komunikan, pada saat komunikasi berlangsung.

b. Komponen Komunikasi Interpersonal

Komponen dalam komunikasi antar pribadi menurut (Suranto, 2011), dapat diartikan sebagai suatu proses komunikasi antar pribadi. Terdapat beberapa komponen-komponen komunikasi antar pribadi yang saling berkesinambungan satu sama lain, yaitu:

1) Keterbukaan

Keterbukaan dalam komunikasi interpersonal pada hakikatnya adalah sebagai berikut:



a) Keterbukaan didefinisikan sebagai kesediaan untuk menjawab pertanyaan orang lain dengan jujur dan terus terang sehingga orang lain mengharapkan hal yang sama dari mereka. Dalam situasi ini, keterbukaan diperlukan dengan merespons komunikasi dan komentar orang lain secara spontan dan tidak menyesal. Sangat sulit untuk melakukannya dan dapat menyebabkan kesalahpahaman, seperti rasa tersinggung dan kemarahan orang lain.

b) Manusia sebagai makhluk sosial, semestinya harus terbuka terhadap orang lain. Bukan berarti orang ini menceritakan semua kisahnya, tetapi terbuka dalam hal ini hanya untuk masalah umum untuk diketahui public selanjutnya juga untuk membantu orang lain memahami pendapat mereka.

## 2) Empati

Empati ada dalam diri individu yang berfungsi untuk merasakan apa yang dirasakan orang lain. Seseorang dengan kemampuan empati yang baik, dapat dikatakan mempunyai kapasitas intelektual dan emosional yang baik juga. Empati ini akan membuat seseorang terus berusaha merasakan dan melihat dari sudut pandang orang lain.



### 3) Perilaku Suportif atau sikap mendukung

Sikap positif diwujudkan dalam bentuk perilaku dan sikap. Dalam bentuk perilaku berarti Tindakan yang dipilih adalah tindakan yang sesuai dengan tujuan komunikasi, khususnya pelaksanaan kegiatan yang efektif dengan tujuan untuk menjalin kerjasama antar anggota komunitas. Dalam bentuk sikap, berarti pihak-pihak yang berperan dalam komunikasi hendaknya mempunyai pikiran maupun perasaan yang positif, tanpa adanya rasa curiga. Sikap positif dapat diwujudkan melalui berbagai macam cara. Diantaranya, menghormati orang lain, berpikir positif terhadap orang lain, tidak terlalu curiga, percaya akan pentingnya orang lain, menunjukkan adanya komitmen untuk bekerjasama, serta memberikan penghargaan atau pujian kepada orang lain.

### 4) Kesetaraan atau kesamaan, diantaranya:

- a) Kesamaan bidang pengalaman diantara para pelaku komunikasi. Artinya, komunikasi interpersonal umumnya akan lebih efektif bila para pelakunya memiliki nilai, sikap, perilaku dan pengalaman yang sama. Hal ini tidak berarti bahwa ketidaksamaan tidaklah komunikatif.

- b) Kesamaan dalam percakapan di antara para pelaku komunikasi, memberi pengertian bahwa dalam komunikasi interpersonal harus ada kesamaan dalam hal mengirim dan menerima pesan (Karim, 2022).

c. Indikator komunikasi interpersonal

Berikut ini merupakan komponen-komponen yang berperan dalam Komunikasi Interpersonal (Joseph A. DeVito, 2016):

- 1) Konteks komunikasi, yaitu merujuk pada kondisi fisik, sosial, psikologis, dan waktu di mana komunikasi berlangsung.
- 2) Pesan, yaitu isi komunikasi yang disampaikan, baik berupa informasi, opini, atau instruksi.
- 3) Saluran komunikasi, merupakan media yang digunakan dalam penyampaian pesan, seperti komunikasi tatap muka, aplikasi chatting, atau grup diskusi daring.
- 4) Umpan balik, yaitu tanggapan atau respons dari penerima pesan, yang menunjukkan pemahaman atau keinginan untuk melanjutkan komunikasi.
- 5) Gangguan, yaitu segala bentuk hambatan dalam proses komunikasi, seperti miskomunikasi, gangguan teknis, atau perbedaan pemahaman.

- 6) Efektivitas komunikasi, yaitu tingkat keberhasilan komunikasi dalam menyampaikan pesan dan mendorong tindakan nyata

d. Tujuan komunikasi interpersonal

Menurut (Muhammad, 2015) di dalam buku menyebutkan tujuan komunikasi interpersonal adalah untuk menemukan diri kita sendiri, menemukan dunia luar, membangun dan memelihara hubungan yang bermakna, mengubah sikap dan perilaku, bermain, bersenang senang, dan saling membantu. Sedangkan menurut (Changara, 2004) komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang berorientasi pada tindakan atau kegiatan yang dilakukan untuk tujuan tertentu, tujuan tersebut adalah:

- 1) Menemukan Diri Sendiri

Salah satu tujuan komunikasi interpersonal adalah menemukan personal atau pribadi. Bila kita terlibat dalam pertemuan interpersonal dengan orang lain kita belajar banyak sekali tentang diri kita maupun orang lain. Jadi dengan menemukan diri sendiri kita lebih mengenal diri kita sendiri dan bisa bersikap dengan benar terhadap orang lain.

- 2) Menemukan Dunia Luar

Hanya komunikasi interpersonal menjadikan kita memahami lebih banyak tentang diri kita dan orang lain yang berkomunikasi dengan kita. Inilah hal yang menjadikan kita

memahami lebih baik dunia luar, dunia objek, kejadian-kejadian dan orang lain. Dengan menemukan dunia luar membuat pikiran kita lebih luas dan terbuka.

3) Membentuk dan menjaga hubungan yang penuh arti

Salah satu keinginan orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan dengan orang lain. Banyak dari waktu yang kita pergunakan dalam komunikasi interpersonal diabdikan untuk membentuk dan menjaga hubungan dengan orang lain. Dengan membentuk dan menjaga hubungan yang penuh arti kita dapat membentuk komunikasi yang harmonis dengan orang lain dalam jangka yang lama.

4) Merubah sikap dan tingkah laku

Banyak waktu kita gunakan untuk mengubah sikap dan tingkah laku orang lain dengan pertemuan interpersonal. Kita boleh menginginkan mereka memilih cara tertentu. Dengan berubah sikap dan tingkah laku kita lebih sering membujuk melalui komunikasi interpersonal daripada komunikasi melalui media massa.

