

# **Pengaruh Aplikasi *WhatsApp* Terhadap Penyebaran Informasi Kepada Pegawai Dinas Pekerjaan Umum Kecamatan Medan Kota (Studi Kasus di Unit Pelayanan Tugas Pekerjaan Umum Medan Kota)**

Oleh

Suhendri Hidayat<sup>1</sup>, Muya Syaroh Iwanda Lubis<sup>2</sup>

muya.lubis@gmail.com

## **ABSTRAK**

Kebutuhan dan keinginan akan sebuah teknologi komunikasi ternyata telah memiliki peran penting dalam masyarakat. Hal tersebut selalu beriringan dengan informasi tersebut, yang berevolusi dan menimbulkan suatu pemikiran yang terintegrasi pada konvergensi teknologi komunikasi global. Mulai dari teknologi informasi komunikasi ikut memengaruhi cara manusia berkomunikasi. Komunikasi tradisional tatap muka langsung secara fisik lambat laun tergantikan lewat perantara peralatan komunikasi.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui pengaruh aplikasi *whatsapp* secara parsial terhadap penyebaran informasi kepada pegawai Dinas Pekerjaan Umum Kecamatan Medan Kota. Penelitian ini menggunakan pendekatan asosiatif. Adapun populasi dalam penelitian ini adalah seluruh pegawai Dinas Pekerjaan Umum Kecamatan Medan Kota, penentuan jumlah sampel menggunakan rumus slovin yaitu 48 pegawai. Teknik pengumpulan data menggunakan kuesioner. Teknik analisis data menggunakan analisis regresi linier berganda, uji t, uji F, dan koefisien determinasi.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa secara parsial, aplikasi *whatsapp* berpengaruh signifikan terhadap penyebaran informasi kepada pegawai Dinas Pekerjaan Umum Kecamatan Medan Kota, Nilai  $R^2$  sebesar 0,452 atau 45,2% kontribusi aplikasi *whatsapp* terhadap penyebaran informasi kepada pegawai dan 64,8% dipengaruhi variabel lain.

**Kata kunci : Aplikasi *WhatsApp*, Penyebaran Informasi**

### **A. PENDAHULUAN**

Kebutuhan dan keinginan akan sebuah teknologi komunikasi ternyata telah memiliki peran penting dalam masyarakat. Hal tersebut selalu beriringan dengan informasi tersebut, yang berevolusi dan menimbulkan suatu pemikiran yang terintegrasi pada konvergensi teknologi komunikasi global. Mulai dari teknologi informasi komunikasi ikut memengaruhi cara manusia berkomunikasi. Komunikasi tradisional tatap muka langsung secara fisik lambat laun tergantikan lewat perantara peralatan komunikasi.

Pesawat telepon yang dulunya statis mengandalkan jaringan kabel kini mampu dibawa kemana-mana memanfaatkan sistem sinyal telepon selular. Bahkan, komunikasi lewat telepon selular berupa pesan suara dan pesan tulisan singkat atau *short messageservice*, kini

bisa bertukar pesan tidak hanya teks, tetapi berupa gambar hingga video. Pemasangan basis komputer serta internet dalam telepon selular makin memudahkan penggunaannya untuk mengumpulkan informasi dengan berselancar di dunia maya atau mengakses sosial media dan memudahkan penggunaannya untuk berkomunikasi. Telepon selular ini dikenal dengan telepon pintar atau *smartphone*.

Indonesia sebagai negara berkembang juga mengalami pertumbuhan di bidang teknologi informasi komunikasi. Hal ini ditunjukkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia bekerjasama Pusat Kajian Komunikasi Universitas Indonesia selama 10 tahun. Survei diawali tahun 2005, pengguna internet hanya 16 juta jiwa atau 7,8 % dari 206,3 juta jiwa penduduk, menjadi 42 juta pengguna dari 232,1 juta penduduk di tahun 2010. Angka ini makin melonjak di tahun 2014, penetrasi pengguna internet hingga 34,9 % atau 88,1 juta jiwa dari 252,4 juta jiwa penduduk di Indonesia. Dan pada tahun 2016 pengguna internet di Indonesia mencapai setengah dari penduduk Indonesia yaitu 132,7 juta jiwa. Adapun total penduduk Indonesia pada tahun 2016 sebanyak 256,2 juta jiwa.

Peralihan cara komunikasi ini dijelaskan dari hasil penelitian Asosiasi Jasa Penyelenggaraan Internet Indonesia bersama Pusat Kajian Komunikasi Indonesia di katalog dalam terbitan Profil Pengguna Internet Indonesia 2014. Pengguna internet mencapai 88,1 juta jiwa dari 252,4 juta jiwa penduduk Indonesia. Namun menurut hasil survey yang dilakukan oleh APJII pada tahun 2016 mengungkap bahwa lebih dari setengah penduduk Indonesia kini telah terhubung ke internet hal ini mengindikasikan kenaikan 51,8 % dibandingkan jumlah pengguna internet pada tahun 2014 lalu. Pengguna internet di Indonesia berdasarkan pekerjaan dari hasil penelitian APJII-PUSKAKOM UI 2016, bahwa yang terbanyak adalah yang berprofesi sebagai pekerja atau wiraswasta sebesar 82,2 juta jiwa atau sekitar 62 %, kemudian urutan kedua pengguna internet adalah yang berprofesi sebagai ibu rumah tangga (IRT) sekitar 22 juta jiwa atau 16,6%. Selanjutnya mahasiswa sekitar 10,3 juta jiwa atau 7,8%, pelajar 8,3 juta jiwa atau sekitar 6,3 % dan lain-lain sekitar 0,6 % atau 796 ribu jiwa.

Perubahan pola komunikasi akibat berkembangnya *new media* memang tak begitu disadari langsung masyarakat. Namun dari esensi dan nilai komunikasi amat terasa, sebab terkadang seseorang lebih sering berkomunikasi di dunia maya ketimbang berkomunikasi di dunia nyata. Salah satu aplikasi pesan instan yang populer digunakan di dunia yakni *WhatsApp Messenger*. *WhatsApp Messenger* didirikan tahun 2009 oleh Jan Koum dan Brian Acton, jebolan industri teknologi informasi komunikasi Yahoo.

Jan Koum mengumumkan pengguna aktif WhatsApp Messenger sudah mencapai 1 milyar di dunia melalui *Google Play Store* di Android pada Maret tahun 2015 seperti yang dilansir Kompas.com. Sementara faktor tingginya angka pengguna *WhatsApp Messenger* di Indonesia karena masyarakatnya suka berbincang-bincang atau *chatting* dibanding negara-negara lain. Faktor lainnya sebab untuk bertukar pesan menggunakan *WhatsApp Messenger* tidak perlu membayar biaya *short message service* atau pesan singkat.

Pengguna pesan instan ini adalah semua usia, jenis kelamin, individu maupun kelompok. Media komunikasi dalam jaringan pada kelompok menjadi fenomena di berbagai komunitas seiring perkembangan teknologi komunikasi yang semakin canggih. Media komunikasi dalam jaringan menjadi bentuk media baru sejak kemunculan internet dan berpotensi mengubah pola komunikasi dalam kelompok. Interaksi termediasi media baru secara otomatis tidak mengharuskan pertemuan secara fisik untuk menyebarkan sebuah informasi atau sekadar berbagi pengalaman dan menjalin hubungan silaturahmi.

Penelitian mengenai pemanfaatan media WhatsApp sebagai media komunikasi dan penyeberan informasi sudah ada beberapa yang meneliti sebelumnya diantaranya adalah Alwy Fauzy (2016), berjudul "Pemanfaatan Program WhatsApp messenger info dalam liputan berita dikalangan kelompok wartawan kota makassar yang menyatakan Program *WhatsApp Messenger* ternyata memberi dampak positif dan negatif terhadap tugas-tugas liputan yang dilakukan wartawan di lapangan. Selain itu perilaku komunikasi antar wartawan dalam melaksanakan liputan tidak lagi satu arah, tapi juga berlangsung dua arah sehingga makin interaktif.

Adapun yang membedakan penelitian yang penulis lakukan dengan penelitian sebelumnya adalah dari pemilihan lokasi penelitian, subjek penelitian dan fokus permasalahan yang penulis teliti. Fokus penelitian menitikberatkan pada penggunaan *WhatsApp messenger info* sebagai media alternatif dalam penyebaran informasi kepada pegawai di lingkungan kantor Unit Pelayanan Teknis Dinas Pekerjaan Umum Kota Medan.

Salah satu kelompok pengguna pesan instan yang tergabung dalam kelompok pegawai Unit Pelayanan Teknis Dinas Pekerjaan Umum yang ada di Kota Medan beberapa tahun terakhir telah memanfaatkan fasilitas media WhatsApp sebagai sarana untuk komunikasi dan memberikan informasi serta meningkatkan hubungan dan silaturahmi antara sesama pegawai di lingkungan tersebut terutama saat terhalang secara fisik untuk bertemu mereka menggunakan media *WhatsApp* karena dirasa sederhana, mudah dan murah serta pesan yang disampaikan cepat dan juga mampu mengirim gambar, voice, video serta

fasilitas file sharing lainnya sehingga kegiatan surat menyurat yang dulunya dilakukan para pegawai secara konvensional kini dapat dilakukan melalui media *WhatsApp*.

Pembentukan kelompok pengguna media *WhatsApp* ini juga dilatarbelakangi untuk mencapai tujuan bersama yakni saling bertukar informasi untuk memperkaya informasi dan wawasan dan meningkatkan kinerja mereka melalui media komunikasi *WhatsApp*.

## **B. TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Pengertian Komunikasi**

Komunikasi (dari bahasa Latin "*communis*", yang berarti untuk berbagi) adalah kegiatan menyampaikan informasi melalui pertukaran pikiran, pesan, atau informasi yang dapat dinyatakan dalam percakapan secara verbal, visual, sinyal, tulisan, bahkan tindakan tertentu. DeValenzuela dalam Liliwari (2015) mengatakan, "Komunikasi merupakan setiap tindakan dalam seseorang mengalami memberikan (kepada) atau menerima (dari) orang lain informasi tentang keinginan. Kebutuhan, persepsi, pengetahuan, atau perasaan tertentu. Tindakan itu mungkin disengaja atau tidak disengaja, mungkin melibatkan sinyal konvensional atau tidak konvensional, dalam bentuk linguistik atau non linguistik, tindakan itu dapat terjadi melalui mode pengucapan atau cara-cara lainnya".

Dalam kehidupan sehari-hari, manusia selalu melakukan tindakan komunikasi dengan manusia lainnya. Komunikasi tersebut dilakukan secara langsung dengan cara tatap muka maupun tidak langsung yaitu melalui perantara alat atau media. Tindakan komunikasi itu sendiri merupakan kegiatan pertukaran informasi antara komunikansi dan komunikator, dimana komunikasi bertujuan untuk mencapai kesamaan pengertian, pikiran dan makna akan pesan yang disampaikan. Sehingga dapat dikatakan komunikasi memiliki tujuan agar audiensnya mengerti apa yang isi makna pada pesan dan memiliki perspektif pemikiran yang sama sehingga dapat terjadi komunikasi yang efektif.

