

BAB II

TINJAUAN TEORITIS

2.1 Komunikasi

2.1.1 Pengertian Komunikasi

Komunikasi dapat diartinya sebagai “transfer informasi” atau pesan-pesan (*message*) dari pengirim pesan sebagai komunikator kepada penerima pesan sebagai komunikan. Sesuai pendapat Onong Uchjana Effendi dalam Rosady Ruslan (2012: 81) bahwa kata komunikasi berasal dari bahasa latin: *communication* yang berarti “pemberitahuan” atau “pertukaran pikiran”. Berdasarkan hal tersebut maka secara garis besar dalam suatu proses komunikasi harus terdapat unsur-unsur kesamaan makna agar terjadi pertukaran pikiran atau pengertian antara komunikator (pengirim pesan) dan komunikan (penerima pesan).

Secara sederhana, Suranto Aw (2005: 16) menjelaskan bahwa “komunikasi adalah suatu proses pengiriman pesan atau simbol-simbol yang mengandung arti dari seorang komunikator kepada komunikan dengan tujuan tertentu.” Tujuan tertentu yang dimaksudkan adalah pesan atau informasi yang telah diperoleh dan ingin disalurkan kepada orang lain (komunikan). Komunikasi dapat dikatakan berhasil jika kedua belah pihak yang terlibat dalam komunikasi tersebut dapat mengerti dan memahami pesan atau informasi yang disampaikan.

Bernard Berelson mengemukakan pendapat Carl I. Hovland di dalam *Reader in Public Opinion and Communication* (Muslimin, 2004: 6-7) yang berbunyi: “komunikasi itu adalah proses dimana seorang individu (komunikator) mengoperkan

perangsang (biasanya lambang-lambang bahasa) untuk merubah tingkah laku individu-individu yang lain (komunikasikan)”, artinya komunikasi merupakan suatu proses dimana komunikator menyampaikan informasi kepada komunikan dengan tujuan agar komunikan memberikan tanggapan sesuai yang diharapkan oleh komunikator.

Berdasarkan beberapa pendapat tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan atau informasi dari komunikator (pengirim) kepada komunikan (penerima) untuk memperoleh *feedback* atau umpan balik dari komunikan.

2.1.2 Tujuan dan Fungsi Komunikasi

a. Tujuan Komunikasi

Menurut Riant Nugroho (2004) tujuan komunikasi adalah menciptakan pemahaman bersama atau mengubah persepsi, bahkan perilaku. Sedangkan menurut Katz dan Robert Kahn yang merupakan hal utama dari komunikasi adalah pertukaran informasi dan penyampaian makna suatu system social atau organisasi. Akan tetapi komunikasi tidak hanya menyampaikan informasi atau pesan saja, tetapi komunikasi dilakukan seorang dengan pihak lainnya dalam upaya membentuk suatu makna serta mengemban harapan-harapannya (Rosadi Ruslan, 2003). Dengan demikian komunikasi mempunyai peranan yang sangat penting dalam menentukan betapa efektifnya orang-orang bekerja sama dan mengkoordinasikan usaha-usaha untuk mencapai tujuan.

Secara umum, menurut Wilbur Schramm, tujuan komunikasi dapat dilihat dari dua perspektif kepentingan yaitu: kepentingan sumber/pengirim/komunikator, dan kepentingan penerima/komunikan. Dengan demikian maka tujuan komunikasi yang ingin dicapai dapat digambarkan sebagai berikut:

1. Tujuan komunikasi dari sudut kepentingan sumber: memberi informasi, mendidik, menyoalkan, dan menganjurkan suatu tindakan/persuasi
2. Tujuan komunikasi dari sudut kepentingan penerima: memahami informasi, mempelajari, menikmati, menerima/menolak.

Sedangkan menurut Widjaja (2015:66-67) tujuan komunikasi antara lain, yaitu:

1. Supaya yang kita sampaikan dapat mengerti, sebagai komunikator kita harus menjelaskan kepada komunikan (penerima) dengan sebaik-baiknya dan tuntas sehingga mereka dapat mengerti dan mengakui apa yang kita maksud.
2. Memahami orang lain. Kita sebagai komunikator harus mengerti benar aspirasi masyarakat tentang apa yang diinginkan kemauannya.
3. Supaya gagasan dapat diterima orang lain. Kita berusaha agar gagasan kita dapat diterima orang lain dengan pendekatan persuasive bukan memaksakan kehendak.
4. Menggerakkan orang lain untuk melakukan sesuatu, menggerakkan sesuatu itu dapat bermacam-macam, mungkin berupa kegiatan. Kegiatan dimaksud di sini adalah kegiatan yang lebih banyak mendorong, namun yang penting harus diingat adalah bagaimana cara baik untuk melakukan.

2.1.3 Jenis Komunikasi

Istilah komunikasi berasal dari kata Latin *Communicare* atau *Communis* yang berarti sama atau menjadikan milik bersama. dengan kata lain jika kita berkomunikasi dengan orang lain, berarti kita berusaha agar apa yang kita sampaikan kepada orang lain tersebut akan menjadi miliknya. Berikut beberapa penjelasan tentang jenis-jenis komunikasi

1. Komunikasi intrapribadi

Komunikasi intrapribadi (*intrapersonal communication*) adalah komunikasi dengan diri sendiri, baik kita sadari atau tidak. Misalnya berpikir. Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya di antara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya. (Muhammad, 2005:158-159). Klasifikasi Komunikasi Interpersonal Redding yang dikutip Muhammad (2004:159-160) mengembangkan klasifikasi komunikasi interpersonal menjadi interaksi intim, percakapan sosial, interogasi atau pemeriksaan dan wawancara.

2. Komunikasi antarpribadi

Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan respon verbal maupun nonverbal berlangsung secara langsung. Komunikasi intrapersonal merupakan keterlibatan internal secara aktif dari individu dalam pemrosesan simbolik dari pesan-pesan. Seorang individu menjadi pengirim sekaligus penerima pesan, memberikan

umpan balik bagi dirinya sendiri dalam proses internal yang berkelanjutan. Komunikasi intrapersonal dapat menjadi pemicu bentuk komunikasi yang lainnya. Pengetahuan mengenai diri pribadi melalui proses-proses psikologis seperti persepsi dan kesadaran (*awareness*) terjadi saat berlangsungnya komunikasi intrapribadi oleh komunikator. Pemahaman diri pribadi ini berkembang sejalan dengan perubahan-perubahan yang terjadi dalam hidup kita.

3. Komunikasi kelompok (kecil)

Komunikasi kelompok merujuk pada komunikasi yang dilakukan sekelompok kecil orang (*small-group communication*). Kelompok sendiri merupakan sekumpulan orang yang mempunyai tujuan bersama, yang berinteraksi satu sama lain untuk mencapai tujuan bersama, saling mengenal satu sama lain, dan memandang mereka sebagai bagian dari kelompok tersebut.

