

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Review Penelitian Sejenis

Pada setiap penelitian tentunya memiliki penelitian yang terdahulu, ini dilakukan sebagai pembandingan antara peneliti dengan penelitian sejenis yang sebelumnya dan sebagai referensi untuk lebih baik kedepannya. Penelitian sejenis yang berhubungan dengan penggunaan media sosial sebagai tingkat efektivitas maupun kepuasan ini sudah beberapa diteliti, diantaranya yaitu :

1. *“Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dalam menggunakan Media Sosial Snapchat Di Pekanbaru)* jurnal oleh Anggi Pradita Universitas Riau, Pekanbaru (2017)

Penelitian dilakukan di Kepulauan Riau, Pekanbaru. Masalah yang diteliti berkaitan dengan penggunaan media sosial online yang dilakukan oleh para kalangan mahasiswa di kota medan dan lebih merujuk kepada tingkat kepuasan diri pengguna aplikasi *Snapchat*

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah Teori Uses and Gratification.. Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif. Informan pada penelitian ini berjumlah 166 responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini dilakukan dengan cara membagikan kuisioner. Untuk hasil akhir yang didapatkan bahwa dalam

penelitian ini tingkat kepuasan mahasiswa dalam menggunakan aplikasi *Snapchat* adalah merasa puas dengan fitur-fitur yang diberikan oleh aplikasi tersebut.

2. *“Efektivitas Majalah Internal Buletin Len Sebagai media Untuk Memenuhi Kepuasan Informasi Bagi Karyawan di PT.Len Industri(Pasero)”* penelitian oleh Fahrika Juliharti Universitas Pasundan 2017

Penelitian dilakukan di PT.Len Industri (Pasero). Masalah yang diteliti berkaitan dengan penggunaan media yang dilakukan oleh para karyawan di PT.Len Industri (Pasero) dan membahas tentang tingkat efektivitas penggunaan majalah Buletin Len

Metode yang digunakan pada penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data dilakukan dengan metode membagikan kuisioner dan observasi. Hasil akhir yang didapat pada penelitian ini menunjukkan majalah Buletin Len dinilai cukup efektif dalam menyebarkan informasi kepada karyawan

3. *“Tingkat Kepuasan Pengguna Aplikasi Tinder Dalam Mencari Teman Kencan Online Pada Mahasiswa Universitas Sriwijaya”* Penelitian oleh Neta Kusuma, Universitas Sriwijaya (2021)

Penelitian ini dilakukan di Universitas Sriwijaya. Masalah yang diteliti berkaitan dengan penggunaan aplikasi kencan online yang dilakukan oleh mahasiswa Universitas Sriwijaya yang membahas tentang tingkat kepuasan diri dalam menggunakan aplikasi *Tinder*.

Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *Uses and Gratification*. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif yang bersifat komperatif. Teknik pengumpulan data menggunakan cara menyebar kuisioner terhadap 32 responden dengan menggunakan skala likert dan rumus *Person Product Moment*. Hasil akhir yang didapat dari penelitian ini dapat dikategorikan Puas dalam menggunakan aplikasi *Tinder*.

Tabel 2.1 Review Hasil Penelitian Sejenis

No	Judul	Penelitian	Penelitian	Penelitian
		Anggi Pradita, 2017	Farika Juliharti 2017	Neta Kusuma, 2021
1	Judul	<i>“Tingkat Kepuasan Mahasiswa Dalam Menggunakan Media Sosial Snapchat di Pekanbaru”</i>	<i>“Efektivitas Majalah Internal Buletin len Sebagai media Untuk Memenuhi Kepuasan Informasi Bagi Karyawan di</i>	<i>“Tingkat Kepuasan Pengguna Tinder Dalam Mencari Teman Kencan Online Pada</i>

			<i>PT.Len Industri(Pasero)”</i>	<i>Mahasiswa Universtas Sriwijaya</i>
2	Metode penelitian	Metode kuantitatif. Informan pada penelitian ini berjumlah 166 responden. Teknik pengumpulan data pada penelitian ini di lakukan dengan membagikan kuisisioner	Metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Teknik pengumpulan data di lakukan dengan membagikan kuisisioner yang di bagikan ke 100 responden dan observasi.	Metode kuantitatif yang bersifat komperatif. Teknik pengupulan data menggunakan cara menyebar kuisisioner terhadap 32 responden dengan menggunakan skala likert dan rumus <i>Person Product Moment.</i>

3	Hasil Penelitian	<p>Hasil akhir yang di dapat bahwa dalam penelitian ini alasan pengguna tinder dalam menggunakan aplikasi tinder adalah hanya sekedar iseng dan mencari teman baru dari aplikasi tersebut.</p>	<p>Hasil akhir yang di dapat pada penelitian ini menunjukkan bahwa majalah internalsebagai salah satu media pemenuh informasi bagi karyawan dapat dikatakan telah cukup efektif sebagai media pemenuh informasi bagi karyawan. Karena informasi yang di sampaikan oleh Buletin Len tersampaikan dengan cukup baik</p>	<p>Hasil akhir yang di dapat dari penelitian ini dapat di kategorikan Puas dalam menggunakan aplikasi <i>Tinder</i>.</p>
4	Tujuan Penelitian	<p>Untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan</p>	<p>Untuk mengetahui efektivitas majalah Buletin Len sebagai pemenuhan</p>	<p>Untuk mengetahui seberapa besar tingkat kepuasan</p>

		mahasiswa dalam menggunakan media sosial Snapchat	informasi karyawan	mahasiswa dalam menggunakan media sosial Tinder
5	Teori	Teori Uses and Gratification	Teori Uses and Gratification	Teori Uses and Gratification
4	Persamaan	Peneliti dengan peneliti terdahulu sama sama meneliti atau	Peneliti dengan peneliti terdahulu sama sama meneliti atau mengenai media sosial menggunakan	Peneliti dengan peneliti terdahulu sama sama meneliti

		mengenai media sosial menggunakan Metode Kuantitatif dan teori Uses and Gratification	Metode Kuantitatif dan teori Uses and Gratification	tentang aplikasi kencana online di kalangan mahasiswa dan menggunakan metode penelitian yang sama yaitu metode penelitian kuantitatif Dan teori yang di gunakan juga sama dengan peneliti.
5	Perbedaan	Perbedaan yang terdapat pada peneliti dan peneliti terdahulu yaitu dari objek,aplikasi serta pembahasan yang di teliti, dimana peneliti terdahulu	Perbedaan yang terdapat pada peneliti dan peneliti terdahulu yaitu dari media yang di teliti, peneliti terdahulu meneliti media cetak (majalah)sedangkan Peneliti menilite media sosial online	Perbedaan yang terdapat pada peneliti dan peneliti terdahulu terdapat pada aplikasi yang di teliti

		membahas tentang tingkat kepuasan sedangkan peneliti membahas tingkat ke efektifan		
--	--	--	--	--

