

Tingkat Kepuasan Pemanfaatan Grup Media Sosial *Whatsapp* Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Uin Suska Riau

¹Putri Himatus Soliha, ²Suhaimi D, ³Assyari Abdullah
^{1,2,3} Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim
Riau

Email: putrihimatussoliha@gmail.com

ABSTRAK

Grup media *WhatsApp* dimanfaatkan mahasiswa program studi ilmu komunikasi untuk menerima dan menyebarkan informasi terkait kehadiran dosen, tugas, diskusi, dan kegiatan perkuliahan. Jenis penelitian ini merupakan kuantitatif yang melibatkan 94 sampel. Teori yang digunakan adalah *Uses and gratification*. Teknik analisis data adalah membandingkan *mean* dari *gratification sought* dan *gratification obtained* dan menguji tingkat signifikansinya dengan menggunakan *SPSS*. Hasil penelitian selisih dari nilai *mean* motif (*Gratification Sought*) dan kepuasan (*Gratification obtained*), maka didapatkan hasil yang sangat memuaskan berada pada indikator hiburan dengan selisih *mean* -0,17, dan peringkat terakhir pada indikator informasi dengan selisih *mean* sebesar -0,01. Berdasarkan hasil *Paired Samples Correlations* diketahui bahwa $\alpha = 0,05$ lebih besar dari nilai *sig* atau $[0,05 \geq 0,000]$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya, terdapat perbedaan tingkat kepuasan yang signifikan dalam pemanfaatan grup *WhatsApp* sebagai media informasi bagi mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.

Kata kunci : Kepuasan, *WhatsApp*, *Uses and Gratification*

Pendahuluan

Perkembangan media dan komunikasi menjadi dua hal yang tidak dapat dipisahkan dalam penyebaran dan penyaluran informasi. Sebagian besar orang menghabiskan waktu dengan mendengarkan musik, membaca buku, koran serta menonton TV (Arianti, 2017: 180). Tidak sedikit masyarakat juga memanfaatkan *gadget* sebagai media untuk kelancaran profesinya seperti bisnis *online*, wawancara via telfon, menikmati waktu bersantai, bahkan memainkan *game* sebagai pengisi diwaktu luang.

Perkembangan tersebut membawa dampak terhadap setiap lapisan kehidupan masyarakat, baik secara individu maupun kelompok (Adiba, 2017: 1182-1183). Masyarakat harus aktif untuk mengetahui pesatnya perkembangan media tersebut agar tidak *gaptek* (gagap teknologi). Karena dampak positif dari perkembangan media adalah untuk mempermudah dalam pemutaran informasi dengan cepat.

Survei yang dilakukan APJII tahun 2017 menjabarkan karakteristik pengguna internet di Indonesia digolongkan berdasarkan tingkat pendidikan terakhir. Tingkat pendidikan S2/S3 memperoleh persentase lebih besar yaitu 88,24% dari total pengguna internet, diikuti dengan pendidikan terakhir S1/Diploma sebesar 79,23%, SMA/MA/Paket C sebesar 70,54%, lalu SMP/MTs/Paket B sebesar 48,53%, SD/MI/Paket A sebesar 25,10%, dan terakhir tidak sekolah sebesar 5,45%. Sedangkan survei berdasarkan layanan yang diakses

maka *chatting* memiliki persentase tertinggi sebesar 89,35% dan diikuti oleh sosial media dengan persentase 87,13%.

Salah satu media yang dapat digunakan dengan memanfaatkan fasilitas internet adalah media sosial. Media sosial mengacu pada penggunaan teknologi berbasis *web* dan *mobile* untuk mengubah komunikasi ke dalam bentuk dialog interaktif (Arianti, 2017: 182). Salah satu media sosial yang diminati sampai saat ini adalah *WhatsApp*. *WhatsApp* Tidak hanya untuk memposting tentang kegiatan pribadi, curhatan, serta foto namun juga sebagai media untuk mengakses informasi (Rahmatullah, 2017: 2). Bahkan dengan *WhatsApp* kita dapat membentuk sebuah grup untuk mengumpulkan banyak orang didalam satu forum untuk melakukan perbincangan seputar perkuliahan dengan mudah dan irit kuota internet.

