

## BAB I

### PENDAHULUAN

#### 1.1.Latar Belakang Masalah

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (yang disingkat dengan KBBI) penjelasan dari komunikasi adalah pengiriman dan penerimaan sebuah pesan, informasi atau berita antara dua orang atau lebih sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami. Komunikasi juga memiliki arti hubungan atau kontak dengan orang lain. Dance dan Larson pada tahun 1976 mengumpulkan 126 definisi komunikasi. Dari definisi definisi tersebut, dirumuskanlah tiga dimensi konseptual yang merangkum keseluruhan definisi komunikasi. Dimensi pertama yaitu tingkat observasi (*level of observation*), dimensi kedua adalah kesengajaan (*intentionality*), dan dimensi ketiga yaitu penilaian normatif. Dari ketiga dimensi tersebut dapat diambil garis besar definisi komunikasi, yaitu bahwa komunikasi adalah sebuah proses dimana suatu gagasan dikirimkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka yang menghasilkan sebuah respon.

Komunikasi juga memiliki berbagai macam bentuk dan jenis. Menurut Hafild Cangara komunikasi dibedakan ke dalam lima macam tipe. Tipe pertama adalah *interpersonal communication* atau komunikasi interpersonal. Komunikasi Interpersonal adalah proses komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih dan bersifat dialogis. Tipe kedua adalah komunikasi kelompok kecil (*small group communication*), yaitu komunikasi yang terjadi secara dialog, dan terjadi kepada kognisi komunikan. Tipe berikutnya yaitu komunikasi massa atau *mass communication*. Komunikasi massa adalah jenis komunikasi yang menggunakan media, seperti radio, surat kabar, film dan televisi yang dipertunjukkan di gedung-gedung bioskop sebagai pengantar pesan dan selanjutnya adalah komunikasi publik (*public communication*). Komunikasi publik merupakan jenis komunikasi satu arah antara komunikator dengan *audiens* yang jumlahnya besar. Tipe terakhir adalah komunikasi organisasi (*organization communication*), yaitu komunikasi yang terjadi dalam ruang lingkup sebuah organisasi.

Organisasi adalah kata yang berasal dari akar kata bahasa Inggris, yaitu *organization*. Organisasi memiliki dua pengertian, yang pertama dalam arti statis dan yang kedua dalam arti dinamis. Dalam arti statis, organisasi merupakan sebuah wadah berkumpulnya sekelompok orang yang saling bekerja sama untuk mencapai sebuah tujuan

tertentu, sedangkan dalam arti dinamis organisasi sebagai suatu sistem atau kegiatan sekelompok orang guna mencapai tujuan tertentu. Dari definisi yang sudah dijelaskan diatas, dapat disimpulkan bahwa organisasi adalah sebuah wadah yang memiliki sistem dan struktur dimana individu satu dengan lainnya berkumpul dan saling bekerjasama untuk mencapai tujuan bersama.

Organisasi memiliki berbagai macam bentuk dan bisa berada di mana saja, salah satunya berada di dalam ruang lingkup mahasiswa disuatu kampus tertentu. Organisasi Mahasiswa atau biasanya disingkat dengan Orma adalah organisasi yang memiliki kedudukan struktural yang resmi di kampus. Orma memiliki beberapa bentuk, seperti Himpunan Mahasiswa Jurusan (HMJ), Badan Semi Otonom (BSO), Komunitas Mahasiswa, dan Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM). Dalam hal ini, MHJ mengumpulkan mahasiswa yang berada dibawah naungan Program Studi yang sama ke dalam sebuah organisasi. BSO adalah lembaga yang berdiri secara mandiri dibawah HMJ. Disebut semiotonom karena meskipun memiliki kepengurusan sendiri, BSO mendapatkan mandat dari HMJ dan harus mempertanggung jawabkan kinerja ke HMJ. Komunitas Mahasiswa mengumpulkan mahasiswa dari satu Universitas untuk menekuni suatu bidang tertentu, artinya sedikit mirip dengan pengertian dari UKM.