2.2 Kerangka Konseptual

2.2.1 Komunikasi

Komunikasi telah menjadi peranan penting bagi kehidupan manusia dalam dan tidak dapat dipisahkan dalam kehidupan manusia. Mempelajarinya dapat mempermudah untuk melakukan berbagai macam aktivitas dan mencapai tujuan yang diinginkan. Masing masing individu. Secara umum definisi komunikasi adalah suatu proses pembentukan, pertukaran, penyampaian, penerimaan dan pengolahan pesan yang terjadi dalam diri seseorang atau diantara dua orang lebih dengan tujuan tertentu. dalam proses komunikasi ada dua unsur terpenting yang perlu kita pahami dan ketahui, yakni komunikator dan komunikan. Komunikator merupakan orang yang mengirimkan pesan berupa ide atau gagasan yang akan di sampaikan ke komunikan.

Harold D. Laswell mengatakan

“Cara terbaik untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan cara menjawab pertanyaan pertanyaan *who say what in which channel to whom with what effect?*”

Karlfried Knapp menyatakan bahwa

“Komunikasi merupakan interaksi antar pribadi yang menggunakan system simblom linguistic, seperti symbol verbal (kata-kata) dan non-verbal, system ini dapat di sosialisasikan secara langsung/tatap muka atau melalui media lain. Sebenarnya masing masing memiliki penekanan arti, cakupan, konteks yang berbeda-beda antara satu sama lain dan pada dasarnya saling melengkapi dan meyempurnakan makna komunikasi yang akan sejalan dengan perkembangan ilmu komunikasi.”

2.2.2 Fungsi Komunikasi

Bebapa pakar komunikasi memiliki pendapat yang berbeda-beda terhadap fungsi komunikasi, walaupun semuanya merujuk ke titik yang sama yakni,

untuk menyebarkan informasi dan memberikan efek tertentu terhadap pesan-pesan yang di sampaikan oleh komunikator.

Menurut Richard dan Graeme ada 10 fungsi komunikasi yang sangat umum, yaitu:

A. Bertahan hidup

Maksud dari fungsi bertahan hidup adalah sebagai kebutuhan fisik, karena kita sebagai makhluk hidup di kenal sebagai makhluk sosial, yang dimana komunikasi menjadi jembatan untuk menjalin kebersamaan hidup bersama orang-orang

B. Bekerja sama

Ini bertujuan untuk menjalin kebersamaan pada orang lain seperti membentuk kelompok sosial sesuai dengan kebutuhan serta untuk memenuhi kebutuhan dasar kita dengan bekerja sama bersama orang lain.

C. Kebutuhan pribadi

Sebagai manusia, kita menginginkan keberadaannya di terima dan di hargai oleh orang lain, contohnya seperti kita sedang merasa sedih, terkadang kita membutuhkan seseorang untuk cerita maupun mendengarkan, dan ada orang yang mengkhawatirkan kita. Menjadi bagian dari kelompok dan diakui keberadaannya adalah bagian dari kebutuhan manusia yang dapat di penuhi melalui komunikasi.

D. Hubungan

Maksud dari hubungan adalah , baik itu hubungan dengan banyak teman, keluarga maupun kekasih, yang bisa di simpulkan menjadi hubungan pertemanan dan percintaan. Fungsi ini sangat berhubungan dengan fungsi bekerja sama dan fungsi kebutuhan pribadi

E. Pengaruh

Dalam berkomunikasi pasti kita bisa dapat mempengaruhi orang lain atau di pengaruhi oleh orang lain, contoh nya seperti kita melihat iklan yang berusaha menawarkan suatu produk, dan contoh kita mempengaruhi orang lain adalah pada saat kita mengajak seseorang ke suatu tempat ataupun saat kita memberikan solusi, pendapat dan kritikan.

F. Kekuasaan

Berbeda dengan fungsi sebelumnya, dalam fungsi kekuasaan, komunkator yang memilik sesuatu di anggap mempunyai posisi yang lebih tinggi di bandingkan komunikan, sehingga komunikan di anggap tidak berdaya dan komunikator memiliki kekuasaan lebih, contoh besarnya seperti Propaganda

G. Kebutuhan sosial

Ini berfungsi untuk menjaga lingkungan sekitar dan organisasi agar tetap bisa di pertahankan.

H. Informasi

Hampir setiap kita melakukan komunikasi, terdapat sesuatu informasi di dalamnya, informasi bisa menjadi fungsi penting, bila semua fungsi digabungkan juga akan merujuk ke fungsi yang paling penting dalam komunikasi yaitu informasi

I. Memahami dunia

Maksudnya adalah agar kita memahami jendela kehidupan yang lebih luas, seperti sistem kepercayaan, Pendidikan dan arti sebuah kehidupan.

J. Bentuk ekspresi diri

Dalam berkomunikasi kita bisa mengekspresikan diri kita melalui kata kata.

2.2.3 Proses Komunikasi

Sebagaimana yang kita tau proses komunikasi adalah suatu proses dimana pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan baik melalui media atau pun tidak.

Menurut Bovee dan Thill dalam Purwanto (2011) ada 6 tahap terjadinya proses komunikasi. Diantaranya :

- A. Komunikator mempunyai ide atau gagasan
- B. Komunikator dapat mengubah ide menjadi suatu pesan
- C. Komunikator menyampaikan ide yang telah diubah menjadi pesan kepada komunikan
- D. Komunikan menerima pesan yang disampaikan
- E. Komunikan menafsirkan pesan

F. Komunikasikan memberikan tanggapan atau *feedback* tentang apa yang disampaikan oleh komunikator.

2.2.4 New Media

Kemunculan new media tidak terlepas dari efek perkembangan zaman yang begitu pesat. New media adalah sebuah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan era digital, komputer, atau perkembangan teknologi komunikasi lain pada abad ini. Secara umum new media atau media baru ini telah menjembatani perbedaan terhadap beberapa media, karakteristiknya yang bersifat digital memudahkan dalam berkomunikasi maupun bertukar informasi.