5) Bermain dan kesenangan

Bermain mencakup semua aktivitas yang mempunyai tujuan utama adalah mencari kesenangan. Dengan melakukan komunikasi interpersonal semacam itu

dapat memberikan keseimbangan yang penting dalam pikiran yang memerlukan rileks dari semua keseriusan di lingkungan kita.

#### 6) Membantu menggunakan

Ahli-ahli kejiwaan, ahli psikologis klinis dan terapi menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan professional mereka mengarahkan kliennya. Kita semua juga berfungsi membantu orang lain dalam interaksi interpersonal kita sehari-hari.

Berdasarkan pengertian di atas dapat kita pahami komunikasi interpersonal memiliki tujuan untuk mencapai kedekatan dan kenyamanan dalam berkomunikasi sehingga dapat diterima dan dipahami oleh lingkungan kita dalam sehari-hari untuk keberhasilan pencapaian yang telah ditargetkan. Dalam konteks komunitas CryptoIndo Jogja, komunikasi interpersonal menjadi sarana utama bagi anggota untuk saling berbagi pengalaman, informasi teknis, hingga motivasi dalam mengikuti berbagai program Web3 seperti *airdrop*. Komunikasi ini berlangsung dalam bentuk percakapan langsung saat pertemuan tatap muka maupun melalui saluran daring seperti *Telegram*.

## 2. Teori Penyebaran Informasi

### a. Definisi Teori Penyebaran Informasi

Penyebaran informasi yang diungkapkan oleh (Sastropetro, 1987) mendefinisikan sebagai kegiatan dalam menyebarkan sebuah pesan yang berisi mengenai fakta sehingga menciptakan penjelasan yang benar dan jelas serta menimbulkan pengertian yang sama terhadap pesan yang disampaikan. Konsep penyebaran informasi ialah pesan yang disampaikan harus memicu suatu minat, perhatian, dan keinginan untuk melakukan tindakan. Penyebaran informasi juga berkaitan dengan kegiatan komunikasi menggunakan unsur 5W+1H. Apabila suatu sumber informasi berhasil dalam membuat seorang komunikan tersebut percaya dan melakukan tindakan yang dilakukan oleh komunikan sesuai dengan informasi yang diperolehnya, maka proses penyebaran informasi dan komunikasi tersebut dapat dikatakan berhasil.

Dalam hal ini (Littlejohn & Foss, 2008) menyatakan bahwa proses perubahan sosial meliputi penemuan, penyebaran (atau komunikasi), serta akibat memiliki hubungan dengan kegiatan penyebaran informasi. Perubahan sosial dapat terjadi baik secara internal yang berasal dari dalam sebuah kelompok atau secara eksternal dengan adanya kontak bersama agen perubahan dari luar.

Penyebaran informasi diartikan sebagai sebuah proses kolaborasi yang melibatkan dua pihak, yaitu penyedia informasi dan penerima informasi yang saling berinteraksi melalui kegiatan transfer informasi (Bao & Bouthillier, 2013). Selain itu juga, kolaborasi pada

proses penyebaran informasi diartikan sebagai sebuah bentuk kerja sama yang memungkinkan untuk terjadinya pertukaran informasi di dalam jaringan sosial.

b. Unsur Penyebaran Informasi

Menurut (Ordonez, 2017) menyatakan bahwa penyebaran informasi merupakan proses dari kegiatan komunikasi yang meliputi lima unsur sebagai berikut:

1) Komunikator

Dalam hal penyebaran informasi, komunikator harus memiliki peranan penting terhadap informasi yang disampaikan. Informasi tersebut harus memiliki rujukan dengan keakuratan dan kredibilitas yang jelas, sehingga informasi yang disampaikan dapat dipercayai oleh penerima. Unsur yang harus diperhatikan oleh komunikator dalam mencari sumber referensi mengenai informasi yang akan disebarkan antara lain, memperhatikan kredibilitas dari sumber informasi, bersifat objektif dan berdasarkan fakta, cara penyajian, kedekatan dengan penerima informasi, motivasi, dan gaya bahasa mudah dipahami oleh penerima informasi.

2) Pesan

Pesan merupakan segala sesuatu yang berbentuk simbol, disampaikan oleh seseorang serta di dalamnya

mengandung sebuah persepsi yang diterima oleh khalayak dalam serangkaian makna. Pesan atau informasi yang hendak disampaikan haruslah sesuai dengan tujuan dari penyampaian pesan agar isi pesan atau informasi tersebut dapat tersampaikan dengan baik kepada penerima pesan.

### 3) Waktu

Konteks merupakan topik dari suatu informasi yang ingin disampaikan oleh penyebar informasi sehingga ketika seorang penerima informasi membuka informasi tersebut maka, mereka akan langsung mengetahui apa yang dipaparkan di dalamnya.

### 4) Media

Media merupakan sarana yang digunakan dalam menyalurkan berbagai informasi atau pesan, menumbuhkan perasaan, pikiran, dan perhatian khalayak. Pemilihan media untuk penyebaran informasi terdapat beberapa hal yang harus dipertimbangkan seperti karakteristik isi informasi, tujuan informasi yang ingin disampaikan serta kemampuan media dalam menjangkau khalayak.

### 5) Penerima

Pada proses penyebaran informasi, seorang komunikator harus memahami terlebih dahulu mengenai siapa yang akan menjadi komunikan atau khalayak sasaran.



Hal tersebut dikarenakan untuk menyampaikan sebuah informasi harus memiliki hubungan antara sumber informasi dan penerima informasi serta untuk mengetahui model tindakan yang akan dilakukan untuk menumbuhkan kesadaran dan pemahaman bagi penerima informasi.