Berdasarkan pra riset yang dilakukan peneliti dari 45 sampel yang merupakan mahasiswa Ilmu Komunikasi, dapat diketahui bahwa grup media sosial yang digunakan untuk saling bertukar informasi terkait perkuliahan maka *WhatsApp* memiliki persentase yang tertinggi yaitu 100%. Artinya, aktivitas Mahasiswa Ilmu Komunikasi tidak terlepas dari *WhatsApp* untuk menerima dan menyebarkan informasi. Hal ini di buktikan bahwa setiap mahasiswa tergabung dalam sebuah grup *WhatsApp* dengan persentase 53,3% yang berjumlah 42 grup dari total 42 kelas, dengan alasan sekedar berinteraksi dengan anggota grup atau adanya kebutuhan tentang informasi perkuliahan. Baik yang berhubungan dengan mata kuliah, kehadiran dosen, informasi ujian, kegiatan kelas, diskusi atau tugas-tugas yang harus dikerjakan dalam waktu tertentu. Hal ini menjadikan Mahasiswa Ilmu Komunikasi mengkonsumsi grup media sosial *WhatsApp* karena terdorong oleh kebutuhan akan informasi seputar perkuliahan tersebut.

Kebanyakan orang memanfaatkan media untuk memenuhi serta mencari kepuasan agar kebutuhannya terpenuhi. Dengan begitu, teori yang sesuai dengan penelitian ini adalah teori *uses and gratification*. Teori ini berasumsi bahwa orang secara aktif berusaha untuk memenuhi hierarki kebutuhannya (Richard dan Lynn, 2014:101).

Merujuk kepada latar belakang yang sudah dipaparkan diatas, maka penelitian tentang “Tingkat Kepuasan Pemanfaatan Grup Media Sosial *WhatsApp* sebagai Media Informasi Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Uin Suska Riau” menarik untuk dilakukan.

Metode

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan format deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi semester genap (II, IV, VI, dan VIII) tahun 2019 FDK yang berjumlah 1442 orang. Berdasarkan perhitungan dengan menggunakan rumus slovin dengan *error margin* 10% maka didapatkan sampel berjumlah 94 orang. Penarikan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode *proposional sampling* (Bungin,2005:124).

Teknik pengumpulan data dengan studi Pustaka yaitu dengan membaca berbagai macam literatur, dan sumber lain yang relevan dan melakukan studi lapangan dengan cara melakukan survei dengan menggunakan kuesioner sebagai

alat pengumpul datanya. analisis data dengan menghitung *mean* untuk mengetahui kesenjangan antara (GS) dan (GO). Kemudian untuk menganalisis dua sampel berkorelasi dengan jenis data interval atau rasio, digunakan uji-t dua sampel (*Sampel paired test*)(Siregar,2017:248).

Hasil dan Pembahasan

Perbandingan *Mean*

Selisih antara *mean* motif (*Gratification Sought*) dengan kepuasan (*Gratification Obtained*) beserta tingkatan yang diperoleh dapat dilihat pada tabel berikut:

No	Indikator	Mean GS	Mean GO	GS-GO
1	Informasi	3,41	3,42	-0,01
2	Identitas Pribadi	3,05	3,08	-0,03
3	Integrasi dan Interaksi Sosial	3,27	3,31	-0,04
4	Hiburan	2,87	3,04	-0,17

Tabel 1: Perbandingan *Mean* GS dan GO

Semakin besar kesenjangan mean skor yang terjadi, maka makin tidak memuaskan media tersebut bagi khalayaknya. Sebaliknya semakin kecil kesenjangan mean skor yang terjadi, maka makin memuaskan media tersebut bagi khalayaknya(Kriyantono,2006:219).

Berdasarkan pada hasil selisih *mean* yang diperoleh pada tabel 5.46 maka dapat dilihat bahwa hasil *mean* GS (motif informasi, motif identitas pribadi, motif integrasi dan interaksi sosial serta motif hiburan) lebih kecil dibandingkan dengan hasil *mean* dari GO. Artinya, adanya perbedaan tingkat kepuasan antara motif dan kepuasan memanfaatkan grup media sosial *WhatsApp*. Diketahui bahwa selisih pada antara motif hiburan dengan kepuasan hiburan memiliki selisih paling kecil diantara indikator lainnya dengan selisih -0,17. Maka berdasarkan kepada ketentuan yang sudah dijelaskan, artinya indikator hiburan lebih memuaskan dibanding indikator informasi, identitas pribadi serta integrasi dan interaksi sosial. Kemudian pada peringkat kedua diperoleh oleh indikator integrasi dan interaksi sosial dengan selisih *mean* sebesar -0.04. Diikuti dengan indikator identitas pribadi dengan selisih *mean* sebesar -0,03. dan selisih terbesar diantara keempat indikator tersebut terdapat pada indikator informasi dengan selisih *mean* sebesar -0,01 yang berarti indikator informasi menjadi indikator yang terakhir memuaskan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.