UKM adalah bentuk organisasi mahasiswa dalam kampus yang menekuni suatu bidang tertentu dalam menjalankan kehidupan sosial berorganisasi. Perbedaan mendasar UKM dengan Komunitas Mahasiswa adalah hubungannya dengan pihak kampus. UKM mendapatkan pendanaan dari kampus, dan dengan demikian harus mempertanggung jawabkan kinerjanya ke pihak kampus dalam bentuk Laporan Pertanggung Jawaban (LPJ), sedangkan Komunitas Mahasiswa tidak mendapatkan pendanaan. UKM membantu mahasiswanya untuk belajar tentang berorganisasi sembari menekuni bidang - bidang yang menjadi fokus, contohnya bidang multimedia, bisnis, musik, seni peran, IT (Teknologi Informasi), bidang kerohanian, dan lain - lain.

UKM bidang kerohanian adalah jenis organisasi mahasiswa yang berfokus pada kegiatan dan program kerjanya di bidang keagama dan kerohanian. Salah satu UKM kerohanian yang terdapat di Universitas AMIKOM Yogyakarta adalah Ikatan Keluarga Nasrani Amikom (IKNA). IKNA terbentuk pada tahun 1995, tepatnya pada tanggal 14 November 1995. Awalnya IKNA hanyalah sebuah komunitas yang tidak didanai oleh kampus, namun seiring dengan berjalannya waktu, IKNA diterima sebagai bagian dari

organisasi berstatus Badan Semi Otonom (BSO) di AMIKOM. Pada 7 Desember 2011, IKNA resmi diakui sebagai Organisasi Mahasiswa (ORMA) dengan status Unit Kegiatan Mahasiswa (UKM) dan mendapatkan pendanaan dari kampus untuk setiap program kerja yang dijalankan.

Identitas dan Deskripsi Organisasi IKNA tercantum dalam Anggaran Dasar (AD) dan Anggaran Rumah Tangga (ART) juga dalam Garis Besar Haluan Kerja (GBHK) Bab I pasal 1 dan pasal 2 ayat 1. Pasal 1 berbunyi :*"Unit Kegiatan Mahasiswa Ikatan Keluarga Nasrani Amikom untuk selanjutnya disingkat menjadi UKM IKNA"*, sedangkan pasal 2 ayat 1 berbunyi : *"UKM IKNA didirikan di Yogyakarta pada tanggal 14 November 1995 dan diresmikan tanggal 7 Desember 2011 oleh STMIK AMIKOM Yogyakarta (Sekarang Universitas Amikom)"*. Dari Bab 1 ini, dapat diketahui bahwa IKNA adalah sebuah Organisasi berbentuk UKM yang ada di Universitas AMIKOM Yogyakarta.

Selain penjelasan dari Bab 1, latar belakang IKNA dapat dilihat pada AD/ART dan GBHK IKNA Bab IV pasal 1 dan 2. Pasal 1 berbunyi *"UKM IKNA adalah organisasi kerohanian mahasiswa Kristen Katolik dan Kristen Protestan yang selanjutnya disebut Nasrani di Universitas AMIKOM Yogyakarta"*, sedangkan pasal 2 berbunyi :*"UKM IKNA berfungsi sebagai wadah penyalur aspirasi, informasi, pemberdayaan, pemersatu, kebangunan rohani, dan pelatihan kemampuan berorganisasi keluarga Nasrani Universitas AMIKOM Yogyakarta."* Dari Bab ini, bisa diketahui bahwa Status dan Fungsi IKNA sebagai UKM yang ada di Universitas AMIKOM Yogyakarta untuk mencapai dan menjalankan fungsi dan tujuan tersebut. Dalam hal ini, komunikasi organisasi menjadi salah satu hal yang sangat penting. Tidak hanya untuk UKM IKNA saja. Bukan hanya sekedar komunikasi, melainkan komunikasi organisasi yang efektif. Semakin intens komunikasi yang terjadi antara pengurus dan anggota, semakin baik juga organisasi tersebut menjalankan tujuannya, demikian sebaliknya semakin tidak intens komunikasinya, maka semakin tidak baik juga organisasi tersebut.

