

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Internet adalah sesuatu yang tidak asing lagi di kalangan masyarakat modern di Indonesia. Di era informasi seperti saat ini internet memegang peranan penting dalam segala aspek kehidupan manusia. Internet menjadi media yang banyak digunakan oleh kalangan masyarakat terutama para pekerja, pelajar dan mahasiswa untuk memenuhi kebutuhan informasi.

Dalam hal ini, internet banyak digunakan karena menawarkan berbagai kemudahan untuk dapat mengakses berbagai literatur dan referensi ilmu pengetahuan yang sesuai dengan kebutuhan para akademisi serta informasi dunia bisnis dalam maupun luar negeri dan yang paling utama adalah internet sebagai media komunikasi yang memudahkan masyarakat dimanapun berada untuk berkomunikasi.

Menurut riset pasar e-Marketer, populasi netter tanah air mencapai 83,7 juta orang pada tahun 2014. Angka yang berlaku untuk setiap orang yang mengakses internet setidaknya satu kali setiap bulan itu mendudukkan Indonesia di peringkat ke enam di dunia dalam hal jumlah pengguna internet. Pada tahun 2017, e-Marketer memperkirakan, jumlah netter Indonesia akan mencapai 112 juta orang, mengalahkan Jepang pada peringkat ke lima, yang pertumbuhan jumlah pengguna internetnya lebih lambat. (diakses pada hari Sabtu 13 Agustus 2016, pukul 13:59 WIB dalam situs <http://tekno.kompas.com/read/2014/11/24/07430087/pengguna.internet.indonesia.nomor.enam.dunia>).

Secara keseluruhan, jumlah pengguna internet di seluruh dunia diproyeksikan akan mencapai 3 miliar orang pada tahun 2015. Tiga tahun setelahnya, pada tahun 2018, diperkirakan sebanyak 3,6 miliar manusia di bumi akan mengakses internet, setidaknya sekali tiap satu bulan.

Tabel 1.1
Pengguna Internet Dunia

Top 25 Countries, Ranked by Internet Users, 2013-2018						
<i>millions</i>						
	2013	2014	2015	2016	2017	2018
1. China*	620.7	643.6	669.8	700.1	736.2	777.0
2. US**	246.0	252.9	259.3	264.9	269.7	274.1
3. India	167.2	215.6	252.3	283.8	313.8	346.3
4. Brazil	99.2	107.7	113.7	119.8	123.3	125.9
5. Japan	100.0	102.1	103.6	104.5	105.0	105.4
6. Indonesia	72.8	83.7	93.4	102.8	112.6	123.0
7. Russia	77.5	82.9	87.3	91.4	94.3	96.6
8. Germany	59.5	61.6	62.2	62.5	62.7	62.7
9. Mexico	53.1	59.4	65.1	70.7	75.7	80.4
10. Nigeria	51.8	57.7	63.2	69.1	76.2	84.3
11. UK**	48.8	50.1	51.3	52.4	53.4	54.3
12. France	48.8	49.7	50.5	51.2	51.9	52.5
13. Philippines	42.3	48.0	53.7	59.1	64.5	69.3
14. Turkey	36.6	41.0	44.7	47.7	50.7	53.5
15. Vietnam	36.6	40.5	44.4	48.2	52.1	55.8
16. South Korea	40.1	40.4	40.6	40.7	40.9	41.0
17. Egypt	34.1	36.0	38.3	40.9	43.9	47.4
18. Italy	34.5	35.8	36.2	37.2	37.5	37.7
19. Spain	30.5	31.6	32.3	33.0	33.5	33.9
20. Canada	27.7	28.3	28.8	29.4	29.9	30.4
21. Argentina	25.0	27.1	29.0	29.8	30.5	31.1
22. Colombia	24.2	26.5	28.6	29.4	30.5	31.3
23. Thailand	22.7	24.3	26.0	27.6	29.1	30.6
24. Poland	22.6	22.9	23.3	23.7	24.0	24.3
25. South Africa	20.1	22.7	25.0	27.2	29.2	30.9
Worldwide***	2,692.9	2,892.7	3,072.6	3,246.3	3,419.9	3,600.2

Note: individuals of any age who use the internet from any location via any device at least once per month; *excludes Hong Kong; **forecast from Aug 2014; ***includes countries not listed
Source: eMarketer, Nov 2014

Sumber : marketer.com, diakses pada 13 agustus 2016, pada pukul 14:56 WIB

Seiring dengan perkembangannya, internet mampu melahirkan suatu jaringan baru yang dikenal dengan sebutan media sosial. Media sosial merupakan salah satu media online dimana para penggunanya dapat ikut serta dalam mencari informasi, berkomunikasi dan menjangring pertemanan dengan segala fasilitas dan aplikasi yang dimilikinya seperti line, whatsapp, facebook, twitter, instagram, path, dan lain-lain. Media sosial merupakan sarana bagi konsumen untuk berbagi teks, gambar, audio, dan informasi video dengan satu sama lain dan dengan perusahaan dan sebaliknya. (Philip kotler dan Kevin keller, 2012: 568).

