

MINAT MAHASISWA DALAM MENGGUNAKAN WHATSAPP SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI (STUDI PADA MAHASISWA S1 ILMU KOMUNIKASI UNIVERSITAS MULAWARMAN)

Dwi Kurniawan¹, Sugandi², Nurliah³

Abstrak

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis bagaimana Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Whatsapp Sebagai Media Komunikasi. Metode penelitian Deskriptif Kualitatif dengan menentukan informan menggunakan teknik Accidental sampling. Fokus penelitian terdiri dari: Faktor dorongan dari dalam (The factor of inner urge), Faktor motif sosial (The factor of social motive) dan Faktor emosional (The factor of emotional). Teknik pengumpulan data dengan Riset lapangan melalui observasi, wawancara dan dokumentasi. Teknik analisis data yang digunakan yaitu Kualitatif Model Interaktif (Miles dan Huberman).

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat tiga faktor yang mempengaruhi minat mahasiswa dalam menggunakan Whatsapp sebagai media komunikasi, yaitu : faktor dorongan dari dalam, faktor motif sosial dan faktor emosional. Faktor dorongan dari dalam merupakan upaya dalam memenuhi kebutuhan berkomunikasi sehari-hari. Faktor motif sosial memiliki pengaruh yang cukup besar karena alasan untuk tetap dapat menjaga komunikasi dengan orang-orang disekitar. Faktor emosional adalah Perasaan senang yang dirasakan setelah menggunakan Whatsapp karena Whatsapp dapat membantu dan mempermudah komunikasi dengan orang lain.

Kata Kunci : *Minat, Mahasiswa, Media Sosial, Whatsapp Messenger, Media Komunikasi*

Pendahuluan

Latar Belakang

Sebagai makhluk sosial, manusia senantiasa ingin berhubungan dengan manusia lainnya. Ia ingin mengetahui lingkungan sekitarnya, bahkan ingin mengetahui apa yang terjadi dalam dirinya. Rasa ingin tau ini memaksa manusia perlu berkomunikasi.

Dewasa ini perkembangan ilmu pengetahuan dan teknologi sangat pesat guna memenuhi kebutuhan-kebutuhan manusia. Tak terkecuali perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang menghasilkan berbagai macam produk-produknya guna memenuhi kebutuhan manusia dalam aspek informasi dan komunikasi. Produk teknologi informasi dan komunikasi ini pun memicu terciptanya jenis-jenis media baru dalam perkembangannya. Salah satu jenis media baru yang kehadirannya

¹Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman. Email:

²Dosen Pengajar dan Dosen Pembimbing I, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

³Dosen Pengajar dan Dosen Pembimbing II, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman

menjadi sangat fenomenal di belahan dunia saat ini adalah media sosial. Menjadi fenomenal sebab hadirnya media sosial membuat perubahan tatanan segala aspek hidup manusia.

Munculnya internet web 2.0 yaitu media sosial dirasa cukup sensasional dibandingkan dengan web 1.0. Hal ini dikarenakan media sosial lebih interaktif, tidak lagi satu arah, tidak hanya bisa mencari informasi, tidak hanya bisa membaca informasi tetapi juga dapat menyebarkan informasi.

Dari media sosial kini hadir *Instant Messenger* yang banyak digunakan oleh masyarakat. *Instant messenger* merupakan kegiatan komunikasi yang dilakukan melalui internet dengan cara mengirimkan pesan-pesan secara langsung dari satu pengguna kepada pengguna lainnya secara bersamaan (*real time*) dan terhubung pada satu jaringan yang sama. Tidak hanya komunikasi dengan teks (*chat*), namun juga komunikasi dengan suara (*voice note*) dan bahkan komunikasi dengan video (*video call*). Contoh *Instant Messenger* adalah eBuddy, Google Talk, Facebook Messenger, IM+, Palringo, WhatsApp, Blackberry Messenger, KakaoTalk, WeChat dan Line.

Penggunaan media sosial dikalangan mahasiswa menjadi sebuah fenomena yang menarik. Fenomena tersebut yaitu, kapan pun dan dimana pun, mahasiswa tidak lepas dari media sosial mereka. Dalam kegiatan sehari-hari di kampus sering kita temui mahasiswa yang sedang asik dengan media sosialnya saat mengikuti jam perkuliahan dengan dosen berada didalam kelas. Fenomena lainnya adalah, saat jam perkuliahan kosong banyak mahasiswa yang berkumpul bersama di kelas atau kantin, namun beberapa tidak saling berinteraksi secara langsung melainkan sibuk dengan media sosialnya masing-masing.

Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah “Bagaimana Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Whatsapp Sebagai Media Komunikasi”.

Tujuan Penelitian

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan menganalisis Bagaimana Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Whatsapp Sebagai Media Komunikasi.

Manfaat Penelitian

a. Secara Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan terhadap pengembangan ilmu komunikasi, khususnya mengenai penggunaan Whatsapp sebagai media komunikasi.

b. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat dijadikan salah satu informasi untuk membantu peneliti-peneliti lain sebagai referensi serta menambah wawasan mengenai penggunaan media sosial Whatsapp sebagai media komunikasi.

Kerangka Dasar Teori

Teori Uses and Gratifications

Teori *Uses and Gratifications* (kegunaan dan kepuasan) pertama kali diperkenalkan oleh *Elihu Katz, Jay G. Blumler* dan *Michael Gurevitch* pada tahun 1974 dalam bukunya *The Uses on Mass Communication : Current Perspectives on Gratifications Research*. Teori ini mengatakan bahwa pengguna media memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media tersebut. Dengan kata lain pengguna media berusaha untuk mencari sumber media yang paling baik didalam usaha memenuhi kebutuhannya. Artinya, teori *uses and gratifications* mengasumsikan bahwa pengguna mempunyai alternatif untuk memuaskan kebutuhannya (Nurudin, 2007:191).

Model ini memulai dengan lingkungan sosial yang menentukan kebutuhan kita. Kemudian dari model *uses and gratifications* diatas dapat dijelaskan:

- (1) *Cognitive needs* (kebutuhan kognitif).
- (2) *Affective needs* (kebutuhan afektif).
- (3) *Personal integrative needs* (kebutuhan pribadi secara integratif).
- (4) *Social integrative needs* (kebutuhan sosial secara integratif).
- (5) *Escapist needs* (kebutuhan pelepasan).

New Media

New media atau media baru disebut juga media digital. Media digital adalah media yang kontennya berbentuk gabungan data, teks, suara, dan berbagai jenis gambar yang disimpan dalam format digital dan disebarluaskan melalui jaringan berbasis kabel optik *broadband*, satelit dan sistem transmisi gelombang mikro (Flew, 2008:2).

Ciri New Media

1. *Interactivity*
2. *Social Presence (sociability)*
3. *Autonomy*
4. *Playfullnes*
5. *Privacy*
6. *Personalization (McQuail dalam Ardianto, 2011:14)*

Karakteristik New Media

1. *Manipulable*
2. *Networkable*
3. *Dense*
4. *Compressible Impartial*

Psikologi Komunikasi

Menurut *George A. Miller*, psikologi komunikasi adalah ilmu yang berusaha menguraikan, meramalkan, dan mengendalikan peristiwa mental dan behavioral dalam komunikasi. Peristiwa mental adalah proses yang mengantarai stimuli dan respons (*internal mediation of stimuli*) yang berlangsung sebagai akibat

berlangsungnya komunikasi, Sementara peristiwa perilaku/behavioral adalah apa yang nampak ketika orang berkomunikasi.

Fisher (Rakhmat, 2005:7) menyebut empat ciri pendekatan psikologi pada komunikasi :

1. Penerimaan Stimuli Secara Inderawi (*Sensory Reception of Stimuly*).
2. Proses yang Mengantarai Stimuli dan Respons (*Internal Mediation Of Stimuli*).
3. Prediksi Respons (*Prediction of Response*).
4. Peneguhan Response (*Reinforcement of Response*).

Media Sosial

Menurut pengertiannya, media sosial adalah sebuah media online, dimana penggunaanya (*user*) melalui aplikasi berbasis internet dapat berbagi, berpartisipasi, dan menciptakan konten berupa blog, wiki, forum, jejaring sosial, dan ruang virtual yang disokong oleh teknologi multimedia yang kian canggih (Tim Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI, 2014:25).

Karakteristik Media Sosial

1. Transparansi (*Transparancy*)
2. Dialog dan Komunikasi (*Dialogue and Communication*)
3. Jejaring Relasi (*Networking Relationship*)
4. Multi Opini (*Multi Opinion*)

Fungsi Media Sosial

1. Media komunikasi (*communication*)
2. Media Kolaborasi (*collaboration*)
3. Media Penghubung (*connecting*)
4. Media pelengkap (*completing*)
5. Media penggabung (*combining*)

Minat

Pengertian Minat dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah memiliki arti kecenderungan hati yang tinggi terhadap sesuatu, gairah, keinginan. Jadi harus ada sesuatu yang ditimbulkan, baik dari dalam dirinya maupun dari luar untuk menyukai sesuatu.