4. Komunikasi publik

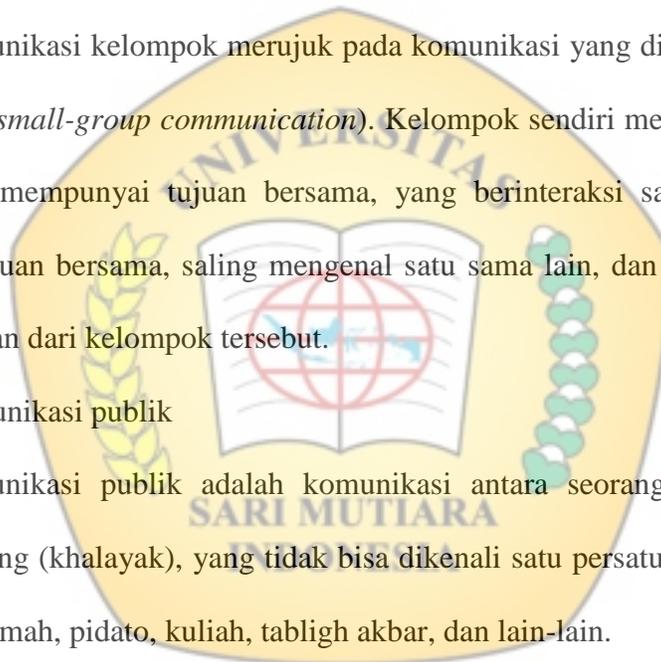
Komunikasi publik adalah komunikasi antara seorang pembicara dengan sejumlah orang (khalayak), yang tidak bisa dikenali satu persatu. Komunikasi publik meliputi ceramah, pidato, kuliah, tabligh akbar, dan lain-lain.

5. Komunikasi organisasi

Komunikasi organisasi (*organizational communication*) terjadi dalam suatu organisasi, bersifat formal dan informal, dan berlangsung dalam jaringan yang lebih besar dari komunikasi kelompok.

6. Komunikasi massa

Komunikasi massa (*mass communication*) adalah komunikasi yang menggunakan media massa cetak maupun elektronik yang dikelola sebuah lembaga



atau orang yang dilembagakan yang ditujukan kepada sejumlah besar orang yang tersebar, anonim, dan heterogen.

2.1.4 Jenis-jenis Komunikasi Massa

Menurut Cangara (2010:74) bahwa jenis-jenis komunikasi massa dibedakan menjadi tiga jenis, yakni:

1. Media cetak, merupakan media massa pertama kali muncul di dunia pada tahun 1920an. Di kala itu pada awalnya media massa digunakan pemerintah untuk mendoktrin masyarakat, sehingga membawa masyarakat pembaca kepada suatu tujuan tertentu. Seperti Teori Jarum Suntik pada teori komunikasi massa. Namun sekarang sudah sangat kebebasan pers, seperti timbal balik dari audiens.
2. Media elektronik. Setelah media cetak muncullah media elektronik pertama yaitu radio. Sebagai media audio yang menyampaikan pesan lewat suara. Kecepatan dan ketepatan waktu dalam penyampaian pesan radio tentu lebih cepat dengan menggunakan siaran langsung. Pada waktu penyebaran informasi Proklamasi Kemerdekaan media massa radio berperan utama dalam penyebaran berita. Setelah itu muncul televisi yang lebih canggih bisa menayangkan gambar. Yaitu sebagai media massa audio visual.
3. Media internet. Baru populer di abad 21, *Google* lahir pada tahun 1997. Media internet bisa melebihi kemampuan media cetak dan elektronik. Apa yang ada pada kedua media tersebut bisa masuk dalam jaringan internet melalui *website*. Banyak kelebihan media massa internet dibanding media yang lain. Salah satu contohnya

adalah jejaring sosial yang karena adanya media sosial seperti *facebook, whatsapp, instagram, twitter*, dan lain-lain.

2.1.5 Teori Komunikasi Massa

Menurut *Littlejohn* dan *Foss* dalam bukunya *Encyclopedia of Communication Theory* (2009) membagi teori komunikasi massa ke dalam tiga kategori, yaitu teori-teori yang berkaitan dengan budaya dan masyarakat, teori-teori yang berkaitan dengan pengaruh dan persuasi media, dan teori-teori yang berkaitan dengan penggunaan media. Berikut adalah beberapa teori komunikasi massa beserta penjelasannya.

1. Teori Pengaturan Agenda (*Agenda Setting Theory*).

Teori pengaturan agenda merupakan salah satu teori yang menjelaskan efek kumulatif media. Teori pengaturan media menggambarkan kekuatan pengaruh media. Inti dari teori pengaturan media adalah pembentukan kepedulian dan perhatian publik terhadap beberapa isu yang ditampilkan oleh media berita.

2. Teori Sistem Ketergantungan Media (*Media Systems Dependency Theory* atau *Dependency Theory*).

Teori ini menyatakan bahwa media bergantung pada konteks sosial dan pertama kali dirumuskan oleh Sandra Ball-Rokeach dan Melvin DeFleur (1976). Mereka memandang bahwa bertemunya media dengan khalayak didasarkan atas tiga perspektif, yaitu perspektif perbedaan individual, perspektif kategori sosial, dan perspektif hubungan sosial (Rakhmat, 2001 : 203) Asumsi teori ini memandang

bahwa dependensi relatif khalayak terhadap sumber media massa jika dibandingkan dengan sumber informasi lainnya merupakan suatu variabel yang harus ditentukan secara empiris. Teori Spiral Keheningan (*Spiral of Silence Theory*).

3. Teori Kesenjangan Pengetahuan (*Knowledge Gap Theory*).

Teori ini pertama kali dikenalkan oleh Phillip Tichenor, George Donohue, dan Clarice Olien. Teori ini menyatakan bahwa bertambahnya jumlah informasi mengenai suatu topik mengakibatkan bertambahnya pula kesenjangan pengetahuan antara mereka yang mengetahui lebih banyak dan mereka yang mengetahui lebih sedikit. Teori kesenjangan pengetahuan dapat membantu menjelaskan berbagai penelitian yang menitikberatkan pada opini publik. Teori Studi Kultural Kritis (*Critical Cultural Studies Theories*).

4. Teori Sosial Kognitif (*Social Cognitive Theory*).

Teori sosial kognitif dibangun pertama kali oleh seorang psikolog Albert Bandura sekitar tahun 1960an. Teori ini menitikberatkan pada bagaimana dan mengapa orang-orang cenderung untuk meniru apa yang dilihat melalui media. Ini adalah teori yang fokus pada kapasitas kita untuk belajar dengan mengalaminya secara langsung.

5. Teori Pengembangan (*Cultivation Theory*).

Teori pengembangan adalah suatu pendekatan yang dibangun oleh Profesor George Gerbner. Ia memulai proyek penelitian mengenai indikator-indikator budaya pada pertengahan tahun 1960an. Penelitian ini untuk mengkaji

apakah dan bagaimana menonton televisi dapat mempengaruhi ide atau gagasan pemirsa mengenai dunia.

9. Teori Jarum Hipodermik (*Hypodermic Needle Theory*).

Teori jarum hipodermik disebut juga dengan *Magic Bullet* atau *Stimulus Response Theory*. Menurut teori ini, media massa memiliki dampak yang sifatnya langsung, segera serta kuat terhadap khalayak massa. Media massa pada kurun waktu 1940an hingga 1950an digambarkan memiliki pengaruh yang sangat kuat terhadap perubahan perilaku.

