

# PENGARUH KOMUNIKASI MELALUI GRUP WHATSAPP UNTUK MENINGKATKAN KINERJA KARYAWAN DI PT. SMARTPHONE LENOVO MEDAN

Oleh:

Elisabeth Sitepu <sup>1)</sup>

Novi Juli Yanti Sagala <sup>2)</sup>

Universitas Darma Agung, Medan <sup>1,2)</sup>

E-mail:

[elisabeth.sitepu@gmail.com](mailto:elisabeth.sitepu@gmail.com) <sup>1)</sup>

[novijuli@gmail.com](mailto:novijuli@gmail.com) <sup>2)</sup>

## ABSTRACT

*This research was conducted to see the effect of communication through Whatsapp groups to improve employee's performance at PT. Smartphone Lenovo Medan. The approach applied in quantitative descriptive research. The sampling technique used is total sampling with a sample of 49 people. The research carried out shows that communication that occurs in the form of messages or information sent can arrive quickly without having to convey it to several people, but by notifying it in the company's whatsapp group all employees can read and find out the information provided so that they quickly get good results within the company. The existing performance of employees at PT. The Lenovo Medan smartphone is getting better because it is more helpful by using the whatsapp group. There is the influence of communication through the whatsapp group to improve the performance of employees at PT. The Lenovo Medan smartphone is 0.627, which means that the relationship is quite significant with the WhatsApp application because its use is very helpful in the process of delivering messages between employees, especially employees who have groups in it, making it easier to deliver messages.*

**Keywords:** *Communication, Whatsapp, Employee Performance*

## ABSTRAK

Riset ini dilaksanakan untuk melihat pengaruh komunikasi melalui grup whatsapp untuk meningkatkan kinerja karyawan di PT. Smartphone Lenovo Medan. Pendekatan yang diterapkan dalam penelitian deskriptif kuantitatif. Teknik sampling yang digunakan adalah total sampling dengan jumlah sampel 49 orang. Riset yang dilaksanakan menunjukkan bahwa komunikasi yang terjadi berupa pesan ataupun informasi yang dikirim dapat sampai cepat tanpa harus menyampaikannya dengan beberapa orang, tetapi dengan memberitahukannya di dalam grup whatsapp perusahaan semua karyawan dapat membaca dan mengetahui informasi yang diberikan sehingga dengan cepat mendapatkan hasil yang baik di dalam perusahaan. Kinerja yang ada pada karyawan di PT. Smartphone Lenovo Medan menjadi lebih baik karena lebih sangat membantu dengan menggunakan grup whatsapp. Terdapatnya Pengaruh Komunikasi melalui grup *whatsApp* untuk meningkatkan kinerja karyawan di PT. Smartphone Lenovo Medan sebesar 0.627 yang artinya hubungannya cukup signifikan dengan aplikasi *whatsApp* karena penggunaannya sangat membantu dalam proses penyampaian pesan diantara karyawan terlebih karyawan yang memiliki grup. di dalamnya sehingga lebih memudahkan untuk penyampaian pesan.

**Kata Kunci :** *Komunikasi, Whatsapp, Kinerja Karyawan.*

## 1. PENDAHULUAN

Menurut kodratnya, Manusia sebagai ciptaan Tuhan tidak terlepas hubungannya dari sesamanya maka disebut makhluk sosial. Sebagai makhluk sosial yang tidak dapat hidup seorang diri terlebih dalam mengembangkan dan mempertahankan hidup.

Kegiatan komunikasi dapat dilaksanakan dengan berbagai cara lewat komunikasi verbal (dalam bentuk kata-kata, baik lisan atau tulisan) ataupun nonverbal (gestura, sikap, tingkah laku, gambar-gambar, dan bentuk lainnya yang mengandung arti). Komunikasi juga dapat dilakukan secara langsung dan tidak langsung. Komunikasi tidak langsung adalah kegiatan komunikasi yang cara penyampaian pesannya melalui media atau perantara (Fajar Marhaeni, 2009:1).

Komunikator proses penyampaian informasi kepada audience dengan menggunakan media. Media ini juga terus berkembang sehingga muncullah teknologi komunikasi. Teknologi komunikasi adalah alat yang dapat membantu penyampaian informasi kepada orang lain, lewat data yang diperoleh dari satu perangkat ke perangkat lain. Perkembangan teknologi komunikasi khususnya internet semakin maju, hal ini dipicu dengan pertumbuhan media sosial. Kemudahan untuk mengakses media sosial melalui internet, bisa dilakukan setiap saat, tanpa batas waktu. Bahkan kegiatan ini bisa dilakukan lewat

ponsel pribadi kita. Dalam mobile phone atau handphone tersebut terdapat berbagai macam aplikasi. Seperti line, bbm, wechat, whatsapp dan aplikasi lainnya. Aplikasi ini disebut dengan media sosial.

