

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Kepuasan (satisfaction) merupakan perasaan bahagia atau kecewa seseorang yang muncul karena membandingkan kinerja yang sudah dipersepsikan produk atau hasil terhadap ekspektasi mereka (Kotler, 2009). Informasi merupakan suatu sistem didalam suatu organisasi yang mempertemukan kebutuhan pengolahan transaksi harian, mendukung operasi, bersifat manajerial dan aktivitas taktik menurut suatu organisasi serta menyediakan pihak luar eksklusif menggunakan laporan-laporan yg ditemukan (Jogiyanto, 2001). Kepuasan memperoleh informasi itu tanpa batas dan beraneka ragam, dikembalikan lagi kepada sumber daya masuai (SDM) PT. Mitracool jaya Utama Bandung. Karyawan yang antusias bekerjanya tinggi baik untuk meraih prestasi, kepuasannya masih sedikit didapatkan untuk mendapatkan informasi. Tapi karyawan dengan bekerja apa adanya, masih ada yang tidak peduli dengan adanya informasi. Mengingat hal tersebut, tentu saja kepuasan memperoleh informasi adalah hal yang perlu difikirkan oleh PT. Mitracool Jaya Utama Bandung untuk bisa melayani serta meenuhi kebutuhan karyawan. Maka dari itu masih banyak ditemukan belum adanya maksimal terhadap kepuasan memperoleh informasi. Kesibukan dari pimpinan, kesibukan dari sekretaris, dan semua divisi sehingga dinilai susah atau tidak masimal. Kepuasan memperoleh informasi itu bertingkat perlu adanya perhatian seperti dilakukannya rapat dan sosialisasi. Seiring dengan perkembangan

teknologi maka penggunaan media menjadi salah satu jembatan komunikasi yang digunakan perusahaan PT. Mitracool Jaya Utama Bandung untuk memberikan informasi kepada karyawan.

Efektifitas menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah berasal dari kata efektif yang mempunyai arti pengaruh, efek, akibat, atau dapat membawa hasil. Efektivitas secara umum yaitu daya guna, keaktifan, serta adanya kesesuaian dalam suatu kegiatan orang yang melaksanakan tugas dengan sasaran yang dituju (Abadi et al., 2021). Suatu kegiatan orang yang melaksanakan tugas dengan sasaran yang dituju juga bisa dalam penggunaan media sosial, dimana media sosial merupakan salah satu jembatan dalam berkomunikasi yang sangat berpengaruh. Dengan berkembangnya teknologi dan informasi, PT. Mitracool Jaya Utama Bandung dapat lebih mudah dalam menjalankan tugas atau aktivitas sehari – hari. Dengan munculnya media sosial, membuat semua kegiatan atau tugas menjadi lebih mudah hanya dengan menggunakan ponsel dapat langsung membuka media sosial.

Menurut Kaplan & Haenlein (2010), media sosial adalah sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 serta memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content* (Purbohastuti, 2017). Menurut Phillip Kotler dan Kevin Keller, media sosial menjadi salah stau cara bagi konsumen dalam mendapatkan dan berbagi informasi, gambr, video, dan audio datu sama lain dengan bisnis maupun sebakiknya (Kotler dan Keller, 2012 :568). Media sosial dapat menjadi fasilitator yang menghubungkan pengguna dengan penghubung sosial yang lebih luas lagi dan terdapat beberapa media sosial yang saat ini populer adalah *Whatsapp*, Facebook,

Instagram, Twitter, Blog, dan sebagainya (Rahmawati et al., 2020). Perkembangan era digital yang semakin maju, membuat media sosial semakin banyak diminati. Media sosial dijadikan salah satu jembatan untuk dijadikan sebagai sarana komunikasi yang mendapatkan suatu informasi atau pesan. Dalam penggunaannya dapat membantu efektivitas media sosial untuk kehidupan sehari - hari yang menjadi gaya hidup di masyarakat.

