JIKOM

Jurnal Ilmiah Komunikasi

Volume 14, No.02, Juli. 2022

Penggunaan *Whatsapp* sebagai Media Komunikasi antara Pengelola dan Penyewa Kost

Shulhuly Ashfahani[1], M. Imran[2], Iqbal Muttaqin[3], Galih Setyo[4], Hafizh Mumtaz[5]
[1,2,3,4,5]*STIKom Indonesia Maju*
Email correspondent: shulhuly.a@gmail.com

Abstrak

Komunikasi merupakan hal yang mendasar dan tidak dapat lepas dalam kehidupan manusia, yang saat ini mudah dilakukan dengan adanya media komunikasi seperti whatsapp. *whatsapp* sebagai salah satu media sosial, dimana dimanfaatkan untuk kepentingan bersosialisasi dan penyampaian pesan. Pemanfaatan ini digunakan di segala bidang bahkan antara pengelola dan penyewa kost, termasuk pengelola kost Mara Juara. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan whatsaap sebagai media komunikasi antara pengelola dan penyewa kost sehingga dapat mempertahankan kepuasan penyewa kost eksklusif Mara Juara, Depok. Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah kualitatif melalui observasi dan wawancara dengan 3 (tiga) sumber informasi. Hasil yang diperoleh adalah komunikasi yang berlangsung antara pengelola dan penyewa merupakan komunikasi yang efektif karena berjalan dengan baik dan adanya kesamaan makna dan dilakukan berdasarkan analisa dari hasil wawancara dan observasi. Komunikasi yang dilakukan oleh pengelola dan penyewa kost Mara Juara menggunakan media komunikasi whatsapp karena dianggap lebih praktis, efisien dan simple. Dengan adanya komunikasi yang baik, penyewa merasakan kepuasan terhadap pelayanan yang diberikan oleh pengelola kost. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa komunikasi efektif antara pengelola dan penyewa melalui media whatsapp dapat mempertahankan kepuasan penyewa terhadap pelayanan kost Mara Juara.

Kata Kunci: media komunikasi, whatsapp, kepuasan

Abstrack

Communication is a basic thing and cannot be separated in human life, which is currently easy to do with the existence of media communication such as whatsapp. WhatsApp as one of the social media, which is used for the benefit of socializing and delivering messages. This utilization is used in all fields, even between boarding house superintendent and leaseholders, including the Mara Juara's boarding house superintendent. The purpose of this study was to find out the use of whatsapp as a medium of communication between superintendent with leaseholders so as to maintain the satisfaction of exclusive boarding house of Mara Juara, Depok. The research method used in this research is qualitative through observation and interviews with 3 (three) sources of information. The results obtained are that the communication that takes place between the superintendent and the leaseholders is an effective communication because it goes well and there is a commonality of meaning and is carried out based on the analysis of the results of interviews and observations. The communication carried out by the superintendent and leaseholders of the Mara Juara boarding house uses the WhatsApp, because it is considered more practical, efficient and simple. With good communication, leaseholders feel satisfaction with the services provided by the boarding house superintendent. Based on this, it can be concluded that effective communication between superintendent and leaseholders through whatsapp media can maintain leaseholders satisfaction with Mara Juara boarding house services.

Keywords: *media communication, whatsapp, satisfaction*

JIKOM
Jurnal Ilmiah Komunikasi

Volume 14, No.02, Juli. 2022

Pendahuluan

Didalam kehidupan sehari-hari komunikasi merupakan hal yang mendasar dan tidak dapat lepas dalam kehidupan manusia. Komunikasi merupakan proses dimana individu berhubungan dengan orang-orang lain di dalam kelompok, organisasi, dan masyarakat. Hubungan ini bertujuan untuk menciptakan dan menggunakan informasi yang bersumber dari lingkungannya itu demi memahami kemanusiaan bersama.[1]

Menurut Harold D Laswell dalam Nurudin[2] definisi komunikasi merupakan suatu proses yang menjelaskan; Siapa? Mengatakan apa? Dengan saluran apa? Kepada siapa? Efeknya apa? (*Who? Says What? In Which Channel? To Whom? With what effect?*). Dari definisi tersebut juga dapat diketahui bahwa hal-hal yang disebutkan merupakan komponen komunikasi. Salah satu komponen dalam sebuah komunikasi sesuai yang diungkapkan oleh Mulyana yaitu melalui saluran apa atau media apa yang digunakan dalam proses komunikasi yaitu media komunikasi.