Media Sosial adalah sebuah media yang menggunakan jaringan internet sehingga proses penyampaian informasi antara pengguna yang satu dengan yang lain terkoneksi, dan para pengguna dapat dengan mudah saling berinteraksi, mengisi, dan menciptakan konten-konten yang menarik meliputi *blog*, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Dari berbagai situs media sosial tersebut peneliti tertarik untuk meneliti tentang *whatsApp*. Peneliti melihat pada zaman sekarang ini kebanyakan teman, keluarga dan masyarakat lainnya menggunakan aplikasi *whatsApp*. Khususnya pada orang-orang pekerja. Terutama saat ini aplikasi *whatsApp* menjadi bagian yang paling disukai sebagai media komunikasi di PT. Smartphone Lenovo Medan.

Situs jejaring sosial ini membantu kita mengatur cara berkomunikasi, membangun dan menjaga relasi, berbagi informasi, bahkan belajar. Seperti pada karyawan di PT. Smartphone Lenovo Medan. Keseharian mereka dalam bekerja tidak luput dari aplikasi *whatsApp ini*. Mereka berinteraksi atau bertelepon kepada teman-teman kerjanya, bahkan mereka memiliki grup *whatsapp* untuk menyampaikan informasi dari atasan

hingga kepada karyawan-karyawan dalam meningkatkan kinerja di PT. Smartphone Lenovo Medan. Sehingga timbullah rasa penasaran peneliti untuk mengetahui komunikasi apa yang selalu mereka lakukan dalam meningkatkan kinerja kerja dan apa pengaruh komunikasi yang mereka dapatkan setelah berkomunikasi melalui aplikasi grup *whatsApp*.

*WhatsApp* adalah aplikasi pesan dimana dalam menggunakannya hanya perlu jaringan internet atau data internet dan tidak menggunakan pulsa. Karakter kata yang digunakan tidak terbatas selama isi paket internet masih ada bisa digunakan

## 2. TINJAUAN PUSTAKA

### Pengertian Komunikasi

Istilah komunikasi atau dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang berarti *sama*. Arti sama disini maksudnya adalah memiliki makna yang serupa. Dalam “bahasa” komunikasi, informasi disebut dengan pesan (*message*), pelaku atau pembicara disebut komunikator (*communicator*), sedangkan penerima stimulus disebut komunikan (*communicate*). Oleh karena itu komunikasi merupakan interaksi antara komunikator dan komunikan. Jika diamati pesan komunikasi terdiri dari dua aspek, pertama isi pesan (*the content of the message*), kedua lambang (*symbol*). Isi pesan itu adalah pikiran atau perasaan, lambang adalah bahasa (Effendy, 2003:28).

### 1. Tujuan Komunikasi

Membangun atau menciptakan pemahaman atau pengertian bersama. Sehingga lewat pemahaman serta pengertian yang sama menghasilkan perubahan sikap, pandangan, pendapat serta kehidupan social, ataupun perilaku.

#### a. Perubahan sikap (*attitude change*)

Adapun komunikan yang telah menerima informasi dari komunikator akan mengalami perubahan sikap, bisa menerima pesan dengan sikap setuju ataupun tidak setuju. Perubahan pendapat (*opinion change*)

#### b. Perubahan perilaku (*behavior change*)

Komunikasi juga dapat mengubah karakter ataupun perilaku seseorang.

#### c. Perubahan sosial (*social change*)

Membina hubungan yang baik dengan orang lain sehingga terjalin hubungan yang harmonis. Lewat komunikasi yang efektif kita sudah menjalin ikatan hubungan interpersonal.

(Fajar, 2009:60-61).

### Tataran Komunikasi

Peran komunikasi selalu nyata dalam konteks, yakni dalam suatu kondisi atau situasi tertentu. Sementara itu,

berdasarkan jumlah manusia yang terlibat di dalamnya, komunikasi dapat terjadi dalam enam bentuk komunikasi yaitu :

a. Komunikasi Intrapribadi

Komunikasi intrapribadi adalah komunikasi yang senantiasa ada di dalam diri komunikator atau tepatnya disebut komunikasi dengan diri sendiri. dan sekaligus komunikasi, orang kepada siapa pesan komunikator ditujukan.