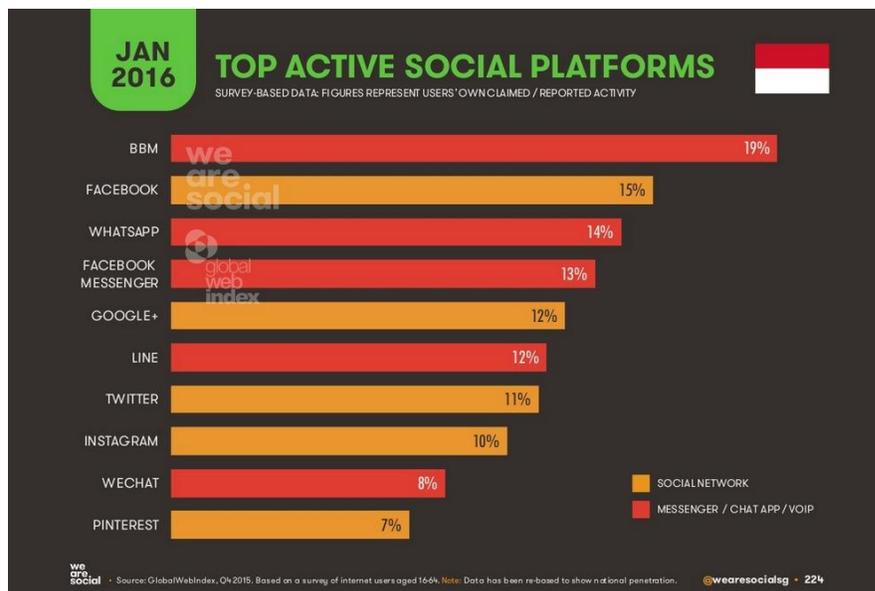
Media sosial adalah situs jaringan sosial seperti layanan berbasis web yang memungkinkan individu untuk membangun profil publik atau semi-publik dalam

sistem terbatas, daftar pengguna lain dengan siapa mereka terhubung dan melihat juga menjelajahi daftar koneksi mereka yang dibuat oleh orang lain dengan suatu sistem. (Dikutip dari jurnal yang berjudul *Social Networking sites: Definition, History, and Scholarship*, 2007: 2).

WeAreSocial dalam Digital, Social, and Mobile Report in 2016-nya memaparkan bahwa pengguna internet di Tanah Air sudah sebanyak 88,1 juta dari total 259 juta jiwa. (diakses pada hari senin, 3 oktober 2016, pukul 22.00 WIB dalam situs <http://www.techno.id/tech-news/sudah-2016-bbm-masih-jadi-aplikasi-messenger-favorit-orang-indonesia-160201v.html>). Kebanyakan netizen menggunakan internet untuk berkomunikasi dan mencari informasi menggunakan media sosial. WeAreSocial telah mendapatkan data social platform favorit netizen Indonesia. Di daftar teratas, ada BlackBerry Messenger (BBM) dengan 19 persen responden Sedangkan media sosial yang sejenis yaitu whatsapp menempati posisi tiga dengan 14 persen responden.

Gambar 1.1

Data Pengguna Media Sosial di Indonesia



Sumber: wearesocial.com, diakses pada 3 oktober 2016, pada pukul 21.19 WIB

Melihat data di atas, whatsapp menjadi salah satu media sosial yang diminati masyarakat saat ini. Whatsapp merupakan salah satu aplikasi yang memungkinkan penggunanya bertukar pesan tanpa biaya SMS yang populer dikalangan masyarakat baik dari kalangan menengah atas maupun kalangan menengah bawah. Kegunaan Whatsapp sendiri adalah sebagai media sosial chat dimana bisa untuk saling bertukar informasi antar pribadi maupun dalam grup.

Aplikasi pengirim pesan Whatsapp sudah ada dimana-mana untuk sementara ini tetapi sudah update terbaru telah meningkatkan fungsionalitas dari aplikasi sejak tanggal rilisnya. Tujuan utama dibalik aplikasi ini adalah untuk menggantikan SMS dengan *mobile messenger* antar platform yang bekerja pada jaringan data. Saat ini aplikasi whatsapp tersedia untuk iPhone, Android, Windows Phone, Nokia Symbian60, Symbian40 dan Blackberry. (Yeboah dan Ewur ,2014 : 157).