Bicara tentang media baru pasti tidak akan luput tentang media lama, karena kehadiran media baru diawali oleh hadirnya media lama yang berkembang, bukan berarti itu menyebabkan hilangnya media lama atau media lama telah digantikan oleh media baru, tetapi berbagai varian media komunikasi yang terus berkembang tanpa henti dengan cepat, jelas media media baru sangat diunggulkan dalam hal ini karena memiliki kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi yang lebih efisien dan cepat untuk mendapatkan sebuah informasi terbaru. Mc Quail mengidentifikasi lima kategori utama media baru yang memiliki kesamaan saluran tertentu dan dibedakan dalam jenis penggunaan, konten, dan konteks seperti berikut:

1. Media komunikasi antar pribadi yang meliputi surat elektronik dan telepon.
2. Media permainan interaktif media ini berbasis komputer dan video game

3. Media pencarian informasi merupakan kategori yang sangat luas tetapi internet merupakan contoh yang sangat penting dan dianggap sebagai perpustakaan dan sumber data yang sangat actual
4. Media partisipasi kolektif kategori khususnya meliputi penggunaan internet untuk berbagi dan bertukar informasi, gagasan dan pengalaman serta untuk mengembangkan hubungan pribadi aktif yang di perantai oleh computer.
5. Substitusi media penyiaran acuan utamanya adalah penggunaan media sebagai alat untuk menerima atau mengunduh konten yang di masa lalu biasanya disiarkan atau disebarakan dengan metode lain yang serupa.

2.2.5 Kelebihan dan Kekurangan New Media

Media baru dinilai memiliki banyak kelebihan dan kecepatan dalam melakukan komunikasi atau iteraksi selain itu yang di unggulkan dalam media baru ini adalah murah, efisien dan cepat dalam mencari atau mengetahui informasi terbaru. Tetapi itu semua tidak bisa di lakukan apabila jaringa internet tidak lancar ataupun tidak adanya jaringan internet. Kecepatan atau ke efesiensian informasi yang sampai kepada pengguna juga tergantung jaringan internet yang lancar.

2.2.6 Internet

Bisa dibilang media internet adalah media baru yang sangat menyenangkan dan penuh pesona. Internet merupakan jaringan komunkasi global yang terbuka dan

menghubungkan jaringan komputer. Internet merupakan media yang memungkinkan sebuah proses komunikasi berlangsung secara efisien dengan menyambungkannya dengan beragam aplikasi Onno W, Purbo (Priatna, 2005).

Cikal bakal internet ini muncul dari jaringan jarak jauh yang di kembangkan oleh ARPAnet (*Advanced Research Project Agency Network*). ARPAnet menghubungkan penelitian departemen pertahanan dengan pusat-pusat penelitian di universitas amerika, yang awalnya bertujuan untuk meng-antisipasi kemungkinan terjadinya serangan nukir karena pada awalnya sifat jaringan internet sangat mudah untuk di lumpuhkan jika hanya dengan satu titik pusat layanan (Budi, Ester, Samuel, 2007: 21).

Pada tahun 1980 an jaringan internet di Indonesia telah di kembangkan oleh bebeeapa univeritas di Indonesia yakni Universitas Indonesia (UI), Universitas Terbuka (UT), Institut Teknologi Bandung (ITB), Universitas Gadjah Mada (UGM) dan Institut Teknologi Sepuluh Nopember (ITS) dengan fasilitas dial-up yang disebut dengan UNInet.

Sampai saat ini perkembangan media internet terus berkembang dengan pesat dan tiada henti nya,internet telah banyak di bahas bahkan di gunakan oleh semua kalangan seperti perusahaan, organisasi bahkan perorangan dalam jaringan internet. Akses internet di Indonesia juga terus berkembang dengan seiring berjalannya waktu, Indonesia dapat dibilang sangat mengikuti perkembangan teknologi informasi dan komunikasi sampe saat sekarang ini, Hingga pada akhirnya seiring kemajuan yang semakin pesat internet di Indonesia mulai berkembang dan menjadi banyak digunakan dalam segala aspek kehidupan. menurut laporan (*Wearesosial*

Hootsuite, 2022) jumlah pengguna internet di Indonesia telah mencapai 204,7 juta pengguna yang dimana jumlah itu naik 1,03% di bandingkan tahun sebelumnya. Dan itu di perkirakan akan terus meningkat karena diiringi teknologi mobile yang semakin canggih dan juga terjangkau. Hingga pada akhirnya seiring kemajuan yang semakin pesat internet di Indonesia mulai berkembang dan menjadi banyak digunakan dalam segala aspek kehidupan.

2.2.7 Internet Sebagai Media Komunikasi

Hampir semua media komunikasi saat ini akhirnya menyatu yang kita kenal sebagai multimedia. Multimedia kadang sering di kelompokkan sebagai media massa, lalu sebagian lagi sering di kategorikan sebagai media antarpribadi.

Kedua pendapat itu tidak ada yang salah, tapi ada sedikit keliru, keduanya bisa saling ketergantungan ia bisa bersifat massa, bisa juga berifat antarpribadi, tergantung dari konteks apa yang kita gunakan dan mengkaji nya (Vardianysah, 2004: 106).

Semakin bertambahnya zaman, semakin tingginya hubungan antara internet dan komunikasi menimbulkan tinnginya peradaban melalui internet sebagai sarana komunikasi. Bahkan internet yang terus menerus berinovasi dan berkembang dengan pesat jauh jika bandingkan dengan kemajuan lainnya. Karena internet juga selalu memberikan beberapa keunggulan yang semakin baik, di antaranya :

1. Sumber informasi atau referensi dapat di jangkau sangat luas.
2. Jangkauan yang *unlimited* atau tak ada batas
3. Efektivitas dan efisiensi waktu dalam berkomunikasi
4. Murahny sarana sebagai kegunaan yang berkualitas atau mahal
5. Transparansi tanpa batas

Karena sebagai sesuatu yang terus berkembang dan semakin canggih, internet juga mampu menyampaikan dan membantu sebagai media dalam berkomunikasi dengan siapapun.