Jika ada tiga orang dalam kegiatan komunikasi maka disebut komunikasi kelompok, dimana komunikasi antarpribadi juga berlaku disini.

b. Komunikasi Publik

Komunikasi publik sering kita dengar dengan sebutan komunikasi kelompok besar karena melibatkan massa atau khalayak yang relatif besar sebagai komunikannya, dan diantara individu yang satu dengan individu yang lain tidak mengenal lebih dalam. Khalayak ataupun anggota dari komunikasi kelompok berkumpul di waktu dan tempat yang sama, misalnya Mesjid, Gereja dan lain-lain.

**Pengertian Komunikasi Massa**

Istilah 'media massa' memberikan gambaran mengenai bagaimana media bisa memberikan informasi kepada masyarakat lewat alat komunikasi yang bekerja dalam berbagai skala, media massa juga mampu memicu masyarakat untuk berkomentar atau memberi tanggapan tentang suatu berita, media massa juga bisa mengedukasi masyarakat dan menambah pengetahuan lewat informasi tentang perkembangan

teknologi yang semakin canggih. Istilah media massa meliputi berbagai produk jurnalistik yang telah ada sejak dahulu dan tetap dipergunakan hingga saat ini, seperti surat kabar, majalah, film, radio, televisi, internet, dan lain-lain (Morissan, dkk, 2010 : 1).

**Komunikasi Kelompok**

Apabila jumlah pelaku komunikasi lebih dari tiga orang, cenderung dianggap komunikasi kelompok kecil atau lazim disebut komunikasi kelompok saja . Jumlah individu pada komunikasi kelompok, kuantitasnya tidak ditentukan secara matematis, tetapi dilihat dari ikatan emosional antara anggotanya. komunikasi kelompok kecil, misalnya pertemuan, rapat, dan lain-lain.

**Pengertian Media Sosial**

Media sosial adalah sebuah media yang menggunakan teknologi dan jaringan internet dalam mendapatkan informasi dimana para penggunanya dapat memakainya dengan sekehendak hati, dengan memilih aplikasi apa yang cocok atau yang dia minati dan bisa mengisi konten pada sebuah aplikasi yang meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial dan wiki merupakan bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat diseluruh dunia ([https://id.m.wikipedia.org/wiki/Media\\_sosial](https://id.m.wikipedia.org/wiki/Media_sosial)).

**Teori Media Baru**

Teori media baru merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa digitalisasi atau media baru merupakan teori yang didalamnya mempelajari bagaimana media itu berkembang secara pesat terlebih dalam penggunaannya. Pierre Levy memandang *World Wide Web (WWW)* sebagai sebuah jaringan yang luas dimana setiap individu bisa membuka dan mencari informasi sesuai dengan yang diinginkannya. Situs-situs yang bisa dipergunakan secara terbuka, fleksibel dan dinamis, yang membuat setiap pengguna atau individu bisa mengembangkan wawasan, dan terlibat secara langsung didalamnya, terlebih didunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat (<http://repository.usu.ac.id>).

*Creeber* dan *Martin* mendefinisikan *New Media* atau media online adalah produk digital yang tersambung atau terkoneksi melalui jaringan data internet, dan dapat digunakan bersama dengan komputer digital

### **Kelebihan dan Manfaat New Media**

Jelas new media (media baru/media online) memiliki kelebihan yaitu kecepatan untuk melakukan sebuah interaksi, lebih efisien, lebih murah, lebih cepat untuk mendapatkan sebuah informasi terbaru dan ter-update informasinya, sehingga penggunaannya akan merasa puas ketika berinteraksi dengan komunikasi. Sedangkan

Kelemahannya pada jaringan signal saja, jika signal internet baik maka penelusuran informasi lancar dan cepat, namun jika signal hilang timbul maka informasi yang disampaikan kepada pembacanya akan lambat diterima.

### **Jenis Media baru yang populer**

Jenis media baru sekaligus media online yang sangat populer saat ini adalah Media sosial (Social Media) yang juga sering disebut "*social networking*" (jejaring sosial) antara lain : *Blog, Twitter, Facebook, Instagram, Google plus, Path, Skype, Line* dan *WhatsApp*

### **Pengertian WhatsApp**

*WhatsApp* adalah aplikasi pesan dimana dalam menggunakannya hanya perlu jaringan internet atau data internet dan tidak menggunakan pulsa. Karakter kata yang digunakan tidak terbatas selama isi paket internet masih ada bisa digunakan untuk email, browsing web, dan lain-lain. Aplikasi *WhatsApp* Messenger menggunakan koneksi 3G atau WiFi untuk komunikasi data. Dengan menggunakan *WhatsApp*, kita dapat melakukan obrolan online, berbagi file, bertukar foto dan lain-lain.