Pada saat melakukan penyebaran informasi, seorang komunikator harus memperhatikan dan mencermati prinsip-prinsip dalam pengelolaan serta desain mengenai unsur-unsur komunikasi. Hal tersebut bertujuan agar pesan atau informasi yang disampaikan dapat diterima dengan baik dan meningkatkan efektivitas dalam menyampaikan informasi kepada *audiens*.

c. Syarat Penyebaran Informasi

Menurut (Sastropetro, 1987) menyatakan beberapa syarat dalam melakukan penyebaran informasi yaitu:

- 1) Pesan harus tersusun dengan jelas, mantap, dan singkat

Dalam penyebaran informasi, pesan harus tersusun dengan jelas, mantap, dan singkat agar mudah dipahami oleh penerima pesan. Pesan yang disampaikan harus berasal dari sumber yang jelas dan terpercaya untuk meningkatkan kredibilitas serta memastikan bahwa informasi tersebut akurat dan dapat diandalkan. Hal tersebut penting untuk meminimalisir kesalahpahaman dan memastikan bahwa inti dari pesan tersebut dapat tersampaikan dengan baik

dikarenakan setiap individu memiliki daya tangkap yang berbeda-beda. Sementara itu, pesan disusun secara mantap mencerminkan bahwa pengirim pesan yakin dengan apa yang mereka sampaikan, sehingga memungkinkan untuk memperoleh kepercayaan dari penerima pesan. Ketepatan dan kesingkatan dalam penyampaian pesan menjadi fokus pada inti dari apa yang ingin disampaikan, sehingga tidak ada ruang untuk informasi yang tidak relevan atau tidak diperlukan.

- 2) Lambang yang digunakan harus mudah dipahami dan dimengerti

Lambang yang digunakan dalam penyebaran informasi merupakan elemen penting untuk memastikan bahwa pesan yang disampaikan dapat dipahami secara efektif oleh penerima pesan. Lambang-lambang tersebut dapat berupa penggunaan bahasa yang melibatkan kata-kata atau frasa yang universal, sehingga pesan dapat diserap dengan mudah tanpa memberikan rasa kebingungan bagi penerima pesan. Selain itu, desain visual yang mencakup ikon, simbol, warna, dan bentuk dapat memperkuat pesan yang disampaikan serta menarik perhatian bagi penerima pesan. Penggunaan ikon dan simbol dapat membantu dalam memberikan gambaran yang cepat dan mudah dipahami tentang konsep atau ide

yang kompleks. Lalu, warna memiliki kekuatan untuk memengaruhi emosi dan penekanan. Sementara itu, bentuk dapat membantu dalam menyampaikan struktur dan hierarki informasi.

- 3) Pesan yang disampaikan harus mampu mengundang minat  
Pesan yang disampaikan secara tepat dapat menimbulkan minat yang kuat dan mendorong penerima pesan untuk melakukan suatu tindakan. Ketika sebuah pesan dirancang dengan memperhatikan kebutuhan, keinginan, dan karakteristik penerima pesan, hal ini dapat memicu minat mereka dan mendorong keterlibatan secara lebih aktif.

Dengan menyajikan informasi yang relevan dengan apa yang dicari atau diinginkan oleh penerima pesan, maka pesan tersebut menjadi lebih menarik bagi mereka. Hal tersebut memungkinkan bagi penerima pesan dapat terhubung secara personal, sehingga cenderung lebih memotivasinya untuk merespon pesan tersebut dengan melakukan tindakan yang diinginkan.

- 4) Pesan harus menimbulkan rasa keingintahuan

Pesan yang disampaikan harus memiliki kemampuan untuk menimbulkan rasa keingintahuan dari penerima pesan untuk memecahkan suatu permasalahan. Dengan memberikan pemahaman yang mendalam, maka pesan yang disampaikan

dapat merangsang keingintahuan penerima pesan untuk mengeksplorasi lebih lanjut dan mencari solusi yang tepat. Selain itu, pesan yang disampaikan dengan menyediakan dukungan dan solusi praktis, dapat memberikan panduan yang berguna bagi penerima pesan untuk menghadapi dan mengatasi permasalahan yang dihadapi.

5) Pesan harus menimbulkan stimulasi dan rangsangan

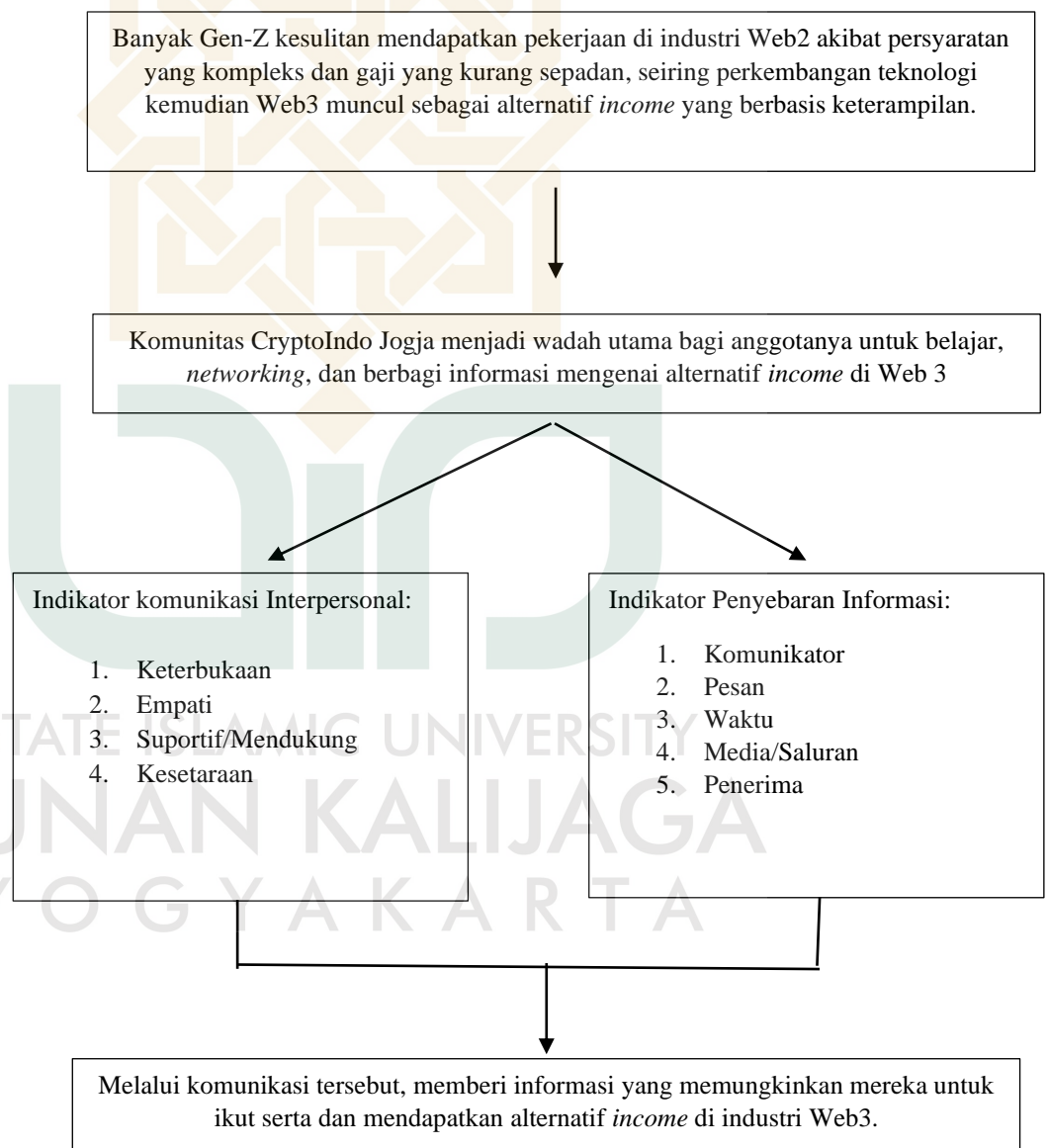
Dalam penyebaran informasi, pesan harus dirancang untuk menginspirasi atau merangsang emosi, pikiran, dan tindakan bagi penerima pesan agar diterima secara positif. Penggunaan kata-kata yang membangkitkan semangat, gambaran visual yang kuat, atau narasi yang menginspirasi dapat memberikan dorongan tambahan bagi penerima pesan untuk merespon dengan antusiasme dan dukungan. Pesan yang dirancang dengan memperhitungkan aspek emosional dan motivasional dapat lebih efektif dalam mencapai tujuan penyebaran informasi.