10. Teori Dua Tahap (*Two Step Flow Theory*)

Teori dua tahap diformulasikan oleh Paul F. Lazarsfeld dan kawan-kawan berdasarkan hasil survei terhadap pemilih. Hasil penelitian ini menyebutkan bahwa hubungan sosial informal memegang peranan dalam memodifikasi perilaku yang mana masing-masing individu memilah isi media kampanye.

11. Teori Difusi Inovasi (*Diffusion of Innovations Theory*)

Teori media ini menitikberatkan pada proses dimana sebuah ide baru dikomunikasikan melalui beragam saluran komunikasi diantara anggota suatu sistem sosial. Model ini menggambarkan faktor-faktor yang mempengaruhi pikiran serta tindakan orang-orang serta proses mengadopsi sebuah teknologi atau ide baru.

12. Teori Media (*Medium Theory*)

Marshall McLuhan dan Harold Innis adalah dua orang peneliti yang seringkali diasosiasikan dengan teori media. Teori media dicetus oleh Marshall McLuhan (1964) yang menyatakan bahwa *medium is the message* atau media adalah pesan. Pernyataan ini menekankan pada bagaimana media komunikasi berbeda tidak hanya dalam terminologi isi tetapi juga pada bagaimana mereka dibangun dan disalurkan melalui pikiran dan rasa.

13. Teori Kekayaan Media (*Media Richness Theory*)

Teori yang dianggap sangat mempengaruhi teori media paling tidak untuk media baru adalah teori kekayaan media yang dicetuskan oleh Richard Daft dan Robert Lengel dalam sebuah artikel tahun 1986. Teori kekayaan media didasarkan pada teori kontingensi dan teori proses informasi yang dicetuskan oleh Galbraith (1977).

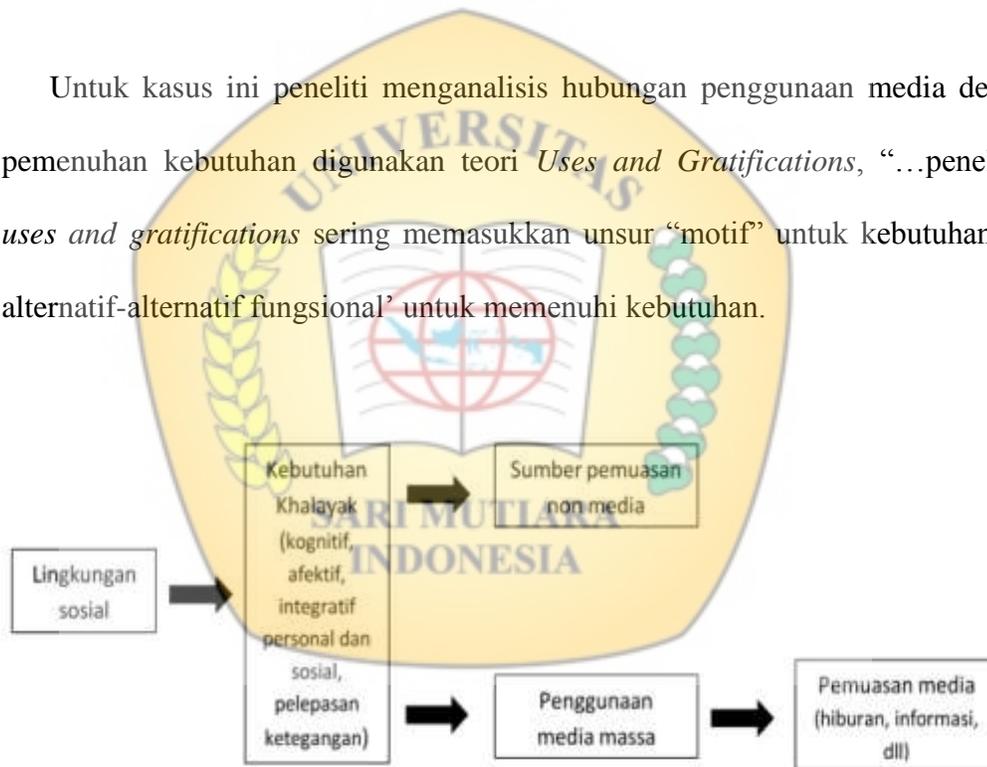
14. Teori Konsistensi (*Consistency Theories*)

Festinger memformulasikan teori konsistensi yang membicarakan tentang kebutuhan orang-orang untuk konsisten terhadap keyakinan dan penilaian yang dimiliki. Dalam rangka untuk mengurangi disonansi yang dibentuk oleh inkonsistensi dalam kepercayaan, penilaian, dan tindakan, orang akan mengekspos dirinya dengan beragam informasi yang konsisten dengan ide dan tindakan mereka serta menutup bentuk-bentuk komunikasi lain.

15. Teori Penggunaan dan Kepuasan (*Uses and Gratification Theory*).

Teori ini yang digagas oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler dan Michael Gurevitch muncul sebagai reaksi terhadap penelitian komunikasi massa tradisional yang menekankan pada pengirim dan pesan. Teori penggunaan dan kepuasan menekankan pada khalayak yang aktif dalam menggunakan media massa. Yang menjadi poin utama teori penggunaan dan kepuasan adalah orientasi psikologis dalam memenuhi kebutuhan, motivasi, dan kepuasan pengguna media massa

Untuk kasus ini peneliti menganalisis hubungan penggunaan media dengan pemenuhan kebutuhan digunakan teori *Uses and Gratifications*, "...penelitian *uses and gratifications* sering memasukkan unsur "motif" untuk kebutuhan dan alternatif-alternatif fungsional' untuk memenuhi kebutuhan.



Dari gambar di atas, dapat dijelaskan bahwa kondisi sosial dan psikologis seseorang akan menyebabkan adanya kebutuhan, yang menciptakan harapan-harapan terhadap media massa atau sumber-sumber lain, yang membawa kepada perbedaan pola penggunaan media (atau keterlibatan dalam aktivitas lainnya) yang akhirnya

akan menghasilkan pemuasan kebutuhan, serta konsekuensi lainnya, termasuk yang tidak diharapkan sebelumnya. dapat disimpulkan bahwa Whatsapp dikaitkan dengan teori *Uses and Gratifications*. Terlihat pada bagan tersebut bahwa lingkungan sosial PT. Daya Eika Samudera itu memiliki kebutuhan khalayak, dimana dalam pemenuhan kebutuhan tersebut perusahaan menggunakan media massa Whatsapp. Dalam hal penggunaan media massa whatsapp perusahaan mendapatkan pemuasan sesuai dengan kebutuhan perusahaan antara lain penyampaian informasi kepada seluruh karyawan dengan proses yang cepat dalam bentuk grup *chat*. Dalam teori *Uses and Gratifications*, *Whatsapp* dianggap memiliki pengaruh yang kuat sehingga memberikan *output* efektivitas kinerja karyawan di PT. Daya Eika Samudera, bahwa perusahaan sebagai distribusi pesan tentang program kegiatan perusahaan atau alat komunikasi perusahaan dengan karyawan secara cepat dan dapat diakses kapan saja dan dimana saja oleh setiap orang di dalam perusahaan.