Media komunikasi yang popular pada saat ini adalah media online yang dapat diakses melalui *smartphone*. Hadirnya *smartphone* menjadikan bermunculannya aplikasi pengiriman pesan secara *online* dan media sosial. Media sosial merupakan salah satu media dimana para penggunanya dapat mencari informasi, saling berkomunikasi dan menjalin pertemanan secara online. Ragam media sosial antara lain adalah *facebook, twitter, line, bbm, whatsapp, instagram, path, linkedin, snapchat* dan media sosial lainnya (Trisnani, 2017). Hemawan (2009) masih dalam Trisnani[3] menyatakan bahwa dalam penggunaan media sosial juga dapat dengan mudah menciptakan suatu forum dimana individu satu dengan yang lain dapat saling berkomunikasi dan bertukar pikiran satu sama lain. Dalam hal ini akan mudah membuat individu berkomunikasi dan berkomentar tentang berbagai topik maupun kasus yang dibahas oleh individu lain.

Seperti yang diuraikan sebelumnya bahwa *whatsapp* sebagai salah satu media sosial, dimana dimanfaatkan untuk kepentingan bersosialisasi dan penyampaian pesan. Pemanfaatan ini digunakan di segala bidang bahkan antara pengelola dan penyewa kost sehingga diharapkan tercipta komunikasi efektif yang dapat memberikan dampak yaitu mempertahankan kepuasan para penyewanya. Sama halnya yang dilakukan oleh pengelola kost yang menjadi tempat penelitian ini yaitu kost eksklusif Mara Juara yang berdasarkan *google review* ratingnya 4,9 dari jumlah 53 *reviewers* (dapat dilihat pada Gambar 1. *Google Review* Kost Eksklusif Mara Juara).

Gambar 1. *Google Review* Kost Eksklusif Mara Juara, Depok

Dari review tersebut dapat diketahui bahwa *rating* yang diperoleh Kost Mara Juara masuk kedalam *excellent* (bagus sekali) dan dari beberapa ulasan menyatakan bahwa merasa puas dengan fasilitas, pelayanan dan komunikasi pengelola kost. Oleh karena itu peneliti tertarik untuk meneliti tentang proses komunikasi yang dilakukan oleh pengelola sehingga dapat memberikan kepuasan terhadap para penyewanya. Dalam hal ini, proses komunikasi yang menjadi fokus penelitian adalaha

komunikasi melalui media *whatsapp*. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui lebih lanjut komunikasi yang dilakukan pengelola dengan penyewa melalui media *whatsapp* dalam mempertahankan kepuasan penyewa kost eksklusif Mara Juara, Depok.

Metode

Desain studi yang digunakan pada penelitian ini menggunakan metode kualitatif dimana penelitian kualitatif menurut Strauss (1990:17) dalam Ahmadi[4] adalah suatu jenis penelitian yang menghasilkan temuan-temuan yang tidak diperoleh oleh alat-alat prosedur statistik atau alat-alat kuantifikasi lainnya. Sedangkan menurut Sugiyono[5], metode penelitian kualitatif adalah metode yang digunakan untuk meneliti obyek yang alamiah dimana peneliti sebagai instrumen kunci, Penelitian ini menggunakan pendekatan studi kasus sehingga dapat memusatkan diri secara intensif pada obyek tertentu yang mempelajarinya sebagai suatu kasus. Pendekatan ini digunakan agar dapat menggambarkan tentang proses komunikasi yang terjadi melalui media *whatsapp* antara pengelola dan penyewa kost eksklusif Mara Juara, Depok.

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif agar dapat menggambarkan tentang proses yang terjadi pada komunikasi bermedia antara pengelola dan penyewa kost eksklusif Mara Juara, Depok.