Melihat dari penggunaan media sosial yang semakin banyak diminati oleh orang banyak, dapat dilihat juga seberapa berpengaruh efektivitas dalam penggunaan media sosial di kehidupan sehari – hari. Pemakaian media sosial menjadi salah satu pilihan dalam mendapatkan suatu pesan maupun informasi yang setiap harinya bertambah banyak. Dapat dilihat dari data pengguna internet dan media sosial di Indonesia tahun 2022 yang terlampir dalam <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/> terdapat total jumlah penduduk sebanyak 2,77,7 juta dan pada tahun 2021 sebanyak 274,9 juta (naik 1%), perangkat mobile yang terhubung sebanyak 370,1 juta dan pada tahun 2021 sebanyak 345,3 juta (naik 3,6%), pengguna internet di Indonesia 2022 sebanyak 204,7 juta dan pada tahun 2021 202,6 juta (naik 1%), dan ada pengguna media sosial yang aktif sebanyak 191,4 juta dan pada 2021 sebanyak 170 juga (naik 12,6%).

Gambar 1. 1
Essential Digital Headlines



Sumber : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>

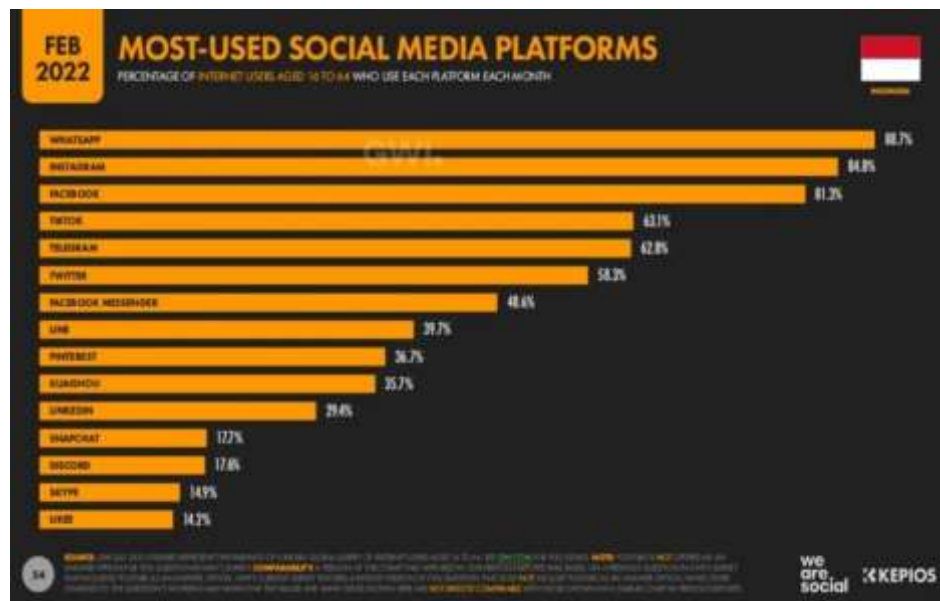
Dari data yang telah disajikan *We Are Social* yang setiap tahunnya selalu mengadakan kuesioner serta pengolahan diawal tahun dan terlampir dalam andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/, penggunaan internet dan media sosial di Indonesia di tahun 2022 semakin meningkat. Dimana dalam jumlah penduduk dalam pemakaian media sosial setiap tahun bertambah sebanyak 1% dari sebelumnya, dapat dilihat juga seberapa efektif penggunaan media sosial sebab dipilih sebagai media komunikasi, informasi dan juga berbisnis.

Salah satu media sosial yang sedang populer dan sering digunakan yaitu *Whatsapp*. Dimana *whatsapp* merupakan suatu aplikasi pengiriman pesan secara online yang bisa mengirim gambar, suara, bahkan video yang memiliki fungsi hampir sama seperti Short Message Service (SMS) yang sudah mulai jarang digunakan hanya saja dalam pengiriman pesan melalui *Whatsapp* tidak menggunakan pulsa melainkan kuota yang relatif lebih hemat (Wibowo, 2021). Perilisan *Whatsapp* pada bulan Januari 2009, akan tetapi pada tahun 2014 *Whatsapp* berhasil diakuisi selama delapan bulan dan resmi menjadi milik Facebook

(Ratnasari, 2021).