2.2 Pengertian *whatsapp*

Menurut Poore (2013: 122-123) *Whatsapp* merupakan aplikasi pesan instan atau *instant messaging* (IM) yang memungkinkan penggunanya terhubung secara terus menerus dalam jaringan dan berkomunikasi satu sama lain dalam bentuk teks. *WhatsApp* adalah aplikasi terpopuler di masyarakat. *WhatsApp* juga merupakan media sosial yang memiliki tampilan sederhana dan mudah digunakan sehingga diminati oleh semua kalangan, mulai dari remaja hingga dewasa. Oleh karena itu, peneliti akan

memberikan informasi mengenai aplikasi *WhatsApp* mulai dari pengertian *WhatsApp*, sejarah *WhatsApp*, hingga fitur-fitur yang dimiliki oleh aplikasi *WhatsApp*.

Penggunaan nama *WhatsApp* berasal dari frasa „*What's Up*“ sebagai bahasa sapaan dalam menanyakan kabar. *WhatsApp* didirikan oleh Jan Koum dan Brian Acton. Pada tahun 2014 *WhatsApp* bergabung dengan *Facebook*, namun beroperasi secara terpisah sebagai aplikasi yang fokus untuk melayani pertukaran pesan yang cepat dan mudah. *WhatsApp* dirancang untuk memudahkan penggunanya untuk tetap terhubung dan berkomunikasi kapan saja, dan dimana saja. *WhatsApp* memberikan berbagai macam fitur bagi penggunanya dengan menggratiskan pengiriman pesan dan melakukan panggilan secara sederhana, aman, dan cepat ke berbagai jenis telepon di seluruh penjuru dunia. Pada awalnya, *WhatsApp* diluncurkan sebagai alternatif SMS. Namun, saat ini aplikasi media sosial *WhatsApp* dapat digunakan untuk mengirim dan menerima berbagai macam media dalam bentuk teks, foto, video, dokumen, dan lokasi, bahkan *WhatsApp* saat ini dapat digunakan untuk melakukan panggilan suara dan panggilan video. Pesan dan panggilan menggunakan *WhatsApp* dapat diamankan dengan enkripsi *end-to-end*, sehingga tidak ada pihak ketiga termasuk *WhatsApp* yang dapat membaca pesan atau mendengar panggilan para penggunanya. Sebagai sebuah aplikasi, *WhatsApp* dilengkapi dengan beberapa fitur yang memudahkan penggunanya melakukan komunikasi. Fitur tersebut diantaranya adalah:

- 1) Chat Group Di dalam fitur Chat Group ini, pengguna *WhatsApp* dapat membagikan pesan, foto, dan video hingga 256 orang sekaligus. Pengguna *WhatsApp* juga dapat membisukan atau menyesuaikan pemberitahuan, dan masih

banyak lagi. Dengan menggunakan fitur tersebut, pengguna *WhatsApp* dapat tetap terhubung dengan orang-orang terdekat dan penting seperti keluarga, rekan kerja, dan lain-lain.

- 2) *WhatsApp* di *Web* dan *Desktop* Dengan fitur ini, para pengguna *WhatsApp* dapat dengan lancar menyinkronkan semua chat ke komputer agar dapat melakukan chat dengan perangkat apa pun yang paling nyaman.
- 3) Panggilan Suara dan Video *WhatsApp* Dengan fitur ini, para pengguna *WhatsApp* dapat berbicara dengan siapa saja secara gratis bahkan jika mereka berada di negara lain. Melalui panggilan video yang disediakan, pengguna dapat melakukan percakapan tatap muka saat suara atau teks saja tidak cukup. Panggilan suara dan video menggunakan koneksi internet telepon, bukan dengan menit panggilan paket seluler.
- 4) Enkripsi *end-to-end* Fitur ini memungkinkan pengguna untuk mengamankan pesan dan panggilannya, sehingga hanya dapat dilihat oleh orang terdekat atau yang sedang melakukan komunikasi dengan pengguna tersebut. Tidak ada orang ketiga diantaranya, bahkan *WhatsApp*.
- 5) Foto dan Video Fitur *WhatsApp* yang satu ini bisa dikatakan sebagai fitur yang paling favorit. Karena dengan fitur ini, pengguna dapat mengirim foto dan video di *WhatsApp* dengan segera. Bahkan pengguna dapat menangkap momen penting dengan kamera bawaan dari ponsel atau komputer. Dengan fitur foto dan video di

WhatsApp, pengguna dapat dengan cepat mengirim foto dan video meskipun sedang berada dalam koneksi yang lambat.

- 6) Pesan Suara Melalui fitur ini, pengguna dapat mengatakan segala hal hanya dengan satu ketukan. Pesan Suara bisa dilakukan untuk hanya menyapa atau pun bercerita panjang.
- 7) Dokumen Fitur yang satu ini sangat bermanfaat bagi pelajar, mahasiswa, bahkan pekerja kantor dalam mengirim PDF, dokumen, *spreadsheet*, *slideshow*, dan masih banyak lagi. Fitur ini memudahkan pengiriman *file* tanpa harus menggunakan email atau aplikasi berbagai *file*. Maksimal dokumen yang dikirim ukurannya hingga 100 MB.

2.2.1 Tujuan Penggunaan *Whatsapp*

Tujuan penggunaan *whatsapp* adalah sebagai penyebaran informasi merupakan penyebaran pesan yang berisi fakta data yang sesuai dengan kenyataan sehingga menimbulkan penjelasan yang benar dan jelas serta menumbuhkan pengertian yang sama mengenai pesan yang disebarkan. Berlangsungnya penyebaran informasi yang efektif memerlukan syarat-syarat yang harus dipenuhi, sebagaimana yang dikemukakan oleh Sastropetro yaitu :

1. Pesan yang disebarkan haruslah disusun secara jelas, mantap, dan singkat agar mudah ditangkap. Perlu dipahami bahwa tiap orang mempunyai daya tangkap yang berbeda. Dengan demikian penyebaran pesan haruslah menyusun pesan

menurut perhitungan 19 yang dapat ditangkap oleh orang lain atau sebagian terbesar orang yang berkepentingan;

2. Lambang-lambang yang digunakan haruslah dapat dipahami, dimengerti oleh mereka yang menjadi sasaran, artinya jikalau akan menggunakan bahasa, pergunakanlah bahasa yang dapat dimengerti;
3. Pesan disampaikan atau disebarkan hendaknya dapat menimbulkan minat, perhatian, dan keinginan pada si penerima pesan untuk melakukan sesuatu;
4. Pesan-pesan yang disampaikan atau disebarkan hendaknya menimbulkan keinginan untuk memecahkan masalah, sekiranya ada masalah.

2.2.2 Manfaat Penggunaan Whatsapp

Ada 7 manfaat penggunaan *whatsapp* Bagi setiap penggunaanya sehingga dapat memudahkan penggunaan aplikasi tersebut yaitu :

1. *Personal* atau *Group Chat*

Dengan adanya *WhatsApp*, kita dapat berkirim pesan dengan pengguna lain baik teks, audio, *file* dokumen, foto dan video. Bukan hanya *personal chat* saja, tetapi kita juga bisa membuat *group chat* yang berisi beberapa pengguna *WhatsApp* lainnya. Misalnya kita ingin membuat *group chat* yang berisi anggota keluarga besar guna mempermudah komunikasi antar keluarga yang terpisah oleh jarak.