Menurut Theodorson and Theodorson dalam Harun dan Ardianto (2012) mengemukakan bahwa komunikasi adalah penyebaran informasi, ide-ide, sikap-sikap, atau emosi dari seseorang atau kelompok kepada yang lain terutama melalui simbol-simbol. Selanjutnya Everest M. Rogers dalam Cangara (2014) menyatakan bahwa komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada satu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka. Definisi ini kemudian dikembangkan oleh Rogers bersama Clarence Kincaid dalam Cangara (2014) sehingga melahirkan definisi baru bahwa komunikasi adalah suatu proses dimana dua orang atau

lebihmembentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu samalainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam.

Sebuah definisi komunikasi yang dibuat oleh kelompok sarjana komunikasi dalam Cangara (2014) yang mengkhususkan diri pada studikomunikasi antar manusia menyatakan bahwa komunikasi adalah suatutransaksi, proses simbolik yang menghendaki orang-orang mengaturlingkungannya dengan (1) membangun hubungan antar sesama manusia;(2) melalui pertukaran informasi; (3) untuk menguatkan konsep dantingkah laku orang lain; serta (4) berusaha mengubah sikap dan tingkahlaku itu.

Dari definisi tadi dapat diurai unsur-unsur komunikasi. Mulai dari pandangan proses komunikasi elektronika Shannon dan Weaver yangkemudian diformulasikan David K. Berlo menjadi “SMCR” yakni *Source*(pengirim), *Message* (pesan), *Chanel* (saluran-media) dan *Receiver*(penerima). Kemudian Charles Osgood, Gerald Miler dan Melvin L. DeFleur menambahkan unsur efek dan umpan balik (*feedback*) sebagaipelengkap dalam membangun komunikasi sempurna. Kaitan satu unsur dengan unsur lainnya dijelaskan dalam Cangara (2014) sebagai berikut:

#### Sumber

Semua peristiwa komunikasi akan melibatkan sumber sebagaipembuat atau pengirim informasi. Dalam komunikasi antar manusia,sumber bisa terdiri dari satu orang, tetapi bisa juga dalam bentukkelompok.

#### Pesan

Sesuatu yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pesandapat disampaikan dengan tata cara tatap muka atau melalui mediakomunikasi. Isinya bisa berupa ilmu pengetahuan, hiburan, informasi,nasihat atau propaganda.

#### Media

Alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumberkepada penerima. Saluran atau media bentuknya bisa dalam komunikasiantarpribadi dimana panca indra dianggap sebagai media komunikasi.Selain indra manusia juga menggunakan saluran komunikasi sepertitelepon, surat, telegram yang digolongkan sebagai media komunikasiantarpribadi.

#### Penerima

Pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim oleh sumber.Penerima bisa terdiri dari satu orang atau lebih, bisa dalam bentukkelompok, partai atau negara.

#### Pengaruh

Perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang.

Tanggapan balik

Satu bentuk daripada pengaruh yang berasal dari penerima. Umpan balik juga bisa berasal dari unsur lain seperti pesan dan media, meski pesan belum sampai pada penerima.

Lingkungan

Faktor-faktor tertentu yang dapat memengaruhi jalannya komunikasi. Faktor ini dapat digolongkan atas empat macam, yakni lingkungan fisik, lingkungan sosial budaya, lingkungan psikologis, dan dimensi waktu. Lingkungan fisik menunjukkan bahwa suatu proses komunikasinya bisa terjadi kalau tidak terdapat rintangan fisik, misalnya geografis. Lingkungan sosial menunjukkan faktor sosial budaya, ekonomi dan politik yang bisa menjadi kendala terjadinya komunikasi, misalnya kesamaan bahasa, kepercayaan, adat istiadat dan status sosial.

Dimensi psikologis adalah pertimbangan kejiwaan yang digunakan dalam berkomunikasi. Misalnya menghindari kritik yang menyinggung perasaan orang lain, menyajikan materi yang sesuai dengan usia khlayak. Dimensi psikologis ini biasa disebut dimensi internal.

Sedangkan dimensi waktu menunjukkan situasi yang tepat untuk melakukan kegiatan komunikasi. Banyak proses komunikasi tertunda karena pertimbangan waktu, misalnya musim. Namun perlu diketahui karena dimensi waktu maka informasi memiliki nilai.

### **Komunikasi Organisasi**

Persepsi mengenai komunikasi organisasi dari beberapa ahli bermacam-macam (Muhammad, 2014) diantaranya: Persepsi Redding dan Sanborn, mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah pengiriman dan penerimaan informasi dalam organisasi yang kompleks. Yang termasuk dalam bidang ini adalah komunikasi internal, hubungan manusia, hubungan persatuan pengelola, komunikasi *downward* (komunikasi dari atasan ke pada bawahan), komunikasi *upward* atau komunikasi dari bawahan kepada atasan), komunikasi horizontal atau komunikasi dari orang-orang yang sama level/tingkatnya dalam organisasi, keterampilan berkomunikasi dan berbicara, mendengarkan, menulis dan komunikasi evaluasi program.

Persepsi Katz dan Kahn, mengatakan bahwa komunikasi organisasi merupakan arus informasi, pertukaran informasi dan pemindahan arti di dalam suatu organisasi. Menurut

Katz dan Kahn organisasi adalah sebagai suatu sistem terbuka yang menerima energi dari lingkungannya dan mengubah energi ini menjadi produk atau servis dari sistem dan mengeluarkan produk atau servis ini kepada lingkungan. Persepsi Zelko dan Dance mengatakan bahwa komunikasi organisasi adalah suatu sistem yang saling tergantung yang mencakup komunikasi internal dan komunikasi eksternal. Kemudian bersama Lesiker mereka menambahkan satu dimensi lagi dari komunikasi organisasi yaitu dimensi komunikasi pribadi diantara sesama anggota organisasi yang berupa pertukaran secara informal mengenai informasi dan perasaan di antara sesama anggota organisasi. Persepsi Greenbaum, mengatakan bahwa bidang komunikasi organisasi termasuk arus komunikasi formal dan informal dalam organisasi. Greenbaum membedakan komunikasi internal dan komunikasi eksternal dan memandang peranan komunikasi terutama sekali sebagai koordinasi pribadi dan tujuan organisasi dan masalah menggiatkan aktivitas.

Perbedaan mendasar konseptual mengenai komunikasi organisasi ini terlihat dalam fenomena. Down dan Larimer mengemukakan 21 bidang yang diajarkan dalam mata kuliah komunikasi organisasi yaitu komunikasi dari atasan kepada bawahan, komunikasi dari bawahan kepada atasan, teori organisasi, komunikasi horisontal, pembuatan keputusan, komunikasi kelompok kecil, kepemimpinan, teknik penelitian, motivasi, interview, perubahan dan inovasi, pengelolaan konflik, pengembangan organisasi, teknik konferensi, teori manajemen, latihan konsultasi, mendengar, kepuasan kerja, berbicara di muka umum, menulis dan latihan yang sensitif (Muhammad, 2014).

R. Wayne dan F. Faules yang dialihbahasakan oleh Mulyana (2005) mengemukakan definisi fungsional komunikasi sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu. Suatu organisasi dengan demikian, terdiri dari unit-unit komunikasi dalam hubungan hierarkis antara yang satu dengan yang lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan (Ruliana, 2014). Lanjut menurut Ruliana (2014) menyatakan bahwa unit komunikasi organisasi adalah hubungan antara orang-orang dalam jabatan-jabatan (posisi-posisi) yang berbeda dalam organisasi tersebut. Unit dasar dalam komunikasi organisasi adalah seseorang dalam suatu jabatan. Posisi dalam jabatan menentukan komunikasi dalam jabatan-jabatan. Komunikasi timbul apabila satu orang menciptakan pesan, lalu yang lain menafsirkan, menjadi sebuah “pertunjukkan” dan menciptakan pesan baru.

Dalam proses Komponen organisasi, ada beberapa komponen yang penting untuk diperhatikan, yaitu jalur komunikasi internal, eksternal, atas-bawah, bawah-atas, horisontal

serta jaringan; induksi antara lain orientasi tersembunyi dari para karyawan, kebijakan dan prosedur, serta keuntungan para karyawan; saluran, antara lain orientasi media elektronik (email, internet), media cetak (memo, surat menyurat, bulletin) dan tatap muka; rapat, antara lain briefing, rapat staf, rapat proyek, dan dengar pendapat umum; wawancara, antara lain seleksi, tampilan kerja dan promosi karier (Ruliana, 2014).

Adapun tujuan komunikasi organisasi menurut Liliweri dalam Ruliana (2014) adalah menyatakan pikiran, pandangan, dan pendapat; membagi informasi; menyatakan perasaan dan emosi dan melakukan koordinasi. Sedang fungsi komunikasi organisasi ada fungsi umum dan fungsi khusus.

Fungsi umum komunikasi organisasi antara lain :

Berfungsi untuk menyampaikan atau memberikan informasi kepada individu atau kelompok tentang bagaimana melaksanakan suatu pekerjaan sesuai kompetensinya.

Berfungsi untuk menjual gagasan dan ide, pendapat, dan fakta.

Berfungsi untuk meningkatkan kemampuan para karyawan, agar mereka bisa belajar dari orang lain (internal), belajar tentang apa yang dipikirkan, dirasakan, dan dikerjakan orang lain tentang apa yang dijual atau yang diceritakan orang lain tentang organisasi

Berfungsi untuk menentukan apa dan bagaimana organisasi membagi pekerjaan atau siapa yang menjadi atasan dan siapa yang menjadi bawahan, dan besaran kekuasaan dan kewenangan serta menentukan bagaimana menangani sejumlah orang, bagaimana memanfaatkan sumber daya manusia, dan mengalokasikan manusia.

Mesin, metode dan teknik dalam organisasi (Ruliana, 2014).

Fungsi khusus antara lain :

Membuat para karyawan melibatkan diri ke dalam isu-isu organisasi lalu menterjemahkannya ke dalam tindakan tertentu di bawah sebuah komando atau perintah.

Membuat para karyawan menciptakan dan menangani relasi antar sesama bagi peningkatan produk organisasi.

Membuat para karyawan memiliki kemampuan untuk menangani dan mengambil keputusan-keputusan dalam suasana yang ambigu dan tidak pasti. (Ruliana, 2014).

Adapun saluran komunikasi organisasi adalah alat yang digunakan oleh komunikator untuk menyebarluaskan atau mendistribusi suatu pesan atau informasi dengan tujuan memperoleh respons atau timbal balik. Saluran komunikasi ini terdiri dari saluran interpersonal dan saluran massa. Saluran interpersonal dapat bersifat langsung seperti komunikasi tatap muka dan saluran tidak langsung seperti telepon, sms, BBM, Line, WhatsApp, dan sebagainya.

### 3 Informasi

Istilah informasi sudah sangat dikenal sejak dua dasawarsa yang lalu. Kata dasar inform bahkan sudah ada sejak abad ke-14 Masehi. Kata atau istilah informasi saat ini sudah sangat dikenal sebagai bagian dari konsepsi yang mewarnainya. Terkait dengan konteks ini, maka informasi pun menjadi berbeda-beda, sebab akan selalu diwarnai oleh sudut pandang penggagasnya. Informasi adalah apa yang menjadi maksud untuk disampaikan oleh seorang pengirim kepada penerima. Informasi merupakan salah satu kebutuhan mendasar bagi manusia untuk beradaptasi dengan lingkungan kehidupannya. Karena itu, harus ada sejumlah informasi tentang apa yang terjadi di dalam lingkungan atau informasi dari luar yang memengaruhi masyarakat setempat (Liliweri, 2015).