Minat adalah suatu keadaan dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan disertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari maupun membuktikan lebih lanjut (Bimo Walgito, 1981: 38).

Bentuk-bentuk Minat

Menurut M. Buchori (1991:136) minat dapat dibedakan menjadi dua macam yaitu:

- a. Minat Primitif.
- b. Minat Kultural.

Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Minat

Menurut *Crow and Crow* (Dimiyati, 2001:56) menyebutkan bahwa ada tiga faktor yang mendasari timbulnya minat seseorang yaitu :

1. Faktor dorongan dari dalam (*The factor of inner urge*).
2. Faktor motif sosial (*The factor of social motive*).
3. Faktor emosional (*The factor of emotional*).

Media Komunikasi

Media dalam komunikasi menurut Effendi (1998:64) adalah sarana atau alat yang menyalurkan pesan komunikasi yang disampaikan seseorang kepada orang lain, misalnya telephone, surat elektronik, radio, televisi, komputer dengan menggunakan *network* yang dihubungkan dengan modem.

Dalam buku Pengantar Ilmu Komunikasi (Cangara, 2011:125), media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak.

Definisi Konsepsional

Minat adalah sebuah ketertarikan seseorang terhadap sesuatu yang menimbulkan rasa ingin tahu dan ingin mempelajarinya hingga menimbulkan rasa suka atau senang. Media sosial adalah media berbasis internet atau disebut media online dimana penggunaanya dapat saling berkomunikasi satu sama lain. Media komunikasi adalah alat atau sarana yang digunakan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan.

Metode Penelitian

Jenis Penelitian

Jenis Penelitian ini menggunakan metode penelitian deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang dimaksudkan untuk mengumpulkan informasi mengenai status atau gejala yang ada, yaitu keadaan gejala yang dikumpulkan di lapangan menurut apa adanya pada saat penelitian dilakukan.

Penelitian ini berusaha memberikan gambaran atau uraian yang bersifat deskriptif mengenai obyek yang diteliti sehingga hasil penelitian ini bisa menggambarkan secara makro tentang “Minat Mahasiswa Dalam Menggunakan Whatsapp Sebagai Media Komunikasi”.

Fokus Penelitian

Fokus penelitian ini berguna untuk membatasi studi, sehingga dengan pembatasan studi tersebut akan memudahkan peneliti dalam pengolahan data yang kemudian menjadi suatu kesimpulan. Adapun fokus penelitian yang diambil oleh peneliti meliputi :

1. Faktor dorongan dari dalam (*The factor of inner urge*)
2. Faktor motif sosial (*The factor of social motive*)
3. Faktor emosional (*The factor of emotional*)

Lokasi Dan Waktu Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di Kampus Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Mulawarman, Samarinda, Kalimantan Timur. Waktu penelitian direncanakan kurang lebih 1 bulan lamanya.

Sumber Data

1. Data Primer

Pemilihan sumber informasi didasarkan pada subyek yang banyak memiliki informasi yang berkaitan dengan permasalahan yang diteliti dan bersedia untuk memberikan data yang diperlukan peneliti. Atau data yang diperoleh melalui narasumber dengan cara melakukan Tanya jawab langsung dan dipandu melalui pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan fokus penelitian yang dipersiapkan oleh peneliti untuk informan.

2. Data Sekunder

Data yang diperoleh dari berbagai sumber tertulis seperti literatur, artikel dari surat kabar, tulisan ilmiah, keterangan-keterangan atau publikasi dari internet yang dapat memberikan informasi pendukung bagi penelitian

Teknik Pengumpulan Data

Riset Lapangan (*Field Research*), dimana peneliti berusaha mendapatkan data dan informasi dengan mengadakan pengamatan langsung dengan objek yang diteliti dengan cara :

1. Observasi
2. Wawancara
3. Dokumentasi

Teknik Analisis Data

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data Kualitatif (Kriyantono,2006:194) yang dimulai dari analisis berbagai data yang berhasil di kumpulkan peneliti di lapangan. Data tersebut baik dari observasi, wawancara, maupun dari dokumen-dokumen. Analisis data dalam penelitian ini juga mengacu pada model analisis interaktif yang di kembangkan oleh *Matthew B. Miles* dan *A. Michael Huberman*.