Dalam penelitian ini, dua teori utama yang digunakan adalah Teori Komunikasi Interpersonal dan Teori Penyebaran Informasi yang memiliki keterkaitan erat dalam memahami bagaimana komunikasi yang terjalin antar anggota komunitas CryptoIndo Jogja dalam berbagi informasi *airdrop* sebagai alternatif *income* di Industri Web3, karena komunikasi menjadi sarana utama dalam

menyebarkan informasi mengenai industri ini yang sangat cepat perkembangannya.

#### G. Kerangka Pemikiran

Tabel 2. Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti (2025)

## H. Metodologi Penelitian

### 1. Jenis Penelitian

Metode dan pendekatan dalam penelitian berikut adalah metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Penelitian kualitatif dipahami sebagai penelitian dengan data berbentuk kalimat atau kategori yang diperoleh dengan berbagai teknik mencakup wawancara, analisis terhadap dokumen, diskusi kelompok terfokus, dan observasi. Bentuk data dalam penelitian kualitatif juga mencakup gambar dari pengambilan gambar ataupun rekaman (Sugiyono, 2023).

Pendekatan deskriptif dalam penelitian merupakan pendekatan dengan tujuan memberikan deskripsi terkait fenomena yang ditemukan baik itu alamiah ataupun buatan. Penelitian deskriptif berusaha untuk memberikan deskripsi dan interpretasi terhadap sesuatu dengan tujuan untuk memberikan gambaran secara konkret terkait suatu fenomena. Selain itu juga dimaksudkan untuk menjelaskan dan mengekspos sebuah fenomena yang ada (Rusli, 2021). Sehingga peneliti dapat lebih mudah untuk mengetahui bagaimana komunikasi interpersonal yang terjadi dalam penyebaran informasi *airdrop* sebagai alternatif *income* di industri Web3 pada komunitas CryptoIndo Jogja.

## 2. Subjek dan Objek Penelitian

### a. Subjek Penelitian

Menurut (Arikunto, 2010), subjek penelitian adalah orang atau sesuatu yang dikenai perlakuan dalam suatu penelitian. Subjek ini merupakan sumber data yang diteliti untuk memperoleh informasi yang diperlukan dalam menjawab pertanyaan penelitian. Penentuan subjek dalam penelitian ini dilakukan dengan cara *purposive sampling*, menurut definisinya telah disampaikan oleh Sugiyono dalam bukunya ialah “*Purposive sampling* adalah teknik dalam pengambilan sampel sumber data dengan suatu pertimbangan tertentu.

Pertimbangan tertentu ini misalnya orang tersebut yang dianggap paling tahu tentang apa yang kita harapkan, atau mungkin dia sebagai penguasa sehingga akan memudahkan peneliti menjelajahi objek/situasi sosial yang diteliti” (Sugiyono,

2023). Berdasarkan kriteria tertentu, yaitu kemampuan memberikan informasi yang relevan. Dalam hal ini peneliti menetapkan tiga subjek utama, yakni pelaku yang sudah pernah mengikuti airdrop dan juga mendapatkan hasil dari hal tersebut.

Subjek dalam penelitian ini ialah anggota komunitas CryptoIndo Jogja khususnya mereka yang aktif dalam penyebaran informasi *airdrop* sebagai alternatif *income* di industri Web3, baik secara *offline* maupun *online*.

Berikut merupakan data subjek penelitian yang sesuai dengan kriteria diatas:

- 1) Nama : Farhan  
Usia : 24 Tahun  
Peran : Anggota komunitas CryptoIndo Jogja
- 2) Nama : Naufal  
Usia : 23 Tahun  
Peran : Anggota komunitas CryptoIndo Jogja
- 3) Nama : Titus  
Usia : 23 Tahun  
Peran : Koordinator komunitas CryptoIndo Jogja

b. Objek Penelitian

Menurut (Sugiyono, 2023), objek penelitian adalah segala sesuatu yang menjadi fokus perhatian peneliti untuk dipelajari dan diselidiki, guna memperoleh informasi atau data yang diperlukan untuk menjawab pertanyaan penelitian dan mencapai tujuan penelitian. Objek dalam penelitian ini ialah komunikasi interpersonal yang terjadi dalam proses penyebaran informasi *airdrop* sebagai alternatif *income* di industri Web3 pada Komunitas CryptoIndo Jogja.



### 3. Metode Pengumpulan Data

#### a. Observasi

Observasi adalah suatu proses kompleks yang tersusun dari berbagai proses biologis dan psikologis, dua diantara yang penting dalam observasi adalah proses pengamatan dan ingatan (Sugiyono, 2023). Peneliti melakukan observasi penelitian yaitu di *basecamp* komunitas CryptoIndo Jogja dengan mengikuti kegiatan komunitas seperti diskusi *offline* atau *sharing session* untuk mengamati secara langsung interaksi antar anggota, termasuk bagaimana informasi tentang web3 disampaikan dan diterima.