Teknik pengumpulan data merupakan prosedur yang sistematik dan standar untuk memperoleh data yang diperlukan serta dilakukan secara triangulasi. Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan teknik pengumpulan data antara lain sebagai berikut:

1. Observasi
   Observasi merupakan salah satu teknik pengumpulan data yang lazim dalam metode penelitian kualitatif. Istilah observasi, dimana sebagian besar ilmuwan sosial memaknakan observasi partisipan, telah menjadi sinonim dengan penelitian lapangan (Williamson, Karp, dan Dalpin, 1997:199), kerja lapangan, atau obervasi tidak terkontrol, observasi partisipan, dan non partisipan (Guban dan Lincoln, 1981: 189)[4]. Observasi dilakukan peneliti dengan cara mengamati komunikasi yang dilakukan oleh guru kepada orang tua melalui media whatsapp grup.
2. Wawancara
   Menurut Kahn dan Channel[6], wawancara didefinisikan sebagai diskusi antara dua orang atau lebih denga tujuan tertentu. Berdasarkan pengertian Kahn dan Channel tersebut, penelitian ini menggunakan metode wawancara untuk mengexplore subyek penelitian, baik mnegenai tanggapan, sikap, maupun hal-hal yang telah terjadi[7]. Wawancara ini dilakukan oleh dua pihak yaitu pewawancara *(interviewer)* yang mengajukan pertanyaan dalam hal ini peneliti dan terwawancara *(interviewee)* yang memberi jawaban atas pertanyaan (guru dan orang tua murid).

Menurut Sugiyono[5], analisis data adalah proses mencari dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumentasi dengan cara mengorganisasikan data ke dalam kategori, menjabarkan ke dalam unit-unit, melakukan sintesa, menyusun ke dalam pola, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan sehingga mudah dipahami oleh diri sendiri maupun orang lain. Adapun langkah-langkah analisis data dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Reduksi data, yaitu seluruh data yang telah diperoleh selama penelitian berlangsung dari lapangan melalui pelaksanaan wawancara dan studi dokumentasi, kemudian ditulis atau diketik dalam laporan yang terperinci.
2. Penyajian data, yaitu sekumpulan informasi yang tersusun sedemikian rupa yang memberi kemungkinan untuk menarik kesimpulan atau pemngambilan tindakan.
3. Menarik kesimpulan, yaitu memverifikasi data yang telah direduksi dan disajikan secara detail dan sistematis. Dalam tahap penarikan kesimpulan ini, data-data yang telah direduksi dan

JIKOM
Jurnal Ilmiah Komunikasi
Volume 14, No.02, Juli. 2022

disajikan secara detail dan sistematis, kemudian dicari pola, tema, atau hubungan antar data untuk selanjutnya ditemukan suatu kesimpulan.

Lokasi penelitian dilaksanakan di kost eksklusif Mara Juara, Jl. Ir. H. Juanda Raya No.15 Kel. Kemiri Muka Kec. Beji, Depok dan waktu penelitiannya dilakukan pada tanggal 03-29 Januari 2022. Sedangkan untuk teknik pengumpulan dan sumber data yang dilakukan adalah dengan wawancara secara langsung dengan pengelola kost yaitu Doni Santoso sebagai *key informan*, yang berkaitan dengan pengelolaan dan berinteraksi dengan penyewa kost. Selain itu, penyewa kost juga dipilih menjadi informan untuk mengetahui komunikasi yang dilakukan oleh pengelola dalam memberikan pelayanan kepada penyewa kost. Berikut adalah data sumber informasi dalam penelitian ini:

Tabel. 1. Sumber Informasi

No	Nama Informan	Jabatan	Keterangan
1	Doni Santoso	Pengelola kost	*Key* informan
3	M. Rendra	Penyewa kost	Informan 1
4	Malik Rivansyah	Penyewa kost	Informan 2