Dalam konteks perundang-undangan, seperti yang dinyatakan dalam pasal 1 Ayat (2) Undang-Undang Republik Indonesia No. 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik, informasi didefinisikan sebagai “keterangan, pernyataan, gagasan, dan tanda-tanda yang mengandung nilai, makna, dan pesan, baik data, fakta maupun penjelasannya yang dapat dilihat, didengar, dan dibaca yang disajikan dalam berbagai kemasan dan format sesuai dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi secara elektronik ataupun nonelektronik. (Yusup, 2016).

Istilah informasi berasal dari kata benda Latin purba “*informatio*”, yang dalam kamus Latin Indonesia (Prent dkk, 1969) berarti tanggapan, gagasan pengertian, pikiran, juga berarti pendidikan, pengajaran, pengembanglengan. Secara etismologis, informasi berasal kata kerja “*informare*” yang tersusun dari kata “*in*” dan “*forma*” , artinya : 1. Membentuk, merupakan, menjadikan, menyempurnakan; 2. a. Membentuk pengertian, atau gagasan tentang, mengangan-angankan, membayangkan, melukiskan; b. Mendidik dengan pengajaran; c. Memberi pengetahuan atau memberikan. Dalam komunikasi antar manusia (*human Communication*) makna informasi yang kita gunakan adalah menurut pengertian sehari-hari yakni sesuatu yang orang (pihak penerima) peroleh sebagai pengetahuan baginya. Jadi sesuatu yang merupakan pengetahuan yang sebelumnya tidak atau belum diketahui oleh penerima. (Achmad,1999).

Sementara itu, KBBI (Kamus Besar Bahasa Indonesia) mencantumkan makna informasi sebaga : 1) penerangan; 2) pemberitahuan; kabar atau berita tentang sesuatu; 3) keseluruhan makna yang menunjang amanat yang terlihat dalam bagian-bagian amanat itu. Contohnya, informasi jabatan artinya informasi tentang pekerjaan, jabatan, atau karier yang meliputi posisi pekerjaan, fungsi pekerjaan, atau uraian tugas, persyaratan untuk memasuki

pekerjaan, kondisi pekerjaan dan imbalan yang ditawarkan. Informasi karier artinya pengetahuan tentang karier yang perlu dipertimbangkan, seperti tuntutan karier dan kesempatan yang tersedia atau yang ditawarkan dalam karier. Informasi pekerjaan artinya keterangan yang mengacu kepada jenis pekerjaan, persyaratan pendidikan, dan sifat-sifat pribadi yang dipentingkan pada pekerjaan, prospek masa depan, tempat pekerjaan, dan hal-hal yang berupa keuntungan yang akan diperoleh. Masih dalam sumber yang sama, kata menginformasikan sama dengan memberikan informasi, menerangkan, atau memberitahukan. (Yusup, 2016).

Pengertian Informasi Menurut McLeod dikutip oleh Yakub (2012) bahwa Informasi adalah data yang diolah menjadi bentuk lebih berguna dan lebih berarti bagi yang menerimanya. Sedangkan Menurut Sutabri (2012) Informasi adalah data yang telah diklasifikasikan atau diolah atau diinterpretasikan untuk digunakan dalam proses pengambilan keputusan. Lanjut menurut Sutabri (2012) Kualitas suatu Informasi tergantung dari 3 hal yaitu ; informasi harus akurat (*accurate*), tepat waktu (*timeliness*), dan relevan (*relevance*). a. Akurat (*accuracy*) Informasi harus bebas dari kesalahan – kesalahan dan tidak menyesatkan. Akurat juga berarti bahwa informasi harus jelas mencerminkan maksudnya. b. Tepat waktu (*Time Lines*) Informasi yang datang kepada penerima tidak boleh terlambat. Informasi yang sudah usang tidak mempunyai nilai lagi, karena informasi merupakan suatu landasan dalam mengambil sebuah keputusan dimana bila pengambilan keputusan terlambat maka akan berakibat fatal untuk organisasi. c. Relevan (*relevance*) Informasi tersebut mempunyai manfaat untuk pemakainya. Relevansi informasi untuk setiap orang berbeda. Menyampaikan informasi tentang penyebab kerusakan mesin produksi kepada akuntan perusahaan tentunya kurang relevan. Akan lebih relevan bila ditujukan kepada ahli teknik perusahaan. Sebaliknya informasi mengenai harga pokok produksi disampaikan untuk ahli teknik merupakan informasi yang kurang relevan, tetapi akan sangat relevan untuk seorang akuntan perusahaan.

Karakteristik Informasi Menurut Yakub (2012) ; Untuk tiap tiap tingkatan manajemen dengan kegiatan yang berbeda, dibutuhkan informasi dengan karakteristik yang berbeda pula. Karakteristik dari informasi yaitu :

Kepadatan Informasi, untuk manajemen tingkat bawah karakteristik informasinya adalah terperinci dan kurang padat, karena digunakan untuk pengendalian operasi. Sedangkan untuk manajemen yang lebih tinggi tingkatannya, mempunyai karakteristik informasi yang semakin tersaring, lebih ringkas dan padat.

Luas Informasi, manajemen tingkat bawah karakteristik informasinya adalah terfokus pada suatu masalah tertentu, karena digunakan oleh manajer bawah yang mempunyai tugas khusus. Sedangkan untuk manajemen yang lebih tinggi tingkatannya, mempunyai karakteristik informasi yang semakin luas, karena manajemen atas berhubungan dengan masalah yang luas.

Frekuensi Informasi, manajemen tingkat bawah frekuensi informasi yang diterimanya adalah rutin, karena digunakan oleh manajer bawah yang mempunyai tugas terstruktur dengan pola yang berulang-ulang dari waktu ke waktu. Manajemen yang lebih tinggi tingkatannya frekuensi informasinya adalah tidak rutin, karena manajemen tingkat atas berhubungan dengan pengambilan keputusan tidak terstruktur yang pola dan waktunya tidak jelas.

Akses Informasi, level bawah membutuhkan informasi yang periodenya berulang-ulang sehingga dapat disediakan oleh bagian sistem informasi yang memberikan dalam bentuk laporan periodik dengan demikian akses informasi tidak dapat secara online tetapi dapat secara *off line*. Sebaliknya untuk level tinggi, periode informasi yang dibutuhkan tidak jelas sehingga manajer-manajer tingkat atas perlu disediakan akses *online* untuk mengambil informasi kapan pun mereka membutuhkan.

Waktu Informasi, manajemen tingkat bawah, informasi yang dibutuhkan adalah informasi historis, karena digunakan dalam pengendalian operasi yang memeriksa tugas rutin yang sudah terjadi. Untuk manajemen tingkat tinggi waktu informasi lebih ke masa depan berupa informasi prediksikarena digunakan untuk pengambilan keputusan strategik yang menyangkut nilai masa depan.

Sumber Informasi, karena manajemen tingkat bawah lebih berfokus pada pengendalian internal perusahaan. Maka manajer tingkat bawah lebih memerlukan informasi dengan data yang bersumber dari internal perusahaan sendiri. Manajer tingkat atas lebih berorientasi pada masalah perencanaan strategik yang berhubungan dengan lingkungan luar perusahaan. Karena itu membutuhkan informasi dengan data yang bersumber pada eksternal instansi.

Nilai Informasi Menurut Jogiyanto (1999) yang dikutip oleh Yakub (2012) nilai dari informasi (*value of information*) ditentukan oleh dua hal yaitu, manfaat dan biaya mendapatkannya. Suatu informasi dikatakan bernilai bila manfaatnya lebih efektif dibandingkan dengan biaya mendapatkannya.

Pengertian dan Sejarah *WhatsApp Messenger*

*WhatsApp Messenger* adalah aplikasi pesan telepon pintar lintas *platform* atau perangkat lunak yang dapat digunakan di beberapa sistem operasi berbeda, sehingga memungkinkan untuk bertukar pesan lebih murah dengan paket data internet dibanding menggunakan sistem tarif dari pulsa *short message service* atau pesan singkat telepon selular biasa. *WhatsApp Messenger* memungkinkan pengguna melakukan percakapan telepon maupun teks secara interaktif hingga berbagi file data teks, foto maupun video. Sosial media jenis *WhatsApp* menggunakan paket data internet yang sama digunakan untuk surat elektronik dan berselancar di dunia maya. Aplikasi pesan *WhatsApp* tersedia untuk telepon pintar iPhone, BlackBerry, Windows Phone, Android, dan Nokia.

*WhatsApp Inc* didirikan 24 Februari 2009 oleh Brian Acton asal Michigan, Amerika Serikat dan Jan Koum asal Kiev, Ukraina di Santa Clara, Amerika Serikat. Mereka adalah mantan pekerja senior di perusahaan raksasa online Yahoo. Pengalaman bekerja 20 tahun di perusahaan tersebut menginspirasi keduanya menciptakan sebuah aplikasi dengan fungsi pesan sekaligus. Dan pada November 2009 *WhatsApp* resmi memulai kiprahnya di App Store. Setelah mengunjungi App Store pada Januari 2010, *WhatsApp* menjalin kerjasama dengan BlackBerry Store dan disusul Android pada bulan Agustus. Sebagai bagian dari promosi produknya, aplikasi ini diberikan gratis bagi pengguna awalnya secara gratis selama setahun. Periode berikutnya dikenai biaya berlangganan 1 dolar Amerika Serikat setahun untuk menopang operasional dan mendapatkan untung, Caranya melalui kartu kredit. Tetapi pada 1 Februari 2016 saat penggunaannya menjelang 1 milyar, *WhatsApp* mengumumkan bahwa aplikasinya kini dapat diperoleh secara cuma-cuma alias gratis. Fenomena seiring antusias masyarakat dunia yang tinggi akan aplikasi *WhatsApp* menyebabkan perusahaan jejaring sosial raksasa Facebook di bawah kepemimpinan Mark Zuckerberg, berani membeli perusahaan ini pada 6 Oktober 2014 dengan nilai 22 milyar dolar Amerika Serikat. Selanjutnya untuk meraih untung *WhatsApp* tidak akan menampilkan iklan dari pihak ketiga, melainkan akan menempuh cara-cara yang memungkinkan individu pengguna *WhatsApp* untuk berkomunikasi bisnis maupun organisasi yang diinginkan. Contoh berkomunikasi dengan pihak bank untuk mengetahui tentang keabsahan sebuah transaksi terakhir adalah penipuan atau tidak. Ataukah dengan pihak maskapai penerbangan terkait penundaan jadwal penerbangan. Sebab selama ini individu mendapatkan pesan-pesan ini dari media lain seperti pesan singkat atau *short message service* dan panggilan telepon. Atas dasar ini sehingga *WhatsApp* menguji cara baru untuk menjadikannya lebih mudah dilakukan lewat aplikasinya.

## Menggunakan Aplikasi dan Fitur *WhatsApp Messenger*

Sebelum menggunakan *WhatsApp* anda harus memasang perangkat atau menginstall *WhatsApp* dengan cara sebagai berikut:

Unduh atau download aplikasi tersebut dari layanan konten digital yang menyediakan aplikasi android.

