



Efektivitas Penggunaan Grup Chat *Whatsapp* dalam Penyampaian Komunikasi Organisasi

Vian Hidayat & Angga Intueri Mahendra

Ilmu Komunikasi Universitas AMIKOM Yogyakarta

Email: vian.h@students.amikom.ac.id

Publikasi

Vol. 02, No. 01,
Juni 2022

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana Efektivitas Penggunaan Grup Chat Whatsapp dalam Penyampaian Komunikasi Organisasi pada Ukm Uki Jashtis di Universitas AMIKOM Yogyakarta. Peneliti Menggunakan pendekatan Kualitatif. Teori yang digunakan untuk menganalisis yaitu Teori CMC (Communication Media Computer) oleh Spitzberg. Dalam Teori ini sebelum berkomunikasi dengan menggunakan media CMC, Terlebih dahulu mengetahui bagaimana media CMC yang baik untuk di gunakan dalam berkomunikasi. Dalam teori ini terdapat 3 faktor yaitu faktor dalam menentukan kriteria yang baik untuk di gunakan yaitu faktor Media, Faktor Pesan dan Faktor Konteks, yang nantinya akan menghasilkan sebuah asumsi yaitu efisiensi, pemahaman, kesesuaian dan kepuasan. Metode penelitian yang di gunakan yaitu kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Interview, Observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model teknik menurut Miles dan Huberman Penelitian ini menyimpulkan bahwa Efektivitas Penggunaan Grup Chat Whatsapp dalam Penyampaian Komunikasi Organisasi pada Ukm Uki Jashtis di Universitas AMIKOM Yogyakarta mendapatkan efisiensi yang dimana jika faktor konteks terpenuhi. Mendapatkan Pahaman yang dimana saat faktor pesan terpenuhi. Mendapatkan kesesuaian yang dimana saat faktor media terpenuhi dan yang terakhir mendapatkan kepuasan saat hasil efisiensi, pemahaman dan kesesuaian terpenuhi.

Kata kunci:

Organisasi;
Komunikasi;
Whatsapp

Abstract

The purpose of this study was to find out how Effective the Use of Whatsapp Chat Groups is in the Submission of Organizational Communication to Ukm Uki Jashtis at AMIKOM Yogyakarta University. Researchers Using a Qualitative approach. The theory used to analyze is the CMC (Communication Media Computer) theory by Spitzberg. In this theory, before communicating using CMC media, first know how good CMC media is to use in communicating. In this theory there are 3 factors, namely factors in determining good criteria to use, namely media factors, message factors and context factors, which will later produce an assumption, namely efficiency, understanding, suitability and satisfaction. The research method used is descriptive qualitative with data collection techniques used are interviews, observation and documentation. Data analysis techniques using engineering models according to Miles and Huberman. This research concludes that the Effectiveness of Using Whatsapp Chat Groups in Delivering Organizational Communications at Ukm Uki Jashtis at AMIKOM Yogyakarta University gains efficiency where context factors are met. Get an understanding which is when the message factor is fulfilled. Get conformity when media factors are met and the latter gets satisfaction when results of efficiency, understanding and suitability are met.

Keyword:

Effectiveness;
Organization;
WhatsApp

1. Latar Belakang

Masyarakat dan komunikasi merupakan hal yang berkaitan dan tidak dapat dipisahkan, karena masyarakat terbentuk karena adanya komunikasi, sebaliknya jika masyarakat tidak ada manusia tidak mungkin dapat mengembangkan komunikasi (Schramm dalam Mulyana, 2014).