**Gambar 1**



## **WhatsApp**

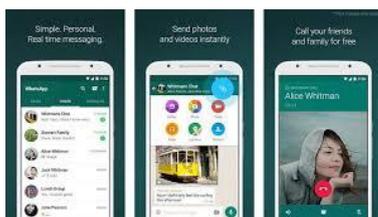
Awalnya, *WhatsApp* dibuat untuk pengguna Iphone, namun saat ini semua ponsel yang tipe android sudah bisa

memiliki aplikasi *WhatsApp*, pada system windows pun sudah bisa dipasang *WhatsApp Web*.

Sampai pada November 2010, *WhatsApp* menduduki posisi peringkat ke 3, aplikasi paling laris yang diunduh melalui nokia Ovi Store, setelah *Swype* dan *NHL game center premium*.

*WhatsApp* secara resmi mengumumkan peluncuran fitur resmi bernama *WhatsApp Web* pada tanggal 22 Januari 2015. Fitur ini mencoba memfasilitasi penggunaan aplikasi ini untuk pengguna berbasis komputer. Layaknya *WhatsApp* berbasis telepon genggam, aplikasi web ini juga membutuhkan jaringan internet. *WhatsApp* bekerja melalui portal online yang disediakan oleh pengembang yang beralamat di [www.web.whatsapp.com](http://www.web.whatsapp.com) (<http://id.wikipedia.org/wiki/WhatsApp>)

**Gambar 2**



### **Kelebihan *WhatsApp***

Beberapa keuntungan memakai *WhatsApp* :

1. Tidak hanya teks. *WhatsApp* juga dapat mengirim pesan gambar, video, pesan suara, GPS via hardware, dan stiker.

2. Terintegrasi ke dalam sistem. *WhatsApp*, layaknya pesan sms, tidak perlu membuka aplikasi untuk menerima sebuah pesan.
3. Status pesan. Jam merah untuk proses loading di HP kita. Jika pesan telah sampai dan telah dibaca oleh sipenerima pesan akan muncul tanda centang.
4. *Broadcasts* dan *Group chat*. *Broadcast* untuk kirim pesan ke banyak pengguna. *Group chat* untuk mengirim pesan ke anggota sesama komunitas.
5. Hemat *Bandwidth*. Karena terintegrasi dengan sistem, maka tidak perlu menunggu login dan kontak masuk, sehingga transaksi data makin irit.

### **Kelemahan *WhatsApp***

1. *Emoticon* yang kurang menarik

Sejak pertama diluncurkan sangat mudah membuat aplikasi *WhatsApp* hanya dengan memiliki jaringan internet dan ponsel sudah bisa mendapat aplikasi tersebut, sehingga dengan mudah dapat diretas oleh orang lain.

2. Harus sering update

Aplikasi WA merupakan salah satu aplikasi yang paling sering meminta update. Volume data cukup besar. Ini disebabkan jika ada video yang masuk dan harus ditonton maka akan semakin menguras kuota data, dan memboroskan memori sehingga mengakibatkan ponsel akan bekerja dengan lambat.

## Fitur-fitur yang terdapat di WhatsApp

1. *View Contact* : Anda dapat melihat contact di phonebook, WhatsApp juga muncul sebagai daftar contact di phonebook
2. *Avatar* : Anda tidak dapat mengganti Avatar secara manual, WhatsApp akan mengambil data avatar dari Profile phonebook. Apabila menggunakan sinkronisasi Facebook dengan Phonebook, maka avatar yang muncul adalah avatar Facebook.
3. *Add conversation shortcut* : dapat juga menambahkan shortcut conversation ke homescreen.
4. *Email Conversation* : Anda pun dapat mengirim semua perbincangan melalui email.
5. *Copy/Paste* : Setiap kalimat perbincangan juga dapat di copy, forward dan delete dengan menekan dan menahan kalimat tersebut dilayar.
6. *Smile icon* : Untuk menambahkan serunya perbincangan, Anda pun dapat menambahkan emotions dengan banyak pilihan, seperti : smile emotions, icon-icon seperti cuaca, binatang, tanaman, alat-alat musik, buku, kartu, mobil, bangunan, pesawat dan lain-lain.
7. *Search* : fitur dasar setiap IM, Anda dapat mencari daftar contact melalui fitur ini.