Hasil & Pembahasan

Berdasarkan hasil wawancara yang dilakukan kepada seluruh narasumber, diketahui bahwa ada beberapa aspek penting yang dikemukakan oleh responden terkait bagaimana komunikasi yang terjadi antara pengelola dengan penyewa yang ada di Kost Ekslsuif Mara Juara ini. Terkait dengan komunikasi yang terjadi, dirasakan oleh pengelola selama ini, berjalan dengan baik dan tidak ada kendala. Komunikasi yang berjalan baik dengan pengelola dirasakan sama oleh kedua penyewa yang menjadi informan, sehingga tercapai suatu pengertian yang sama dan terciptanya komunikasi yang efektif. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Rahmat dalam Zuwirna[8] yang menyatakan bahwa komunikasi yang efektif ditandai dengan adanya pengertian, dapat menimbulkan kesenangan, mempengaruhi sikap, meningkatkan hubungan sosial yang baik dan pada akhirnya menimbulkan suatu tindakan.

Pertukaran pesan dan informasi antara pengelola dan penyewa kost, mayoritas disampaikan melalui media komunikasi, karena dianggap lebih efisien, dimana sesuai dengan yang diutarakan[9] fungsi dari media komunikasi, adalah:

a. Efektifitas: media komunikasi sebagai sarana untuk mempermudah dalam penyampaian informasi
b. Efisiensi: media komunikasi sebagai sarana untuk mempercepat dalam penyampaian informasi
c. Konkrit: media komunikasi sebagai sarana untuk membantu mempercepat isi pesan yang mempunyai sifat abstrak
d. Motivatif: media komunikasi sebagai sarana agar lebih semangat melakukan komunikasi

Fungsi efektifitas dan efisiensi dari media komunikasi yang dirasakan oleh pengelola dan penyewa kost Mara Juara, karena dianggap mempermudah dalam penyampaian informasi, mengingat mayoritas penyewa kost mempunyai kesibukan yang mengakibatkan minimnya komunikasi yang dilakukan secara tatap muka (langsung) dengan pengelola. Fungsi konkrit yang dirasakan oleh pengelola dan penyewa kost pada saat berkomunikasi dengan menggunakan media komunikasi adalah informasi yang sifatnya abstrak pun dapat diterima dengan cepat. Motivatif yang merupakan salah

satu fungsi dari media komunikasi dirasakan oleh pengelola dan penyewa yaitu dengan lebih semangatnya mereka melakukan komunikasi, karena melalui media, komunikasi dapat dilakukan dimana dan kapan saja.

Dalam proses pemberian informasi terkait layanan kost kepada penyewa, media komunikasi yang sering digunakan pengelola *(key informan)* adalah *whatsapp* karena dianggap praktis, sehingga pengelola tidak perlu naik turun ke tiap kamar kost untuk memberikan informasi tersebut. Seperti yang telah diuraikan terkait beberapa kemudahan *whatsapp* sebagai media komunikasi dikarenakan *whatsapp* simple serta tidak memerlukan password, *whatsapp* langsung terhubung dengan nomor yang tersimpan di kontak HP, *whatsapp* merupakan pengganti sms yang praktis dan tepat waktu untuk mengirim pesan, *whatsapp* lebih unggul dibanding aplikasi chat lainnya karena simple dan mudah dipahami, aplikasi *whatsapp* cukup ringan, hemat baterai, dan dapat menghemat data internet ketika dijalankan, gratis dan tidak ada iklan.[10] Begitupun yang dirasakan oleh penyewa ketika menyampaikan hal-hal yang berkaitan dengan kendala yang ditemui selama menyewa, lebih nyaman menggunakan *whatsapp* karena dianggap mudah dan sesuai dengan kondisinya yang jarang ada di kost pada siang hari. Sejalan dengan salah satu manfaat positif dari penggunaan *whatsapp*, yaitu mempermudah berkomunikasi baik dari jarak dekat maupun jarak jauh dan merupakan alat lisan atau tulisan yang menyimpan pesan secara praktis untuk dipergunakan sebagai media komunikasi yang terinstal dalam *smartphone.*[11]

Komunikasi berupa informasi terkait layanan kost yang disampaikan oleh pengelola dapat diterima dan dimengerti dengan baik oleh para penyewa walaupun disampaikan melalui *whatsapp*, oleh karena itu dapat disimpulkan bahwa komunikasi antara pengelola dan penyewa kost Mara Juara berjalan secara efektif. Hal ini seperti yang diungkapkan oleh Mulyana (2000) dalam Novi[12] yang mengemukakan bahwa komunikasi efektif adalah komunikasi yang hasilnya sesuai dengan harapan para peserta yang sedang berkomunikasi.