2. Media Pendidikan

Saat ini, tidak jarang orang menggunakan *WhatsApp* sebagai media untuk belajar seperti kursus/les (baik didalam *group chat* atau *personal chat*), seminar dan juga *workshop* secara daring. Cukup dengan membuat [group chat](#) kemudian mengundang para partisipan masuk ke grup maka kelas pun dapat dimulai.

3. Media Bisnis

WhatsApp sering dimanfaatkan juga untuk kegiatan berbisnis misalnya untuk promosi, informasi, dan pemesanan. Para pembisnis yang menggunakan *WhatsApp* dapat mempromosikan bisnisnya secara personal dengan pengguna lain atau dengan mengirimkan informasi bisnisnya ke *group chat*. Jika seseorang tertarik dengan bisnis tersebut, mereka biasanya akan diarahkan untuk mengontak *WhatsApp* pemilik bisnis untuk informasi lebih lanjut dan juga pemesanan.

4. Berbagi Informasi dan Berita

Anda dapat berbagi informasi dan berita kepada para pengguna *WhatsApp* lainnya dengan mengirimkannya ke personal chat ataupun *group chat*.

5. Video dan Voice Call

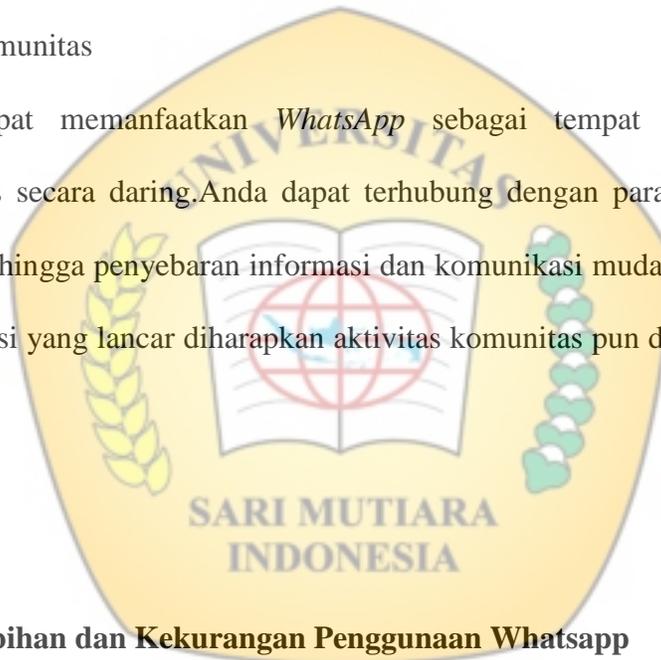
Nah, selain dapat berkirim pesan, Anda juga dapat menelpon pengguna lain dan juga melakukan *video call* dengannya. Agar *video* dan *voice call* Anda berjalan lancar tanpa *noise*, pastikan [koneksi internet](#) Anda stabil.

6. Membuat Status/*Story*

Sama seperti *Instagram*, di WhatsApp Anda juga dapat membuat status/*story* yang dapat dilihat orang teman Anda (pengguna WhatsApp lainnya). Anda dapat memasukkan teks, *caption*, stiker dan coretan pada *story* dengan fitur yang tersedia.

7. Media Komunitas

Anda dapat memanfaatkan *WhatsApp* sebagai tempat perkumpulan suatu komunitas secara daring. Anda dapat terhubung dengan para anggota komunitas lainnya sehingga penyebaran informasi dan komunikasi mudah dilakukan. Dengan komunikasi yang lancar diharapkan aktivitas komunitas pun dapat berjalan dengan baik.



2.2.3 Kelebihan dan Kekurangan Penggunaan Whatsapp

A. Kelebihan dari penggunaan aplikasi whatsapp

Dari penggunaan aplikasi *whatsapp* selain memiliki manfaat aplikasi tersebut juga memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan antara lain :

1. Nomor Telepon Tersinkronkan Otomatis

Maksudnya adalah kita tidak perlu repot repot satu persatu kontak *whatsapp* di hp kita karena akan otomatis tersimpan jika nomor itu menggunakan *whatsapp*. Hanya perlu mencari nama teman anda yang terdaftar di kontak.

2. Menggunakan Koneksi Internet

Jika dibanding dengan pulsa tentunya internet lebih hemat daripada menggunakan pulsa. Karena dulu sms dikenakan tarif bisa 300rupiah per sms.

3. *User Friendly* / Mudah Digunakan

Cara penggunaan aplikasi *whatsapp* untuk *chatting* sangat mudah dan bisa dibilang sangat gampang digunakan karena tinggal mendaftarkan nomor telepon kemudian anda sudah memiliki akun *whatsapp*.

4. Bisa Untuk Membatalkan Kirim Pesan

Dalam personal chat atau grup chat kini *whatsapp* memiliki fitur untuk membatalkan kirim pesan. Bisa untuk hapus untuk diri sendiri dan bisa juga hapus untuk orang lain "*delete for everyone*".

5. Informasi Pribadi Aman

Yang dimaksud disini adalah kita dapat dengan mudah menyembunyikan data kita seperti *storywhatsapp* hanya dibagikan ke orang tertentu saja, status dari akun *whatsapp* pun bisa juga hanya dibagikan ke kontak saya atau semua orang. Tidak hanya itu bahkan tanda sudah menerima pesan pun bisa dihilangkan supaya tidak terlihat bahwa kita sudah menerima pesan.

6. Chat dapat di Backup

Inilah keuntungan *whatsapp* yang membuat penggunanya betah yaitu *chat* bisa di *backup* sehingga jika suatu saat ganti *smartphone chat* tidak akan hilang.

B. Kekurangan dari penggunaan aplikasi whatsapp

Selain memiliki kelebihan aplikasi tersebut juga memiliki beberapa kekurangan antara lain :

1. Hanya Bisa Digunakan Jika *Smartphone* Menyala

Ini berlaku jika kalian menggunakan *whatsapp web*. Jika kita ingin menggunakan *whatsapp web* maka posisi hp harus terus menyala dan sangat berbeda dengan *Line*.

2. Boros Kuota

Ini dilihat jika kita ingin melihat suatu video atau foto yang dikirim lewat pesan chat maka harus di *download* terlebih dahulu dan ini sangat boros berbeda dengan aplikasi *messenger* lainnya. Selain itu contohnya *messenger* yang sudah di *compress file* foto atau video agar ringan, *whatsapp* tidak demikian.

3. WhatsApp Web Tidak Bisa Untuk Voice Call

Pada *Linedesktop* kita bisa melakukan panggilan atau *voice call* namun pada *whatsapp web* hal ini tidak bisa dilakukan.

4. Baterai Yang Boros

Aplikasi ini merupakan aplikasi yang sangat boros menurut survei dari *Avast* 2017 yang mana apabila banyak notifikasi chat masuk sebaiknya baterai dimatikan saja.