Hasil dan Pembahasan

Gambaran Umum Lokasi Penelitian

Universitas Mulawarman

Universitas Mulawarman, disingkat Unmul, adalah perguruan tinggi negeri di Samarinda, Kalimantan Timur, Indonesia. Universitas ini berdiri pada tanggal 27 September 1962, sehingga merupakan universitas tertua di Kalimantan Timur. Pada tanggal 7 Juni 1962, berdasarkan Keputusan Gubernur Kepala Daerah Tingkat I Kalimantan Timur No. 15/PPK/KDH/1962 maka berdirilah sebuah perguruan tinggi yang berkedudukan di Samarinda dengan nama: Perguruan Tinggi Mulawarman. Berdasarkan Surat Keputusan Menteri Pendidikan dan Ilmu Pengetahuan No. 130 Tahun 1962 tanggal 28 September, Perguruan Tinggi Mulawarman kemudian

ditetapkan sebagai Universitas Kalimantan Timur. Nama Universitas Kalimantan Timur diubah menjadi Universitas Mulawarman pada 23 April 1963 setelah dikukuhkan secara resmi berdasarkan Surat Keputusan Presiden RI. I No. 65 tanggal 23 April 1963.

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Pada saat memakai nama Perguruan Tinggi Mulawarman, hanya ada Fakultas Ketatanegaraan dan Ketataniagaan. Dengan Keputusan Menteri PTIP No. 130 Thn 1962 dan dikuatkan oleh Keppres No. 65 Thn 1963, Fakultas Pertambangan, Fakultas Kehutanan, dan Fakultas Pertanian didirikan. Pada tahun 1966, Fakultas Ketatanegaraan dan Ketataniagaan dipecah menjadi Fakultas Sosial dan Politik dan Fakultas Ekonomi. Kata "Ketatanegaraan" menjadi Fakultas Sosial Politik, kata "Ketataniagaan" menjadi Fakultas Ekonomi. Tak lama setelah itu Fakultas Sosial Politik (Fakultas Sospol) berganti nama menjadi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Program Studi Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik membuka Program S1 Ilmu Komunikasi atas gagasan Dekan Fisipol H. Sarosa Hamongpranoto, SH.,M. Hum pada Tahun 2002 yang kemudian diteruskan oleh Drs. D.B. Paranoan, M.Si selaku Dekan Fisipol Unmul pada tahun 2004. Adapun pembukaan Proram S1 Ilmu Komunikasi yang bekerjasama dengan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Padjadjaran berdasarkan Surat Keputusan No. 1429/J.17.1.13/PP/2004 dan No. 147/J06.6/FIK/PP/2004 tentang kerjasama dibidang Pendidikan, dan SK Rektor No. 198/OT/2004 tentang Pembukaan Program Strata 1 Non Reguler Program S1 Ilmu Komunikasi yang resmi dibuka pada Tahun Ajaran 2004-2005.

Gambaran Umum Whatsapp Messenger

WhatsApp Inc. didirikan pada 24 Februari 2009 di *Mountain View, California, United States* oleh *Brian Acton* dan *Jan Koum* yang dulu bekerja sebagai karyawan *Yahoo!*. Pada akhirnya setelah melewati fase beta yang cukup panjang, pada bulan November 2009, *WhatsApp* resmi memulai kiprahnya di *App Store*.

Setelah berhasil masuk ke *App Store*, a#pada bulan Januari 2010 *WhatsApp* sudah masuk ke *BlackBerry Store* kemudian pada Agustus 2010, dukungan *WhatsApp* untuk *Android OS* sudah ditambahkan. Kesuksesan *Whatsapp* yang begitu cepat diraih membuat CEO *Facebook*, *Mark Zuckerberg* tertarik untuk mengakuisisi aplikasi tersebut senilai US\$ 19 miliar pada tahun 2014.

Pada tahun 2014, *Whatsapp* sebenarnya pernah memuncaki daftar aplikasi chatting di Indonesia mengungguli *Facebook Messenger*, *Skype* dan *Line*. Namun sejak *Blackberry Messenger* resmi di umumkan akan tersedia untuk pengguna *android* dan *iPhone* pada tanggal 21 September 2013, semakin memperketat persaingan di segmen aplikasi chatting.

