

PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI WHATSAPP TERHADAP EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ORGANISASI DI LINGKUNGAN PEGAWAI DINAS PARIWISATA DIY
THE EFFECT OF WHATSAPP USE FOR THE EFFECTIVENESS OF ORGANIZATIONAL COMMUNICATION IN YOGYAKARTA SPECIAL REGION TOURISM AUTHORITY STAFF

Nur Afifah Putri Ningrum¹, Twin Agus Pramonojati, S.Sos., M.Ds.²

^{1,2}Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis, Universitas Telkom

¹nuraf0709@gmail.com, ²Jati.pro@gmail.com

087839995900, 082120720703

ABSTRAK

Dinas Pariwisata Daerah Istimewa sebagai pusat otoritas kepariwisataan yang ada di Provinsi D.I. Yogyakarta memiliki tugas untuk meningkatkan sektor kepariwisataan. Penggunaan Whatsapp sebagai media komunikasi di Dinas Pariwisata DIY salah satunya digunakan untuk menyampaikan informasi yang sifatnya mendesak. Keberadaan media sosial yang seharusnya menjadikan komunikasi berjalan lebih efektif ternyata juga bisa menjadi hambatan seperti gagap teknologi, susah sinyal dan alasan pribadi pegawai. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa signifikan pengaruh penggunaan Whatsapp terhadap efektivitas komunikasi organisasi di Dinas Pariwisata DIY. Adapun yang menjadi responden penelitian ini adalah pegawai Dinas Pariwisata DIY dengan total 52 responden dengan menggunakan teknik pengambilan sampel *Proportionate Stratified Random Sampling*. Teknik analisis data yang digunakan adalah pendekatan deskriptif dan analisis regresi linier sederhana.

Berdasarkan hasil analisis korelasi hubungan kedua variabel diperoleh hasil 0.643 yang menyatakan bahwa kedua variabel memiliki korelasi kuat, dengan nilai koefisien determinasi diperoleh angka sebesar 41.4%. Dari uji regresi linier sederhana, penggunaan Whatsapp memiliki pengaruh terhadap efektivitas komunikasi organisasi, dibuktikan dengan nilai signifikansi $0.000 < 0.05$ dan dari Uji t didapat hasil bahwa nilai t_{hitung} sebesar $5.938 > t_{tabel}$ 2.009 sehingga disimpulkan jika H_0 ditolak. Dari semua analisis dan uji data yang telah dilakukan dapat disimpulkan jika terdapat pengaruh yang signifikan sebesar 5.938 dari Penggunaan Whatsapp terhadap Efektivitas Komunikasi Organisasi.

Kata Kunci: Media Baru, Whatsapp, Komunikasi Organisasi, Efektivitas

ABSTRACT

Yogyakarta Special Region Tourism Authority as the center of tourism authority in D.I. Yogyakarta had a duty to improving the tourism sector. The use of Whatsapp as a communication media in Yogyakarta Tourism Authority is used to conveying information that is urgent. The existence of social media that should make communication run more effectively turns out to also being an obstacle such as stuttering technology, difficult signals and employees' personal reasons. This research was conducted to find out how significant the influence of using Whatsapp for the effectiveness of organizational communication in the Yogyakarta Tourism Authority. The respondents of this study were Yogyakarta Tourism Authority staffs with total 52 respondents using the Proportionate Stratified Random Sampling technique. Using descriptive approach and simple linear regression analysis as data analysis technique.

Based on the results of the correlation analysis, the relation between two variables obtained the results of 0.643 which states that two variables have a strong correlation, with the coefficient of determination obtained a number of 41.4%. From simple linear regression test, the use of Whatsapp has an influence on the effectiveness of organizational communication, as evidenced by the significance value of $0.000 < 0.05$ and from the t test got the result is that the tcount is $5.938 > t$ table 2.009 so its concluded that H_0 is rejected. From all the analysis and test data that have been carried out it can be concluded if there is a significant effect of 5,938 from the use of Whatsapp to the Effectiveness of Organizational Communication.

Keywords: New Media, Whatsapp, Organizational Communication, Effectiveness

1. Pendahuluan

Era digital yang semakin pesat perkembangannya saat ini turut berperan dalam mendukung adanya globalisasi, era digital memberi implikasi dalam mengenalkan berbagai macam budaya dari negara lain dengan mudah. Perkembangan internet sebagai wadah komunikasi dimanfaatkan oleh berbagai kalangan dan usia untuk membuat suatu media komunikasi menjadi berjalan dua arah.