Install aplikasi tersebut ke smartphone.

Daftarkan nomor telepon Anda tanpa menggunakan 0 atau format internasional. Karena *WhatsApp* akan menggunakan nomor telepon Anda untuk mendaftarkan Anda dalam databasenya.

Aplikasi kemudian akan mengirimkan kode konfirmasi lewat pesan singkat atau short message service yang mengharuskan Anda untuk mengisi kode konfirmasi tersebut ke langkah selanjutnya. Setelah Anda mengkonfirmasi nomor telepon Anda, Anda siap untuk menggunakannya.

Aplikasi *WhatsApp* akan secara otomatis mendaftarkan buku telepon atau phonebook untuk menunjukkan siapa-siapa saja yang sudah menggunakan *WhatsApp*. Untuk mengetahui siapa saja yang sudah masuk ke daftar, tekan pada tab contact. Mereka yang menggunakan *WhatsApp* akan memiliki status disamping nama mereka.

Mulailah perbincangan dengan teman-teman Anda yang menggunakan *WhatsApp* dengan mengklik nama tersebut.

Anda dapat juga mengundang teman Anda untuk menggunakan *WhatsApp* aplikasi dengan menggunakan “*Invite Friends*”.

*WhatsApp* dapat digunakan untuk pengguna Apple iOS, BlackBerry, Android, Symbian, Nokia Series 40 dan Windows Phone. Aplikasi *WhatsApp* hanya dapat bekerja untuk sesama pengguna yang memiliki aplikasi *WhatsApp*. Aplikasi *WhatsApp* ini dapat diunduh secara gratis melalui layanan konten digital aplikasi android.

Namun pada 26 Februari 2016, *WhatsApp* merilis bahwa pihaknya sebelum akhir tahun 2016 tidak akan lagi menggunakan sistem operasi atau platform pendukungnya antara lain Nokia S40, Nokia Symbian S60, Windows Phone 7.1, Android 2.1 -2.2 dan BlackBerry termasuk BlackBerry 10. Platform-platform ini diyakini tidak menawarkan kemampuan yang *WhatsApp* perlukan untuk mengembangkan fitur-fitur aplikasinya di masa mendatang. Jika menggunakan salah satu perangkat seluler ini, *WhatsApp* merekomendasikan untuk meningkatkan ke AndroidOS 2.3 atau versi lebih baru, iPhone 3GS atau iOS 6.1.6 atau versi lebih baru, atau Windows Phone 8 atau versi lebih baru untuk terus menggunakan *WhatsApp*.

Setelah memiliki salah satu perangkat ini, cukup pasang *WhatsApp* dan verifikasi nomor telepon pada perangkat baru tersebut untuk terus menggunakan *WhatsApp*. Perlu diperhatikan bahwa *WhatsApp* hanya dapat diaktifkan dengan satu nomor telepon pada satu perangkat dalam satu waktu. Dan saat ini tidak ada opsi untuk mengirim riwayat chatting pengguna antar platform. Akan tetapi *WhatsApp* menyediakan opsi untuk mengirim riwayat chatting pengguna yang dilampirkan ke dalam email.

*WhatsApp* sangat memanjakan penggunanya dengan meluncurkan aplikasi *WhatsApp Web* pada 22 Januari 2015. Aplikasi ini memfasilitasi *WhatsApp* untuk pengguna berbasis komputer atau personal komputer. Layaknya *WhatsApp* berbasis telepon selular, fitur ini membutuhkan koneksi internet sebagai jalur penyampaian informasi. *WhatsApp* bekerja melalui portal online yang disediakan oleh pengembang yang beralamat di [www.web.whatsapp.com](http://www.web.whatsapp.com). *WhatsApp web* pada prinsipnya berfungsi untuk membuka akun *WhatsApp* melalui perangkat komputer. Fitur ini pada periode awal lebih mudah digunakan melalui aplikasi Chrome yang dikembangkan oleh Google. Sinkronisasi dibutuhkan untuk membuka akun *WhatsApp* melalui web ini. Pengembang menyediakan barcode atau kumpulan data optik yang dibaca mesin pemindai melalui aplikasi *WhatsApp mobile*. Pemindaian akan secara langsung membuka aplikasi *Whatsapp* sesuai dengan akun yang berfungsi pada telepon genggam yang digunakan untuk pemindaian.

Percakapan yang terdapat pada aplikasi *WhatsApp* di teleponseluler akan turut disajikan pada versi web ini. Sinkronisasi akan dilakukan secara otomatis apabila terjadi perubahan pada salah satu aplikasi yang aktif. *WhatsApp* mengandalkan koneksi internet melalui jaringan GPRS/EDGE/3G/4G atau wifi untuk menjalankannya. *WhatsApp* dapat mengirim file-file seperti:

**Foto.** Berupa pesan gambar tidak bergerak yang direkam dapat diperoleh langsung dari dari kamera, file manager dan media galeri.

**Video.** Berupa pesan gambar bergerak yang direkam dapat langsung dari video kamera, file manager dan media galeri.

**Audio.** Berupa pesan suara yang direkam dapat langsung dari audio, file manager atau musik galeri.

**Location.** Berupa pesan keberadaan pengguna di suatu tempat dengan bantuan fasilitas Google Maps. Pesan ini memungkinkan penggunanya menjelaskan tempat ia berada dengan pengguna lain.

**Contact.** Dapat mengirim detail nomor kontak dari buku telpon atau phonebook.

Fitur lain yang terdapat di WhatsApp adalah:

*View Contact*: dapat melihat daftar nama kontak dibuka telepon.

*Avatar* : dapat mengganti avatar atau tampilan profil secara manual.

WhatsApp akan mengambil data avatar dari profile phonebook. Apabila menggunakan sinkronisasi Facebook dengan phonebook, maka avatar yang muncul adalah avatar Facebook.

*Add conversation shortcut* : dapat juga menambahkan *shortcutconversation* ke *homescreen*.

*Email Conversation* : menu ini bisa menyimpan percakapan pengguna dan mengirimkannya lewat email.

*Grup Chat* : penggunanya bisa membuat kelompok atau grup percakapan. Kemampuannya kini ditingkatkan hingga tiap grup kini mencapai 256 anggota.

*Copy/Paste* : Setiap kalimat perbincangan juga dapat digandakan atau copy, disebarakan atau forward dan dihapus atau delete dengan menekan dan menahan kalimat tersebut dilayar.

Emoji: Untuk menambahkan serunya perbincangan, tidak hanya menggunakan bahasa teks tapi juga dengan bahasa gambar sesuai ikon-ikon yang pengguna tampilkan sebagai pesan.



Gambar 2.1. Ikon Emoji

*Search* : fitur dasar setiap *Instan Messaging*, Anda dapat mencairidafar contact melalui fitur ini.

*WhatsApp Call* : karena verifikasi *WhatsApp* sama dengan nomor telepon selular pengguna lainnya. Penggunanya dapat melakukan panggilan langsung dari aplikasi *WhatsApp* ini dengan koneksi internet atau data.

*Block*: digunakan untuk memblok kontak tertentu.

*Status* : seperti kebanyakan fitur *Instan Messaging*, status juga hadir di *WhatsApp*. Namun tidak seperti *BlackBerry Messenger* yang menampilkan kondisi terbaru atau update setiap ada perubahan status dari teman, *WhatsApp* hanya menampilkan status dibawah nama teman,

mirip dengan di Yahoo Messenger. Anda pun dapat mengganti status yang sudah tersedia di *WhatsApp* seperti *available*, *busy*, *at school* dan lain-lain.

Keuntungan menggunakan *WhatsApp* :

Tidak hanya teks : *WhatsApp* memiliki fitur untuk mengirim gambar, video, suara, dan lokasi GPS via hardware GPS atau Gmaps. Media tersebut langsung dapat ditampilkan dan bukan berupa link.

Terintegrasi ke dalam sistem : *WhatsApp* layaknya sms, tidak perlu membuka aplikasi untuk menerima sebuah pesan. Notifikasi pesan masuk ketika telepon selular sedang tidak aktif atau off akan tetap disampaikan jika telepon selular sudah aktif atau on.

Status Pesan : Jam merah untuk proses loading di telepon selular kita. Tanda centang jika pesan terkirim ke jaringan. Tanda centang ganda jika pesan sudah terkirim ke teman chat. Silang merah jika pesan gagal.

Broadcasts dan Group chat : Broadcast untuk kirim pesan ke banyak pengguna. Grup chat untuk mengirim pesan ke anggota sesamakomunitas.

Hemat Bandwidth : Karena terintegrasi dengan sistem maka tidak perlu login atau masuk dan loading contact/avatar, sehingga transaksi data makin irit. Aplikasi dapat dimatikan dan hanya aktif jika ada pesan masuk, sehingga bisa menghemat tenaga baterai telepon selular.

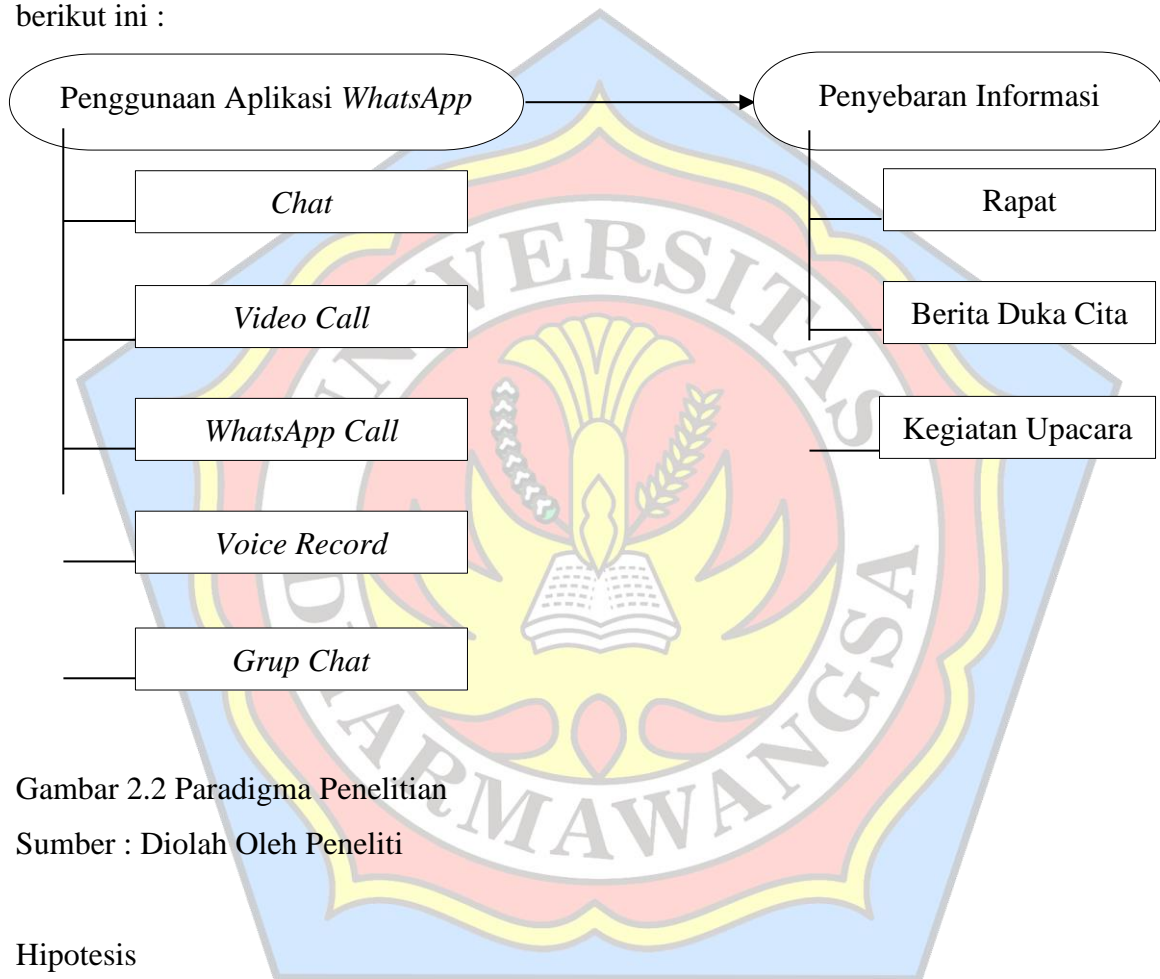
Untuk memberikan kenyamanan penggunanya, *WhatsApp Messenger* sebagai aplikasi pesan telepon pintar tidak ingin menghadirkan iklan dalam programnya, termasuk menarik keuntungan dengan cara berbayar. Sebab bagi *WhatsApp Messenger*, iklan tidak hanya mengganggu estetika, tetapi menghina kecerdasan dan memutuskan rangkaian pemikiran penggunanya. *WhatsApp Messenger* menilai setiap perusahaan yang menjual iklan, maka penggunanya adalah bagian dari produknya. Selanjutnya para insinyur *WhatsApp Messenger* menambahkan berbagai fitur baru, dan menyempurnakan semua pernak-pernik rumit sebagai tugas dalam menyajikan sebuah aplikasi pesan yang kaya fungsi, terjangkau, dan dapat diandalkan bagi setiap telepon pintar di seluruh dunia.