Gambar 1.2
Whatsapp Messenger



WhatsApp

Sumber : Google.com, diakses pada 16 agustus 2016, pada pukul 06:31 WIB

Aplikasi messanging Whatsapp akhirnya masuk dalam jajaran aplikasi bergengsi, karena sudah mencapai angka 1 miliar pengguna. Jan Koum mengumumkan capaian tersebut dalam akun Facebook miliknya. Dengan begitu berarti bisa disimpulkan bahwa 1 dari 7 orang di dunia ini menggunakan WhatsApp (jumlah penduduk bumi

sekitar 7 miliar pada sensus tahun 2011). (diakses pada hari Selasa 16 Agustus 2016, pada pukul 06:44 WIB dalam situs <http://www.jurnalweb.com>).

Namun hingga sekarang Whatsapp masih belum mengeluarkan pernyataan resmi mengenai jumlah penggunaannya di tanah air. Tapi yang jelas, Whatsapp merupakan aplikasi *chatting* yang cukup populer di Indonesia. Menurut hasil survei dari Nielsen pada bulan Juli 2014, 79 persen konsumen smartphone di Indonesia menggunakan BBM, disusul oleh WhatsApp dengan 57 persen dan Line dengan 30 persen pengguna. (diakses pada hari Selasa 16 Agustus 2016, pada pukul 06:52 dalam situs <https://id.techinasia.com>).

Untuk aplikasi Whatsapp di kalangan karyawan sendiri digunakan sebagai sarana untuk saling bertukar informasi mengenai hal-hal yang berhubungan dengan pekerjaannya. Namun belum ada regulasi khusus dari Management Perusahaan yang mengatur penggunaan Whatsapp di kalangan karyawan. Selain itu untuk memudahkan berkomunikasi dan bertukar informasi, akun Whatsapp digunakan karyawan untuk membuat grup divisi masing-masing.

Whatsapp saat ini menjadi aplikasi yang diminati oleh karyawan-karyawan di setiap perusahaan. Perusahaan menjadikan aplikasi ini sebagai alat komunikasi utama sesama karyawan dan juga koordinasi atasan dan bawahan (diakses pada hari Sabtu 10 Desember 2016 pada pukul 16.48 dalam situs www.whaffindonesia.com).

Bank BTN cabang Bandung sebagai sebuah perusahaan jasa yang bersifat profit tidak dapat melepaskan diri dari perkembangan teknologi saat ini apalagi dalam hal komunikasi, sesuai dengan riset yang dilakukan penulis, hampir di setiap divisi di perusahaannya menggunakan aplikasi whatsapp dan membuat grup untuk memudahkan karyawannya dalam berkomunikasi dan menyebarkan informasi. Bank BTN merupakan salah satu pelopor Bank yang bergerak di bidang perumahan atau Bank KPR, di Bank BTN Cabang Bandung atasan memberikan rekomendasi untuk penggunaan media komunikasi yaitu Whatsapp. Komunikasi di sebuah organisasi tidak akan terlepas dari media yang digunakan dalam organisasi tersebut.

Media komunikasi adalah suatu alat yang dipergunakan untuk mempermudah penyampaian informasi dari seseorang kepada orang lain, untuk mencapai tujuan yang

ditentukan. Menurut jenisnya, media komunikasi dapat dikelompokkan dalam tiga macam, yaitu :

- a. Media Komunikasi berupa Audio (Media Komunikasi Audio), yaitu suatu alat komunikasi yang dapat ditangkap melalui alat pendengaran. Contohnya : Radio, Telepon, Tape recorder, dan sebagainya.
- b. Media Komunikasi berupa Visual (Media Komunikasi Visual), yaitu alat komunikasi yang ditangkap melalui alat penglihatan. Contohnya : Surat, transparansi, chart atau grafik, dan lain-lain.
- c. Media Komunikasi yang berupa Audio Visual (Media Komunikasi Audio Visual), yaitu alat komunikasi yang dapat dilihat dan dapat didengar. Contohnya : televisi, VCD, layar lebar, Internet, wawancara (face to face), kunjungan, dan sebagainya. (diakses pada hari selasa 16 agustus 2016, pada pukul 08:03 WIB dalam situs <http://publication.gunadarma.ac.id>).

Media sosial merupakan sarana untuk menyebarkan informasi dan berkomunikasi yang efektif. Walaupun belum ada data pasti, namun sampai saat ini banyak media sosial yang diminati oleh para karyawan di setiap perusahaan terutama aplikasi pesan lintas yaitu whatsapp yang mungkin dibeberapa kalangan remaja jarang digunakan. Oleh karena itu, penggunaan aplikasi chatting whatsapp di kalangan karyawan Bank BTN cabang Bandung membuat penulis mengangkatnya ke dalam penelitian. Apakah dengan menggunakan aplikasi whatsapp akan mempengaruhi kinerja komunikasi organisasi karyawan Bank BTN cabang Bandung? Dan penulis mengambil judul “PENGARUH WHATSAPP MESSENGER TERHADAP KINERJA KOMUNIKASI ORGANISASI KARYAWAN Bank BTN cabang Bandung”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan sebelumnya, maka rumusan masalah yang diajukan penulis dalam penelitian ini adalah: adakah pengaruh whatsapp

messenger terhadap kinerja komunikasi organisasi karyawan Bank BTN cabang Bandung?