#### b. Wawancara

Menurut (Sugiyono, 2023), wawancara adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengajukan pertanyaan secara langsung kepada responden atau narasumber untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Dalam wawancara, peneliti berinteraksi secara langsung dengan responden untuk memperoleh data yang mendalam dan detail tentang topik yang diteliti. Wawancara dapat dilakukan secara terstruktur, semi-terstruktur, atau tidak terstruktur, tergantung pada tujuan dan kebutuhan penelitian. Dalam penelitian ini peneliti melakukan wawancara pada anggota komunitas yaitu ada 3 orang narasumber utama bernama Titus, Naufal, dan

Farhan. Ketiganya merupakan anggota bagian dari komunitas CryptoIndo Jogja.

c. Dokumentasi

Menurut (Sugiyono, 2023), dokumentasi adalah metode pengumpulan data yang dilakukan dengan cara mengumpulkan dan menganalisis dokumen-dokumen yang relevan dengan topik penelitian. Dalam hal ini peneliti akan mengambil dokumentasi berupa foto baik dengan narasumber dan juga foto ketika kegiatan *offline* komunitas CryptoIndo Jogja sebagai bahan tambahan.

4. Metode Analisis Data

Menurut (Sugiyono, 2023), metode analisis data adalah proses mengorganisasikan, mengurutkan, mengelompokkan, memberi kode, dan mengkategorikan data sehingga dapat ditarik kesimpulan yang valid dan dapat dipercaya. Analisis data dilakukan untuk menginterpretasikan data yang telah dikumpulkan sehingga dapat memberikan jawaban atas pertanyaan penelitian atau menguji hipotesis yang telah diajukan.

Data yang sudah didapatkan kemudian digabungkan satu dengan lainnya, selanjutnya ditelaah sehingga menjadi satu kesatuan yang benar dalam bentuk tulisan, dan pada akhirnya dapat ditarik satu kesimpulan. Data yang didapat dari penelitian ini akan dianalisis oleh peneliti

menggunakan analisis data menurut Miles dan Huberman dalam (Zulfirman, 2022), yaitu:

a. Reduksi Data

Reduksi data merupakan proses pemilihan atau seleksi, pemusatan perhatian dan penyerdehanaan dari semua jenis informasi yang mendukung data penelitian yang didapat selama proses penelitian di lapangan. Pada tahap ini bertujuan untuk menggolongkan, menajamkan, mengarahkan, memperjelas, dan membuat satu fokus penelitian. Maka dari itu, narasi yang disajikan dapat dipahami dengan baik dan kesimpulan yang dapat dipertanggung jawabkan.

b. Penyajian Data

Penyajian data merupakan sebuah proses penyusunan informasi yang memiliki kesimpulan dalam penelitian kualitatif. Dengan penyajian data akan memudahkan peneliti untuk memahami masalah yang terjadi dan merencanakan tindakan selanjutnya.

c. Penarikan Kesimpulan

Pada tahap ini merupakan bagian dari proses terakhir mengenai langkah-langkah yang dilakukan diatas. Dalam hal ini, kesimpulan diambil dari data yang telah dianalisis dan data yang sudah dilihat berdasarkan data yang sudah didapat di lapangan.

## 5. Metode Keabsahan Data

Metode keabsahan data merupakan upaya dalam menunjukkan validitas penelitian. Dalam (Wijaya, 2018) triangulasi merupakan teknik untuk menguji validitas data dengan menguji kembali terhadap data yang sudah didapat selama penelitian. Metode keabsahan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah Triangulasi Sumber. Triangulasi Sumber yaitu membandingkan informasi dari wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi dan keakuratan data (Moleong, 2018). Untuk memastikan keabsahan data yang sudah diperoleh, peneliti tidak hanya bersandar pada Wawancara dengan para anggota komunitas CryptoIndo Jogja yang terlibat dalam aktivitas komunikasi interpersonal dalam penyebaran informasi airdrop, tetapi juga melibatkan pihak lain yang bisa dibilang memiliki Pengalaman serta pengetahuan mendalam mengenai topik yang diteliti, Adapun sumber triangulasi dalam penelitian ini ialah Yudha Tama, merupakan seorang yang sudah berpengalaman dalam industri Web3 yang telah mengenal dan mendalami seluk beluk industri ini sejak 2017.

Pandangan dari narasumber diatas merupakan bagian dari langkah untuk mengecek ulang, membandingkan, dan memperkuat data yang diperoleh dari narasumber utama, terutama dalam lingkup interaksi yang terjadi khususnya dalam lingkup *airdrop* dalam komunitas. Hal ini memberikan perspektif baru mengenai topik penelitian serta memberikan validitas yang lebih kuat terhadap temuan

selama mengambil data di lapangan, yang mana data keseluruhan dalam penelitian ini tidak hanya diambil dari pelaku dalam komunikasi interpersonal dalam konteks *airdrop*, tetapi juga melibatkan pihak lain yang juga mengamati mengenai hal tersebut.



## BAB IV

### KESIMPULAN DAN SARAN

#### A. Kesimpulan

Penelitian ini dilakukan dengan niat untuk menggali bagaimana komunikasi interpersonal dapat berperan dalam menyebarkan informasi mengenai *airdrop*, sebuah peluang ekonomi yang berkembang di tengah dunia Web3 yang dinamis. Dengan mengambil studi pada komunitas CryptoIndo Jogja salah satu komunitas Web3 paling aktif dan terbuka di Indonesia, penelitian ini menunjukkan bahwa kekuatan komunikasi antarindividu ternyata memiliki peran yang signifikan dalam membantu orang-orang saling belajar, memahami, dan memanfaatkan peluang digital seperti salah satunya yang bisa dilakukan di Web3 ialah *airdrop* untuk menambah pemasukan bagi siapapun yang ikut serta dikarenakan hal ini terbuka bagi siapapun tanpa terkecuali.