Sebelum adanya pandemi Covid-19, UKM IKNA mengalami perkembangan yang cukup baik dan semakin berkembang dalam segala pencapaian kegiatan organisasi, bukan hanya di bidang kerohanian saja juga dilingkup Kampus AMIKOM, hal tersebut dapat diketahui dari berbagai program kerja yang sudah berjalan dan ter-realisasikan dari tahun ke tahun dengan segala kreasi dan inovasi yang ada, serta

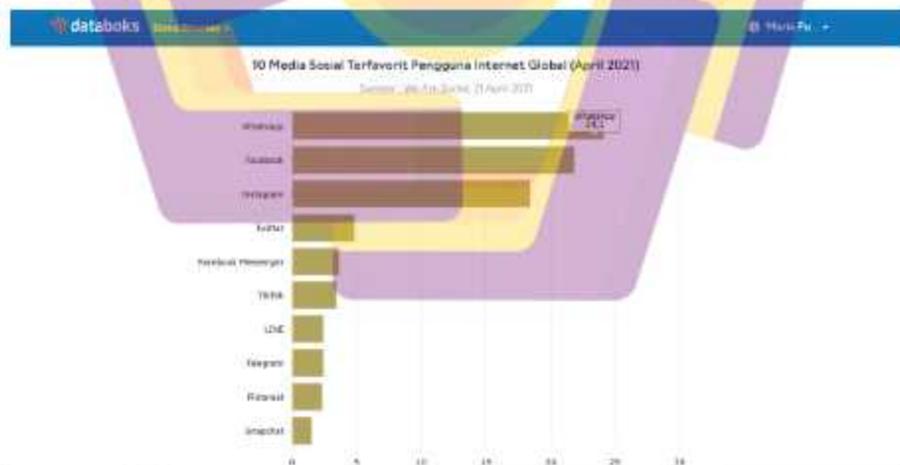
terlibatnya didalam acara-acara lainnya. Sebagian besar kegiatan IKNA dilakukan secara langsung/tatap muka, seperti pertemuan ibadah rutin, rapat pengurus, rapat kepanitiaan dll. Namun karena situasi dan kondisi yang seperti ini, dibutuhkan penyesuaian dan proses adaptasi. Dalam masa pandemi Covid-19 seperti sekarang ini, terdapat hambatan dalam komunikasi dengan anggota aktif IKNA. Jumlah anggota yang berpartisipasi dalam kegiatan juga mengalami penurunan drastis. Segala upaya dilakukan dalam menanggulangi dampak yang dirasakan dari adanya pandemi, karena dalam hal ini bukan hanya IKNA saja yang terkena imbasnya tapi seluruh organisasi mahasiswa di Kampus juga merasakannya. Berbagai cara sudah mulai dilakukan oleh pengurus untuk pengupayakan setiap program kerjanya dapat berjalan dengan lancar seperti melakukan percobaan dan simulasi untuk beradaptasi dengan keadaan dengan cara *online* termasuk dalam penyebaran informasi ke anggota.

Oleh karena itu, kebutuhan setiap organisasi dalam komunikasi yang efektif, bertumbuh seiring berjalannya waktu dengan pesatnya perkembangan teknologi salah satunya dengan adanya internet. Untuk mencapai sebuah komunikasi yang efektif kita memerlukan media sebagai alat bantu. Perkembangan internet membuat arus informasi dan komunikasi menjadi lebih cepat dan mudah dijangkau. Salah satu penggunaan internet digunakan pada gawai. Gawai merupakan bagian yang tidak dapat dipisahkan dari perkembangan teknologi saat ini. Walaupun jenisnya bermacam-macam dengan berbagai fungsi yang berbeda-beda, gawai dapat digunakan sebagai media bertukar informasi dan berkomunikasi dengan orang lain. Hasil dari Teknologi Informasi dan Komunikasi (yang disingkat TIK) saat ini bisa kita nikmati, salah satunya dengan adanya aplikasi *Whatsapp* (WA).