Uji Validitas

Variabel	Indikator	r_{hitung}	r_{tabel}	keterangan
MOTIF (GS)	Informasi	0,849	0,023	Valid
	Identitas Pribadi	0,965	0,023	Valid
	Integrasi dan Interaksi Sosisal	0,994	0,023	Valid
	Hiburan	0,850	0,023	Valid
KEPUASAN (GO)	Informasi	0,921	0,023	Valid
	Identitas Pribadi	0,952	0,023	Valid
	Integrasi dan Interaksi Sosisal	0,997	0,023	Valid
	Hiburan	0,947	0,023	Valid

Tabel 2: Uji Validitas *Gratification Sought* dan *Gratification Obtained*

Uji t -test

	N	correlation	Sig.
Pair 1 motif (GS) & kepuasan (GO)	94	.461	.000

Tabel 3: *Paired Samples Correlations*

Pada tabel *Paired samples Correlations* menunjukkan besarnya korelasi antara motif (*Gratification Sought*) dan Kepuasan (*Gratification Obtained*), yaitu sebesar 0,461 dengan taraf signifikansinya 0,000. Jika $\alpha = 0,05$ lebih kecil atau sama dengan nilai *sig.* atau [$\alpha = 0,05 \leq sig$], maka H_0 di terima dan H_a ditolak. Jika $\alpha = 0,05$ lebih besar atau sama dengan nilai *sig.* atau [$\alpha = 0,05 \geq sig$] maka H_a diterima dan H_0 ditolak.

Ternyata $\alpha = 0,05$ lebih besar dari nilai *sig* atau [$0,05 \geq 0,000$] maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Artinya Terdapat perbedaan tingkat kepuasan yang signifikan dalam pemanfaatan grup *WhatsApp* sebagai media informasi bagi mahasiswa. Hal ini menunjukkan bahwa korelasi antara motif (*gratification sought*) dan Kepuasan (*gratification Obtained*) adalah kuat dan signifikan.

Tingkat Kepuasan Pemanfaatan Grup Media Sosial *WhatsApp*

sebagai Media Informasi

Kepuasan merupakan perasaan senang dengan tercapainya harapan-harapan dari media yang digunakan. Media yang dimaksud dalam penelitian ini adalah grup *WhatsApp*. Dalam perkembangan media *WhatsApp* mempertahankan fitur-fitur yang ada untuk dapat bersaing mempertahankan loyalitas penggunanya. Fenomenanya, Mahasiswa Ilmu Komunikasi memanfaatkan grup media sosial *WhatsApp* sebagai wadah pertukaran dan penerimaan informasi seputar perkuliahan. Mahasiswa memanfaatkan grup *WhatsApp* untuk saling berkomunikasi mengenai informasi kehadiran dosen, jam masuk perkuliahan, tugas-tugas tertentu bahkan pembentukan kelompok belajar. Hal ini sesuai dengan asumsi dari teori *uses and gratification* yang berpusat pada konsumen media yang aktif. Dimana permasalahan dari teori ini adalah bukan bagaimana cara media mengubah sikap dan perilaku khalayak, tetapi lebih kepada bagaimana media memenuhi kebutuhan pribadi dan sosial khalayak (Tankard, 2011:364) dengan berbagai macam tujuan yang berbeda (Yasir, 2011:150).

Kepuasan memiliki empat indikator yang terdiri dari kepuasan informasi, kepuasan identitas pribadi, kepuasan integrasi dan interaksi sosial, dan kepuasan hiburan. Jika mahasiswa Ilmu Komunikasi memilih memanfaatkan grup media sosial *WhatsApp* untuk memenuhi kebutuhan informasi seputar perkuliahannya maka mahasiswa tersebut dapat merasakan puas dengan adanya media tersebut. Namun jika Mahasiswa Ilmu Komunikasi tersebut beralih memilih grup media yang lain untuk memenuhi kebutuhan informasi seputar perkuliahannya maka mahasiswa tersebut tidak puas.