Dalam perkembangan zaman saat ini, pemilihan media sosial *Whatsapp* menjadi salah satu pilihan yang sangat berpengaruh salah satunya sebagai jembatan komunikasi untuk mendapatkan suatu pesan maupun informasi. Komunikasi sangat berperan penting dalam segala aktivitas ataupun kegiatan setiap orang, dimana kita akan tahu kemana arah dan tujuan yang akan dicapai. *We Are Social* juga mengirimkan data yang dilampirkan dalam <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/> mengenai platform media sosial yang banyak digunakan di Indonesia tahun 2022 (berbasis survei) bahwa sebanyak 88,7% dari jumlah populasi di Indoneisa menggunakan *Whatsapp* dan pada tahun sebelumnya 87,7% dari jumlah populasi yang berarti naik sebanyak 1% populasi. Media sosial lainnya seperti pengguna Instagram di Indonesia sebanyak 84,8% dari jumlah populasi dan turun dari tahun sebelumnya sebanyak 86,6% dari jumlah penduduk, pengguna Facebook sebanyak 81,3% dari jumlah penduduk dan menurun dari tahun sebelumnya sebanyak 85,5% dari jumlah penduduk, pengguna Tiktok sebanyak 63,1% dari jumlah populasi dan naik pesat dari tahun sebelumnya yang hanya 38,7% dari jumlah populasi.

Gambar 1. 2
Most-Used Social Media Platforms



Sumber : <https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2022/>

Dari survei pemilihan 15 media sosial yang sering digunakan dalam data *We Are Social*, *Whatsapp* memiliki peringkat tertinggi dalam penggunaan dari media sosial lainnya dan dijadikan sebagai media informasi ataupun pesan. Dari survei tersebut juga menjadikan Indonesia sebagai salah satu negara pengguna terbanyak media sosial *Whatsapp* serta aplikasi lainnya.

Media sosial *Whatsapp* juga salah satunya dapat dijadikan sebagai media komunikasi tidak langsung, dimana dalam mengirimkan atau mendapatkan informasi tidak perlu bertemu cukup menggunakan kata – kata, gambar, dan juga video. Selain penggunaan yang cukup mudah, penggunaan media sosial *Whatsapp* juga dijadikan sebagai kebiasaan dalam kehidupan oleh masyarakat banyak yang akan membuat komunikasi virtual yang secara tidak langsung berkomunikasi menggunakan teknologi seperti *Smartphone*.

Komunikasi virtual biasa dikenal dengan komunikasi kontemporer yaitu

proses penyampaian pesan yang dikirimkan melalui internet atau *cyberspace* dan dari perkembangan komunikasi yang terpengaruh oleh dampak modernisasi pada ruang lingkup dunia maya. Komunikasi virtual memiliki kelebihan dan kekurangan yang bisa dimanfaatkan dengan bijaksana oleh masyarakat banyak (Ais, 2020). Perkembangan media sosial *Whatsapp* juga dapat dimanfaatkan oleh sebuah perusahaan dalam penyampaian pesan ataupun informasi untuk pegawai.

Dalam sebuah perusahaan, diperlukannya komunikasi yang baik agar pekerjaan yang dikerjakan berjalan dengan seharusnya. Komunikasi didalam sebuah perusahaan juga harus bisa berjalan dengan efektif, sebab komunikasi yang efektif dapat menyampaikan suatu pesan atau informasi yang benar dalam pekerjaan. Suatu informasi atau pesan mengenai pekerjaan berjalan sesuai alur dari pimpinan sampai karyawan maupun sebaliknya, komunikasi yang ada didalamnya sangat berpengaruh ke dalam kegiatan suatu organisasi dan muncul adanya kepuasan memperoleh informasi.

Pemilihan media sosial *whatsapp* sebagai media komunikasi terhadap kepuasan memperoleh informasi juga dialami oleh PT. Mitracool Jaya Utama Bandung. PT. Mitracool Jaya Utama adalah sebuah perusahaan yang bergerak di dibidang supplier dan retail pendingin yang memberikan pelayanan dalam hal pembuatan mesin pendingin, mesin pemanas, mesin – mesin customize, serta lain sebagainya. Selain itu juga bisnis ini mencakup pad pengadaan barang seperti compressor, condenser, evaporator, serta barang – barang teknik lainnya.

Selain menggunakan media sosial *Whatsapp*, PT. Mitracool Jaya Utama Bandung juga menggunakan email, instagram dan website sebagai sarana bisnis.

Melihat juga zaman yang semakin maju, *Whatsapp* sebagai salah satu media yang mudah digunakan dalam mengirim informasi apapun. Dari pengiriman informasi ataupun pesan dari *Whatsapp*, bisa dilihat seberapa efektif penggunaannya dalam kegiatan sehari – hari dalam bekerja.