Internet sebagai media dalam berkomunikasi merupakan fenomena baru dalam berproses komunikasi yang di lakukan pada manusia abad 20, beberapa eksplorasi tentang internet sebagai media komunikasi membrerikan kontribusi pada terminologi komunikasi bermedia internet.

2.2.8 Media Sosial

Media sosial juga salah satu media yang perkebembangan dinilai sangat cepat, kehadiran media sosial dengan segala keakutalisasi dan kelebihanya sudah sangat membantu masyarakat dalam segala aspek kehidupan. Menurut pengertian yang peneliti pahami media sosial merupakan sebuah media online yang dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan sesuatu di dalamnya. Di media sosial ini juga kita bisa dapat dengan mudah menemukan orang-orang untuk saling ngobrol, bertukar informasi, hingga mencari

pasangan. Media sosial juga salah satu media yang perkebembangan dinilai sangat cepat. menurut (Kaplan dan Haenlein,2010)

Media sosial adalah sekumpulan aplikasi berbasis internet yang beralaskan pada dasar dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 sehingga memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten bagi para penggunanya.

Menurut Kaplan dan haenlin ada 6 jenis media sosial yang dapat di bedakan oleh tingkatan eksposur masing-masing pengguna, yaitu:

1. Collaborative Project (Wikipedia)

Wikipedia selain menyajikan banyak informasi, Wikipedia juga banyak memuat artikel – artikel yang biasanya hanya dapat di temukan di almanac, majalah specialis dan topik topik berita yang masih hangat, banyak orang yang merasa sangat terbantu karena kehadirannya yang dapat di gunakan sebagai sesuatu yang penting.

2. Blogs and MicroBlogs User (Twitter)

Twitter menjadi aplikasi favorit karna pengguna bisa lebih bebas mengekspresikan sesuatu di blog ini, mulai dari membicarakan hal yang tidak penting, samapai membicarakan hal yang sangat penting

3. Content Communities (YouTube)

Aplikasi ini juga sangat populer karena para pengguna diizinkan untuk dapat memuat atau menonton secara gratis, dan juga aplikasi ini bisa digunakan sebagai alat untuk media promosi sesuatu melalui video.

4. Sosial Networking Sites (Instagram)

Dalam aplikasi ini pengguna dapat membuat informasi pribadi dan dapat terhubung dengan banyak orang di seluruh penjuru dunia. Informasinya bisa berupa foto dan juga video.

5. Virtual Game World (Game online)

Di dalam aplikasi ini pengguna dapat membuat karakter-karakter 3D yang diinginkan. Serta penggunaannya dapat berinteraksi bersama orang lain secara daring dengan rasa seleyaknya di dunia nyata.

6. Virtual Sosial World (Second Life)

Disini pengguna bisa merasa hidup di dunia virtual seperti *Virtual Game World*, pengguna juga dapat berinteraksi dengan pengguna lain secara luas, yang membedakan *Virtual Sosial World* dan *World Virtual Game World* adalah *Virtual Sosial World* lebih membahas ke sehari-hari kehidupan seleyaknya kehidupan biasa, namun ini dilakukan secara *Virtual*.

Bentuk awal dari media sosial adalah web blog atau blog, itu adalah sebuah bentuk lain dari komunikasi sosial digital, dan langsung mendapatkan popularitas dengan peluncuran 1999 situs penerbitan live jurnal.

Pada tahun 2002 LinkedIn didirikan sebagai media sosial untuk para profesional dalam mencari pekerjaan yang berlandaskan karir, pada tahun 2020 LinkedIn telah berkembang menjadi lebih dari 675 juta pengguna di seluruh dunia.

Kemudian pada 2003 diluncurkan lah aplikasi MySpace, pada tahun 2006 MySpace menjadi aplikasi yang sangat populer di kalangan anak muda karena di dorong oleh fasilitas dimana pengguna dapat mendengarkan music secara langsung di laman mereka. Namun pada pertengahan 2008 Myspace di kalahkan oleh Facebook.

Google pada tahun 2012 juga mencoba peruntungannya dalam kancah media sosial dengan meluncurkan Google+, namun Google gagal dalam mencoba peruntungan nya, di laporkan ada pelanggaran 500.000 lebih keamanan data penggunanya. Kini pada tahun 2022 pengertian media sosial diisi oleh berbagai platform yang menyita perhatian, serta dapat membuat 5 milliyar pengguna perangkat seluler di dunia merasa tertarik.

Menurut Antony Mayfield (2008:5) dalam bukunya yang berjudul *What Is Sosial Media* menyatakan indicator dalam sebuah media sosial adalah sebagai berikut:

1. Partisipasi
2. Percakapan
3. Keterbukaan
4. Komunitas
5. Saling terhubung

2.2.9 Efektivitas

Efektivitas merupakan tercapainya suatu tujuan yang telah di tentukan sebelumnya yang juga merupakan pengukuran suatu pencapaian target. Komunikasi yang efektif adalah komukasi yang terjalin antara komunikator dan

komunkator yang bisa dengan jelas dapat menerima informasi yang ingin di sampaikan . jika sikap berubah atau mempengaruhi orang yang menerima pesan maka bisa dikatakan bahwa komukasi itu berlangsung dengan efektif. Dua duanya bisa menjadi saling berhubungan karena adanya kemajaun teknologi komunikasi yang ada. Komukasi yang efektif adalah komunkasi yang berhasil membina pengertian, yang berhasil menyampaikan pesan, serta membuat komunikan memberikan tanggapan.

Efektivitas dapat di katakan berhasil apabila komunikan benar benar mengerti informasi atau pengertian yang di sampaikan oleh komunikator (Effendy, 1981:94).

Jadi dapat disimpulkan dari pengertian di atas bahwa ke efektivitasan suatu komunikasi tidak hanya melulu soal pertukaran informasi melainkan untuk memahami dan mengekspresikan emosi serta niat di balik informasi yang di sampaikan.