8. *Call* : karena pin WhatsApp ini sama dengan no telp/hp teman,
9. *WhatsApp Call* : Pengguna bisa melakukan panggilan melalui WhatsApp dengan koneksi internet.
10. *Block* : digunakan untuk memblokir kontak tertentu.

## Pengertian Kinerja

Kinerja adalah hasil yang diperoleh oleh suatu organisasi baik organisasi tersebut bersifat *profit oriented* dan *non profit oriented* yang dihasilkan selama satu periode waktu. Secara lebih tegas *Amstron dan Baran* mengatakan kinerja merupakan hasil pekerjaan yang mempunyai hubungan kuat dengan tujuan strategis organisasi, kepuasan konsumen dan memberikan kontribusi ekonomi (*Amstrong dan Baron, 1998 : 15*). Lebih jauh *Indra Bastian* menyatakan bahwa kinerja adalah gambaran mengenai tingkat pencapaian pelaksanaan suatu kegiatan/program/kebijaksanaan dalam mewujudkan sasaran tujuan, misi dan visi organisasi yang tertuang dalam perumusan skema strategis (*strategi planning*) suatu organisasi (Fahmi, 2013: 2).

## Fungsi dan Peran Manajemen Kinerja

1. Manajemen kinerja berfungsi dan berperan memberikan suatu pencerahan dan jawaban dari berbagai permasalahan yang terjadi di suatu

organisasi baik yang disebabkan oleh faktor internal dan eksternal.

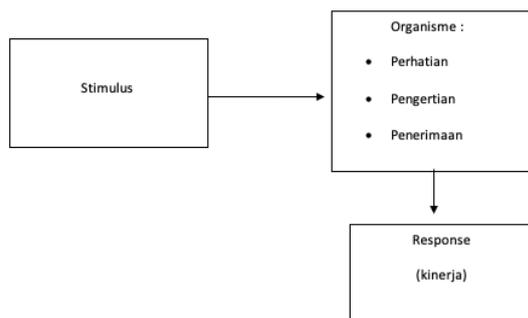
2. Manajemen kinerja berfungsi dan berperan dalam menurunkan potensi konflik, daya saing dan membangun disiplin kerja (Fahmi, 2013:13-28).

### Teori S-O-R

Dari uraian diatas maka teori yang mendekati permasalahan penelitian adalah Teori S-O-R (*Stimulus-Organism-Response*).

Berdasarkan uraian diatas, maka proses komunikasi dalam teori S-O-R ini dapat digambarkan sebagai berikut:

**Gambar 3**



Bagan tersebut menunjukkan bahwa kinerja bergantung pada proses yang terjadi pada individu. Stimulus ataupun pesan yang disampaikan kepada komunikan mungkin diterima atau ditolak.

Dikaitkan dengan pengaruh komunikasi melalui *WhatsApp* untuk meningkatkan kinerja karyawan, gambar di atas menunjukkan bahwa :

- a. Pesan (*Stimulus*), stimulus atau pesan yang dimaksud di sini adalah media sosial *WhatsApp*.

- b. Komunikan (*Organism*), yang menjadi sasaran dalam penelitian ini adalah karyawan di PT. Smartphone Lenovo Medan.

- c. Efek (*Response*). Timbulnya kinerja yang melalui tahap-tahap :

- Komunikasi karyawan di PT. Smartphone Lenovo Medan terpenuhi setelah menggunakan media sosial *WhatsApp*.
- Timbulnya ketertarikan yang mendorong komunikan untuk menggunakan media sosial *WhatsApp*.
- Tindakan komunikan yang mewujudkan dengan menggunakan media sosial *WhatsApp*.

## 3. METODE PENELITIAN

### Metode Penelitian

Peneliti menggunakan metode Kuantitatif yang disebut juga metode penelitian tradisional karena sudah cukup lama digunakan. konkret/empiris, obyektif, terukur, rasional, dan sistematis.

### Lokasi dan waktu penelitian

Lokasi penelitian dilaksanakan di PT. Smartphone Lenovo Medan yang beralamat di jalan Sei Batang Gadis No. 19 Medan.

### Populasi

Populasi bukan hanya orang, tetapi juga objek dan benda-benda lainnya. Populasi juga bukan sekedar jumlah yang ada pada objek/ subjek yang dipelajari, tetapi meliputi seluruh karakteristik/sifat yang dimiliki oleh subyek/obyek itu. (Sugiyono, 2008:80).