5. Membutuhkan Koneksi Internet Yang Kuat

Aplikasi ini harus memiliki koneksi yang lancar khususnya dalam *whatsapp web*. Koneksi harus lancar dan kuat agar tidak lemot atau pending.

2.3 Efektivitas Kinerja

Menurut Hasibuan (2003: 105), efektivitas kerja adalah suatu keadaan yang menunjukkan tingkat keberhasilan kegiatan manajemen dalam mencapai tujuan meliputi kuantitas kerja, kualitas kerja, dan ketepatan waktu dalam menyelesaikan

pekerjaan serta kualitas kerja yang baik. efektivitas diartikan berkaitan dengan tepat tidaknya pemilihan sesuatu sehingga mampu mencapai sasaran yang diinginkan. Istilah efektivitas sering digunakan dalam lingkungan organisasi atau perusahaan yakni untuk menggambarkan tepat tidaknya sasaran yang dipilih perusahaan tersebut. Efektivitas tersebut dapat dilihat dari manfaat atau keuntungan dari sesuatu yang dipilih untuk kepentingan organisasi atau perusahaan. Efektivitas juga sering digunakan untuk mengukur keberhasilan yang dicapai oleh organisasi atau perusahaan terkait dengan program-program yang direncanakan. Pengelolaan sebuah organisasi atau perusahaan dikatakan berhasil apabila sasaran atau tujuan yang ditetapkan mampu dilaksanakan dan memberikan kegunaan bagi perusahaan tersebut. Ukuran dari efektivitas dapat dinilai dengan cara membandingkan pencapaian tujuan dari suatu aktivitas yang dilakukan dan bukan mengenai biaya yang dikeluarkan untuk melaksanakan aktivitas tersebut (Danim, 2004).

Istilah efektivitas dalam ruang lingkup organisasi atau perusahaan biasanya dikaitkan dengan pelaksanaan program yang ditetapkan atau kegiatan-kegiatan yang dilakukan perusahaan untuk memajukan dan mengembangkan organisasi atau perusahaan tersebut. Untuk melaksanakan program atau kegiatan ini harus didukung dengan sumber daya manusia yang memadai yakni kemampuan, keahlian, dan keterampilan. Efektif tidaknya suatu program yang dilaksanakan dinilai dari kemampuan sumber daya manusia yang menjalankannya dibandingkan dengan kriteria-kriteria yang ditetapkan. Penilaian semacam ini bertujuan untuk mengukur kinerja sumber daya manusia. Kinerja sumber daya manusia dikatakan baik apabila

hasil yang diperoleh sesuai dengan yang ditetapkan. Itu berarti sumber daya manusia telah mampu menjalankan program atau aktivitas yang tepat dan dapat dikatakan kinerjanya sudah efektif (Soeprihanto, 2001). Sebaliknya, buruknya kinerja sumber daya manusia ditunjukkan dengan ketidakmampuannya melaksanakan suatu program sesuai dengan yang telah ditetapkan. Hal itu menggambarkan kinerja yang kurang efektif karena tidak mampu melakukan sesuatu berdasarkan kriteria yang diinginkan.

Pendapat lain dikemukakan Robbins (2003) yang mengatakan efektivitas berkaitan dengan kemampuan untuk memilih atau melakukan sesuatu yang paling sesuai atau tepat dan mampu memberikan manfaat secara langsung. Ukuran penilaian yang digunakan adalah tepat tidaknya organisasi atau perusahaan menjalankan segala sesuatu misalnya pelaksanaan program atau aktivitas.

Efektivitas kinerja diartikan sebagai suatu kemampuan untuk memilih sasaran yang tepat sesuai dengan tujuan-tujuan yang telah ditetapkan dari awal. Pendapat ini didukung Danim (2004) yang mengatakan efektivitas kinerja kelompok, berkaitan dengan kemampuan anggota-anggota untuk memilih atau melakukan sesuatu yang tepat demi kepentingan bersama. Efektivitas kinerja akan meningkat apabila seseorang memiliki keterampilan dan keahlian yang sesuai dengan tuntutan kerja. Efektivitas kinerja individu dapat diukur dari keterampilan kerja, peningkatan prestasi, kemampuan untuk beradaptasi, dan mampu menghadapi perubahan. Timpe (2001) mengungkapkan kinerja yang baik dari individu akan menggambarkan kinerja organisasi, kinerja individu sangat mempengaruhi kinerja organisasi atau perusahaan. Kinerja organisasi menjadi buruk apabila individu berkemampuan rendah dan upaya

pengembangan keterampilan dan keahliannya juga rendah. Sebaliknya, kinerja yang baik dari seseorang akan mampu meningkatkan kinerja organisasi atau perusahaan.

Dari definisi-definisi tersebut, maka efektivitas kinerja dapat dijelaskan sebagai kemampuan untuk melakukan sesuatu yang tepat didasarkan pada tujuan yang telah ditetapkan atau direncanakan. Pelaksanaan suatu program sesuai dengan tujuan yang direncanakan menunjukkan efektivitas program tersebut dapat terlaksana dengan baik. Sebaliknya, ketidaksesuaian pelaksanaan program dengan tujuan yang ditetapkan memperlihatkan program yang dilaksanakan belum efektif.

2.3.1 Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Efektivitas Kinerja

Efektivitas kinerja dipengaruhi oleh berbagai faktor. Menurut Danim (2004) efektivitas kinerja dipengaruhi oleh interaksi antar-sesama yang mencakup hal-hal berikut:

- a. Gaya kepemimpinan, dapat mempengaruhi efektivitas kinerja di antaranya: otoriter, demokratis, pseudo demokratis, situasional, paternalistis, orientasi pemusatan, dan lain-lain.
- b. Ketergantungan, dapat mempengaruhi efektivitas kinerja misalnya: ketergantungan penuh, ketergantungan sebagian, ketergantungan situasional, dan tidak ada ketergantungan.

- c. Hubungan persahabatan dapat mempengaruhi efektivitas kinerja misalnya: kaku, longgar, situasional, berpusat pada seseorang, dan berpusat secara kombinasi.
- d. Kultur dapat mempengaruhi efektivitas kinerja seperti: menghambat dan menunjang.
- e. Kemampuan dasar setiap orang untuk berinteraksi misalnya ada yang cepat dan ada yang lambat, situasional, dan tidak berinteraksi sama sekali.
- f. Sistem nilai dapat mempengaruhi efektivitas nilai misalnya: terbuka, tertutup, dan prasangka. Soeprihanto (2001) mengatakan efektivitas kinerja berkaitan erat dengan prestasi kerja seseorang. Efektivitas kinerja dan prestasi tidak hanya dinilai dari hasil secara fisik tetapi juga mencakup pelaksanaan kerja secara keseluruhan yang meliputi kemampuan kerja, hubungan kerja, disiplin kerja, prakarsa dan kepemimpinan. Kemampuan individu untuk melakukan pekerjaan sesuai dengan tujuan dan sasaran yang ditetapkan merupakan salah satu indikator kinerja yang efektif dan prestasi yang tinggi.