Melalui pendekatan kualitatif deskriptif dan analisis berdasarkan teori komunikasi interpersonal dari (Joseph A. DeVito, 2016), peneliti menemukan bahwa komunikasi yang terjadi di komunitas ini bukanlah komunikasi yang kaku atau formal. Sebaliknya, komunikasi yang terjalin di komunitas tersebut tumbuh dalam suasana santai, kekeluargaan, dan penuh semangat kolaborasi. Para anggota komunitas, meskipun pada dasarnya berasal dari latar belakang yang berbeda-beda seperti mahasiswa, pekerja, pemula, bahkan praktisi

Web3 senior dapat saling berinteraksi satu sama lain secara setara tanpa adanya batasan. Nilai keterbukaan sangat terasa, terlihat dari bagaimana anggota saling berbagi informasi tanpa pamrih serta merasa senang hati karena bisa berbagi informasi dengan anggota lainnya, bahkan terhadap anggota baru sekalipun. Empati dan dukungan juga menjadi nilai penting yang ditanamkan, di mana anggota dalam komunitas ini tidak ada yang merasa digurui, menggurui atau dominasi satu pihak atas yang lain. Semua orang diperlakukan sama dan sejajar sebagai pembelajar yang sedang bertumbuh bersama.

Temuan mengenai kuatnya budaya keterbukaan, empati, dan dukungan ini secara menarik beresonansi dengan landasan nilai yang diangkat dalam penelitian ini, yaitu firman Allah SWT dalam Surah Al-Ahzab ayat 70 yang menekankan pentingnya *qaulan sadida* atau perkataan yang benar sebagai fondasi kepercayaan. Praktik di komunitas CryptoIndo Jogja, di mana anggota secara transparan berbagi informasi apapun, mengakui risiko, dan saling membantu tanpa pamrih, merupakan manifestasi nyata dari nilai tersebut. Hal ini tidak hanya sebatas ungkapan dari para anggota internal, tetapi juga divalidasi secara kuat oleh narasumber triangulasi. Sebagaimana yang diungkapkan oleh Yudha, seorang praktisi berpengalaman, bahwa komunitas ini memang sangat terbuka dan suportif, di mana kejujuran dalam berbagi informasi menjadi inti dari interaksi mereka. Dengan demikian, kesaksian ahli ini menjembatani antara nilai ideal yang

terkandung dalam Al-Qur'an dengan fenomena komunikasi yang terjadi di lapangan, mengonfirmasi bahwa integritas dan kejujuran dalam berkomunikasi bukan hanya sebuah konsep teoretis, tetapi menjadi modal sosial utama yang memungkinkan keberhasilan dan keberlanjutan sebuah komunitas digital di era Web3.

Selain itu, teori penyebaran informasi dari (Ordonez, 2017) juga membantu memahami bagaimana informasi mengenai *airdrop* tersebar dengan cepat dan akurat di komunitas ini. Kemudian kredibilitas komunikator menjadi faktor penting anggota hanya akan mengikuti informasi yang disampaikan oleh individu yang dipercaya, baik karena rekam jejaknya di Web3, maupun karena konsistensinya berbagi hal yang bermanfaat ataupun informasi yang menarik. Pesan-pesan *airdrop* pun disampaikan secara jelas, baik melalui diskusi langsung di *basecamp* komunitas maupun penyampaian informasinya lewat media digital seperti Telegram dan X (Twitter). Menariknya, komunikasi *offline* dan *online* berjalan secara paralel dan saling melengkapi. Ada yang cukup menarik, penerima informasi (anggota komunitas) menunjukkan antusias dan motivasi untuk memahami serta terlibat dalam interaksi dalam komunitas, meskipun tidak semuanya memiliki latar belakang teknologi atau pemahaman mengenai finansial. Yang membuat fenomena ini menarik adalah bahwa *airdrop* tidak dianggap sebagai sumber penghasilan utama, melainkan hanya sebatas alternatif *income*. Artinya, anggota tidak menggantungkan seluruh hidupnya dari



hasil *airdrop*, tetapi melihatnya sebagai peluang yang bisa dimanfaatkan sambil menjalani pekerjaan utama mereka. Beberapa bahkan menyebut bahwa hasil dari satu *airdrop* bisa mendapatkan *reward* bisa berkisar antara \$30 hingga \$500, tergantung dari banyaknya proyek *airdrop* yang diikuti dan strategi yang digunakan.

Namun, mereka sadar bahwa hasil tersebut tidak selalu pasti dan kadang memerlukan waktu yang lama untuk bisa dicairkan dalam bentuk uang. Dengan demikian, komunitas ini tidak hanya menjadi tempat memburu keuntungan, selain itu juga menjadi wadah edukasi, pemberdayaan serta penguatan jaringan sosial dalam ekosistem digital yang baru berkembang ini. Triangulasi dengan seorang praktisi Web3 berpengalaman, Mas Yudha, semakin menguatkan bahwa komunikasi interpersonal yang berjalan efektif, jujur, tulus, dan kolaboratif adalah pondasi utama dari keberhasilan komunitas seperti CryptoIndo Jogja.

Dalam pandangannya, komunitas ini telah membuktikan bahwa peluang digital seperti *airdrop* bisa menjadi sarana pembelajaran ekonomi digital yang sangat terbuka untuk siapa saja tanpa terkecuali, tidak peduli latar belakangnya. Secara keseluruhan, penelitian ini menyimpulkan bahwa komunikasi interpersonal yang kuat, dikombinasikan dengan strategi penyebaran informasi yang cepat, kredibel, dan relevan, menjadi kunci utama dalam mendorong partisipasi anggota komunitas untuk terlibat dalam peluang ekonomi digital seperti *airdrop*. Komunitas CryptoIndo Jogja bisa menjadi salah

satu contoh konkret bahwa transformasi digital bukan hanya tentang teknologi, tetapi juga tentang manusia, tentang bagaimana kita berkomunikasi, berbagi, dan tumbuh bersama dalam dunia baru bernama Web3.

## B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan serta dinamika yang ditemui selama proses pengumpulan data di lapangan serta bercengkrama dengan para anggota komunitas CryptoIndo Jogja, penulis merumuskan beberapa saran sebagai bentuk kontribusi ilmiah yang nantinya penulis harapkan dapat memberikan manfaat praktis, baik bagi komunitas CryptoIndo Jogja sebagai subjek penelitian, maupun bagi peneliti-peneliti selanjutnya yang ingin mengangkat dengan tema serupa. Saran ini tidak bersifat menggurui, melainkan sebagai bentuk refleksi dan harapan dari penulis setelah mengetahui lebih dalam mengenai interaksi dan komunikasi yang terjadi dalam lingkup komunitas Web3 yang begitu dinamis.