Dengan adanya komunikasi dan pelayanan yang baik dari pengelola akan memberikan dampak kepuasan dari para penyewa kost. Seperti yang diungkapkan Kotler dan Keller dalam [13] kepuasan *(satisfaction)* adalah perasaan senang atau kecewa seseorang yang timbul karena membandingkan kinerja yang dipersepsikan produk (atau hasil) terhadap ekspektasi mereka. Jika kinerja sesuai dengan ekspektasi, pelanggan akan puas. Jika kinerja melebihi ekspektasi, pelanggan akan sangat puas atau senang. Berdasarkan hasil wawancara dengan informan (penyewa) bahwa mereka merasa puas dengan pelayanan (kinerja) yang diberikan oleh pengelola kost karena pengelola selalu memperbaharui informasi hal-hal yang berkaitan dengan layanan yang ada di kost dan ketika penyewa menyampaikan komplain selalu ditanggapi dengan baik dan diselesaikan dengan cepat.

Untuk memenuhi kepuasan pelanggan, Sugiarto dalam Lupiyoadi[14] mengungkapkan unsur-unsur yang harus dikuasai penjual atau produsen jasa, yaitu:

a. Kecepatan

   Kecepatan adalah waktu yang digunakan dalam melayani konsumen atau pelanggan minimal sama dengan batas waktu standar pelayanan yang ditentukan oleh perusahaan.

b. Ketepatan

   Kecepatan tanpa ketepatan dalam bekerja tidak menjamin kepuasan para pelanggan. Oleh karena itu, ketepatan sangatlah penting dalam pelayanan.

c. Keamanan
   Dalam melayani para konsumen diharapkan perusahaan dapat memberikan perasaan aman untuk menggunakan produk atau jasa.
d. Keramah tamahan

Dalam melayani pelanggan, karyawan perusahaan dituntut untuk mempunyai sikap sopan dan ramah. Oleh karena itu, keramah tamahan sangat penting apalagi pada perusahaan yang bergerak pada bidang jasa.

e. Kenyamanan
Rasa nyaman timbul jika seseorang merasa diterima apa adanya. Dengan demikian perusahaan harus dapat memberikan rasa nyaman pada konsumen

Unsur kecepatan telah dimiliki oleh pengelola kost karena hal-hal yang berkaitan tentang fasilitas dan layanan yang ada di kost Mara Juara disampaikan dengan cepat, begitupun dengan respon terkait komplain yang disampaikan oleh penyewa ditanggapi dengan cepat, walau untuk penyelesaian masalah terkait layanan harus disesuaikan dengan teknisi yang terkait, contohnya masalah ac bocor, yang perbaikannya menungu jadwal dari teknisi atau tukang servisnya. Untuk unsur ketepatan, dirasakan oleh penyewa sudah dilakukan oleh pengelola kost Mara Juara, karena pengelola selain cepat, informasi dan respon yang disampaikan oleh pengelola selalu tepat. Sebagai contoh pada saat ada masalah dengan *wi-fi*, pengelola akan memastikan dahulu apakah masalah disebabkan dari *provider* atau dari kost nya sebelum menyampaikan masalah tersebut ke penyewa. Unsur keamanan, keramah tamahan dan kenyamanan juga dirasakan oleh para penyewa, karena pengelola selalu memastikan keamanan yang ada di sekitar kost. Keramah tamahan sendiri dirasakan oleh penyewa saat berinteraksi dengan pengelola. Sedangkan untuk kenyamanan dirasakan oleh penyewa karena sikap pengelola yang ramah sehingga menimbulkan perasaan diterima yang pada akhirnya memberikan kenyamanan para penyewanya.