Perencanaan efektivitas kinerja dan prestasi didahului dengan perencanaan cara mencapainya dan menetapkan tujuan yang akan dicapai. Fungsi pengorganisasian menjelaskan tanggung jawab dan wewenang individu dalam organisasi sedangkan fungsi pengarahan menjelaskan panduan pencapaian hasil dalam bentuk interaksi yang lebih berorientasi pada psikologi individu dalam organisasi. Sementara fungsi pengendalian menjelaskan kemampuan individu untuk menjamin konsistensi hasil aktual dengan yang telah direncanakan. Gibson (1996)

menambahkan kemampuan mengelola individu dalam organisasi secara efektif merupakan kunci peningkatan efektivitas kinerja. Pendapat lain dikemukakan Kuswadi (2004) yang mengatakan efektivitas kinerja merupakan kesesuaian antara kompetensi individu dengan persyaratan kerja atau kebutuhan tugas yang diharapkan organisasi (*competencies and jobdemands*). Keterbatasan kompetensi individu dapat menghambat pelaksanaan pekerjaan atau tugas-tugas seseorang. Ketidakmampuan seseorang mencapai sasaran atau tujuan yang ditetapkan mencerminkan kinerja individu yang kurang baik.

2.3.2 indikator efektivitas kinerja

Adapun indikator yang dinilai berkaitan dengan efektivitas kinerja individu dalam sebuah organisasi atau perusahaan menurut Strees dalam Tangkilisan (2005:141) mengemukakan 5 indikator efektivitas kinerja adalah sebagai berikut:

a. Keterampilan kerja

Keterampilan menunjukkan kemampuan dan keahlian karyawan yang mendukung pelaksanaan tugas. Keterampilan merupakan bekal karyawan dalam menjalankan pekerjaannya. Keterampilan karyawan mencakup kemampuan, pengetahuan, kecakapan interpersonal, dan kecakapan teknis. Keterampilan dapat dipelajari secara formal atau dengan cara belajar sendiri tergantung dengan kebutuhan. Seorang karyawan yang memiliki keterampilan rendah akan mengalami banyak hambatan dalam menjalankan pekerjaannya sehingga

kinerjanya menjadi kurang efektif. Sebaliknya, karyawan yang memiliki keterampilan tinggi akan mampu menjalankan pekerjaannya dengan baik sehingga kinerjanya dapat dinilai efektif. Keterampilan kerja dapat dilihat dari cara seseorang untuk menangani sebuah pekerjaan. Setiap pekerjaan membutuhkan keterampilan yang memadai sehingga seseorang tidak akan mengalami kesulitan dalam menyelesaikannya. Keterampilan yang memadai akan dapat meningkatkan kinerja seseorang karena tingkat kesalahan-kesalahan seseorang dalam menjalankan pekerjaan yang ditangani akan semakin rendah.

b. Peningkatan prestasi kerja

Prestasi kerja merupakan salah satu tolak ukur yang dapat digunakan untuk menilai kinerja seseorang ataupun organisasi. Prestasi kerja individu menyangkut kemampuan ataupun keberhasilan seseorang menjalankan pekerjaannya sesuai dengan yang diharapkan atau bahkan melebihi baik dari segi kualitas maupun kuantitas. Hasil kerja seseorang yang semakin baik mencerminkan prestasi kerja yang semakin tinggi dan hal itu menggambarkan suatu kinerja yang efektif. Sebaliknya, hasil kerja yang buruk mencerminkan prestasi kerja rendah dan menggambarkan kinerja yang kurang efektif. Peningkatan prestasi kerja merupakan salah satu ukuran untuk menilai efektif tidaknya kinerja seseorang.

c. Kemampuan berkompetisi

Dalam dunia kerja, kompetisi merupakan salah satu hal yang penting. Kompetisi yang dimaksud dilakukan secara positif misalnya bekerja lebih baik dari orang

lain. Kompetisi semacam ini sifatnya positif dan tidak merugikan pihak lain. Setiap orang diharapkan mampu berkompetisi secara sehat karena akan dapat memotivasi setiap karyawan untuk memberikan hasil yang terbaik. Karyawan yang mampu berkompetisi selalu berusaha untuk meningkatkan hasil kerjanya dari waktu ke waktu. Kemampuan berkompetisi ini dapat dilihat dari sikap kerja pantang menyerah, aktif, berani menjalankan tugas-tugas baru.

d. Kemampuan beradaptasi

Adaptasi menunjukkan kemampuan karyawan menyesuaikan diri dengan situasi dan lingkungan kerja yang sering mengalami perubahan baik lingkungan kerja seperti rekan-rekan kerja maupun sarana dan prasarana yang digunakan. Karyawan yang memiliki kemampuan beradaptasi tinggi dapat dengan mudah menjalankan pekerjaan di lokasi yang baru. Sebaliknya, karyawan yang kemampuan beradaptasinya rendah akan mengalami banyak kendala di lingkungan kerja yang baru seperti kesulitan berkomunikasi dengan rekan kerja baru, sulit beradaptasi dengan sarana dan prasarana di lokasi baru. Kemampuan beradaptasi karyawan dapat dilihat dari sikap yang lebih tenang, fleksibel, dan menguasai pekerjaan. Seseorang yang mampu beradaptasi dengan cepat dapat meningkatkan hasil pekerjaannya sehingga kinerjanya menjadi efektif.

e. Daya tahan terhadap perubahan

Lingkungan kerja umumnya sering mengalami perubahan misalnya faktor cuaca, iklim, suhu udara. Sehubungan dengan itu, seorang karyawan diharapkan

memiliki daya tahan terhadap perubahan tersebut. Untuk mampu terhadap perubahan, setiap karyawan harus memiliki kekuatan fisik. Karyawan yang memiliki daya tahan terhadap perubahan tidak akan mengganggu pekerjaannya sehingga kinerjanya menjadi efektif. Sebaliknya, seseorang yang tidak memiliki daya tahan terhadap perubahan akan mengalami kesulitan untuk menjalankan pekerjaannya sehingga kinerjanya menjadi kurang efektif.



2.4 Penelitian Terdahulu

Penelitian terdahulu menjadi salah satu acuan penulis dalam melakukan penelitian, sehingga penulis dapat memperkaya teori yang digunakan dalam mengkaji penelitian yang dilakukan. Dari penelitian terdahulu, penulis tidak menemukan peneliti dengan judul yang sama dengan penulis. Namun, penulis mengangkat beberapa peneliti sebagai referensi dalam memperkaya bahan kajian bagi penulis