### **Kerangka Konseptual**

Untuk mendapatkan hasil yang berkualitas, diperlukan suatu proses dan prosedur penelitian yang efektif dan sedapat mungkin efisien. Untuk itu perlu disusun kerangka pikir penelitian yang dapat memberikan gambaran dan arahan agar penelitian berjalan lancar dan mendapatkan hasil yang berkualitas. Dalam hal ini penelitian bertujuan untuk mengetahui *WhatsApp* sebagai media alternatif, mengkaji isi pesan dan proses pemanfaatan *WhatsApp*

*Messenger* dalam pemberian informasi kepada karyawan di Lingkungan Kantor Unit Pelayanan Teknis Dinas Pekerjaan Umum Kecamatan Medan Kota Di Kota Medan. Kerangka konsep ini juga menjadi pedoman atau landasan untuk melakukan penelitian yang bertujuan untuk mempermudah penelitian.

Hasil penelitian Nur Lia Pangestika (2018) menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara pemanfaatan media *WhatsApp* terhadap penyebaran informasi. Berdasarkan kerangka konseptual tersebut di atas, penulis menyimpulkan dalam bentuk kerangka konsep tersebut berikut ini :



Gambar 2.2 Paradigma Penelitian

Sumber : Diolah Oleh Peneliti

**Hipotesis**

Berdasarkan batasan dan rumusan permasalahan yang telah dikemukakan sebelumnya, maka hipotesis penelitian ini adalah “Aplikasi *WhatsApp* berpengaruh signifikan terhadap Penyebaran Informasi kepada karyawan di Lingkungan Unit Pelayanan Teknis Dinas Pekerjaan Umum Kecamatan Medan Kota.

**C. METODOLOGI PENELITIAN**

**1. Tahapan Penelitian**

Pendekatan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan pendekatan asosiatif, pendekatan asosiatif adalah pendekatan dimana untuk mengetahui bahwa adanya hubungan atau pengaruh antara variabel bebas dan variabel terikat. Sedangkan pendekatan penelitian yang digunakan adalah pendekatan kuantitatif, dimana pendekatan ini merupakan analisis data terhadap data-data yang mengandung angka-angka numerik tertentu. Dalam penelitian ini variabel bebas X yaitu Aplikasi *WhatsApp* dan variabel terikat Y yaitu Penyebaran Informasi.

### 1 Populasi

Menurut Sugiyono (2012, hal. 57) “Populasi adalah jumlah keseluruhan unit analisis yang akan diteliti yang mempunyai kuantitas (jumlah) dan karakteristik tertentu yang diterapkan oleh peneliti untuk dipelajari, ada pun yang menjadi kesimpulan bahwa “Populasi penelitian ini adalah seluruh pegawai tidak tetap pada Dinas Pekerjaan Umum Kecamatan Medan Kota yang berjumlah 93 orang.”

### 2 Sampel

Menurut Sugiyono (2012, hal. 115) sampel adalah sebagian dari jumlah populasi dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Menentukan jumlah sampel dari suatu populasi dapat menggunakan rumus sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan :

- 1 = Konstanta
- n = ukuran sampel
- N = ukuran populasi
- e = persen ketidakteelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang masih dapat ditoleransi atau diinginkan sebanyak 10%.

Berdasarkan rumus diatas, maka untuk menentukan sampel yang ada di Dinas Pekerjaan Umum Kota Medan adalah sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

$$n = \frac{93}{1 + 93 (0.1)^2} = 48$$

Dengan demikian sampel dari penelitian ini berjumlah 48 orang karyawan di Lingkungan Unit Pelayanan Teknis Dinas Pekerjaan Umum Kecamatan Medan Kota di Kota Medan.

### 3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini adalah kuesioner. Kuesioner adalah metode pengumpulan data dengan membuat daftar pertanyaan dalam bentuk angket yang ditujukan kepada pegawai di objek penelitian dengan menggunakan *Skala Likert* dengan bentuk *checklist* dimana setiap pertanyaan mempunyai 5 opsi.

Dalam teknik pengumpulan data penelitian setelah data kuesioner dibagikan kepada responden, selanjutnya angket (kuesioner) penelitian di uji kelayakannya dengan uji validitas dan uji reliabilitas terlebih dahulu.

**Tabel 1**  
**Penilaian Skala Likert**

Pertanyaan	Bobot
Sangat Setuju	5
Setuju	4
Kurang Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

### Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan dengan tujuan menganalisis apakah isi item-item instrumen angket (kuisisioner) yang disusun memang benar-benar tepat untuk mengukur sah atau valid tidaknya sebuah variabel yang digunakan dalam penelitian. Menurut Sugiyono (2012, hal. 182) untuk mengukur validitas setiap butir pertanyaan, maka akan menggunakan teknik korelasi *product moment*.

Sumber: Sugiyono

$$r = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{\{n \cdot \sum x_i^2 - (\sum x_i)^2\} \{n \cdot \sum y_i^2 - (\sum y_i)^2\}}}$$

Dimana :

- n = banyaknya pasangan pengamatan
- = jumlah pengamatan variabel x
- $(\sum xi)$  = jumlah pengamatan variabel Y
- = jumlah kuadrat pengamatan variabel x
- $(\sum yi)$  = jumlah kuadrat pengamatan variabel y
- $(\sum xi^2)$  = kuadrat jumlah pengamatan variabel x
- = kuadrat jumlah pengamatan variabel y
- $(\sum yi^2)$  = jumlah hasil kali variabel x dan y
- $(\sum xi)^2$
- $(\sum yi)^2$
- $\sum xiyi$

Untuk menentukan apakah suatu butir instrumen valid atau tidak valid adalah dengan melihat nilai probabilitas koefisien korelasinya. Menurut Imam Ghozali (2005, hal. 45), uji signifikan dilakukan untuk membandingkan nilai r hitung dengan nilai r tabel. Jika r hitung lebih besar dari r tabel dan nilainya positif, maka butir pertanyaan atau indikator tersebut dinyatakan valid. Dengan cara lain yaitu dilihat dari nilai sig (2 tailed) dan membandingkannya dengan taraf signifikan ( $\alpha$ ) yang ditentukan peneliti. Bila nilai sig (2 tailed) > 0.05, maka butir instrumen valid, jika nilai sig (2 tailed)  $\leq$  0.05 maka butir instrumen tidak valid.

Dari semua butir pertanyaan untuk masing-masing variabel ternyata semua pertanyaan mempunyai status valid atau absah artinya setiap butir pertanyaan sah untuk dijadikan instrumen penelitian.

**Uji Reliabilitas**

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan Cronbach Alpha. Menurut Imam Ghozali (2005, hal. 47) dikatakan reliable bila hasil Alpha > 0.6, dengan rumus Alpha sebagai berikut :

$$r = \left[ \frac{k}{(k-1)} \right] \left[ 1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma^2} \right]$$

Dimana :

- R = Reliabilitas instrument

$$\begin{aligned}
 k &= \text{banyaknya butir pernyataan} \\
 \sum \sigma b^2 &= \text{jumlah varians butir} \\
 \sigma_1^2 &= \text{variens total}
 \end{aligned}$$

Kriteria pengujiannya adalah :

Jika nilai koefisien reliabilitas yakni  $\text{Alpha} \geq 0,6$  maka reliabilitas dinyatakan reliabel (terpercaya).

Jika nilai koefisien reliabilitas  $\text{Alpha} \leq 0,6$  maka reliabilitas dinyatakan tidak reliabel (tidak terpercaya).

Nilai reliabilitas instrumen diatas menunjukkan tingkat reliabilitas instrumen penelitian sudah memadai karena mendekati 1 ( $>0,6$ ). Dapat disimpulkan bahwa butir pertanyaan dari masing-masing variabel sudah menjelaskan atau memberikan gambaran tentang variabel yang diteliti.

#### **Teknik Analisis Data**

Teknik analisis yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis data penelitian asosiatif yaitu penelitian yang dilakukan untuk mencari pengaruh antara satu variabel dengan variabel lainnya dan kemudian menarik kesimpulan dari pengujian tersebut dengan menggunakan rumus - rumus sebagai berikut:

#### **Regresi Linear Sederhana**

Analisis regresi linear digunakan untuk mengetahui pengaruh dari variabel bebas terhadap variabel terikat. Menurut Sugiyono (2012, hal. 182) persamaan regresi dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

$$y = a + bx$$

Dimana :

Y = Nilai Variabel Penyebaran Informasi

a = Konstanta

$b_1 - b_2$  = Besaran Koefisien Regresi dari masing-masing variabel

x = Nilai Variabel Penggunaan Aplikasi WhatsApp

#### **Uji Asumsi Klasik**

Penggunaan Uji Model Asumsi Klasik yang digunakan antara lain :

#### **Uji Normalitas Data**

Uji normalitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi, variabel X dan variabel Y memiliki distribusi normal. Menurut Ghazali (2005) ada dua cara mendeteksi apakah

residual berdistribusi normal atau tidak yaitu dengan analisis grafik dan uji statistik. Analisis grafik dengan melihat histogram dan normal plot sedangkan analisis statistik dilakukan dengan menggunakan uji statistik non parametrik Kolmogorov-Smimov.