Konsep Efektivitas

Kata efektif berasal dari Bahasa inggris *effective* yang artinya berhasil. Sedangkan menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, efektif atau efektivitas ada tiga pengertian, arti pertama yaitu adanya suatu efek, akibat, pengaruh dan kesan. Arti kedua yaitu manjur atau mujarab, dan arti yang ketiga yaitu membawa hasil atau hasil guna. Efektivitas merupakan unsur utama untuk tercapainya tujuan atau

sasaran yang telah di tentukan di dalam setiap organisasi dan dapat di katakana efektif bila tujuan telah mencapai sasaran yang ditentukan.

Efektivitas pada umumnya di pandang sebagaisuatu tingkat pencapaian tujuan operatif dan operasional. Efektivitas juga dapat dilihat dari seberapa baik pekerjaan yang di lakukan, sejauh mana seseorang dapat mendapatkan apa yang mereka hasilkan sesuai dengan yang di harapkan. Dengan demikian pada dasarnya efektivitas adalah tingkat pencapaian tujuan sesuai dengan apa yang di harapkan.

Lalu itu menurut **Gibson dalam Zaidan Nawawi (2013:188)** Efektivitas harus dimulai dan di dasari oleh :

1. Efektivitas Individu : merupakan tingkat pencapaian hasil pada kerja individu organisasi.
2. Efektivitas kelompok : merupakan tingkat pencapaian dari hasil kerja yang di lakukan oleh sekelompok anggota organisasi.
3. Efektivitas Organisasi : merupakan tingkat pencapaian dari hasil kerja dari setiap efektivitas individu dan kelompok yang saling ber sinergis

Secara umum ada beberapa tolak ukur dan krtiteria untuk tercapai suatu efektivitas

1. Efektivitas Keseluruhan : yaitu sejauh manakah orang atau organisasi melaksanakan tugasnya
2. Produktivitas : suatu kuantitas yang di hasilkan oleh individu, kelompok atau organisasi

3. Efisiensi : ukuran keberhasilan yang di ukur berdasarkan besarnya sumber daya untuk tercapainya tujuan
4. Stabilitas : perawatan suatu struktur, fungsi, dan sumber daya di masa masa sulit
5. Keterpaduan : merupakan adanya komunikasi yang baik antara individu atau kelompok dalam mengkoordinasikan usaha mereka

Rumus Efektivitas

$$\text{Efektivitas} = (\text{Output Aktual}/\text{Output Target}) > 1$$

- Jika hasil perbandingan output actual dengan output target <1 maka efektivitas tidak tercapai
- Jika hasil perbandingan output actual dengan output target >1 maka efektivitas bisa di katakan berhasil atau tercapai

Aspek Aspek Efektivitas

1. Aspek Peraturan/ Ketentuan : ini merupakan suatu hal yang harus di lakukan agar suatu kegiatan dapat dianggap telah berjalan secara efektif
2. Aspek fungsi/ Tugas : ini merupakan tanggung jawab suatu individu atau kelompok dalam melukan tugas nya demi tercapainya suatu keefektivitasan
3. Aspek Rencana/ Program : jika rencana atau program telah dilakukan dengan baik dan mencapai tujuan itu telah di nyatakan efektif

4. Aspek Tujuan/ Kondisi Ideal : yaitu suatu target yang telah tercapai ataupun yang ingin di capai dan berorientasi pada hasil dan proses yang di rencanakan.

Selanjutnya menurut **Gibson dalam Mohamad Pabundu Tika (2006:129)** ke efektifitasan memiliki empat unsur, yaitu produksi, efisiensi, keadaptasian, dan kelangsungan hidup.

1. Produksi : bisa di katakan sebagai kriteria efektifitas yang mengacu pada ukuran keluaran utama organisasi
2. Efisiensi : bisa di katakan sebagai kriteria efektifitas yang mengacu pada sumber daya oleh organisasi, dan dapat di ukur rasionya
3. Keadaptasian : bisa di katakan sebagai kriteria efektifitas yang mengacu pada perubahan internal dan eksternal
4. Kelangsungan hidup : bisa di katakan sebagai kriteria efektifitas yang mengacu pada tanggap jawab individu tau organisasi dalam memperbesar kapasitasnya untuk berkembang.

2.2.10 Minat

Minat merupakan suatu situasi atau keadaan yang dimana seseorang mempunyai perhatian terhadap sesuatu dan di sertai keinginan untuk mengetahui dan mempelajari lalu membuktikan lebih dalam lagi. Bimo Walgito (1981:38). Minat juga dapat mengubah suatu perilaku pada individu baik dari segi kognitif maupun segi afektif. Contoh perubahannya seperti seseorang yang belum pernah

mencoba sesuatu yang baru, lalu mencobanya karena ada minat tersendiri yang dimiliki seseorang tersebut.

Kutipan Sardiman (1990) minat akan terlihat dengan baik jika seseorang menemukan sasaran atau objek yang mereka sukai atau yang mereka anggap cocok dan berkaitan dengan keinginan seseorang tersebut. Oleh karena itu minat merupakan suatu aspek dalam diri atau aspek psikis yang dimiliki seseorang yang dapat menimbulkan suatu rasa ketertarikan terhadap suatu hal dan mampu mempengaruhi tindakan seseorang.

Minat bisa menjadi dorongan yang kuat dalam diri sendiri untuk melakukan atau berpartisipasi dalam suatu hal yang diminatinya. Bila seseorang mempunyai minat sendiri dan bukan suruhan orang lain, seseorang akan merasa senang bila berkecimpung dalam minatnya tersebut dan akan memberikan perhatian yang lebih pada objek tersebut. Perhatian yang dimaksud bisa dalam hal rasa ingin tau atau bisa juga rasa ingin mempelajari objek yang diminati.

Untuk meningkatkan minat orang-orang terhadap aplikasi bumble, bumble mengeluarkan fitur yang jauh berbeda dengan aplikasi kencan online lainnya. Dan fitur itu yang sekarang banyak mempengaruhi minat banyak orang untuk mengunduh aplikasi bumble.