Oleh karena itu, penulis memilih *whatsapp* sebagai aplikasi perpesanan instan yang dapat mengirimkan *file*, pesan, gambar, video, foto dan obrolan *online*. Menurut Yudhianto (2017), *Whatsapp* adalah sosial media yang memungkinkan sesama penggunanya untuk saling mengirimkan dan menerima pesan yang berisi sebuah informasi atau berita. *Whatsapp* merupakan salah satu media sosial dengan jumlah pengguna yang tinggi, yang meningkat yang cukup pesat. Dengan menggunakan *whatsapp*, kita dapat berkomunikasi dimanapun dan kapanpun dengan orang lain yang menggunakan aplikasi tersebut selama gawai terhubung pada koneksi internet. Sebelum adanya pandemi ini, UKM IKNA sudah menggunakan aplikasi *Whatsapp* untuk penyebaran informasi ke anggota melalui Grup yang ada, selain itu juga berguna untuk

pendekatan secara personal mengenai IKNA. Namun dengan adanya pandemi seperti ini, keberadaan aplikasi *Whatsapp* diharapkan dapat mempermudah kinerja pengurus dalam menjangkau anggota dalam penyebaran informasi guna efektivitas komunikasi organisasinya.

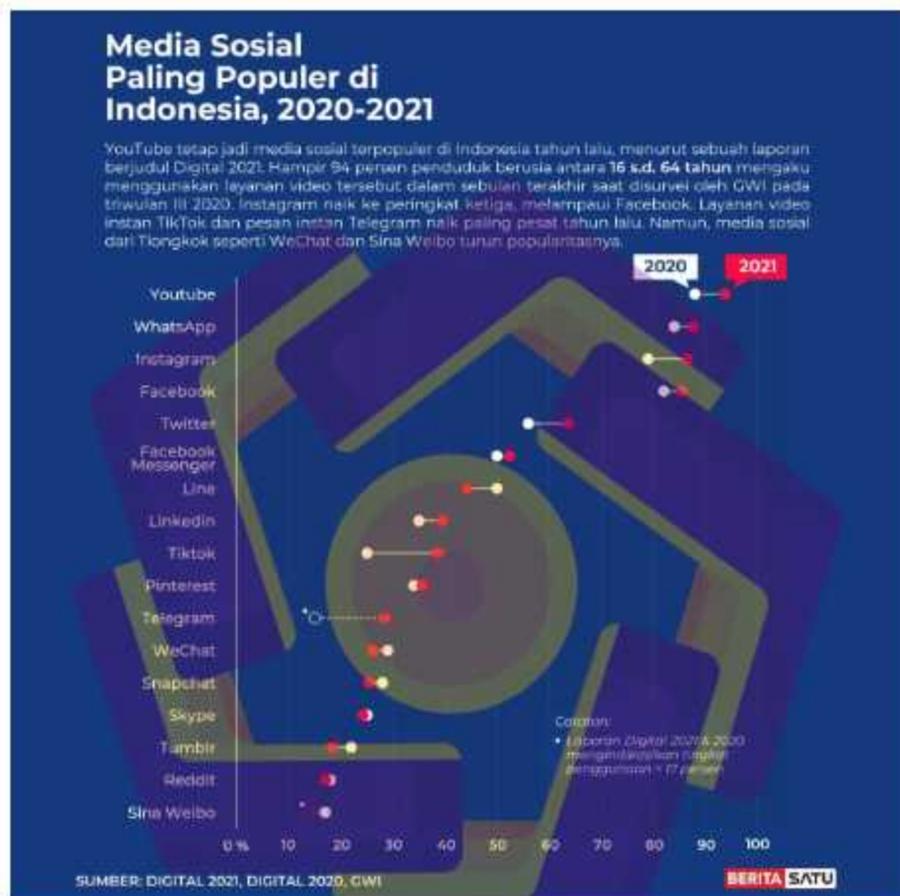
Menurut hasil survei *We Are Social* pada 21 April 2021 menunjukkan, *Whatsapp* menjadi media sosial terfavorit para pengguna internet di seluruh dunia. Ada 24,1% responden yang menyukai *Whatsapp* dibandingkan dengan platform lainnya. Sebanyak 21,8% responden global memilih Facebook sebagai media sosial paling favorit. Angka itu tidak jauh berbeda dengan Instagram yang dipilih oleh 18,4% responden. Sebagai informasi, *WhatsApp* dan *Instagram* merupakan anak perusahaan dari *Facebook*. Sementara itu, responden yang menjadikan media sosial lainnya sebagai favorit mereka cukup jauh tertinggal dari tiga platform teratas. *Twitter*, misalnya, hanya disukai oleh 4,8% responden. Responden yang menjadikan *Facebook Messenger* sebagai favorit mereka hanya sebesar 3,6%. *TikTok* yang tengah populer pun hanya dipilih oleh 3,4% responden sebagai media sosial terfavoritnya. Sebanyak tiga media sosial memiliki persentase di kisaran 2%, yakni *LINE* (2,4%), *Telegram* (2,4%), dan *Pinterest* (2,3%). Sebanyak 1,5% responden juga mengatakan *Snapchat* sebagai platform paling favorit.