### Uji Multikolinieritas

Uji multikolinieritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi antar variabel bebas (*independent*). Model regresi yang baik seharusnya tidak terjadi korelasi diantara variabel independent. Jika variabel independent saling berkorelasi, maka variabel-variabel ini tidak orthogonal. Variabel orthogonal adalah variabel independent sama dengan nol. Menurut Ghozali (2005) multikolinieritas dapat dilihat dari nilai tolerance dan lawannya *variance inflation factor* (VIF). Kedua ukuran ini menunjukkan setiap variabel independent manakah yang dijelaskan oleh variabel independent lainnya. Untuk mengetahui ada atau tidak multikolinieritas maka dapat dilihat dari nilai VIF, bila angka VIF tidak melebihi 4 atau 5 maka tidak terjadi multikolinieritas.

### Uji Heteroskedastisitas

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaksamaan variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan yang lain. Jika variance dari residual satu pengamatan ke pengamatan lain tetap, maka disebut heteroskedastisitas. Model regresi yang baik adalah yang homokedastisitas atau tidak terjadi heteroskedastisitas. Ada beberapa untuk mendeteksi ada tidaknya heteroskedastisitas yaitu dengan melihat Grafik Plot dan Uji Glesjer (Ghozali, 2005).

### Pengujian Hipotesis

Uji statistik t dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas (X) mempunyai hubungan yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y) untuk menguji signifikan hubungan, digunakan rumus uji statistik t (Sugiyono, 2012, hal. 251) sebagai berikut :

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Dimana :

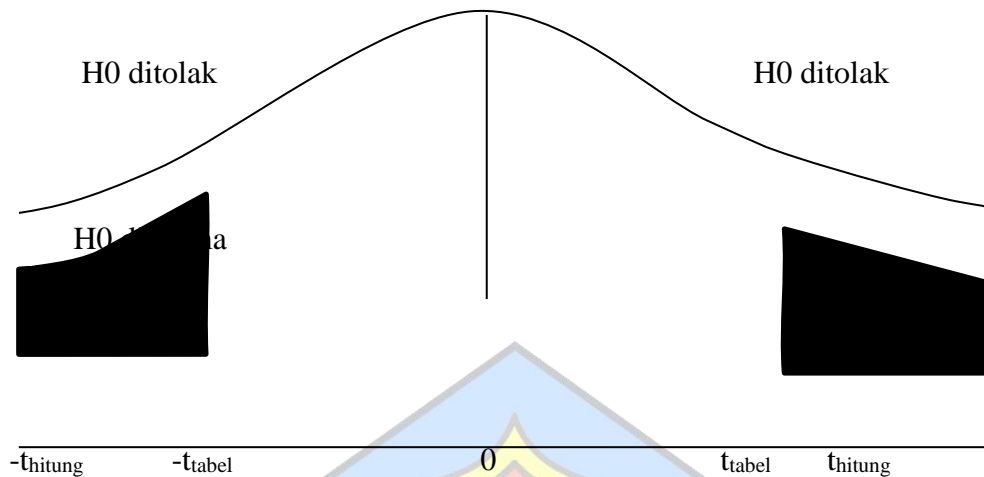
$t$  = Nilai  $t_{hitung}$

$r$  = Koefisien Korelasi

$n$  = Banyaknya Pasangan Rank

Kriteria Pengambilan Keputusan :

Bila  $t_{hitung}$  lebih kecil dari  $t_{tabel}$  maka  $H_0$  diterima, dan  $H_a$  ditolak. Tetapi bila sebaliknya, bila  $t_{hitung}$  lebih besar dari tabel ( $t_{hitung} > t_{tabel}$ ) maka  $H_a$  diterima.



**Gambar 3.1**

**Kurva Ketentuan Uji t**

**Koefisien Determinasi (D)**

Koefisien determinasi yaitu untuk mengetahui seberapa besar presentase yang dapat dijelaskan variabel penggunaan aplikasi WhatsApp terhadap penyebaran informasi. Adapun rumus perhitungan koefisien determinasi yaitu :

$$d = r_2 \times 100\%$$

Keterangan :

- d* = Koefisien Determinasi
- r* = Nilai Korelasi Sederhana
- 100% = Persentase Kontribusi

**D.HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

**Deskriptif Data Penelitian**

Dalam penelitian ini peneliti mengolah angket dalam bentuk data yang terdiri dari 10 pernyataan untuk variabel penggunaan aplikasi *whatsapp*(X) dan 10 pernyataan untuk variabel penyebaran informasi (Y). Angket yang disebar ini diberikan kepada 48 orang pegawai pada Dinas Pekerjaan Umum Kota Medan sebagai sampel penelitian dan metode yang digunakan adalah metode skala *Likert* yang terdiri dari 5 (lima) opsi pernyataan dan bobot penelitian sebagai berikut :

**Tabel IV-1**  
**Skala Likert**

Pernyataan	Bobot
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

Sumber : Sugiyono (2012, hal. 132-133)

Berdasarkan ketentuan penelitian skala *likert* pada tabel di atas dapat di pahami bahwa ketentuan di atas berlaku baik di dalam menghitung variabel bebas maupun variabel terikat. Dengan demikian untuk setiap responden yang menjawab angket penelitian, maka skor tertinggi bobot ini adalah nilai 5 dan skor terendah di berikan nilai 1.

**a. Distribusi Jawaban Responden**

Untuk lebih membantu, berikut peneliti sajikan tabel hasil skor jawaban responden dari angket yang peneliti sebarakan yaitu :

1) Variabel Penggunaan Aplikasi *WhatsApp*(X)

Berikut ini merupakan variabel penyajian data berdasarkan jawaban kuesioner dari penelitian variabel X(Penggunaan Aplikasi *WhatsApp*) yang di rangkum dalam tabel frekuensi sebagai berikut :

**Tabel IV-6**  
**Skor Angket Untuk Variabel X (Penggunaan Aplikasi *WhatsApp*)**

Alternatif Jawaban												
No. Pern	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	19	59.4	13	40.6	0	0	0	0	0	0	48	100
2	10	31.3	21	65.6	1	3.1	0	0	0	0	48	100
3	7	21.9	24	75.0	1	3.1	0	0	0	0	48	100
4	8	25.0	15	46.9	9	28.1	0	0	0	0	48	100
5	6	18.8	21	65.6	5	15.6	0	0	0	0	48	100
6	9	28.1	23	71.9	0	0	0	0	0	0	48	100
7	9	28.1	21	65.6	1	3.1	1	3.1	0	0	48	100
8	10	31.3	19	59.4	2	6.2	1	3.1	0	0	48	100
9	11	34.4	20	62.5	1	3.1	0	0	0	0	48	100
10	8	25.0	23	71.9	1	3.1	0	0	0	0	48	100

Sumber : Data Penelitian Diolah (2019)

Dari tabel tabulasi diatas dapat diuraikan pernyataan sebagai berikut:

- a) Jawaban responden tentang pegawai di lingkungan kantor Unit Pelayanan Teknis Dinas Pekerjaan Umum di Kota Medan sebagian besar memiliki smartphone yang mendukung penggunaan aplikasi *whatsapp*, mayoritas responden menjawab sangat setuju sebanyak 19 orang pegawai dengan persentase 59.4%.
- b) Jawaban responden tentang pegawai di lingkungan kantor Unit Pelayanan Teknis Dinas Pekerjaan Umum di Kota Medan sering berkomunikasi dengan sesama pegawai menggunakan aplikasi *whatsapp*, responden menjawab setuju sebanyak 21 orang pegawai dengan persentase 65.6%.
- c) Jawaban responden tentang pegawai di lingkungan kantor Unit Pelayanan Teknis Dinas Pekerjaan Umum di Kota Medan sebagian besar mengetahui fitur-fitur yang ada pada *whatsapp*, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 24 orang pegawai dengan persentase 75.0%.
- d) Jawaban responden tentang jaringan internet saat menggunakan *whatsapp* di lingkungan kantor selalu stabil, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 15 orang pegawai dengan persentase 46.9%.
- e) Jawaban responden tentang pegawai menguasai dengan baik cara menggunakan *whatsapp*, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 21 orang pegawai dengan persentase 65.6%.
- f) Jawaban responden tentang Dinas Pekerjaan Umum Kota Medan selalu memperhatikan fasilitas internet (*wifi*) kepada pegawai guna menunjang kelancaran penyampaian informasi secara efektif dan efisien, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 23 orang pegawai dengan persentase 71.9%.

- g) Jawaban responden tentang pegawai memiliki kemampuan yang baik dalam memanfaatkan fitur-fitur pada aplikasi *whatsapp*, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 21 orang pegawai dengan persentase 65.6%.
- h) Jawaban responden tentang aplikasi *whatsapp* membantu pegawai dalam berkomunikasi dengan sesama pegawai khususnya dalam menyampaikan informasi, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 19 orang pegawai dengan persentase 59.4%.
- i) Jawaban responden tentang aplikasi *whatsapp* memudahkan atasan dalam menyampaikan informasi kepada para pegawai, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 20 orang pegawai dengan persentase 62.5%.
- j) Jawaban responden tentang koneksi internet di kantor yang digunakan pegawai selaluberfungsi dengan baik dalam menyampaikan informasi melalui aplikasi *whatsapp*, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 23 orang pegawai dengan persentase 71.9%.

Kesimpulan dari uraian secara umum dapat diketahui bahwa penggunaan aplikasi *whatsapp* yang digunakan oleh pegawai pada Dinas Pekerjaan Umum Kota Medan sudah baik, dimana persentase penggunaan aplikasi *whatsapp* berada diatas 50%. Tetapi pimpinan perlu untuk terus meningkatkan dan memperhatikan penggunaan aplikasi *whatsapp* yang digunakan oleh pegawai agar penyebaran informasi tersalurkan dengan baik.

2) Variabel Penyebaran Informasi (Y)

Berikut ini merupakan variabel penyajian data berdasarkan jawaban kuesioner dari penelitian variabel Y (Penyampaian Informasi) yang di rangkum dalam tabel frekuensi sebagai berikut :

**Tabel IV-7**  
**Skor Angket Untuk Variabel Y (Penyampaian Informasi)**

Alternatif Jawaban
--------------------

No. Pert	SS		S		KS		TS		STS		Jumlah	
	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
1	8	25.0	24	75.0	0	0	0	0	0	0	48	100
2	7	21.9	22	68.8	3	9.4	0	0	0	0	48	100
3	6	18.8	17	53.1	9	28.1	0	0	0	0	48	100
4	9	28.1	11	34.4	12	37.5	0	0	0	0	48	100
5	6	18.8	14	43.8	12	37.5	0	0	0	0	48	100
6	8	25.0	11	34.4	13	40.6	0	0	0	0	48	100
7	10	31.3	19	59.4	3	9.4	0	0	0	0	48	100
8	10	31.3	19	59.4	3	9.4	0	0	0	0	48	100
9	7	21.9	13	40.6	12	37.5	0	0	0	0	48	100
10	5	15.6	20	62.5	7	21.9	0	0	0	0	48	100

Sumber : Data Penelitian Diolah (2019)

Dari tabel tabulasi diatas dapat diuraikan sebagai berikut:

- a) Jawaban responden tentang para pegawai perlu membuat grup dengan sesama pegawai, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 24 orang pegawai dengan persentase 75.0%.
- b) Jawaban responden tentang grup yang dibuat oleh pihak kantor saat ini sudah sering digunakan untuk menyebarkan informasi di lingkungan pekerjaan, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 22 orang pegawai dengan persentase 68.8%.
- c) Jawaban responden tentang sebagian besar atasan memberikan kesempatan kepada pegawai untuk bediskusi di grup kantor, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 17 orang pegawai dengan persentase 53.1%.
- d) Jawaban responden tentang atasan sering memberikan pengumuman kepada pegawai terkait kegiatan di lingkungan pekerjaan melalui grup kantor, mayoritas responden menjawab kurang setuju sebanyak 12 orang pegawai dengan persentase 37.5%.
- e) Jawaban responden tentang atasan sering memanfaatkan fitur *whatsapp* yang menarik dalam menyebarkan informasi, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 14 orang pegawai dengan persentase 43.8%.