**Tabel 1**

**Populasi Karyawan di PT. Smartphone  
Lenovo Medan 2016**

Divisi	Populasi
	Karyawan
Retail Coordinator	2
Trainer	1
Promoter	40
Merchandiser	6
<b>TOTAL</b>	<b>49</b>

**Sampel**

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Bila populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya karena keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.

**Total Sampling**

Dengan demikian, maka penelitian mengambil sampel dari seluruh karyawan di PT. Smartphone Lenovo Medan yang berjumlah 49 (empat puluh sembilan) orang.

**Teknik Pengumpulan Data**

Adapun teknik pengumpulan data yang akan dilakukan dalam penelitian ini adalah :

- Penelitian Lapangan (*Field Research*)  
Disini peneliti akan menyebarkan kuesioner kepada karyawan di PT. Smartphone Lenovo Medan.

**Teknik Analisis Data**

Analisis data adalah penyederhanaan data ke bentuk yang lebih mudah dibaca dan dipresentasikan (Singarimbun, 1995:263). Data yang diperoleh dari hasil penelitian dalam beberapa tahap analisa, yaitu dengan menggunakan beberapa analisis berikut :

**a. Analisis Tabel Tunggal**

Analisis tabel tunggal merupakan suatu analisa yang dilakukan dengan membagi – bagi variabel penelitian ke dalam kategori – kategori yang dilakukan atas dasar frekuensi.

**b. Analisis Tabel Silang**

Teknik yang dilakukan untuk menganalisa dan mengetahui variabel yang satu memiliki variabel lainnya, sehingga dapat diketahui apakah variabel tersebut positif atau negatif (Singarimbun, 1995:273).

**c. Analisis Hipotesis**

Uji hipotesis adalah salah satu fungsi untuk menyederhanakan data sehingga mudah dibaca dan dipresentasikan, juga dipakai untuk menguji hipotesis. ordinal dapat dilakukan dengan test statistik “*Spearman’s Rho Rank Order Correlations*”, yaitu rumus koefisien

korelasi tata jenjang oleh spearman (Kriyantono, 2009:176).

Rumus koefisien korelasinya adalah :

$$Rho = 1 - \frac{6 - \Sigma d^2}{N(N^2 - 1)}$$

Keterangan :

Rho = Koefisien korelasi rank- order

d = Perbedaan antara pasangan jenjang

$\Sigma$  = Sigma atau jumlah

N = Jumlah individu dalam sampel

1 = Bilangan konstan

6 = Bilangan konstan

Sperman Rho Koefisien adalah metode untuk menganalisis data dan untuk melihat hubungan antara variabel yang sebenarnya dengan skala ordinal.

Jika  $rho < 0$ , maka hipotesis ditolak

Jika  $rho > 0$ , maka hipotesis diterima

Selanjutnya, untuk mengatur kekuatan derajat hubungan, digunakan nilai koefisien korelasi sebagai berikut (Kriyantono, 2009:170-171), yaitu :

$< 0,20$  = hubungan rendah sekali; lemah sekali

$0,20-0,39$  = hubungan rendah tapi pasti

$0,40-0,70$  = hubungan yang cukup berarti

$0,71-0,90$  = hubungan yang tinggi; kuat

$> 0,90$  = hubungan yang sangat tinggi; kuat sekali; dapat diandalkan

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

##### Deskripsi Lokasi Penelitian

##### Sejarah Lokasi Penelitian

**Lenovo Group Limited**, sebelumnya dikenal dengan nama Legend Group, adalah produsen PC terbesar di Republik Rakyat Tiongkok. Pada 2004,

Lenovo adalah produsen PC terbesar kedelapan di dunia.

Lenovo juga menjual server, komputer genggam, perangkat pencitraan, dan telepon genggam. Selain itu, Lenovo juga menyediakan integrasi teknologi informasi dan jasa dukungan kepadanya. Unit QDI-nya menawarkan produksi secara kontrak.