**Gambar 1.1. : WhatsApp, Media Sosial Terfavorit Pengguna Internet**

**Sumber : Databooks**

Menurut hasil data dari *Beritasatu.com* pada Senin, 15 Februari 2021 | 19:16 WIB, oleh: Yudo Dahono; Whatsapp merupakan media sosial paling populer di Indonesia 2020-2021.



Gambar 1.2. : Media Sosial Paling Populer di Indonesia tahun 2020-2021

Sumber : *Beritasatu.com*

Hingga Januari 2021, Indonesia memiliki pengguna internet sebanyak 202,6 juta jiwa. Mengutip data dari *Data Reportal*, jumlah tersebut meningkat sebanyak 27 juta atau 16 persen dibandingkan tahun sebelumnya. Sementara penetrasi internet mencapai 73,7% hingga Januari lalu. *Youtube* masih menjadi media sosial terpopuler di Indonesia. Angka pengguna *YouTube* mencapai 94% dengan rentang usia berada di kisaran 16 hingga 64 tahun. Angka tersebut dikutip *Beritasatu.com* berdasarkan survei yang

dilakukan GWI pada triwulan ketiga 2020. Pada peringkat kedua bertengger WhatsApp diikuti Instagram pada posisi ketiga. Instagram naik ke peringkat ketiga dengan menggeser Facebook ke posisi keempat. Aplikasi video pendek TikTok serta perpesanan Telegram menunjukkan kenaikan paling pesat pada tahun 2020 lalu. Sementara media sosial dari Tiongkok seperti WeChat atau Sina Weibo semakin menurun popularitasnya di Indonesia.

Sebagai sebuah penelitian, peneliti menjadikan beberapa penelitian lain sebagai referensi. Penelitian penelitian tersebut adalah penelitian yang sudah ada sebelumnya dan memiliki relevansi dengan penelitian ini. Penelitian pertama adalah penelitian yang dibuat oleh Yuyun Linda Wahyuni, pada tahun 2016, berjudul Efektivitas Komunikasi Melalui Aplikasi Whatsapp (Studi Terhadap Grup Kpi 2012 Di Whatsapp Pada Mahasiswa Kpi Angkatan 2012). Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan media yang sama yaitu *Whatsapp*. Hasil yang diperoleh dari penelitian ini adanya kepuasan menggunakan aplikasi *Whatsapp* untuk bersosialisasi terutama di grup KPI 2012 yang ditandai dengan menciptakan dan membangun komunikasi yang efektif.

Penelitian berikutnya adalah penelitian yang dibuat oleh A. Andjani, IA, Ratnamulyani, dan AA. Kusumadinata, pada tahun 2018, berjudul "*Penggunaan Media komunikasi Whatsapp Terhadap Efektifitas Kinerja Karyawan*". Penelitian ini adalah penelitian kuantitatif dengan media yang sama yaitu *Whatsapp*. Hasil yang diperoleh dari penelitian sebelumnya adalah bahwa penggunaan *Whatsapp* sebagai media komunikasi sudah baik. Terdapat hubungan erat antara media sosial dengan kinerja karyawan. Penggunaan *Whatsapp* dapat membantu meningkatkan efektivitas kinerja para karyawan (A. Andjani, IA, Ratnamulyani, dan AA. Kusumadinata, 2018).