Whatsapp juga dipilih oleh PT. Mitracool Jaya Utama Bandung sebagai salah satu media komunikasi tidak langsung atau virtual, selain menginformasikan mengenai pekerjaan juga mengenai motivasi kerja seluruh karyawan yang ada. Melalui kata – kata atau gambar, pimpinan selalu mengirimkan motivasi kepada seluruh karyawannya dalam hal bekerja. Dalam menginformasikan suatu pekerjaan dengan komunikasi menggunakan pesan, dapat dilihat terhadap kepuasan memperoleh informasi.

Sering kali dalam penggunaan *whatsapp* yang dilakukan PT. Mitracool Jaya Utama, masih banyak beberapa karyawan yang masih belum mendapatkan kepuasan informasi dikarenakan masih banyak yang jarang membuka *whatsapp* dan jarang adanya hiburan didalam group *whatsapp*. Seperti saat pihak administrasi sudah memberikan informasi ke dalam group *whatsapp* bahwa ada konsumen yang meminta perbaikan mesin pendingin dan masih banyak beberapa orang yang masih belum membuka dikarenakan berbagai alasan, akibatnya akan membuat keduanya rugi perusahaan serta konsumen juga rugi.

Dalam pemaparan yang sudah dikemukakan diatas, media sosial *Whatsapp* juga digunakan sebagai salah satu media komunikasi tidak langsung didalam perusahaan terhadap kepuasan memperoleh informasi oleh karyawan dan juga peneliti tertarik untuk mengetahui pentingnya penggunaan media sosial *Whatsapp*

sebagai media komunikasi terhadap kepuasan memperoleh informasi karyawan PT. Mitracool Jaya Utama Bandung. Berdasarkan latar belakang yang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah **“Sejauhmana Efektivitas Penggunaan Media Sosial *Whatsapp* Sebagai Media Komunikasi Terhadap Kepuasan Memperoleh Informasi Oleh Karyawan PT. Mitracool Jaya Utama Bandung”**.

1.2 Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijelaskan di atas dan masih luas, maka identifikasi masalah dari penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Sejauhmana **Tujuan** Penggunaan Media Sosial *Whatsapp* Sebagai Media Komunikasi Terhadap Kepuasan Memperoleh Informasi Oleh Karyawan PT. Mitracool Jaya Utama Bandung ?
2. Sejauhmana **Waktu** Penggunaan Media Sosial *Whatsapp* Sebagai Media Komunikasi Terhadap Kepuasan Memperoleh Informasi Oleh Karyawan PT. Mitracool Jaya Utama Bandung ?
3. Sejauhmana **Jumlah** Penggunaan Media Sosial *Whatsapp* Sebagai Media Komunikasi Terhadap Kepuasan Memperoleh Informasi Oleh Karyawan PT. Mitracool Jaya Utama Bandung ?
4. Sejauhmana Efektivitas Penggunaan Media Sosial *Whatsapp* Sebagai Media Komunikasi Terhadap **Informasi** Oleh Karyawan PT. Mitracool Jaya

Utama Bandung ?

5. Seauhmana Efektivitas Penggunaan Media Sosial *Whatsapp* Sebagai Media Komunikasi Terhadap **Identitas Personal** Oleh Karyawan PT. Mitracool Jaya Utama Bandung ?
6. Seauhmana Efektivitas Penggunaan Media Sosial *Whatsapp* Sebagai Media Komunikasi Terhadap **Integrasi dan Interaksi** Oleh Karyawan PT. Mitracool Jaya Utama Bandung ?
7. Seauhmana Efektivitas Penggunaan Media Sosial *Whatsapp* Sebagai Media Komunikasi Terhadap **Hiburan** Oleh Karyawan PT. Mitracool Jaya Utama Bandung ?

1.3 Maksud Dan Tujuan Penelitian

1.3.1 Maksud Penelitian

Maksud dari penelitian ini adalah untuk mencari tahu, mengukur dan menjelaskan mengenai masalah Efektivitas Penggunaan Media Sosial *Whatsapp* Sebagai Media Komunikasi Terhadap Kepuasan Memperoleh Informasi Oleh Karyawan PT. Mitracool Jaya Utama Bandung.

Hasilnya akan dituangkan ke dalam bentuk karyatulis ilmiah yaitu berupa skripsi yang merupakan salah satu syarat dalam menyelesaikan jenjang Sarjana Strata Satu Ilmu Komunikasi.