Komunikasi merupakan proses satu manusia atau lebih, grup atau kelompok terstruktur memberikan sebuah pesan informasi kepada yang dituju bisa satu manusia atau lebih, grup atau kelompok terstruktur. Pengirim pesan mengirimkan informasi pada penerima informasi melalui medium komunikasi. Setelah itu dimana penerima membalas feedback kepada komunikator sebelumnya. Dari teori proses komunikasi di atas dalam menyampaikan komunikasi selain secara langsung, Komunikasi bisa menggunakan media sebagai perantara, media disini ada beberapa jenis yakni media tertulis (surat, memo, laporan, hand out, selebaran, catatan, poster, gambar, grafik), maupun media elektronik (faksimili, radio, televisi) dan yang terakhir

Media Internet. Komunikasi dalam media Internet disebut CMC (*computer mediated communication*) yaitu kegiatan manusia mencakup interaksi ataupun aktivitas dengan pihak lain lewat komputer yang terhubung dengan internet. CMC memberikan pengguna lebih banyak kebebasan untuk mengekspresikan diri dibandingkan dengan tatap muka sehingga relevan dengan kebutuhan komunikasi dalam internal organisasi. Salah satu bentuk CMC yaitu media sosial, media sosial tidak sekedar tren belaka namun bersifat fungsional sebagai solusi dalam mengelola suatu organisasi untuk menunjang aktivitas organisasi bahkan yang dirasa tidak bisa dilakukan (Arianto et al., 2020; Arnus, 2015; El-Jarn, 2014; Kapriadi & Irwansyah, 2020; Pratiwi, 2014; Suparno et al., 2012).

Dilansir pada Website Hootsuite We Are Social pada tahun 2020 .media sosial yang dikunjungi oleh orang Indonesia sampai saat ini berdasarkan Website Hootsuite We Are Social yang sering digunakan adalah, Youtube menjadi yang paling teratas yang peraihnya mencapai angka 88% dari jumlah total pengguna media sosial Indonesia, Dan diikuti nomor dua yaitu Whatsapp dengan peraihan naik 1% dari tahun sebelumnya yaitu 84%. Sehingga dapat dilihat bahwa dalam aplikasi untuk berkomunikasi pesan satu sama lain di Indonesia paling banyak menggunakan aplikasi Whatsapp. Dan di bawahnya ada aplikasi Pesan chat seperti Line, Gb Messenger, Bbm Dan Wechat. Bahkan dalam media liputan 6 menyatakan bahwa di Indonesia Whatsapp menjadi media Chatting terpopuler nomor satu dan diikuti nomor dua yaitu Line. Bahkan dalam google playstore, Whatsapp menduduki nomor satu dalam kategori aplikasi komunikasi pada bulan maret 2021 dengan pengunduh mencapai lebih 5 miliar pengguna Whatsapp. Dalam pernyataan sebelumnya media sosial merupakan alat yang memfasilitasi dalam berkomunikasi dengan cara online atau internet. Namun kelemahan dari media sosial adalah tingkat kehadiran sosial dalam media tidak bisa di pastikan. Pada Teori Social Presence (Short, Williams & Christie, 1976) menyatakan bahwa media komunikasi yang berbeda memungkinkan adanya tingkat pengalaman yang berbeda dari kehadiran sosial dari individu yang terlibat dalam komunikasi tersebut. Tingkat kehadiran sosial orang lain terkait dengan kualitas media komunikasi tersebut yaitu beragamnya komunikasi non-verbal yang aktif, aktif ketika informasi sosial / interpersonal disebarkan melalui perantara. Sementara komunikasi tatap muka memiliki tingkat kehadiran sosial tertinggi, sedangkan tingkat kehadiran sosial di CMC jauh lebih rendah. Dengan tingkat kehadiran sosial di CMC yang rendah maka orang yang terlibat dalam pertukaran komunikasi tidak bisa diprediksi dan diukur alhasil munculah Silent reader.

Dilansir dari media Bernas.id mengatakan bahwa silent reader untuk beberapa orang istilah ini mungkin sudah familiar, atau bahkan selama ini tanpa disadari Anda adalah seorang Silent Reader. Sebutan Silent Reader digunakan untuk orang-orang yang hanya membaca chat atau postingan orang lain, tanpa pernah memberikan respons atau komentar. Pada berita dari Solopos 7 mei 2020, Hasil yang di lakukan oleh tim jeda.id dalam survei online mengenai Silent Reader terhadap penggunaan WAG dengan rentang usia 19 – 38 rata-rata mereka menjadi 11-12 WAG. Meski jumlahnya di atas 10 WAG. 50% responden memilih menjadi Silent Reader. Sisanya 26,3% mengaku aktif di grup.