- f) Jawaban responden tentang seluruh informasi terkait pekerjaan yang diberikan oleh atasan menjadi lebih jelas jika menggunakan *whatsapp*, mayoritas responden menjawab kurang setuju sebanyak 13 orang pegawai dengan persentase 40.6%.
- g) Jawaban responden tentang seluruh pegawai di lingkungan kantor Dinas Pekerjaan Umum tergabung dalam grup *whatsapp*, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 19 orang pegawai dengan persentase 59.4%.
- h) Jawaban responden tentang sebagian besar pegawai mendapatkan informasi terkait pekerjaan dengan mudah dan cepat jika menggunakan media sosial *whatsapp*, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 19 orang pegawai dengan persentase 59.4%.
- i) Jawaban responden tentang pegawai menjadi lebih dekat satu sama lain karena sering berkomunikasi melalui chat group *whatsapp*, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 13 orang pegawai dengan persentase 40.6%.
- j) Jawaban responden tentang penyampaian informasi melalui group *whatsapp* sangat efektif dan efisien, mayoritas responden menjawab setuju sebanyak 20 orang pegawai dengan persentase 62.5%.

Kesimpulan dari uraian secara umum dapat diketahui bahwa penyampaian informasi kepada pegawai Dinas Pekerjaan Umum Kota Medan sudah baik, dimana persentase penyampaian informasi berada diatas 50%. Tetapi perlu untuk terus dipertahankan dan ditingkatkan lagi dalam meningkatkan fasilitas seperti *wifi* kepada pegawai agar penyampaian informasi melalui aplikasi *whatsapp* akan semakin meningkat.

### c. Uji Validitas

Uji validitas ini dilakukan dengan tujuan menganalisis apakah isi item-item instrumen angket (kuisisioner) yang disusun memang benar-benar tepat untuk mengukur sah atau valid tidaknya sebuah variabel yang digunakan dalam penelitian.

Berdasarkan hasil olahan data menggunakan data SPSS versi 22.0 maka di ketahui uji validitas menggunakan metode P-Plot adalah sebagai berikut :

**Tabel IV-8**  
**Uji Validitas Penggunaan Aplikasi *WhatsApp*(X)**

No. Item	Pearson	Sig (2-Tailed)	Keterangan
Item 1	0,419	0,017	Valid
Item 2	0,741	0,000	Valid
Item 3	0,730	0,000	Valid
Item 4	0,619	0,000	Valid
Item 5	0,721	0,000	Valid
Item 6	0,576	0,001	Valid
Item 7	0,778	0,000	Valid
Item 8	0,759	0,000	Valid
Item 9	0,735	0,000	Valid
Item 10	0,781	0,040	Valid

Sumber : Data Penelitian (Diolah) 2019

Berdasarkan uji validitas instrumen variabel X<sub>1</sub> (Penggunaan Aplikasi *Whatspp*) pada tabel diatas dapat dipahami bahwa keseluruhan item pernyataan pada variabel X dinyatakan valid dengan ketentuan perbandingan nilai signifikan lebih kecil 0,05. Dengan demikian instrumen variabel X dalam penelitian ini dapat digunakan secara keseluruhan pada uji selanjutnya.

**Tabel IV-9**  
**Uji Validitas Penyampaian Informasi (Y)**

No. Item	Pearson	Sig (2-Tailed)	Keterangan
Item 1	0,724	0,000	Valid
Item 2	0,743	0,000	Valid
Item 3	0,900	0,000	Valid
Item 4	0,803	0,000	Valid
Item 5	0,867	0,000	Valid
Item 6	0,859	0,000	Valid
Item 7	0,744	0,000	Valid
Item 8	0,634	0,000	Valid
Item 9	0,818	0,000	Valid

Item 10	0,825	0,000	Valid
---------	-------	-------	-------

Sumber : Data Penelitian (Diolah) 2019

Berdasarkan uji validitas instrumen variabel Y (Penyampaian Informasi) pada tabel diatas dapat dipahami bahwa keseluruhan item pernyataan pada variabel Y dinyatakan valid dengan ketentuan perbandingan nilai signifikan lebih kecil dari 0,05. Dengan demikian instrumen variabel Y dalam penelitian ini dapat digunakan secara keseluruhan pada uji selanjutnya.

**d. Uji Reliabilitas**

Pengujian reliabilitas dilakukan dengan menggunakan *Cronbach Alpha*. Menurut Imam Ghozali (2012, hal. 47) dikatakan *reliable* bila hasil Alpha > 0.6. Berdasarkan hasil olahan data menggunakan data SPSS versi 22.0 maka di ketahui uji reliabilitas menggunakan metode P-Plot adalah sebagai berikut :

**Tabel III-10**  
**Uji Reliabilitas Xdan Y**

Variabel	Nilai Reliabilitas	Status
Penggunaan Aplikasi <i>WhatsApp</i>	0,871	Reliabel
Penyampaian Informasi	0,932	Reliabel

Nilai reliabilitas instrumen diatas menunjukkan tingkat reliabilitas instrumen penelitian sudah memadai karena lebih besar dari 0,6. Dapat disimpulkan bahwa butir pertanyaan dari masing-masing variabel sudah menjelaskan atau memberikan gambaran tentang variabel yang diteliti.

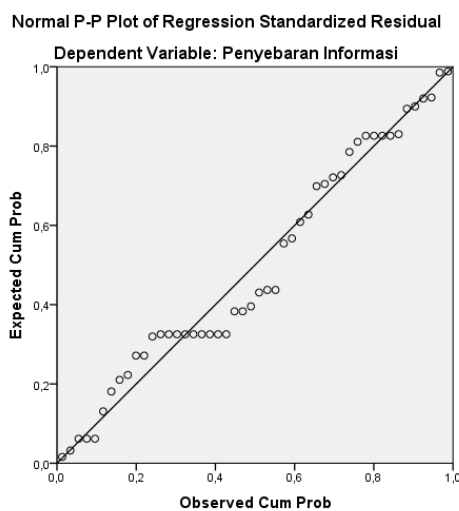
**4.1.2 Analisis Data Penelitian**

Hasil pengolahan data dengan SPSS tentang pengaruh variabel penggunaan aplikasi *whatsapp* (X) terhadap penyampaian informasi (Y) maka dapat di lihat dengan menggunakan asumsi klasik yaitu :

**a. Uji Normalitas**

Uji normalitas untuk melihat apakah dalam model regresi, variabel dependen dan independennya memiliki distribusi normal atau tidak. Jika data menyebar di sekitar garis diagonal dan mengikuti arah garis diagonal maka model regresi memenuhi asumsi normalitas.

Berdasarkan hasil olahan data menggunakan data SPSS versi 22.0 maka di ketahui uji normalitas menggunakan metode P-Plot adalah sebagai berikut :



**Gambar IV-1**  
**Uji Normalitas Menggunakan P-Plot**  
 Sumber : Hasil Penelitian (2019)

Gambar tersebut menunjukkan bahwa titik-titik telah membentuk dan mengikuti arah garis diagonal pada gambar, dengan demikian dapat dinyatakan bahwa data telah terdistribusi secara normal.

**b. Uji Multikoleniaritas**

Uji Multikoleniaritas bertujuan untuk menguji apakah model regresi ditemukan adanya korelasi yang kuat antara variabel independen dengan melihat nilai VIF (*variance inflasi factor*) tidak melebihi 4 atau 5. (Hines dan Montgomery dalam Azuar Juliandi 2013).

**Tabel IV-11**  
**Coefficients Multikolinieritas**  
**Coefficients<sup>a</sup>**

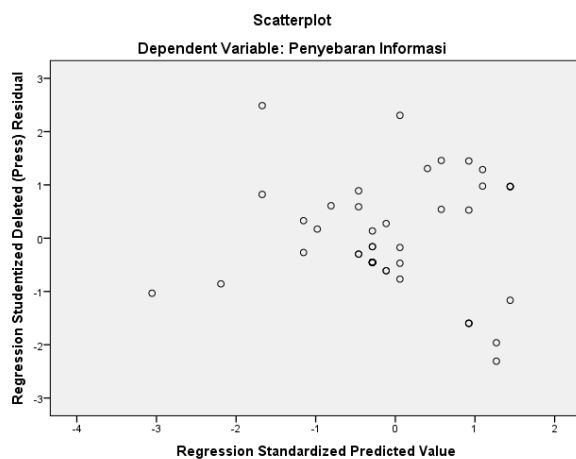
Model	Correlations			Collinearity Statistics	
	Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1 (Constant)					
Penggunaan Aplikasi WhatsApp	,672	,672	,672	1,000	1,000

a. Dependent Variable: Penyebaran Informasi  
 Sumber : Hasil Penelitian (2019)

Jika dilihat pada tabel IV-9 diketahui bahwa variabel penggunaan aplikasi *whatsapp*(X) telah terbebas dari multikolinieritas dimana nilai VIF tidak melebihi 4 atau 5.

**c. Uji Heteroskedastisitas**

Uji heteroskedastisitas bertujuan untuk menguji apakah dalam model regresi terjadi ketidaknyamanan variance dari residual pengamatan satu ke pengamatan yang lain. Jika variance residual dari suatu pengamatan yang lain tetap maka dikatakan homokedastisitas, dan jika variance berbeda dikatakan heteroskedastisitas. Model yang baik adalah tidak terjadi heteroskedastisitas.



**Gambar IV-2**  
**Uji Heteroskedastisitas Menggunakan Scatterplot**  
 Sumber : Hasil Penelitian (2019)

Uji ini akan menyatakan terbebas dari Heteroskedastisitas jika titik-titik yang terdapat pada gambar tersebar secara acak. Gambar di atas menunjukkan suatu pola yang tidak jelas menyebar baik diatas maupun dibawah angka 0 pada sumbu Y.