### 1. Bagi Komunitas CryptoIndo Jogja

Komunitas CryptoIndo Jogja merupakan contoh nyata bahwa sebuah komunitas bisa menjadi wadah belajar bagi siapa saja, terbuka, dan saling mendukung. Komunitas ini tidak hanya jadi tempat *sharing* info tentang *airdrop*, tapi juga berkembang menjadi tempat bertumbuhnya relasi baru, kolaborasi, dan pengetahuan. Suasana yang santai dan informal justru membuat banyak orang merasa nyaman

untuk bertanya, berbagi pengalaman, bahkan belajar dari nol. Ini tentu menjadi kekuatan tersendiri. Akan tetapi, agar komunitas ini bisa berkembang lebih solid ke depannya, penulis menyarankan untuk mulai mendokumentasikan pengetahuan-pengetahuan penting yang sering dibagikan bisa dalam bentuk pdf yang sudah di susun sedemikian rupa agar bisa diterima serta dipahami dengan mudah sekalipun oleh orang awam yang baru saja ‘nyemplung’ di dunia Web3, seperti strategi mengikuti *airdrop* agar bisa mendapatkan probabilitas keuntungan yang sebesar-besarnya, cara riset proyek Web3 yang nantinya akan kita ikuti agar tidak terjebak dalam *scam* atau penipuan oleh oknum yang tidak bertanggungjawab, atau pengalaman anggota sukses dalam mendapatkan peluang di Web3 dengan dibuatkan sesi khusus secara eksklusif secara offline di cafe ataupun di *basecamp* agar informasinya bisa lebih tersampaikan dengan baik serta para anggota bisa merasakan *feel*-nya ketika pembicara menyampaikan informasinya.

Selain itu, akan sangat baik jika struktur internal yang sudah ada membantu anggota baru yang ingin juga terlibat menjadi bagian pengurus di komunitas tersebut yang tidak mungkin juga bisa memunculkan bakat terpendam yang bisa dituangkan ke komunitas itu sendiri agar bisa lebih berkembang, misalnya dengan membagi tim menjadi edukasi, dokumentasi, media sosial, dan lain-lain. Hal ini juga membuka peluang kontribusi bagi banyak anggota sesuai minatnya. Komunitas ini juga bisa mulai menjalin kolaborasi lebih luas, misalnya

dengan kampus, media, atau proyek Web3 skala nasional. Ini akan memperkuat posisi CryptoIndo Jogja sebagai penghubung yang efektif antara dunia Web3 dan masyarakat umum. Dengan cara ini, semangat literasi digital dan desentralisasi yang diusung tidak hanya berhenti di internal komunitas, tapi bisa menyebar lebih luas dan berdampak nyata kepada masyarakat.

## 2. Bagi Penelitian Selanjutnya

Penelitian ini mengangkat tema yang masih tergolong baru di ranah akademik, terutama dalam lingkup ilmu komunikasi di Indonesia, tentu masih banyak celah yang bisa dijelajahi lebih dalam oleh peneliti lainnya dengan mudah. Fokus penelitian ini memang hanya terbatas pada satu komunitas di satu kota, jadi hasilnya belum bisa di samakan kepada komunitas Web3 lainnya di Indonesia. Bagi peneliti selanjutnya, akan sangat menarik jika misalnya bisa membandingkan beberapa komunitas sekaligus, baik yang berada di kota lain atau bahkan yang berada di luar negeri.

Perbandingan tersebut bisa memberikan gambaran lebih luas tentang pola komunikasi yang ada dalam suatu komunitas, cara penyebaran informasinya, serta budaya komunitas yang mungkin berbeda-beda satu dengan lainnya karena pasti setiap komunitas memiliki keunikannya masing-masing. Tak hanya itu, akan menarik juga jika penelitian ke depan bisa menghubungkan aktivitas komunikasi interpersonal ini dengan dampak ekonomi yang diterima oleh anggota

apakah mereka benar-benar mendapatkan pemasukan signifikan dari aktivitas seperti *airdrop*. Selain pendekatan kualitatif, seperti penelitian kuantitatif pun bisa digunakan untuk melihat keterkaitan antarvariabel jika nantinya sudah banyak sumber data kredibel yang sudah banyak beredar, seperti keterkaitan intensitas komunikasi dengan hasil finansial yang diperoleh.

Pendekatan lain seperti *etnografi* juga bisa memberikan *insight* yang lebih dalam karena mampu menangkap dinamika budaya yang ada dalam komunitas digital seperti ini. Pada akhirnya, penulis berharap penelitian ini bisa jadi awal bagi munculnya kajian ilmiah lainnya yang lebih serius dalam membahas atau membawakan topik mengenai Web3, *crypto*, dan bentuk-bentuk komunikasi digital baru. Dunia digital sedang berubah dengan cepat, dan komunitas-komunitas seperti CryptoIndo Jogja adalah contoh bagaimana manusia bisa beradaptasi, berbagi, dan berkembang bersama teknologi. Sudah saatnya akademisi ikut terlibat aktif dalam memahami dan menjembatani perkembangan ini agar tetap relevan di masa depan.

## DAFTAR PUSTAKA

- Allen, D. W. E. (2024). Crypto airdrops: An evolutionary approach. *Journal of Evolutionary Economics*, 34(4), 849–872. <https://doi.org/10.1007/s00191-024-00874-6>
- Allen, D. W. E., Berg, C., & Lane, A. M. (2023). Why airdrop cryptocurrency tokens? *Journal of Business Research*, 163(March), 113945. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113945>
- Arikunto, S. (2010). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Rineka Cipta.
- Bao, X., & Bouthillier, F. (2013). Information Sharing: As a Type of Information Behavior. *Proceedings of the Annual Conference of CAIS / Actes Du Congrès Annuel de l'ACSI*, 1–14. <https://doi.org/10.29173/cais198>
- Basu, S. (2023). *How Web3 Careers are Changing the Job Market*. <https://web3.careers/blog>
- BPS Indonesia, S. I. (2023). Catalog : 1101001. *Statistik Indonesia 2023, 1101001*, 790. <https://www.bps.go.id/publication/2020/04/29/e9011b3155d45d70823c141f/statistik-indonesia-2020.html>
- Chainalysis. (2024). Global crypto adoption index 2024. In *Bisnis.com*. <https://market.bisnis.com/read/20250308/94/1859776/indonesia-pengadopsi-kripto-ketiga-literasi-perlu-digenjot>
- Chainalysis. (2024). *The 2024 Geography of Crypto Report. October*.
- Changara, H. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT.Raja Grafindo Persada.
- Coinvestasi. (2024). *Indonesia Table of Contents*.
- GeeksforGeeks. (2025). *Difference Between Web 1.0, Web 2.0, and Web 3.0*. <https://www.geeksforgeeks.org/blogs/web-1-0-web-2-0-and-web-3-0-with-their-difference/>
- Halim, D. (2022). Analisis Komunitas Online Girl We Can Terkait Efektivitas Komunikasi Interpersonal antara Pengurus dan Anggota. *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 24(2), 301–324. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v24i2.3611>
- Jalaluddin, R. (2005). Metode Penelitian Komunikasi. In *Simbiosis Rekatama Media*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Joseph A. DeVito. (2016). *The Interpersonal Communication Book* (14th Editi). Pearson Education Limited.
- Joseph, W. (2025). *The Evolution of Internet Technologies: From Web 1.0 to Web 3.0. November 2024*. <https://www.researchgate.net/publication/390246680>