Berdasarkan hasil *mean* maka dapat diketahui bahwa keseluruhan dari indikator *mean* motif (GS) lebih kecil dibandingkan dengan keseluruhan indikator dari *mean* kepuasan (GO). Dari penjelasan tersebut dapat disimpulkan bahwa Mahasiswa Ilmu Komunikasi puas memanfaatkan grup media sosial *WhatsApp* sebagai media informasi.

Kesenjangan Kepuasan Informasi

Informasi merupakan data yang mudah dimengerti dan bermanfaat bagi penerimanya. Berdasarkan hasil nilai *mean* motif (*Gratification Sought*) informasi mendapat skor lebih kecil dari kepuasan (*Gratification Obtained*) informasi, dengan selisih berjumlah -0,01. Maka dapat disimpulkan bahwa indikator informasi mampu memuaskan khalayaknya. Kepuasan informasi mendapat peringkat keempat setelah kepuasan hiburan, kepuasan integrasi dan interaksi sosial dan kepuasan identitas pribadi. Kepuasan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah harapan Mahasiswa Ilmu Komunikasi untuk mengetahui berbagai peristiwa dan kondisi yang terjadi di lingkungan perkuliahan. Adanya grup *WhatsApp* di setiap kelas membantu setiap anggota yang tergabung dalam grup tersebut dapat lebih cepat dan tepat dalam penyebaran informasi-informasi terbaru.

Kesenjangan Kepuasan Identitas Pribadi

Kepuasan identitas pribadi merupakan cara memperkuat nilai-nilai individu (Morissan, 2013:510) setelah memanfaatkan grup media sosial *WhatsApp*. Berdasarkan hasil nilai *mean* motif identitas pribadi berjumlah 3,05 sedangkan kepuasan identitas pribadi memiliki *mean* sebesar 3,08. Maka selisih antara motif dan kepuasan didapatkan sebesar -0,03. Hal ini menjadikan indikator identitas pribadi mendapat peringkat ketiga setelah indikator hiburan dan indikator integrasi dan interaksi sosial. Kepuasan identitas pribadi dalam penelitian ini mencakup pada nilai-nilai yang dimiliki Mahasiswa Ilmu Komunikasi sebagai responden dalam

penelitian ini, dapat mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media, dan memperoleh nilai lebih sebagai mahasiswa. Dimana dengan memanfaatkan grup media sosial *WhatsApp* Mahasiswa Ilmu Komunikasi mampu mengembangkan peran sosialnya sebagai mahasiswa di Fakultas Dakwah dan Komunikasi dengan gaya pribadi yang dimiliki masing-masing.

Kesenjangan Kepuasan Integrasi dan Interaksi Sosial.

Kepuasan integrasi dan interaksi sosial yaitu kepuasan dengan membangun hubungan yang kita rasa kita miliki dengan orang-orang yang kita kenal hanya dengan melalui media (Richard dan Lynn, 2014:101). Berdasarkan pada hasil nilai *mean* dari motif (GS) integrasi dan interaksi sosial berjumlah 3,27 dan *mean* dari kepuasan (GO) integrasi dan interaksi sosial berjumlah 3,31. Maka selisih antara motif (GS) dengan kepuasan (GO) didapatkan hasil -0,04. Dapat disimpulkan bahwa kepuasan integrasi dan interaksi sosial mendapat peringkat kedua setelah indikator hiburan. Kepuasan integrasi dan interaksi sosial yang dimaksud dalam penelitian ini mencakup bagaimana Mahasiswa Ilmu Komunikasi mampu membangun hubungan dengan orang lain, dapat lebih dekat dengan orang lain, dapat lebih dihargai orang lain dengan memanfaatkan grup media sosial *WhatsApp*. Fenomenanya Mahasiswa Ilmu Komunikasi turut meramaikan serta berinteraksi dengan anggota grup media sosial *WhatsApp* untuk menambah pengetahuan seputar perkuliahan dan empati terhadap sosial.