Dalam sebuah organisasi aliran informasi sangatlah penting sehingga dalam dimensi komunikasi pada organisasi dipecah dalam dua dimensi yaitu komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Menurut Muhammad (2001) dalam pernyataan tentang komunikasi internal, bahwa yang dimaksudkan adalah orang-orang dalam organisasi itu sendiri. Berarti Pesan komunikasi yang disampaikan untuk semua orang yang terlibat dalam sebuah organisasi dengan kata lain penerima pesan, itulah komunikasi internal, sehingga dalam komunikasi antar organisasi sering kali adanya pertukaran informasi antara anggota dengan anggota ataupun anggota dengan atasan. Dengan pernyataan itu peneliti tahu Komunikasi menjadi hal yang penting dalam berkelompok dengan manusia lain, tidak terkecuali pada organisasi. komunikasi yang baik mampu menumbuhkan sifat pengertian, saling membantu dalam

mencapai goal dan kepuasan proses kerja antar anggota satu sama lain dalam organisasi tersebut. Dan inilah mengapa penggunaan Grup chat Whatsapp sangat di perlukan untuk menjaga aliran informasi dalam organisasi. Namun karena munculnya kejadian kejadian silent reader maka di takutkan aliran informasi tidak berjalan baik, Akibat komunikasi yang tidak baik mempunyai dampak yang luas terhadap kehidupan organisasi, contohnya konflik antar pengurus organisasi.

2. Metode Penelitian

Metode penelitian yang di gunakan yaitu kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data yang digunakan adalah Interview, Observasi dan dokumentasi. Teknik analisis data menggunakan model teknik menurut Miles dan Huberman.

3. Hasil dan Pembahasan

Dalam pembahasan ini menjawab bagaimana efektivitas penggunaan grup chat WhatsApp dalam penyampaian komunikasi organisasi pada UKI Jashtis di Universitas AMIKOM Yogyakarta. Komunikasi menjadi salah satu hal penting dalam kehidupan sehari – hari. Dalam ajaran islam pada Al-Qur'an dalam surat Ar-Rahman ayat 1 – 4 yang artinya dalam bahasa indonesia “Tuhan yang Maha Pemurah, yang telah mengajarkan Al- Qur'an, dia menciptakan manusia, yang mengajarnya pandai bicara”. Maka menarik untuk meneliti grup chat WhatsApp dalam penyampaian komunikasi organisasi berdasarkan hasil pembahasan penelitian dan teori yang digunakan sebagai landasan penelitian, Efektivitas penggunaan memenuhi hasil asumsi dari teori CMC menurut Spitzberg (2001) yaitu Efisiensi, kepuasan, kesesuaian dan pemahaman.

Objek penelitian ini yang dimana penggunaan media untuk komunikasi organisasi yang memberikan dampak yaitu munculnya kejadian silent Reader, bahwa UKM Uki jashtis penggunaan Aplikasi Whatsapp dalam berkomunikasi dalam organisasi cukup efektif karena tidak semua bisa berkumpul dalam satu tempat dan dengan bantuan media ini untuk mengkomunikasikan informasi antar anggota dengan cepat dan langsung diterima dalam Grup chat pesan. Selain itu penggunaan grup chat Whatsapp sangat efektif digunakan saat acara besar yang diselenggarakan oleh organisasi UKM Uki Jashtis hal ini saat acara besar Ramadhan. Karena orang yang terlibat dalam agenda kegiatan besar tersebut membutuhkan banyak personil untuk membantu dan menangani agenda ramadhan tersebut,