Keberhasilan *Whatsapp* kembali menjadi aplikasi chatting paling populer di Indonesia sepanjang tahun 2016 terus berlanjut hingga saat ini. Selama empat tahun berturut-turut *Whatsapp* tetap menjadi aplikasi chatting yang paling di minati oleh banyak masyarakat Indonesia. Hal ini dibuktikan dalam hasil survey terbaru *We Are*

Social pada Januari 2020, dimana mereka mengambil sampel pada pengguna internet rentang usia 16 tahun hingga 64 tahun. Dalam hasil survey tersebut menunjukkan bahwa pengguna Whatsapp mencapai angka 84 persen dari total penetrasi.

Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Minat

Minat adalah sebuah ketertarikan seseorang terhadap sesuatu yang menimbulkan rasa ingin tahu dan ingin mempelajarinya hingga menimbulkan rasa suka atau senang.

Minat pada seseorang terhadap sesuatu tidak muncul dengan sendirinya secara tiba-tiba, melainkan melalui sebuah proses. Timbulnya minat berasal dari dalam diri seseorang itu sendiri dan juga berasal dari lingkungan sekitar, serta perasaan senang terhadap sesuatu yang ia minati.

Faktor Dorongan Dari Dalam (The factor of inner urge)

Faktor dorongan atau keinginan dari dalam yaitu dorongan atau keinginan yang berasal dari dalam diri seseorang terhadap sesuatu yang akan menimbulkan minat tertentu. Suatu keinginan yang sifatnya berasal dari diri sendiri tanpa dipengaruhi oleh keadaan diluar diri, sehingga menimbulkan dorongan untuk bertindak memenuhi keinginan tersebut.

Timbulnya minat dalam diri seseorang karena pengaruh dari dalam untuk memenuhi semua kebutuhan, baik kebutuhan jasmani maupun rohani.

Faktor dorongan dari dalam, merupakan minat yang timbul dari dalam diri sebagai upaya dalam memenuhi kebutuhan didalam berkomunikasi. Whatsapp dipilih karena dinilai sangat efektif dan mudah digunakan dibanding dengan aplikasi terdahulu, serta lebih simpel dan lebih praktis dalam penggunaannya.

Faktor Motif Sosial (The factor of social motive)

Faktor motif sosial yaitu motif yang dikarenakan adanya hasrat yang berhubungan dengan faktor dari diri seseorang sehingga menimbulkan minat tertentu. Faktor ini menimbulkan seseorang menaruh minat terhadap suatu aktivitas agar dapat diterima dan diakui oleh lingkungan termasuk di dalamnya faktor status sosial, harga diri, prestise dan sebagainya..

Suatu keinginan yang sifatnya apabila keinginannya tersebut dapat dicapai akan memperoleh atau mendapat persetujuan dan dapat diterima oleh lingkungan. Timbulnya minat dalam diri seseorang dapat didorong oleh motif sosial yaitu kebutuhan untuk mendapatkan penghargaan dari lingkungan dimana mereka berada.

Lingkungan memiliki pengaruh yang cukup besar dalam keputusan menggunakan Whatsapp sebagai media komunikasinya, karena banyak dari keluarga dan teman-teman yang sudah mulai beralih menggunakan Whatsapp sebagai media komunikasi. Dengan menggunakan media yang sama maka akan lebih memudahkan apabila ingin melakukan komunikasi dengan orang lain. Selain menggunakan Whatsapp sebagai media komunikasi, Whatsapp juga digunakan sebagai media eksistensi diri untuk membuat keberadaan diri diakui oleh lingkungan mereka.

Faktor Emosioal (The factor of emotional)

Faktor emosional berkaitan erat dengan perasaan senang atau tidak senang, puas atau tidak puas. Apabila suatu keinginan tercapai atau sukses maka akan menimbulkan rasa senang dan memperkuat minat. Sebaliknya bila keinginan itu gagal maka akan menghilangkan minat itu sendiri.

Faktor ini merupakan ukuran intensitas seseorang dalam menaruh perhatian terhadap sesuatu kegiatan atau objek tertentu.

Perasaan senang setelah menggunakan Whatsapp sebagai media komunikasi yang dirasa cukup membantu dan mempermudah proses komunikasi dengan orang-orang disekitar. Disamping itu juga Whatsapp dinilai telah banyak mencukupi kebutuhan dalam komunikasi sehari-hari melalui fitur-fitur yang ada.