Seperti menurut Johanes yang dikutip oleh Bimo Walgito (1999:35) minat dapat digolongkan menjadi dua, Minat intrinsik dan Minat Ektrinsik. Minat intrinsik merupakan minat yang timbul dari individu itu sendiri. Sedangkan minat ekstrinsik

merupakan minat yang timbul karena pengaruh pengaruh dari luar. Dapat di jelaskan bahwa minat intrinsik ini dapat timbul karena pengaruh sikap, bakat, jenis kelamin dan juga harapan terhadap sesuatu. Sedangkan minat ekstrinsik merupakan minat yang timbul karena pengaruh latar belakang, informasi dan lingkungan.

2.2.11 Relasi

Relasi dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah suatu hubungan antara dua belah pihak atau lebih untuk mencapai tujuan tertentu. Relasi mempunyai jenis yang beragam seperti, relasi pertemanan, relasi keluarga, relasi tetangga, relasi antar rekan kerja, relasi pasangan dan masih banyak yang lainnya. Memperluas relasi dapat memberikan suatu dampak positif bagi kehidupan kita di masa yang akan datang, selain karena manusia adalah makhluk sosial yang harus melakukan interaksi sosial baik dalam skala yang kecil maupun skala yang luas. Seperti pada pengertian lain relasi merupakan hubungan timbal balik antara individu atau kelompok dengan yang kelompok lain. Sebenarnya semenjak manusia lahir dan di besarkan ia sudah masuk ke dalam kategori kelompok relasi keluarga, di samping itu bayi yang lahir pun sudah masuk kedalam relasi yang lebih luas yang akan menjadi warga dan umat agama.

Dalam memenuhi kebutuhannya manusia perlu tidak mampu berusaha atau menyelesaikan semuanya sendiri, pada saat manusia meninggal pun membutuhkan manusia lain untuk menguburnya. Itu lah sebabnya manusia harus berelasi atau berhubungan dengan orang lain sebagai makhluk sosial. Relasi berkaitan dengan beberapa aspek seperti, emosional dan pertumbuhan. Perkembangan manusia juga

adalah suatu hasil dari relasi dengan orang lain, karena manusia berinteraksi dengan lingkungan sosialnya.

Pekembangan teknologi ikut serta mewarnai manusia dalam membangun relasi baru, secara tidak langsung budaya membangun relasi baru semakin kini semakin berubah akibat perkembangan teknologi komunikasi yang semakin modern. Sudah tidak ada alasan lagi manusia sebagai makhluk sosial tidak mengikuti momentum tersebut sebagai cara untuk membangun relasi yang lebih luas.

2.2.12 Bumble.

Dilansir oleh beautynesia.id *Bumble* merupakan aplikasi kencan yang didirikan oleh Whitney pada 2014 lalu, bumble merupakan aplikasi berbasis lokasi atau GPS yang memfasilitasi komunikasi antar pengguna aplikasi ini memang di dedikasikan untuk para perempuan agar lebih berani mengambil langkah awal untuk memulai sebuah hubungan. Dan memang aplikasi ini di nilai aplikasi 100% feminis, terlihat jelas juga pada arti dari namanya *Bumble*, yang bila di terjemahkan dalam Bahasa Inggris sering di asosiasi dengan suara dengung yang di hasilkan oleh lebah, lalu koloni lebah sendiri di pimpin oleh Ratu lebah yang di analogikan sebagai perempuanlah yang memiliki kuasa (Wolfe, dala Zarinsky, 2015).

Menurut Whitney Wolf Herd yang merupakan pendiri dari aplikasi *Bumble* ini mengatakan bahwa tujuannya membuat aplikasi ini adalah membuat aplikasi kencan *online* yang yang aman bagi wanita. Whitney Wolf Herd juga merupakan salah satu pendiri dari aplikasi kencan *online* yang sangat terkenal yaitu *Tinder*.

Pada tahun 2014 ia mengundurkan diri dari tinder karena ia sering melihat dan mendengar berbagai macam kekerasan seksual dan diskriminasi gender. Pengalamannya di *Tinder* lah yang menjadi salah satu alasan ia membuat aplikasi *Bumble*. Pada saat ini tercatat oleh *The sun* aplikasi ini sekarang memiliki 55 juta di setiap negara, sejak aplikasi ini diluncurkan *Bumble* sudah memasangkan 850 juta pasangan dan sekitar 5000 pernikahan sudah di langsunkan melalui perkenelanan lewat aplikasi ini. Saat ini *Bumble* menjadi salah satu aplikasi kencan *online* yang paling banyak di gunakan di dunia,tercatat pada juli 2020 *Bumble* mengumumkan sudah memiliki 100 juta pengguna aktif di seluruh dunia (Hertamans, 2020)

2.2.12.1 Sejarah Bumble

Whitney Wolf Herd membangun aplikasi bumble pada tahun 2014, tak lama setelah ia keluar dari perusahaan kencan online lainnya yaitu Tinder, ia keluar karena mengaku di tempat kerjanya dahulu ia mendapatkan pelecehan seksual yang di lakukan oleh atasan dan pacarnya berupa ancaman dan hinaan, namun kasus tersebut secara cepat hilang dan di hentikan. Setelah keluar, Whitney pun mengajak seorang milliyarder asal asal rusia Andrey Andreev yang tinggal di London untuk membangun suatu aplikasi kencan online baru untuk pasar eropa dan amerika latin. Lalu pada tahun 2013 Andrey Andreev keluar dari perusahaan tersebut karena tertuduh melakukan tuduhan misogynis, momen itu langsung di manfaat oleh perusahaan private equity Blackstone Group untuk menggantikan posisi Andrey dengan mengambil alih sahamnya pada bulan November 2020

Bumble lahir dengan membawa perbedaannya di bandingkan aplikasi kencan online lainnya. Aplikasi yang di cap feminis ini memang secara sengaja dibuat untuk melindungi wanita dari bahaya dan ancaman pelecehan seksual di dunia kencan online. Terbukti dari cara penggunaan aplikasi tersebut dan fitur yang ada di dalamnya. Seperti pada umumnya aplikasi kencan online lain cara menggunakan aplikasi ini sama, bila seseorang merasa tertarik dengan seseorang lain, ia dapat menggeser atau *swipe* ke arah kanan, dan sebaliknya bila merasakurang tertarik dengan seseorang lain ia bisa langsung *swipe* kiri dan apabila kedua belah pihak saling menyukai akan terjadi kecocokan atau “match”