Berdasarkan uraian diatas, dapat diketahui bahwa penggunaan *whatsapp* sebagai media komunikasi antara pengelola dan penyewa kost dirasa sangat membantu karena lebih efektif dan efisien mengingat mayoritas penyewa kost mempunyai kesibukan yang mengakibatkan minimnya komunikasi yang dilakukan secara tatap muka (langsung) dengan pengelola. Berkaitan dengna kekurangan media ini, tidak dirasakan oleh pihak pengelola maupun penyewa karena selama ini komunikasi dapat berlangsung dengan lancar. Hal ini menimbulkan kepuasan bagi penyewa terhadap pelayanan yang diberikan oleh pengelola kost Mara Juara.

Kesimpulan

Dari hasil penelitian dapat diketahui bahwa komunikasi yang dilakukan oleh pengelola dengan pengelola berjalan dengan efektif karena informasi yang diberikan dapt diterima dengan baik oleh penyewa begitupun sebaliknya diperoleh kesamaan makna dari pertukaran pesan yang terjadi. Komunikasi yang dilakukan oleh pengelola kepada penyewa biasa dilakukan dengan media komunikasi *whatsapp* karena dianggap lebih efektif, efisien, mudah dan simple. Dengan efektifnya komunikasi yang dilakukan antara pengelola dengan penyewa memberikan dampak kepuasan sehingga dengan adanya komunikasi yang efektif ini dapat mempertahankan kepuasan penyewa, karena pengelola kost Mara Juara telah memenuhi unsur-unsur yang dikuasai untuk memenuhi kepuasan pelanggan seperti, kecepatan, ketepatan, keamanan, keramah tamahan dan kenyamanan

References

1. Liliweri A. Komunikasi: Serba Ada Serba Makna. Jakarta: Prenada Media Group; 2011.
2. Nurudin. Ilmu Komunikasi: Ilmiah dan Populer. 1st ed. Depok: Rajawali Pers; 2016. 268 p.
3. Trisnani. Pemanfaatan Whatsapp sebagai Media Komunikasi dan Kepuasan dalam Penyampaian Pesan di Kalangan Tokoh Masyarakat. J Komunikasi, Media dan Inform. 2017;6(3):1–12.
4. Ahmadi R. Metodologi Penelitian Kualitatif. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media; 2014.
5. Sugiyono. Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D. Bandung: Alfabeta; 2014.
6. Sarosa S. Penelitian Kualitatif Dasar-dasar. Jakarta: PT Indeks; 2012.
7. Rahmadiani IF. Komunikasi Antarpribadi Guru Tari Kepada Murid di Semarak Candrakirana Art

Center. Surakarta, Solo: Fakultas Komunikasi dan Informatika Universitas Muhammadiyah Surakarta; 2017.
8. Zuwirna. Komunikasi yang Efektif. E-Tech J Ilm Teknol Pendidik. 2016;1(1):1–8.
9. Syaifudin F. Media Komunikasi Mahasiswa dalam Meningkatkan Prestasi Studi: Studi Kasus pada Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya; 2016.
10. Rahartri. Whatsapp" Media Komunikasi Efektif Masa Kini (Studi Kasus pada Layanan Jasa Informasi Ilmiah di Kawasan PUSPIPTEK). J Visi Pustaka. 2019;21(2):147–56.
11. Lorita SL. Pengaruh Media Sosial Whatsapp terhadap Hasil Belajar Mahasiswa Program Studi (PAI) Angkatan 2018 Kelasi H IAIN Bengkulu. Bengkulu: Institut Agama Islam Negeri Bengkulu; 2021.
12. Novi. Pengaruh Komunikasi Efektif Pegawai terhadap Kepuasan Pemustaka di Perpustakaan Universitas Negeri Medan (UNIMED). Universitas Sumatera Utara; 2017.
13. Noor FV. Pengaruh Kualitas Pelayanan terhadap Kepuasan Pelanggan PT. Herba Penawar Alwahida Indonesia (Studi pada Alfatih Business Center II HPAI Kota Bengkulu). Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, IAIN Bengkulu; 2020.
14. Lupiyoadi R. Manajemen Pemasaran Jasa. Jakarta: Salemba Empat; 2010.