Hal tersebut bisa terjadi karena dalam teori Media Richness, media yang sempurna akan meningkatkan tingkat kehadiran sosial yang itu berarti dapat meminimalkan kejadian Silent Reader (Daft & Lengel, 1986). Dari pernyataan itulah peneliti merangkum, alasan dasar penelitian ini bahwa media chatting mempunyai kelemahan yaitu kita tidak bisa mengukur tingkat kehadiran sosial yang alhasil munculah Silent Reader .karena dari masing- masing anggota organisasi yang dimana saat kita mengirim pesan kita tidak tahu apakah pesan kita sudah tersampaikan langsung kepada semua anggota atau belum. Namun dengan kriteria yang dikemukakan oleh Spitzberg mengenai CMC terkait kriteria media Chatting yang baik dan semua kriteria itu peneliti tertuju pada Whatsapp hal ini juga berdasarkan data penggunaan media chatting terbanyak di indonesia. Meskipun kelemahan media terkait adanya Silent Reader namun Whatsapp masih dipercaya dan digunakan untuk media Chatting dalam penyampaian komunikasi, yang bisa kita lihat bukti data yang didapat di atas. sehingga penelitian ini berfokus untuk mengetahui secara mendalam bagaimana Efektivitas penggunaan Grup Chat Whatsapp dalam Penyampaian komunikasi organisasi, dengan mendalami efektivitas media ini digunakan dalam berkomunikasi. Rumusan masalah pada penelitian ini bagaimana efektivitas penggunaan grup chat WhatsApp dalam penyampaian komunikasi organisasi pada UKM Uki Jashtis di Universitas AMIKOM Yogyakarta. Tujuan penelitian ini yaitu mengetahui efektivitas penggunaan grup chat WhatsApp dalam penyampaian komunikasi organisasi pada UKM Uki Jashtis di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

3.1. Efisiensi

Efisiensi dalam penggunaan Grup Chat WhatsApp terpenuhi apabila faktor Konteks dalam penggunaan media CMC terpenuhi. Dimana dalam Uki Jashtis dalam penyampaian komunikasi organisasi dengan grup chat WhatsApp sangat efisien dalam tekanan waktu penyampaian komunikasi, efisien dalam jarak masing-masing pengurus yang dapat berkomunikasi satu sama lain, serta dalam dengan menggunakan media ini sangat efisien sebagai wadah untuk memperkuat tingkat hubungan para pengurus, dan budaya dalam Uki Jashtis dalam berkomunikasi sangat cocok dengan menggunakan media ini tanpa perlu adanya ketidakcocokan. Selain itu dengan menggunakan media ini komunikasi antar jabatan dapat terjalin tanpa adanya rasa minder. Pada penelitian ini peneliti menemukan temuan baru bahwa gender juga menjadi mempengaruhi dalam efisiensi pada media CMC. Hal ini ditemukan

pada penelitian ini yang memang dalam berkomunikasi lawan jenis karena dalam budaya organisasi Uki Jashtis berkomunikasi berbeda status gender lebih dihindari.

3.2. Pemahaman

Pemahaman dalam penggunaan grup chat di dapatkan saat faktor pesan dalam penggunaan media CMC terpenuhi. Dalam Uki Jashtis kompleksitas penyampaian komunikasi dalam bentuk pesan chat dalam media ini sangat sesuai dan pas dengan kemampuan para pengurus dalam mengirim pesan. Media WhatsApp ini juga memberikan ketidakbatasan dalam jumlah pesan yang dapat dikirim pada grup chat WhatsApp, serta dalam penyampaian komunikasi terdapat konten emosional yang dapat menggantikan komunikasi nonverbal dalam bentuk emoticon, stickers sehingga dapat memperdalam pesan yang dikirim

3.3. Kesesuaian

Kesesuaian dalam penggunaan Grup Chat WhatsApp di dapatkan pada faktor media dalam penggunaan media CMC. Dalam Uki Jashtis dalam memilih WhatsApp sebagai media karena kelebihan media ini yang menjadi dasar untuk menunjang penyampaian komunikasi organisasi, media ini juga memberikan aksesibilitas media ini terbilang sangat mudah dan mampu digunakan oleh pengurus Uki Jashtis. Media ini juga memberikan kecepatan luar biasa dalam penyampaian komunikasi serta WhatsApp menjadi aplikasi pesan yang dimana semua pengurus punya sehingga tingkat kehadiran sosial dan interaktif pada WhatsApp ini pada organisasi Uki Jashtis terbilang cukup tinggi.