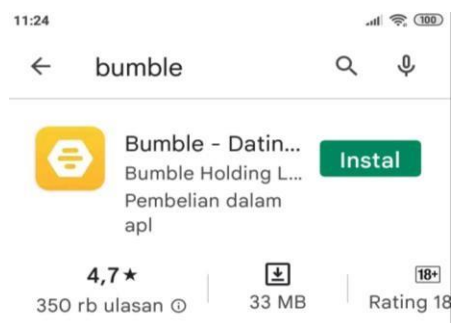
Yang membedakannya adalah, setelah *match* pihak perempuan salah yang harus memulai obrolan terlebih dahulu, jika perempuan tidak memulainya, kaum lelaki tidak bisa apa apa dan hanya bisa menunggu untuk di chat terlebih dahulu. Lalu apabila dalam 24 jam pihak wanita tidak memulai chat terlebih dahulu, obrolan atau *match* itu akan hangus sehingga tidak dapat terhubung lagi. Lalu yang menjadi pembeda lainnya, di bumble ada fitur yang bernama dektor pribadi, fitur ini berkerja dengan *Artificial Intelligent* dengan cara memblur foto atau gambar secara otomatis di chat, dan juga fitur ini dapat memberi tahu apabila gambar yang di kirimkan itu tidak senonoh sehingga pengguna bisa melaporkan itu sebagai tindakan pelecehan. Hal itu di lakukan karena sebagaimana kita tahu sendiri bila menggunakan aplikasi kencan online ini, perempuan sangat sering menjadi korban pelecehan seksual seperti ancaman, emosional, kekerasan fisik hingga verbal.

Perjalanan yang penuh liku pada *Bumble* menjadi cerita tersendiri bagi Whitney “Hari ini *Bumble* menjadi perusahaan publik. Ini hanya di mungkinkan berkat 1,7 milliyar lebih perempuan tangguh di aplikasi kami serta perempuan-perempuan yang membuka jalan di dunia bisnis. Terima kasih untuk semua orang yang membuat hari ini menjadi suatu kemungkinan” kata Whitney dalam cuitanya di Twitter.

2.2.12.2 Cara Mendaftar dan Menggunakan Aplikasi Bumble

Cara menggunakan nya tidak sulit,kita tidak perlu memasukan data data pribadi seperti (KTP) atau registrasi yang akan menyulitkan pengguna.

Pertama, unduh aplikasi bumble pada PlayStore atau Appstore



Gambar 3.1

Sumber: Screenshot dari Google Play Store

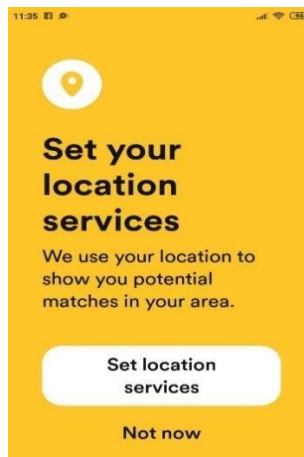
Kedua, buka aplikasi aplikasi bumble yang telah di unduh, klik masuk dengan Facebook atau dengan Nomer telepon, setelah masuk dengan nomer telefon anda, bumble akan meminta verifikasi nomer melualai sms.



Gambar 3.2

Sumber : Screenshot melalui handphone android

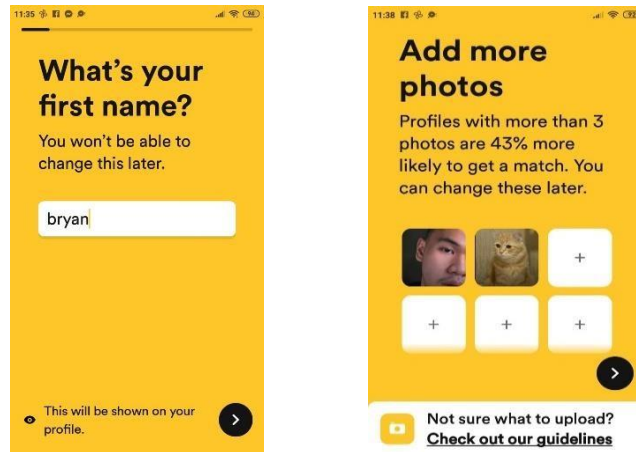
Ketiga, agar bumble berfungsi dengan baik, layanan lokasi harus di aktifkan, dan klik tulisan “*set location services*”



Gambar 3.3

Sumber : Screenshot melalui handphone android

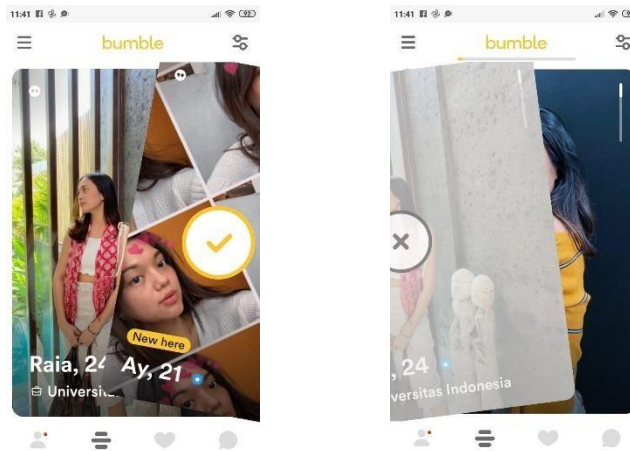
Kelima, data diri anda seperti nama dan tanggal lahir, lalu tambahkan foto profil yang akan di tambikan di aplikasi Bumble.