Pembahasan

Berdasarkan dari hasil penelitian yang telah dilakukan pada mahasiswa S1 Ilmu Komunikasi Universitas Mulawarman mengenai minat mahasiswa dalam menggunakan Whatsapp sebagai media komunikasi, peneliti mendapatkan beberapa temuan yang disajikan sebagai berikut :

1. Faktor Dorongan Dari Dalam

Faktor dorongan dari dalam merupakan minat yang timbul dari dalam diri sebagai upaya dalam memenuhi kebutuhan didalam berkomunikasi. Whatsapp dipilih karena dinilai sangat efektif dan mudah digunakan dibanding dengan aplikasi terdahulu, serta lebih simpel dan lebih praktis dalam penggunaannya. Dalam lingkup kampus, penggunaan Whatsapp juga sangat membantu dan mempermudah dalam proses penyebaran dan penerimaan informasi mengenai perkuliahan maupun informasi masalah akademik. Selain itu dalam berkomunikasi dengan teman-teman dan juga dosen lebih mudah dilakukan melalui Whatsapp karena banyak dari teman dan dosen lebih mudah dihubungi melalui Whatsapp.

Dalam teori *uses and gratifications*, terdapat lima kebutuhan khalayak dalam menggunakan media untuk mendapatkan kepuasan kebutuhannya. Kebutuhan khalayak yang terdapat dalam timbulnya minat yang di pengaruhi oleh faktor dorongan dari dalam, yaitu :

a. Kebutuhan kognitif

Kebutuhan kognitif adalah kebutuhan yang meliputi informasi dan pengetahuan. Sebagai mahasiswa, informasi sangatlah peting terutama mengenai perkuliahan dan juga akademik. Dengan penggunaan Whatsapp dapat mempermudah dalam penyebaran dan penerimaan informasi melalui grup Whatsapp yang mereka buat untuk mempermudah komunikasi mereka sesama anggota kelas.

b. Kebutuhan Integratif Sosial

Kebutuhan integratif sosial adalah kebutuhan interaksi dengan keluarga dan teman-teman. Fungsi utama dari Whatsapp adalah sebagai media untuk berkomunikasi. Dengan menggunakan Whatsapp sebagai media untuk berkomunikasi, mereka merasa sangat terbantu dengan adanya Whatsapp dan dapat mempermudah dalam berkomunikasi dengan orang-orang terdekat mereka. Terutama dalam perkuliahan, Whatsapp selalu digunakan dalam berkomunikasi dengan dosen dan juga teman-teman dikelas.

2. Faktor motif sosial

Lingkungan memiliki pengaruh yang cukup besar dalam keputusan menggunakan Whatsapp sebagai media komunikasinya, karena banyak dari keluarga dan teman-teman yang sudah mulai beralih menggunakan Whatsapp sebagai media komunikasi. Dengan menggunakan media yang sama maka akan lebih memudahkan apabila ingin melakukan komunikasi dengan orang lain. Selain menggunakan Whatsapp sebagai media komunikasi, Whatsapp juga digunakan sebagai media eksistensi diri untuk membuat keberadaan diri diakui oleh lingkungan mereka.

Dalam proses timbulnya minat yang di pengaruhi oleh faktor motif sosial, terdapat sebuah peristiwa mental dan behavioral yang terdapat dalam teori psikologi komunikasi yang dijelaskan oleh *George A. Miller*. Peristiwa mental dan behavioral dapat dijelaskan sebagai berikut :

a) Peristiwa Mental

Peristiwa mental adalah proses yang mengantarai stimuli dan respons (*internal mediation of stimuli*) yang berlangsung sebagai akibat berlangsungnya komunikasi.

1. Stimuli

Stimuli atau masukan (*input*) adalah berupa informasi yang diterima individu saat proses komunikasi berlangsung.

Fisher menjelaskan bahwa proses komunikasi diawali atau bermula ketika panca indra kita diterpa oleh stimuli. Pada penelitian ini ditemukan bahwa informasi yang diterima para informan adalah melalui panca indera mata dan telinga. Pada informasi yang diterima oleh panca indera mata, para informan mulai melihat banyaknya orang-orang disekitar seperti keluarga dan juga teman-teman mereka yang mulai beralih menggunakan Whatsapp messenger sebagai media komunikasi meninggalkan aplikasi terdahulu.