1.3.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan uraian dari identifikasi masalah diatas, maka penelitian ini memiliki tujuan sebagai berikut :

1. Untuk Mengetahui Sejauhmana **Tujuan** Penggunaan Media Sosial *Whatsapp* Sebagai Media Komunikasi Terhadap Kepuasan Memperoleh Informasi Oleh Karyawan PT. Mitracool Jaya Utama Bandung.
2. Untuk Mengetahui Sejauhmana **Waktu** Penggunaan Media Sosial *Whatsapp* Sebagai Media Komunikasi Terhadap Kepuasan Memperoleh Informasi Oleh Karyawan PT. Mitracool Jaya Utama Bandung.
3. Untuk Mengetahui Sejauhmana Efektivitas **Jumlah** Penggunaan Media Sosial *Whatsapp* Sebagai Media Komunikasi Terhadap Kepuasan Memperoleh Informasi Oleh Karyawan PT. Mitracool Jaya Utama Bandung.
4. Untuk Mengetahui Sejauhmana Efektivitas Penggunaan Media Sosial *Whatsapp* Sebagai Media Komunikasi Terhadap **Informasi** Oleh Karyawan PT. Mitracool Jaya Utama Bandung.
5. Untuk Mengetahui Sejauhmana Efektivitas Penggunaan Media Sosial *Whatsapp* Sebagai Media Komunikasi Terhadap **Identitas Personal** Oleh Karyawan PT. Mitracool Jaya Utama Bandung.
6. Untuk Mengetahui Sejauhmana Efektivitas Penggunaan Media Sosial *Whatsapp* Sebagai Media Komunikasi Terhadap **Integrasi dan Interaksi** Oleh Karyawan PT. Mitracool Jaya Utama Bandung.
7. Untuk Mengetahui Sejauhmana Efektivitas Penggunaan Media Sosial *Whatsapp* Sebagai Media Komunikasi Terhadap **Hiburan** Oleh Karyawan PT. Mitracool Jaya Utama Bandung.

1.4 Kegunaan Penelitian

Kegunaan dari penelitian Efektivitas Penggunaan Media Sosial *Whatsapp* Sebagai Media Komunikasi Terhadap Kepuasan Memperoleh Informasi Oleh Karyawan PT. Mitracool Jaya Utama Bandung sebagai berikut :

1.4.1 Kegunaan Teoritis

Secara kegunaan teoritis, penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai bahan informasi hal – hal dan masukan mengenai pengembangan yang berkaitan dengan kajian komunikasi massa khususnya Efektivitas Penggunaan Media Sosial *Whatsapp* Sebagai Media Komunikasi Terhadap Kepuasan Memperoleh Informasi Oleh Karyawan maupun sebagai perbandingan atau acuan bagi peneliti yang meneliti penelitian yang sama untuk dimasa yang akan datang.

1.4.2 Kegunaan Praktis

1. Kegunaan Untuk Peneliti

Penelitian ini sebagai salah satu syarat untuk menyelesaikan studi di Universitas Komputer Indonesia dan menambah sebuah pengalaman serta wawasan pengetahuan mengenai Efektivitas Penggunaan Media Sosial *Whatsapp* Sebagai Media Komunikasi Terhadap Kepuasan Memperoleh Informasi Oleh Karyawan PT. Mitracool Jaya Utama Bandung.

2. Kegunaan Untuk Akademis

Penelitian ini dapat menambah wawasan pengetahuan serta hasil dari penelitian ini diharapkan dapat dijadikan sebagai referensi bagi seluruh mahasiswa Universitas Komputer Indonesia secara umum dan bagi

mahasiswa Program Ilmu Komunikasi secara khusus yang memiliki pembahasan penelitian yang sama mengenai Efektivitas Penggunaan Media Sosial *Whatsapp* Sebagai Media Komunikasi Terhadap Kepuasan Memperoleh Informasi Oleh Karyawan PT. Mitracool Jaya Utama Bandung.

3. Kegunaan Untuk PT. Mitracool Jaya Utama Bandung

Penelitian ini dapat dijadikan alat ukur dalam penggunaan media sosial terhadap motivasi kerja pegawai terutama dalam media sosial *Whatsapp* yang bisamenyampaikan informasi atau pesan. Peneliti berharap penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan tambahan pengetahuan serta informasi yang bermanfaat mengenai efektivitas penggunaan media sosial untuk perusahaan.