Kesenjangan Kepuasan Hiburan

Kepuasan hiburan merupakan peralihan dari segala hal yang melelahkan baik itu masalah atau rutinitas tertentu. Berdasarkan pada hasil nilai *mean* dari motif (GS) hiburan berjumlah 2,87 sedangkan *mean* dari kepuasan (GO) hiburan berjumlah 3,04. Maka selisih diantara keduanya berjumlah -0,17. Kesimpulannya adalah kepuasan hiburan memiliki jumlah selisih *mean* yang paling kecil yang menjadikan kepuasan hiburan memperoleh peringkat pertama dari beberapa indikator yang diteliti. Kepuasan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah Mahasiswa Ilmu Komunikasi dapat melepaskan diri dari permasalahan seputar perkuliahan, dapat bersantai dan mengisi waktu luang serta mendapatkan hiburan dan kesenangan dengan memanfaatkan grup media sosial *WhatsApp*.

Simpulan

Tingkat kepuasan pemanfaatan grup media sosial *WhatsApp* sebagai media informasi bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau secara umum berada pada kategori memuaskan. Jika diuraikan berdasarkan empat indikator yaitu informasi, identitas pribadi, integrasi dan interaksi sosial serta hiburan, maka diketahui setiap indikator memiliki selisih *mean* yang kecil. Berdasarkan dari tingkat yang sangat memuaskan maka indikator hiburan memiliki selisih yang paling kecil yaitu -0,17. Kemudian peringkat kedua adalah indikator integrasi dan interaksi sosial dengan selisih -0,04. Selanjutnya indikator identitas pribadi dengan selisih berjumlah -0,03 dan terakhir adalah indikator informasi dengan selisih -0,01.

Berdasarkan hasil *Paired Samples Correlations* diketahui korelasi antara motif dan yaitu sebesar 0,461 dengan taraf signifikansinya 0,000. Ternyata $\alpha = 0,05$ lebih besar dari nilai *sig* atau $[0,05 \geq 0,000]$ maka H_a diterima dan H_0 ditolak. Berarti, Terdapat perbedaan tingkat kepuasan yang signifikan dalam pemanfaatan grup *WhatsApp* sebagai media informasi bagi mahasiswa Jurusan Ilmu Komunikasi UIN Suska Riau.

Referensi

- Adiba, Umami Sarah. *Pengaruh Kualitas Sistem dan pengaruh Kualitas Layanan Terhadap penggunaan Aplikasi Pesan Instan Whatsapp pada Mahasiswa Administrasi Bisnis Universitas Mulawarman. Jurnal Administrasi Bisnis*. Vol.5, No.4, 2017.
- APJII. *Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia*.
<https://www.apjii.or.id/content/read/39/342/hasil-Survei-Penetrasi-dan-Perilaku-pengguna-Internet-Indonesia-2017>, (diakses 9 Desember 2018).
- Arianti, Gusmia. *Kepuasan Remaja Terhadap Penggunaan Media Sosial Instagram Dan Path. eJournal Administrasi Bisnis* Vol.16, No.2, 2017.
- Bungin, Burhan. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana, 2005.
- Fiske, John. *pengantar Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Buku Litera Yogyakarta, 2016.
- Hardani, Dika. *Tingkat Kepuasan Mahasiswa Jurusan Komunikasi Uin Suska Riau sebagai Pengakses Internet Pada Situs Detik.com* [Skripsi]. Riau: UIN Sultan Syarif Kasim. 2011.
- Kriyantono, Rachmat. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta:Kencana,2006.
- Lynn, dan Richard. *Pengantar Teori Komunikasi*. Jakarta: Salemba Humanika. 2014.
- Morissan. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana, 2013.
- Nurudin. *pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta:Grafindo Persada,2013.
- Rahmatullah, Randi. *Penggunaan Media Sosial Whatsapp Messenger Terhadap Pencarian Informasi*. [Skripsi]. Padang: UIN Imam Bonjol. 2017.
- Septiana, Irmalia. *Hubungan Antara Motif dan Kepuasan Penonton Pada Program Islam Itu Indah Trans TV*. [Skripsi]. Jakarta. UIN Hidayatullah. 2013.
- Severin, Tankard. *Teori Komunikasi:Sejarah, Metode dan Terapandi Dalam Media Massa*. Jakarta:Kencana,2011.
- Siregar ,Syofian. *Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Bumi Aksara, 2017.
- WhatsApp.com, Dalam <http://www.whatsapp.com/about/> (Diakses 12 Desember 2018) 15.27.
- Yasir. *Teori komunikas*. Pekanbaru: Pusat Pengembangan Pendidikan Universitas Riau, 2011.