Gambar 3.4

Sumber : Screenshot melalui handphone android

Keenam, bila telah selesai mendaftar anda bisa langsung *swipe* kanan bila menyukai dan bisa *Swipe* kiri bila tidak menyukai



Gambar 3.5

Sumber : Screenshot melalui handphone android

2.3 Kerangka Teoritis

Setiap penelitian pasti memerlukan landasan untuk memecahkan masalah. Untuk itu di setiap penelitian perlu di susun kerangka teori yang memuat atau menggambar dari sudut mana penelitian ini di sorot. Pembuatan kerangka teori merupakan langkah awal yang sempurna sebelum membuat penelitian. Uraian dalam kerangka teori ini merupakan hasil dari berpikir rasional rasional yang di tuangkan secara tertulis meliputi aspek aspek yang terdapat masalah atau sub masalah (Nawawi, 1991)

Berdasarkan penjelesan di atas maka penelitian ini menggunakan beberapa teori yang di nilai mendukung dan relevan, antara lain :

2.3.2 Teori Uses and Gratification

Teori *Uses and Gratification* atau bisa di sebut juga sebagai teori kegunaan dan kepuasan merupakan teori yang paling populer digunakan dalam studi komunikasi massa. Teori ini merujuk kepada penggunaan media memiliki tujuan yang berbeda beda yang di sebakkan oleh faktor sosial dan psikologis yang berbeda-beda. Para pengguna media ini dilinai mengetahui kebutuhan mereka dan mengetahui kebutuhannya serta bertanggung jawab dengan media yang di pilih untuk memenuhi kebutuhannya (Morrison, 2013,p508). Teori ini pertama di kemukapadaa tahun 1974 oleh beberapa ahli yaitu Herbert Blumer, Elihu Katz dan Michael Gurevitch (Nurudin, 2007). Di awal decade 1940an-1950an para pakar telah meneliti alasan mengapa khlayak terlibat dalam berbagai jenis perilaku komunikasi. Menurut pendapat mereka pengguna atau atau bisa di sebut juga

sebagai audiens memainkan peran aktif untuk memilih dan menggunakan media, bisa dijelaskan bahwa pengguna adalah pihak yang aktif dalam proses komunikasi. Para pengguna media mencari media yang paling baik atau cocok dalam memenuhi kebutuhannya, artinya teori *Uses and Gratification* ber asumsi bahwa pengguna memiliki kuasa untuk memilih secara alternatif untuk memuaskan kebutuhannya (Nurudin, 2007). Audien juga dinilai mengetahui kebutuhan mereka serta bertanggung jawab terhadap pilihan media yang menurut mereka dapat memenuhi kebutuhannya. Yang membedakan teori ini dengan teori lain yaitu pengguna ditandai sebagai aktif, cerdas dan termotivasi dalam menggunakan media sosial mereka. Di awal decade 1940an-1950an para pakar telah meneliti alasan mengapa khalayak terlibat dalam berbagai jenis perilaku komunikasi. Teori ini juga merupakan suatu kritikan dari teori bullet, teori bullet menyatakan bahwa khalayak media dianggap pasif dan mudah dipengaruhi oleh penggunaan media. Akhirnya muncul lah teori *Uses and Gratification* yang menyatakan bahwa khalayak lah yang di pandang aktif dalam penggunaan media yang dimana mereka menggunakan media sebagai alat untuk memenuhi kebutuhan akan informasi serta hiburan dan Pendidikan. Lalu pada awal 1970an, Schramm meminta kepada peminatnya untuk teori bullet ini di tiadakan dengan alasan bahwa khalayak yang menjadi sasaran media itu ternyata tidak pasif.

Menurut para pendirinya sendiri, Elihu Katz, Jay G Blumer dan Michel Gurevitch teori ini meneliti asal mula kebutuhan secara psikologis dan sosial yang dapat menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau media dan sumber lain yang dimana itu membawa pada pola terapan media yang berlainan atau

keterlibatan kegiatan lain dan dapat menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat akibat lain. Mereka juga mengasumsikan 6 dasar dari teori ini (Blumner dan Katz, 1974,p.22), yaitu:

1. Khalayak di anggap aktif , yaitu sebagian besar dari penggunaan media massa itu memiliki tujuan
2. Dalam proses komunikasi, massa dinilai aktif dalam mengaitkan pemuasan kebutuhan berdasarkan pemilihan media .
3. Media massa juga harus bisa bersaing dengan sumber sumber lain untuk memenuhi kebutuhannya. Kebutuhan dapat terpenuhi melalui konsumsi media yang tergantung pada perilaku khalayak yang bersangkutan.
4. Tujuan dari pemilih media massa dapat disimpulkan dari data yang di berikan oleh khalayak yang bisa di katakan khalayak cukup mengerti untuk melaporkan kepentingan dan motif tertentu
5. Model teori ini memandang individu sebagai makhluk supertasional dan sangat selektif, akan tetapi yang jelas dalam teori ini perhatian bergeser kepada proses penyampaian pesan ke proses penerimaan pesan.

2.4 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran bisa di artikan sebagai dukungan teoritis yang mendasar dalam rangka memberi jawaban terhadap pendekatan pemecahan suatu peneleitian. Dalam peneltian ini peneliti mengambil dasar pemikiran mengenai tingkat efektivitas penggunaan aplikasi bumble dalam menjalin relasi baru pada mahasiswa Universitas Pasundan. Mengapa peneliti mengambil mahasiswa Universitas

Pasundan sebagai objek adalah karena banyak data yang menyebutkan penggunaan aplikasi kencan online ini di dominasi oleh remaja menuju dewasa dengan umur dari 18-30 tahun, mahasiswa lah dinilai paling ideal untuk di jadikan objek penelitian karena berada di kisaran umur itu.

Tingkat keefektivan ini muncul karena adanya perkembangan teknologi komunikasi dan cara komunikasi yang semakin modern yang mempengaruhi. Pengembangan atau penemuan teknologi komunikasi pada manusia dapat sangat mempengaruhi atau mengubah kebudayaan manusia. Perkembangan tersebut terkadang membuat manusia bertindak di luar batas atau diluar kemauannya sendiri, ironi nya padahal pada awalnya teknologi itu di ciptakan oleh manusia, tapi sekarang lambat laun teknologi justru mempengaruhi setiap apa saja yang di lakukan manusia.

Teori yang di gunakan dalam penelitian ini adalah teori *Uses and Gratification*. Teori ini memandang bahwa khlayak pada dasarnya menggunakan media massa itu berdasarkan motif – motif tertentu yang berbeda-beda dan bila motif telah di terpenuhi pada akhirnya media disebut efektif dalam pelaksanaannya.

2.4.1 Bagan Kerangka Pemikiran