### 4.1.3 Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi disusun untuk melihat hubungan yang terbangun antara variabel penelitian, apakah hubungan yang terbangun positif atau hubungan negative. Berdasarkan olahan data yang telah dilakukan, maka dapat diketahui bahwa model hubungan dari analisis regresi linier berganda dapat dilihat dari tabel berikut ini :

**Tabel IV-10**  
**Coefficients Regresi Linier Sederhana**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20,434	3,604		5,670	,000
	Penggunaan Aplikasi WhatsApp	,528	,086	,672	6,157	,000

a. Dependent Variable: Penyebaran Informasi

Sumber : Hasil Penelitian (2019)

Berdasarkan pada tabel IV-10 maka dapat disusun model penelitian persamaan regresinya adalah sebagai berikut :

$$Y = 20,434 + 0,528X$$

Model persamaan regresi sederhana tersebut bermakna :

- a. Nilai Konstanta sebesar 20,434 yang berarti bahwa jika variabel independen yaitu penggunaan aplikasi *whatsapp* (X) sama dengan nol, maka penyampaian informasi (Y) adalah sebesar 20,434.

b. Nilai koefisien regresi  $X = 0,528$  menunjukkan apabila penggunaan aplikasi *whatsapp* mengalami kenaikan sebesar 100% maka akan meningkatkan penyampaian informasi kepada pegawai Dinas Pekerjaan Umum Kota Medan sebesar 38,1% kontribusi yang diberikan pada penggunaan aplikasi *whatsapp* terhadap penyampaian informasi kepada pegawai dilihat dari *Unstandardized Coefficients* pada tabel IV-10 diatas.

#### 4.1.4 Uji Hipotesis

##### a. Uji Parsial ( Uji t )

Uji statistik t dilakukan untuk menguji apakah variabel bebas (X) secara individual mempunyai pengaruh yang signifikan atau tidak terhadap variabel terikat (Y).

**Tabel IV-13**  
**Uji t**

**Coefficients<sup>a</sup>**

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	20,434	3,604		5,670	,000
	Penggunaan Aplikasi WhatsApp	,528	,086	,672	6,157	,000

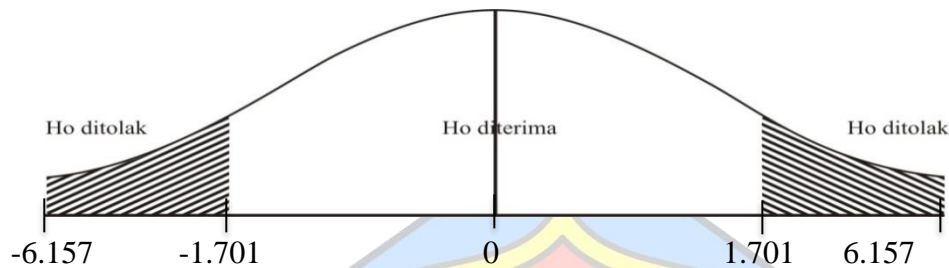
a. Dependent Variable: Penyebaran Informasi

Sumber : Hasil Penelitian (2019)

Pada tabel di atas dapat di ketahui bahwa variabel X yaitu penggunaan aplikasi *whatsapp* memiliki signifikansi sebesar 0,000 lebih kecil dari 0,05, artinya bahwa penggunaan aplikasi *whatsapp* berpengaruh signifikan terhadap penyampaian informasi kepada pegawai Dinas Pekerjaan Umum Kota Medan.

Dari tabel IV-11 tentang pengaruh penggunaan aplikasi *whatsapp* (X) terhadap penyampaian informasi (Y) diperoleh nilai  $t_{hitung} 6.157 > t_{tabel} 1.678$  dengan probabilitas Sig 0,000, lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ . Dapat di simpulkan bahwa penggunaan aplikasi *whatsapp*

(X) secara parsial mempunyai pengaruh signifikan terhadap penyampaian informasi (Y) pada Dinas Pekerjaan Umum Kota Medan. Dengan kriteria pengujian hipotesis sebagai berikut :



**Gambar IV.3**  
**Gambar Pengaruh Penggunaan Aplikasi *whatsApp* terhadap Penyampaian Informasi**

**b. Koefisien Determinasi**

Uji determinasi ini untuk melihat seberapa besar penggunaan aplikasi *whatsapp* dalam menjelaskan variasi variabel dependen yaitu penyampaian informasi. Untuk mengetahui besarnya determinasi penggunaan aplikasi *whatsapp* dalam menjelaskan variasi variabel dependennya yaitu penyampaian informasi dapat dilihat pada tabel berikut ini :

**Tabel IV-14**  
**Koefisien Determinasi (*R-Square*)**

**Model Summary<sup>b</sup>**

Model	R	R Square	Adjusted Square	R	Std. Error of the Estimate
1	,672 <sup>a</sup>	,452	,440		3,39588

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Aplikasi WhatsApp

b. Dependent Variable: Penyebaran Informasi

Sumber : Hasil Penelitian (2019)

Berdasarkan pada tabel di atas diketahui bahwa nilai  $R_{square}$  adalah sebesar 0,452 atau sama dengan 45,2% artinya bahwa penggunaan aplikasi *whatsapp* mampu untuk menjelaskan penyampaian informasi kepada pegawai di Dinas Pekerjaan Umum Kota Medan adalah sebesar 45,2% dan sisanya 54,8% dijelaskan oleh variabel bebas yang lainnya yang tidak diikutsertakan ke dalam model penelitian ini.

## 4.2 Pembahasan

Teknologi informasi komunikasi dalam hal ini teknologi media merupakan salah satu yang sangat efektif untuk digunakan dalam menyampaikan informasi antar instansi pemerintah dan juga menghemat biaya operasional karena dilakukan secara on line dibandingkan secara tertulis atau melalui pertemuan tatap muka. Tugas para pegawai untuk memenuhi kebutuhan informasi dan meningkatkan kinerja makin lebih mudah. Koordinasi kegiatan dalam sebuah instansi pemerintah biasanya melalui rapat koordinasi akan dirasa lebih mudah dan cepat jika menggunakan media sebagai perantara untuk saling berhubungan atau berkomunikasi. Sebagaimana yang dikemukakan oleh McQuail (2011) bahwa teori new media memiliki ciri utama yaitu adanya saling keterhubungan, aksesnya terhadap khalayak individu sebagai penerima maupun pengirim pesan, interaktivitasnya, kegunaannya yang beragam sebagai karakter yang terbuka, dan sifatnya yang ada dimana-mana. SKPD sebagai lembaga pemerintahan yang dibentuk dan diatur oleh undang-undang dan peraturan pemerintah, lembaga tersebut harus bekerja lebih cepat, akurat, transparan dan akuntabel. Untuk itu lembaga ini membutuhkan informasi yang cepat, akurat, transparan dan akuntabel baik formal maupun non formal. Oleh karena itu perkembangan teknologi informasi komunikasi berupa media sosial harus dimanfaatkan sebaik mungkin dengan penuh tanggungjawab.

Hasil penelitian ini menyatakan bahwa ada pengaruh antara penggunaan aplikasi *whatsapp* terhadap penyampaian informasi. Penelitian mengenai pemanfaatan media *WhatsApp* sebagai media komunikasi dan penyeberan informasi sudah ada beberapa yang meneliti sebelumnya diantaranya adalah Alwy Fauzy (2016), berjudul "Pemanfaatan Program *WhatsApp messenger info* dalam peliputan berita dikalangan kelompok wartawan kota makassar yang menyatakan Program *WhatsApp Messenger* ternyata memberi dampak

positif dan negatif terhadap tugas-tugas liputan yang dilakukan wartawan di lapangan. Selain itu perilaku komunikasi antar wartawan dalam melaksanakan liputan tidak lagi satu arah, tapi juga berlangsung dua arah sehingga makin interaktif.



## E.Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti mengenai pengaruh penggunaan aplikasi *whatsapp* terhadap penyampaian informasi kepada pegawai di Dinas pekerjaan Umum Kota Medan, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut :

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada Dinas Pekerjaan Umum Kota Medan, maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan aplikasi *whatsapp* berpengaruh terhadap penyampaian informasi kepada pegawai.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada Dinas Pekerjaan Umum Kota Medan dapat diperoleh nilai  $t_{hitung} 6.157 > t_{tabel} 1.678$  dengan probabilitas Sig 0,000, lebih kecil dari  $\alpha = 0,05$ . Artinya bahwa penggunaan aplikasi *whatsapp* berpengaruh signifikan terhadap penyampaian informasi kepada pegawai Dinas Pekerjaan Umum Kota Medan.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan pada Dinas Pekerjaan Umum Kota Medan dapat diperoleh nilai  $R_{square}$  adalah sebesar 0,452 atau sama dengan 45,2% artinya bahwa penggunaan aplikasi *whatsapp* mampu untuk menjelaskan penyampaian informasi kepada pegawai di Dinas Pekerjaan Umum Kota Medan adalah sebesar 45,2% dan sisanya 54,8% dijelaskan oleh variabel bebas yang lainnya yang tidak diikutsertakan ke dalam model penelitian ini.

## DAFTAR PUSTAKA

- Bangun, Wilson, 2012. *Manajemen Sumber Daya Manusia*. Erlangga: Jakarta.
- Brent D. Ruben dan Lea P. Stewart, 2014. *Komunikasi Dan Perilaku Manusia*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Basrowi dan Sukidin. 2002. *Metode Penelitian Kualitatif Perspektif Mikro*. Insan Cendikia: Surabaya.
- Berger Charles. R, Roloff Michael E., Roskos-Ewoldsen David R. 2012. *The Handbook of Communication Science*. Wadworth, USA.
- Cangara Hafied . 2014. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Edisi Revisi. PT Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Cangara Hafied. 2011. *Komunikasi Politik Konsep, Teori dan Strategi*. Edisi Revisi. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Darma, Agus. 1991. *Manajemen Prestasi Kerja*. Rajawali: Jakarta.
- Effendy uchjana Onong, 2003. *Ilmu, Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT. Citra Aditya Bakti: Bandung.
- Eriyanto, 2014. *Analisis Jaringan Komunikasi*. PT. Kencana Prenada Media Group: Jakarta.
- Gibson & Ivancevich & Donnely. 1994. *Organisasi dan manajemen. Perilaku, struktur, proses*. Edisi keempat. Erlangga: Jakarta.
- Haris, Herdiansyah. 2010. *Metodologi Penelitian Kualitatif untuk Ilmu-Ilmu Sosial*. Salemba Humanika: Jakarta.
- Harun, Rochajat. Ardianto, Elvianto. 2012. *Komunikasi Pembangunan dan Perubahan Sosial : Perspektif Dominan, Kaji Ulang dan Teori Kritis*. Edisi Pertama, Ce Ke-2. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Kadir, Abdul dan Triwahyuni Ch. Terra, 2014. *Pengantar Teknologi Informasiedisi Revisi*. Andi: Yogyakarta.
- Liliweri Alo. 2015. *Komunikasi Antar personal*. PT. Kencana Prenada Media Group: Jakarta.
- McQuail, Denis, 2011. *Teori Komunikasi Massa*. PT. Salemba Humanika: Jakarta.
- Muhammad Arni, 2014. *Komunikasi Organisasi*. PT. Bumi Aksara: Jakarta.
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial*. Simbiosis Rekatama Media: Bandung.
- Ruliana, Poppy, 2014. *Komunikasi Organisasi*. PT. Raja Grafindo Persada: Jakarta.
- Sugiyono (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif*. Bandung: CV. Alfabeta.

Sutabri, Tata. 2012. *Analisis Sistem Informasi*. Andi: Yogyakarta.

Yakub, 2012. *Pengertian Sistem Informasi*. Graha Ilmu: Yogyakarta.

Yusup, Pawit M. 2016. *Ilmu Komunikasi dan Kepustakaan*. PT. Bumi Aksara: Jakarta.