Data yang disajikan dan dibahas dalam tabel tunggal penelitian ini masing-masing sebagai berikut :

#### Karakteristik Responden

**Tabel 2**

##### Distribusi Frekuensi Berdasarkan Jenis Kelamin

No	Jenis Kelamin	F	%
1	Perempuan	21	42.9
2	Laki-laki	28	57.1
	<b>Total</b>	<b>49</b>	<b>100.0</b>

Sumber : P.1/FC.3

#### Kinerja

**Tabel 3**

##### Daya tarik menggunakan WhatsApp

No	Penilaian/Tanggapan	F	%
1	Sangat Tertarik	35	71.4
2	Tertarik	14	28.6
3	Kurang Tertarik	-	-
4	Tidak Tertarik	-	-
	<b>Total</b>	<b>49</b>	<b>100</b>

Sumber : P.11/FC.13

Telah diketahui responden yang menyatakan sangat setuju terhadap kualitas pesan *WhatsApp* yang lebih baik dibandingkan media sosial lainnya sebanyak 17 responden (34.7%) yang menyatakan sangat setuju, yang menyatakan setuju sebanyak 28 responden (57.2%), yang menyatakan kurang setuju sebanyak 3 responden (6.1%) dan yang menyatakan tidak setuju 1 responden (2.0%).

Responden yang menyatakan bagus kualitas suara ketika bertelepon melalui *WhatsApp* sebanyak 43 responden (87.8%), yang menyatakan kurang bagus sebanyak 5 responden (10.2%) dan yang menyatakan tidak bagus 1 responden (2.0%).

Responden yang menyatakan setuju promosi melalui *whatsApp* sebanyak 43 responden (87.8%), yang menyatakan kurang setuju sebanyak 5 responden (10.2%) dan yang menyatakan tidak setuju 1 responden (2.0%).

Responden yang menyatakan sangat setuju beliau memberikan tugas melalui *whatsApp* sebanyak 5 responden (10.2%), yang menyatakan setuju sebanyak 42 responden (85.7%) dan yang menyatakan kurang setuju 2 responden (4.1%).

Dengan demikian, responden berpendapat bahwa meminta izin tidak hadir kerja melalui *whatsApp* setuju sebanyak 47 responden (96.0%) dari N=49 responden karena memanfaatkan guna *whatsApp* tersebut dimana jika di beritahu di grup semua rekan kerja dapat

memberikan solusi jika ada rekan kerja yang tidak hadir untuk menggantikan tugasnya.

### **Analisis Tabel Silang**

Kumpulan data akan disajikan dan dianalisa dalam tabel silang ini terdiri dari :

1. Hubungan antara reponden tertarik menggunakan *whatsApp* dengan responden selalu menggunakan *whatsApp* setiap hari.
2. Hubungan antara responden sering bertelepon dengan menggunakan *whatsApp* dengan kualitas suara saat bertelepon
3. Hubungan antara responden sering menyampaikan pesan ataupun motivasi melalui *whatsApp* dengan responden setuju jika selalu berdiskusi untuk meningkatkan kinerja mengirimkan pesan di grup.

Berdasarkan analisa di atas, dapat dirangkum bahwa hasil uji hipotesis ada pengaruh komunikasi melalui grup *whatsApp* untuk meningkatkan kinerja karyawan adalah 0,627. Sesuai kaidah dalam *spearman* rs koefesien bahwa jika  $rs > 0$  maka hipotesa diterima. Signifikan korelasi diketahui dari probabilitas yang lebih kecil dari 0,005 ( $0,000 < 0,005$ ) dan tanda \* (*flag of significant*) yang menunjukkan kedua variabel berkorelasi secara signifikan, maka hubungannya adalah signifikan. Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa hipotesis dalam

penelitian ini diterima dan hubungannya signifikan.

Kemudian untuk mengetahui tingkat signifikan hasil hipotesis tersebut, dilakukan dengan membandingkan probabilitas dengan nilai probabilitas 0,005. Maka diperoleh hasil  $0,000 < 0,005$  yang menunjukkan signifikan, maka dinyatakan bahwa **hubungannya signifikan**. Artinya pengaruh komunikasi melalui grup *whatsApp* untuk meningkatkan kinerja karyawan di PT. Smartphone Lenovo Medan. Tingkat signifikan tergantung dari ada tidaknya hubungan antara variabel X dan Y.