3.4. Kepuasan

WhatsApp di dapatkan saat dimana ketiga asumsi di atas terpenuhi yaitu Efisiensi, pemahaman dan kesesuaian.

5. Kesimpulan

Efektivitas Penggunaan Grup Chat Whatsapp dalam penyampaian komunikasi organisasi akan di dapat saat telah mendapatkan 4 hasil yaitu Efisiensi, Pemahaman, Kesesuaian dan Kepuasan. Dalam mencapai Hasil keempat tersebut masing – masing hasil harus memenuhi faktor yang tertera. Yang pertama Efisiensi di dapatkan saat faktor konteks terpenuhi. yang kedua yaitu pemahaman, hasil ini di dapatkan saat faktor pesan terpenuhi. Ketiga kesesuaian, hasil ini didapatkan ketika faktor media terpenuhi. Dan yang terakhir yaitu kesesuaian, hasil ini didapatkan ketika ketiga hasil tersebut telah diperoleh dari penggunaan grup chat whatsapp yaitu efisiensi, pemahaman dan kesesuaian. Selain itu dalam penelitian Efektivitas Penggunaan Grup Chat Whatsapp dalam Penyampaian Komunikasi Organisasi pada Ukm Uki Jashtis di Universitas AMIKOM Yogyakarta dalam hasil efisiensi, ditemukan temuan baru bahwa penggunaan Grup Chat Whatsapp dalam penyampaian komunikasi organisasi memberikan solusi dari indikator status yang dimana dalam budaya organisasi Uki Jashtis sendiri komunikasi tatap muka antar gender ikhwan dan akhwat di hindari dan solusi terkait perbedaan gender di temukan di indikator jarak dan tekanan Waktu. pada indikator jarak memang dengan Grup Chat Whatsapp bisa menjadi medium untuk berkomunikasi karena bisa berkomunikasi tanpa tatap muka, dan dalam indikator tekanan waktu memberikan keluasaan waktu untuk berkomunikasi dengan lawan gender.

Referensi

- Arianto., Bahfiarti, T., & Kalalembang, E. (2020). Computer Mediated Communication Dalam Perencanaan Pembangunan Daerah Provinsi Sulawesi Barat. *Avant Garde: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8(1), 60-78. <http://dx.doi.org/10.36080/ag.v8i1.973>
- Arnus, S.H. (2015). CMC, Pola Baru Berkomunikasi. *Al Muazir : Jurnal Kajian Ilmu –Ilmu Komunikasi dan Bimbingan Islam*, 8(2), 275-289. <http://dx.doi.org/10.31332/am.v8i2.744>
- El-Jarn, H. (2014). *Computer Mediated Communication, Social Networking Sites & Maintaining Relationships*. Manchester: Manchester Business School
- Kapriadi, P.R., & Irwansyah. (2020). Implementation of Computer Mediated Communication in Digital Staffing Based on Mobile Applications and Online Platforms at Startup Companies, *Kareba: Jurnal Ilmu Komunikasi* 9(2), 382-399.
- Mulyana, D. (2014). *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Cetakan ke-18. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya
- Pratiwi, F.D. (2014). Computer Mediated Communication dalam Perspektif Komunikasi Lintas Budaya : Tinjauan Pada Soompi Discussion Forum Empress Ki TaNyang Shipper. *Jurnal Komunikasi Profetik*, 7(1), 29-44.
- Suparno, B.A., Sosiawan,E.A., & Tripambudi, S. (2012). Computer Mediated Communication Situs Jejaring Sosial dan Identitas Diri Remaja. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 85-102