- Joseph, W., & Josh, L. (2025). *Web 3 . 0 and the Decentralized Internet : Opportunities and Challenges*. January.
- Karim, B. (2022). Pengaruh Komunikasi Interpersonal Guru Dengan Siswa Terhadap Minat Belajar Siswa Dalam Mewujudkan Perilaku Belajar Siswa. *Khazanah Akademia*, 3(02), 39–51. <https://doi.org/10.52434/jurnalkhazanahakademia.v3i02.67>
- Littlejohn, S. W., & Foss, K. A. (2008). *Theories of Human Communication*. Waveland Press, Inc. <http://books.google.com/books?hl=id&lr=&id=r3Fk0aRpJM4C&pgis=1>
- Messias, J., Yaish, A., & Livshits, B. (2024). *Airdrops: Giving Money Away Is Harder Than It Seems*. <http://arxiv.org/abs/2312.02752>
- Moleong. (2018). *Metode Penelitian Kualitatif*. Rosdakarya.
- Muhammad, A. (2015). *Komunikasi Organisasi* (1st ed.). Bumi Aksara.
- Nashori F. (2008). *Psikologi Sosial Islam [Islamic Social Psychology]*. Refika Aditama.
- Nugroho, R. (2023). *Dinamika Karier Gen-Z di Era Digital*. Pustaka Pelajar.
- Nugroho, R. (2023). *Perkembangan Ekosistem Web3 dan Peran Komunitas dalam Adopsi Blockchain di Indonesia*. ITS Press.
- Ordonez. (2017). Disseminating Knowledge Products. In *Knowledge Solutions*. Springer: Knowledge Solution. [https://doi.org/10.1007/978-981-10-0983-9\\_97](https://doi.org/10.1007/978-981-10-0983-9_97)
- Pitriana, L. (2024). Peran Komunikasi Interpersonal Antara Trainer Dan Member Fatlossrepublic Dalam Membentuk Motivasi Pola Hidup Sehat. *Media Komunikasi Efektif*, 1, 70--75. <http://jurnal.bsi.ac.id/index.php/mke>
- Prajapati, P. K., & Sinha, A. K. (2025). Scalability and Interoperability Challenges in the Web 3.0 Ecosystem. *Journal of Research in Science and Engineering*, 7(1), 64–69. [https://doi.org/10.53469/jrse.2025.07\(01\).10](https://doi.org/10.53469/jrse.2025.07(01).10)
- Rusli, M. (2021). Merancang penelitian kualitatif dasar/deskriptif dan studi kasus. *Al-Ubudiyah: Jurnal Pendidikan Dan Studi Islam*, 2(1), 48–60.
- Sastropoetro, S. (1987). *Pendapat Publik, Pendapat Umum Dan Pendapat Khalayak Dalam Komunikasi Sosial*. Remadja Karya CV.
- Savani, N. (2024). Understanding Web 3.0: Opportunities and Challenges for Developers. *International Journal of Computer Trends and Technology*, 71(1), 72–76. <https://doi.org/10.14445/22312803/ijctt-v72i1p112>
- Shihab, M. Q. (2002). *Tafsir Al-Misbah*. Lentera Hati.
- Sholikhaq, A., Nugraha, A. K. W. A., & Adham, I. (2025). Transformasi komunikasi interpersonal di era IoT: Studi budaya digital di masyarakat

- Indonesia. *Jurnalika: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 12--26.  
<https://doi.org/10.63494/jites.v4i2.270>
- Sudha, P. (2025). *A study on blockchain and cryptocurrency*. May.  
<https://doi.org/10.15463/gfbm-mib-2025-408>
- Sugiyono. (2023). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Suranto, A. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Graha Ilmu.
- Tapscott, D. . & T. A. (2016). Blockchain revolution: How the technology behind bitcoin is changing the world. In *Penguin*. Penguin Random House.
- Triple-A. (2020). *Crypto Ownership Indonesia*. <https://triple-a.io/crypto-ownership-indonesia/>
- Wijaya, R. (2018). Teknik Triangulasi dalam Riset Sosial. *Jurnal Metodologi Penelitian*, 5 (2), 88–101.
- Wiranto. (2004). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT.Gramedia Widya Sarana.
- Zaki, M. L. (2024). Komunikasi Interpersonal di Era Media Sosial : Pengaruh Interaksi Online terhadap Hubungan Personal M . Zaki Lubis. *Circle Archive*, 1(6), 1–8. <https://circle-archive.com/index.php/carc/article/view/337>
- Zemilia. (2021). *Komunikasi Interpersonal Antar Anggota Dalam Menanamkan Nilai Kerukunan Pada Pengajian Sosial Kerukunan Tetangga Di Kecamatan Tanjung Karang Timur*. UNIVERSITAS ISLAM NEGERI RADEN INTAN LAMPUNG.
- Zheng, Z., Xie, S., Dai, H. N., Chen, X., & Wang, H. (2018). Blockchain challenges and opportunities: A survey. *International Journal of Web and Grid Services*, 14(4), 352–375. <https://doi.org/10.1504/IJWGS.2018.095647>
- Zulfirman, R. (2022). Implementasi Metode Outdoor Learning Dalam. In *Pendidikan dan Pengajaran* / (Vol. 3). Pendidikan dan Pengajaran.  
<http://dx.doi.org/10.30596%2Fjppp.v3i2.11758>