Tabel 2.1

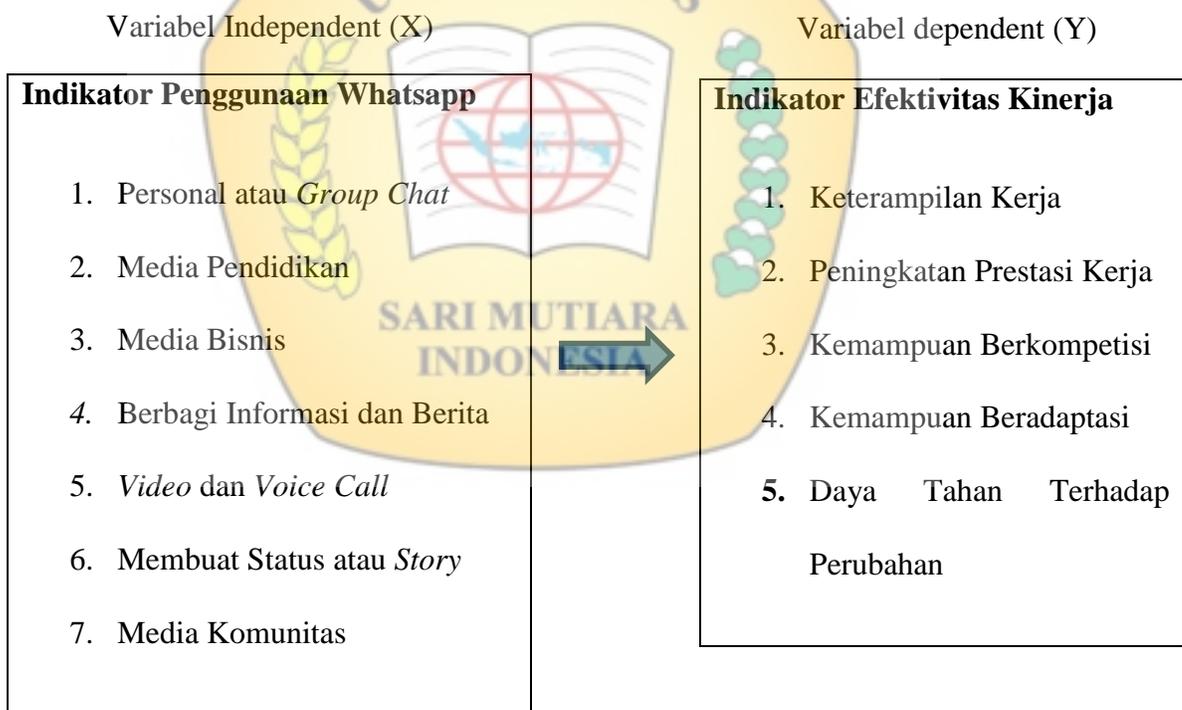
Penelitian Terdahulu

No	Nama & Tahun	Judul Penelitian	Hasil Penelitian
	Mega Ulva Sri Sihombing (2017)	PENGARUH KOMUNIKASI MELALUI GRUP WHATSAPP UNTUK MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN DI HOTEL GRANDHIKA MEDAN	Terdapatnya Pengaruh Komunikasi melalui grup whatsapp untuk meningkatkan kinerja karyawan di Hotel Grandhika Setiabudi Medan sebesar 0.627 Hubungannya yaitu cukup sangat berarti dimana whatsapp sangat membantu dalam penyampaian informasi ataupun mendapatkan informasi baik berupa pesan maupun suara terlebih memiliki grup dimana semua rekan kerja bergabung di dalamnya sehingga lebih memudahkan untuk penyampaian pesan karena lebih cepat diterima team dan whatsapp juga alat yang baik dalam promosi penjualan dikarenakan sekarang zaman online semua lebih mudah dalam genggamannya.
Perbedaan : Penelitain oleh Mega Ulva Sari Sihombing tentang pengaruh komunikasi melalui grup <i>whatsapp</i> dan kinerja karyawan, sedangkan dalam penelitian ini lebih membahas hubungan pembuatan grup <i>whatsapp</i> dalam meningkatkan efektivitas kinerja karyawan.			
2	A Anjani	PENGGUNAAN	Penggunaan media komunikasi whatsapp

	(2018)	MEDIA KOMUNIKASI WHATSAPP TERHADAP EFEKTIVITAS KINERJA KARYAWAN	terbukti mempengaruhi kinerja karyawan. Terdapat hubungan antara kedua variabel tersebut, berdasarkan interpretasi terhadap koefisien korelasi tingkat hubungannya termasuk pada kategori Kuat pada nilai 0,756 dengan standar deviasi 1 persen.
Perbedaan : Peneitian yang dilakukan oleh A Anjani mengenai penggunaan media komunikasi <i>whatsapp</i> terhadap efektivitas kinerja karyawan, sedangkan penelitian ini fokus pada hubungan pembuatan grup <i>whatsapp</i> dan efektivitas kinerja			
3	Andi Miladiyah (2017)	PEMANFAATAN WHATSAPP MESSENGER INFO DALAM PEMBERIAN INFORMASI DAN PENINGKATAN KINERJA PADA SUB BAGIAN PROGRAM PEMERINTAH PROVINSI SULAWESI SELATAN	Berbagai informasi yang di share dalam grup WhatsApp Sub Bagian Program Pemerintah Provinsi Sulawesi begitu mudah didapatkan karena di grup WhatsApp Messenger Info banyak sekali informasi yang dishare dan uptodate berupa informasi yang sifatnya formal yang relevan dan terkait dengan tugas, pokok dan fungsi pekerjaan Sub Bagian Program seperti data, laporan, agenda rapat, aturan regulasi, program kegiatan dan anggaran yang digunakan.
Perbedaan : Penelitian yang dilakukan oleh Andi Miladiyah mengenai pemanfaatan <i>whatsapp</i> dalam pemberian informasi dan peningkatan kinerja pada sub bagian program pemerintahan provinsi Sulawesi Selatan, sementara peneliti lebih membahas hubungan pembuatan grup <i>whatsapp</i> terhadap efektivitas kinerja seluruh karyawan PT. Daya Eika Samudera.			

2.5 Kerangka Konseptual

Kerangka konsep adalah hasil pemikiran yang rasional dalam merumuskan hipotesis yang sederhana merupakan jawaban sementara dari masalah yang diuji kebenarannya, agar konsep dapat diteliti secara empiris, maka harus dioperasionalkan dengan mengubahnya menjadi variabel. Menurut Uma Sekaran dalam Sugiyono (2016:60) bahwa rangka berpikir adalah model konseptual tentang bagaimana teori terhubung dengan berbagai faktor yang telah didefinisi sebagai masalah yang penting



2.6 Hipotesis

Kata hipotesis berasal dari kata “hipo” yang artinya lemah dan “thesis” yang artinya pernyataan, dengan demikian hipotesis berarti pernyataan yang lemah, disebut demikian karena masih berupa dugaan yang masih belum teruji kebenarannya. Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian, dimana rumusan masalah penelitian telah dinyatakan dalam bentuk kalimat pernyataan. Dikatakan sementara, karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan , belum berdasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data (Sugiyono, 2014 : 99)

Menurut Sugiyono (2012 : 64) hipotesis penelitian adalah penelitian yang menggunakan pendekatan kuantitatif yaitu data statistic yang digunakan untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagaimana adanya.

Perumusan Hipotesis yang penuliskemukakan sebagai berikut:

- Ha. Pembuatan *Group Whatsapp* PT. Daya Eika Samudera Medan berhubungan dalam meningkatkan Efektivitas Kinerja karyawan Ekspedisi Muatan Kapal Laut Medan.
- Ho. Pembuatan *Group Whatsapp* PT. Daya Eika Samudera Medan tidak berhubungan dalam meningkatkan Efektivitas Kinerja karyawan Ekspedisi Muatan Kapal Laut Medan