Selanjutnya kuat lemahnya hubungan digunakan skala *Guilford*. Hasil  $r_s = 0,627$  pada skala 0,40 - 0,70. Hal ini menunjukkan **hubungan yang cukup berarti** antara kinerja karyawan menggunakan media sosial *whatsApp*, Kemudian tahap selanjutnya adalah mencari besarnya kekuatan hubungan antara variabel X dan Y, yaitu dengan rumus :

$$Kp = (r_s)^2 \times 100\%$$

$$Kp = (0,627)^2 \times 100\%$$

$$Kp = 0,3931 \times 100\%$$

$$Kp = 39,31\%$$

Maka dapat disimpulkan bahwa kekuatan hubungan antara variabel X (Media sosial *whatsApp*) dan variabel Y (Kinerja) dalam penelitian ini adalah sebesar 39,31% artinya sebesar 60,69% dipengaruhi oleh faktor lain. Misalnya keinginan responden menggunakan media

sosial lain yang timbul dan sangat berkembang di zaman sekarang, dan serta tinggi kualitasnya media sosial-media sosial yang sedang bersaing dan sebagainya.

## 5. SIMPULAN DAN SARAN

### SIMPULAN

Berdasarkan keseluruhan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti, maka diperoleh kesimpulannya itu sebagai berikut :

1. Komunikasi yang terjadi berupa pesan ataupun informasi lebih cepat sampai tanpa harus menyampaikannya dengan beberapa orang, tetapi dengan memberitahukannya di dalam grup *whatsapp* perusahaan semua karyawan dapat membaca dan mengetahui informasi yang diberikan sehingga dengan cepat mendapatkan hasil yang baik di dalam perusahaan.
2. Kinerja yang ada pada karyawan di PT. Smartphone Lenovo Medan menjadi lebih baik karena lebih sangat membantu dengan menggunakan grup *whatsapp*
3. Terdapatnya Pengaruh Komunikasi melalui grup *whatsApp* untuk meningkatkan kinerja karyawan di PT. Smartphone Lenovo Medan sebesar 0.627

### Saran

Adapun saran yang dikemukakan responden berdasarkan hasil dari kuisioner

yang telah peneliti sebarakan kepada responden, yaitu terdapatnya beberapa saran melalui pertanyaan terbuka :

1. Responden berharap agar kedepannya, *whatsApp* mampu memberikan kualitas yang lebih baik lagi terlebih penggunaan di dalam dunia kerja.
2. *Whatsapp* adalah media yang sangat baik digunakan dalam dunia kerja dan pada zaman ini.
3. Responden berharap agar *whatsApp* dapat mengungguli media sosial atau aplikasi-aplikasi lainnya dengan cara memberikan sesuatu yang unik dan kecanggihan serta kualitas yang menarik lagi, yang tidak dimiliki oleh media sosial ataupun aplikasi lainnya.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Cangara, H. Hafied. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. PT. Raja Grafindo Persada. Jakarta
- , 2011. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Rajawali Pers. Jakarta
- Daryanto. 2011. *Ilmu Komunikasi*. PT. Sarana Tutorial Nurani Sejahtera. Bandung
- Effendy, Uchjana. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. PT. Aditya Bakti. Bandung
- , 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Fahmi, Irham. 2013. *Manajemen Kinerja Teori dan Aplikasi*. Alfabeta. Bandung
- Fajar, Marhaeni. 2009. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktik*. Graha Ilmu. Yogyakarta
- Goldberg Alvin, Carl E Larson (Terjemahan Koesdarini Soemiaty dan Gary R. Jusuf). 1985. *Komunikasi Kelompok Proses-proses Diskusi dan Penerapannya*. Universitas Indonesia. Jakarta
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Kencana. Jakarta
- Mangkunegara, Prabu. 2000. *Manajemen Sumber Daya Manusia Perusahaan*. PT Remaja Rosdakarya. Bandung
- Mathis, Robert L & John H. Jackson (Terjemahan Jimmy Sadeli dan Bayu Prawira). 2001. *Manajemen Sumber Daya Manusia, jilid 1*. Penerbit Salemba. Jakarta
- Morissan, Andy Corry Mardhani, Farid Hamid. 2010. *Teori Komunikasi Massa*. PT Graha Indonesia. Ciawi-Bogor
- Mulyana. 2008. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Rakhmat, Jaluddin. 1998. *Metode Penelitian*. PT. Remaja Rosdakarya. Bandung
- Rohim, Syaiful. 2009. *Teori Komunikasi Perspektif, Ragam, & Aplikasi*. PT Rineka Cipta. Jakarta
- Singarimbun, Masri dan Sofian Effendy. 1995. *Metode Penelitian Survey*. PT. Pustaka. Yogyakarta
- Sugiyono. 2008. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta. Bandung
- , 2011. *Metode Penelitian Administrasi*. Alfabeta. Bandung
- Sunyoto, Danang. 2011. *Statistik Deskriptif untuk ekonomi*. CV. Yrama Widya. Bandung