Dari penjabaran diatas, peneliti ingin melihat apakah penggunaan Aplikasi *Whatsapp* berpengaruh terhadap efektivitas komunikasi organisasi di IKNA. Penelitian ini penting menurut peneliti karena selain IKNA, banyak juga Organisasi dan UKM yang memanfaatkan *Whatsapp* sebagai media komunikasi organisasi. Dengan adanya penelitian ini, dapat menjadi referensi atau rujukan bagi organisasi organisasi untuk mengukur efektif tidaknya *Whatsapp* sebagai media komunikasi organisasi. Dengan adanya penelitian ini, UKM yang ada di setiap kampus secara umum, atau di Universitas AMIKOM Yogyakarta secara khusus, dapat meningkatkan komunikasi organisasi yang kemudian berdampak baik bagi organisasi - organisasi mahasiswa itu sendiri karena itulah

peneliti mengajukan penelitian dengan judul “Pengaruh Penggunaan Aplikasi *Whatsapp* Terhadap Efektivitas Komunikasi Organisasi Unit Kegiatan Mahasiswa Ikatan Keluarga Nasrani Amikom Di Masa Pandemi Covid-19 “.

## **1.2.Rumusan Masalah**

Dari latar belakang di atas, maka rumusan masalah yang dapat diteliti adalah “Bagaimana Pengaruh Penggunaan Aplikasi *Whatsapp* Terhadap Efektivitas Komunikasi Organisasi Unit Kegiatan Mahasiswa Ikatan Keluarga Nasrani Amikom di Masa Pandemi Covid-19?”

## **1.3.Tujuan Penelitian**

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Aplikasi *Whatsapp* Terhadap Efektivitas Komunikasi Organisasi Unit Kegiatan Mahasiswa Ikatan Keluarga Nasrani Amikom Yogyakarta di masa pandemi covid-19” bertujuan untuk mengetahui Bagaimanakah Pengaruh Penggunaan Aplikasi *Whatsapp* Terhadap Efektivitas Komunikasi Organisasi Unit Kegiatan Mahasiswa Ikatan Keluarga Nasrani Amikom Di Masa Pandemi Covid-19.

## **1.4.Manfaat Penelitian**

Peneliti mengharapkan penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan maupun masyarakat secara umum yang sudah dijelaskan dalam segi teoritis, akademis dan praktis, yaitu:

### **1.4.1. Manfaat Teoritis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan kontribusi terhadap perkembangan studi di lingkup ilmu komunikasi khususnya dalam konteks komunikasi organisasi. Dalam penelitian ini, menggunakan pengembangan teori tentang efektivitas dan teori media guna memperkuat data penelitian yang sudah dipertimbangkan dan ditinjau dari penelitian terdahulu.

### **1.4.2. Manfaat Akademis**

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan wawasan, informasi dan pengetahuan terhadap perkembangan studi ilmu komunikasi khususnya komunikasi organisasi dalam kegiatan berorganisasi di lingkungan Kampus Universitas AMIKOM Yogyakarta.

### 1.4.3. Manfaat Praktis

#### a. Bagi Peneliti

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan banyak wawasan, informasi, pengetahuan dan juga pengalaman bagi peneliti sendiri, khususnya pemahaman dalam proses komunikasi organisasi seputar kegiatan organisasi mahasiswa melalui media *Whatsapp* dengan baik khususnya di masa pandemi. Hal tersebut dibutuhkan guna mencapai suatu tujuan dan target yang lebih efektif, khususnya dalam penyebaran informasi.

#### b. Bagi Masyarakat/Organisasi terkait

Penelitian ini diharapkan mampu memberikan banyak manfaat secara praktis bagi setiap orang yang bersangkutan dengan dinamika kegiatan berorganisasi, juga dapat mengetahui pengaruh dari penggunaan aplikasi *Whatsapp* terhadap efektivitas komunikasi organisasi di UKM IKNA Universitas AMIKOM Yogyakarta dalam menghadapi situasi pandemi dengan cara memaksimalkan penyebaran informasi yang ada secara intens. Dalam hal ini, bukan hanya UKM IKNA saja yang dapat merasakan manfaat praktis dari penelitian ini, organisasi mahasiswa lainnya baik yang berada di internal Kampus maupun yang eksternal juga dapat merasakan dan menjadikan penelitian ini sebagai tolak ukur dan referensi penelitian sejenis selanjutnya.