Penulis menetapkan identifikasi masalah berdasarkan rumusan masalah yang di antaranya adalah:

1. Adakah pengaruh whatsapp messenger terhadap kinerja komunikasi organisasi karyawan Bank BTN cabang Bandung dan Seberapa besarkah pengaruhnya?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah tersebut, maka tujuan penelitian dapat dijabarkan sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui adakah pengaruh whatsapp messenger terhadap kinerja komunikasi organisasi karyawan Bank BTN cabang Bandung dan seberapa besarkah pengaruh whatsapp tersebut.

1.4 Manfaat Penelitian

Adapun manfaat yang dapat diperoleh dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1.4.1 Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan mampu menjadikan pendorong untuk dilakukan penelitian lain yang lebih komprehensif tentang kinerja karyawan dengan menggunakan sosial media .

1.4.2 Manfaat Praktis

Terutama bagi perusahaan yang bersangkutan diharapkan dapat mendorong perusahaan untuk dapat meningkatkan proses komunikasi yang optimal dimasa yang akan datang dengan menggunakan sosial media yang ada.

1.5 Tahapan Penelitian

Dalam melaksanakan tahapan penelitian ini, penulis membagi proses menjadi beberapa bagian tahapan (Sugiyono, 2009: 30) sebagai berikut:

1. Observasi

Proses pencarian pokok permasalahan atau fenomena yang akan diangkat untuk dijadikan topik dalam penelitian. Setelah topik penelitian ditentukan, maka tahapan selanjutnya adalah menentukan judul penelitian.

2. Merumuskan dan Mengidentifikasi Masalah

Judul penelitian yang telah ditentukan kemudian diturunkan menjadi beberapa poin masalah dalam bentuk kalimat pertanyaan, agar penulis tetap fokus dalam melakukan penelitian.

3. Menentukan Variable X dan Variable Y

Penentuan variable bebas dan variable terikat yang berkaitan dengan objek yang dimasukkan kedalam judul. Variable X sebagai variable bebas dan Variabel Y sebagai variable terikat.

4. Landasan Teori

Teori digunakan untuk menjawab rumusan masalah dalam penelitian.

5. Perumusan Hipotesis

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah penelitian. Dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru didasarkan pada teori yang relevan, belum didasarkan pada fakta-fakta empiris yang diperoleh melalui pengumpulan data.

6. Menentukan Populasi dan Sampel

Penentuan populasi dan sampel disesuaikan dengan jenis dan topik penelitian karena sampel atau responden adalah sumber utama data yang akan diolah dalam penelitian ini.

7. Pengumpulan data

Data penelitian diperoleh melalui dua teknik, yaitu data primer melalui penyebaran kuisisioner kepada sampel yang sudah ditentukan dan data sekunder melalui studi pustaka maupun data-data dari perusahaan untuk melengkapi data primer.

8. Analisis Data

Dari hasil data yang telah dihitung secara sistematis, kemudian disajikan dan dibahas secara mendetail dengan penambahan interpretasi yang dilandaskan teori-teori yang mendukung penelitian.

9. Kesimpulan dan Saran

Menyimpulkan seluruh proses penelitian beserta hasil yang dapat menjawab rumusan masalah. Pemberian saran merupakan alternatif yang ditawarkan kepada perusahaan mengenai masalah yang diangkat, selain itu saran juga ditunjukkan untuk penelitian selanjutnya.

1.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

Penelitian ini dilakukan secara offline dengan cara menyebarkan kuesioner secara langsung. Periode pelaksanaan penelitian ini yaitu pada bulan juli - Desember 2016.

Tabel 1.2
Tahapan dan waktu penelitian

No.	Tahapan Kegiatan	Juli	Agu	Sep	Okt	Nov	Des
1	Mencari topik penelitian, pengamatan terhadap objek penelitian yang diambil, mencari referensi dan menentukan kasus penelitian						
2	Penyusunan draft proposal penelitian bab 1						

3	Pencarian data awal penelitian, penyusunan tinjauan pustaka bab 2-3						
4	Pengumpulan data melalui kuesioner kepada karyawan Bank BTN cabang Bandung yang menggunakan sosial media whatsapp.						
5	Proses analisis dan pengolahan data.						
6	Penyusunan hasil penelitian berupakesimpulan dan saran.						

Sumber: Olahan Peneliti (2016)