Pada panca indera telinga, para informan menerima informasi dari orang disekitar seperti teman-teman mereka tentang aplikasi Whatsapp yang menjelaskan bahwa Whatsapp lebih mudah dan simpel dalam penggunaannya dibandingkan dengan aplikasi terdahulu, selain itu fitur-fitur yang ada pada Whatsapp juga dapat membantu dalam berkomunikasi. Selain menerima informasi mengenai Whatsapp, para informan juga mendapatkan ajakan untuk juga ikut beralih menggunakan Whatsapp karena sudah banyak orang yang beralih menggunakan Whatsapp.

2. Respons

Respons atau keluaran (*output*) adalah berupa rencana yang akan dilakukan individu setelah proses komunikasi berlangsung.

Fisher menjelaskan bahwa respons yang terjadi pada masa lalu dapat dilihat serta dapat diramal responsnya untuk masa mendatang. Dari hasil wawancara dengan para informan, mereka menjelaskan tentang pengalaman mereka menggunakan aplikasi BBM dan Line yang dirasakan begitu berat saat di operasikan pada smartphone mereka dan juga membutuhkan jaringan internet yang kuat yang membuat komunikasi menjadi terhambat.

Dari pengalaman penggunaan aplikasi terdahulu dan juga informasi yang diterima mengenai Whatsapp messenger sebagai media komunikasi pengganti

aplikasi-aplikasi yang sudah mulai ditinggalkan, maka mereka mulai menaruh perhatiannya terhadap Whatsapp dan mulai tertarik untuk mencoba Whatsapp sebagai media komunikasi.

b) Behavioral

Behavioral/peristiwa perilaku adalah apa yang nampak ketika orang berkomunikasi. Setelah menerima stimuli dari panca indera mata dan telinga mengenai Whatsapp messenger yang mulai banyak digunakan orang-orang disekitar sebagai media komunikasi menggantikan aplikasi-aplikasi terdahulu yang sudah mulai ditinggalkan, dan juga berdasarkan pengalaman dalam penggunaan aplikasi terdahulu yang dinilai kurang efektif karena terkendala dalam pengoperasian yang berat pada smartphone dan juga membutuhkan jaringan yang kuat, maka muncul suatu ketertarikan atau keinginan untuk ikut mencoba menggunakan Whatsapp sebagai media komunikasi. Ketertarikan terhadap Whatsapp yang muncul ini pada akhirnya membuat mereka mencoba untuk menggunakan Whatsapp sebagai media komunikasi dan bertahan hingga saat ini karena Whatsapp dinilai lebih baik dibandingkan dengan aplikasi yang pernah mereka gunakan seperti BBM dan juga Line.

Selain itu juga terdapat Kebutuhan Integratif Personal yang terdapat dalam teori *Uses and Gratifications*, yaitu : Kebutuhan integratif personal adalah kebutuhan berupa peningkatan status individual dan kredibilitas. Yang dimaksud dalam kebutuhan ini adalah kebutuhan pengakuan dari lingkungan disekitar untuk mendapatkan sebuah status sosial. Dari penjelasannya, mereka mengaku sebelum menggunakan Whatsapp mereka tertinggal lebih dulu dari lingkungannya yang sudah mulai beralih menggunakan Whatsapp sebagai media komunikasi. Dari situ mereka merasa mulai kesulitan dalam berkomunikasi dan juga mulai terlupakan karena perbedaan media yang digunakan dalam berkomunikasi. Oleh sebab itu mereka memutuskan untuk juga ikut menggunakan Whatsapp sebagai media komunikasi agar tetap dapat berkomunikasi dan juga kembali mendapatkan pengakuan dari lingkungan sekitar mereka.

3. Faktor emosional

Perasaan senang setelah menggunakan Whatsapp sebagai media komunikasi yang dirasa cukup membantu dan mempermudah proses komunikasi dengan orang-orang disekitar. Disamping itu juga Whatsapp dinilai telah banyak mencukupi kebutuhan dalam komunikasi sehari-hari melalui fitur-fitur yang ada.

Kebutuhan khalayak yang terdapat dalam faktor emosional merupakan kebutuhan afektif yang terdapat dalam teori *Uses and Gratifications*. Kebutuhan afektif adalah kebutungan yang berkaitan dengan emosi dan kesenangan. Dalam kebutuhan ini, pengalaman menjadi alasan utama, dimana dalam penggunaan Whatsapp sebagai media komunikasi mereka mendapatkan sebuah kepuasan dan juga merasa terbantu dalam berkomunikasi karena dinilai jauh lebih baik dibandingkan dengan aplikasi-aplikasi terdahulu yang sempat mereka gunakan sebelum Whatsapp.

Penutup

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan maka dapat diambil kesimpulan sebagai berikut :

1. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah banyak menciptakan berbagai macam produk baru guna memenuhi kebutuhan hidup manusia, contohnya adalah Whatsapp yang saat ini banyak digunakan sebagai media komunikasi sehari-hari.
2. Minat yang timbul oleh karena faktor dorongan dari dalam merupakan upaya dalam memenuhi kebutuhan berkomunikasi sehari-hari. Whatsapp dipilih karena dinilai lebih mudah, lebih simpel dan lebih praktis dalam penggunaannya. Fitur-fitur yang ada pada Whatsapp juga sangat membantu dalam berkomunikasi, selain itu Whatsapp dirasa lebih ringan saat dioperasikan pada smartphone jika dibandingkan dengan aplikasi lain.
3. Faktor lingkungan memiliki pengaruh yang cukup besar dalam keputusan menggunakan Whatsapp, karena alasan utamanya adalah untuk tetap dapat menjaga komunikasi dengan orang-orang disekitar seperti keluarga dan teman. Sebab, banyak dari keluarga dan teman-temannya yang sudah beralih menggunakan Whatsapp sehingga dengan sama-sama menggunakan Whatsapp akan mempermudah dalam berkomunikasi. Whatsapp juga digunakan sebagai media eksistensi diri guna mendapatkan sebuah pengakuan diri terutama dalam sebuah grup atau kelompok.
4. Faktor emosional. Perasaan senang yang dirasakan setelah menggunakan Whatsapp karena Whatsapp dapat membantu dan mempermudah komunikasi dengan orang lain. Beragam fitur yang diberikan oleh Whatsapp memberikan rasa puas dan juga telah mencukupi kebutuhan komunikasi para penggunanya.

Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, penulis dapat memberikan saran-saran sebagai berikut :

1. Dalam memilih media sosial sebagai media komunikasi harus lebih menyesuaikan dengan kebutuhan yang diperlukan saat ini karena dengan berkembangnya jaman akan terus menciptakan berbagai macam produk-produk demi memenuhi kebutuhan dalam berkomunikasi
2. Para pengguna media sosial diharapkan bijak dalam menggunakan media sosial mereka, karena sebagaimana fungsinya media sosial selain sebagai media komunikasi juga sebagai media penyebar informasi. Dimana saat ini begitu banyak berita palsu/hoax yang cepat menyebar melalui media sosial karena kurangnya pemahaman dari berita yang didapat tanpa adanya pencarian kebenaran berita tersebut.

Daftar Pustaka

Sumber Buku :

- Arikunto, S. 2002. *Prosedur Penelitian, Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Bungin, M Burhan. 2008. *Sosiologi Komunikasi: Teori, Paradigma, dan Diskurus Teknologi Komunikasi Di Masyarakat*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Cangara, H. Hafied. 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. RajaGrafindo Persada.
- Effendy, Onong Uchjana. 2011. *Ilmu Komunikasi: Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Fiske, John. 2012. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Rajagrafindo Persada.
- Kriyantono, Rachmat. 2006. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- McQuail, Dennis. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Nurudin. 2009. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: PT. Rajawali Press.
- Pujileksono, Sugeng. 2015. *Metode Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Malang: Kelompok Intrans Publising.
- Retno, Dyah Ayu, & Tambunan, Sarah R. 2011. *Komunikasi 2.0:Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: Aspikom.
- Sugiyono. 2014. *Metode Penelitian Kuantitatif,Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Utari, Prahastiwi. 2011. *Media Sosial, New Media dan Gender dalam Pusaran Teori Komunikasi. Bab Buku Komunikasi 2.0: Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: Aspikom.
- Vardiansyah, Dani. 2004. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bogor: Ghalia Indonesia

Sumber internet :

- We Are Social. 2018. *Digital Report 2018*. (<https://wearesocial.com/blog/2018/01/global-digital-report-2018>, diakses 25 Februari 2018).
- NESABAMEDIA. 2020. Pengertian WhatsApp Beserta Sejarah, Manfaat, Kelebihan dan Kekurangan WhatsApp. (<https://www.nesabamedia.com/pengertian-whatsapp/amp/>, diakses 15 Januari 2020).

Sumber lain :

- Tim Penyusun Humas Kementerian Perdagangan RI. 2014. *Panduan Optimalisasi Media Sosial Untuk Kementerian Perdagangan RI*. Jakarta: Pusat Humas Kementerian Perdagangan RI.