Dinas Pariwisata DIY merupakan kantor pemerintahan di bawah Kementerian Pariwisata Indonesia yang memiliki wewenang dalam mengatur pariwisata di Daerah Istimewa Yogyakarta, berbagai usaha dan target tinggi selalu ditetapkan dalam program-program di Dinas Pariwisata untuk memaksimalkan kekayaan wisata yang ada di DIY, terlebih Dinas Pariwisata DIY pada tahun 2018 menjadi satu-satunya Dinas Pariwisata Provinsi di Indonesia yang dipilih Kementerian Pariwisata Indonesia untuk berpartisipasi di Vietnam International Travel Mart 2018 dan meraih penghargaan "*The Most Impressive Booth.*" Di tahun yang sama, Dinas Pariwisata DIY meraih penghargaan Juara 1 *Community Based Tourism & Homestay* 2018 dari Kementerian Pariwisata Indonesia atas programnya bersama dinas pariwisata daerah dalam menjaga dan meningkatkan kualitas sarana-pra sarana pariwisata daerah. Maka dari itu, untuk mencapai target kerja yang telah direncanakan dan mengembangkan potensi-potensi dari sektor pariwisata di Yogyakarta, penting adanya koordinasi menyeluruh dari setiap bagian atau divisi kerja di Dinas Pariwisata DIY. Untuk mempermudah berlangsungnya koordinasi dan menciptakan efektivitas kerja, pegawai Dinas Pariwisata DIY memilih menggunakan Whatsapp karena memang Whatsapp adalah aplikasi yang paling familiar di kalangan pegawai, daripada penggunaan media sosial lain yang harus menggunakan *username* untuk menambahkan teman dinilai agak rumit sehingga Whatsapp yang *notabennya* hanya menggunakan nomor telepon untuk menambahkan teman dinilai lebih mudah dan familiar karena penggunaannya tidak jauh berbeda dari menggunakan telepon atau pesan biasa. Tak bisa dipungkiri bahwa peran Whatsapp dalam proses komunikasi organisasi di Dinas Pariwisata DIY sangat memberikan banyak kemudahan dalam berkomunikasi baik secara internal maupun secara eksternal. Namun tentu saja, walaupun memberikan banyak manfaat, teknologi yang canggih pun masih dapat menjadi hambatan seperti adanya masalah gagap teknologi atau susah sinyal yang dapat mengganggu komunikasi organisasi yang dilakukan melalui media teknologi, bukan secara langsung yang memungkinkan pemberi informasi tidak langsung mendapatkan *feedback*-nya.

Media baru atau media sosial diciptakan untuk membuat proses komunikasi dan penyebaran informasi agar berjalan lebih efektif, terutama dalam proses komunikasi dalam suatu organisasi yang dalam lingkungannya dibutuhkan target kerja yang harus dicapai sehingga dalam penelitian ini di mana terdapat hambatan pada penggunaan Whatsapp sebagai media komunikasi organisasi yang menjadikan permasalahan apakah komunikasi tetap dapat berjalan dengan efektif, sehingga penulis ingin mengetahui seberapa besar signifikansi pengaruh penggunaan aplikasi Whatsapp dalam mempengaruhi efektivitas komunikasi organisasi di Dinas Pariwisata DIY.

2. Dasar Teori

2.1 Teori Media

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia, “media” merupakan alat atau sarana komunikasi, seperti koran, majalah, radio, televisi, film, poster dan spanduk. Sedangkan “media massa” adalah sarana dan saluran resmi sebagai alat komunikasi untuk menyebarkan berita dan pesan kepada masyarakat luas. Teori media menjelaskan bagaimana media berpengaruh dalam menyebarkan informasi baik secara fisik maupun psikologis. Teori ini bermanfaat dalam memahami tentang berbagai media dan bagaimana masing-masing media dapat bermanfaat dalam mendistribusikan informasi. Donald Ellis mengungkapkan pada mulanya media memberikan pemisahan tingkah laku dan pengajaran. Ketika media berubah, cara di mana kita berpikir, mengatur informasi dan berhubungan dengan yang lain juga berubah. Pergeseran terjadi ketika media elektronik datang, media elektronik memperluas persepsi dalam konteks *global village*. *Global Village* adalah konsep mengenai perkembangan teknologi komunikasi di mana dunia dianalogikan menjadi sebuah desa yang besar, dengan menjelaskan bahwa tidak ada lagi batasan waktu dan tempat yang jelas, suatu informasi dapat berpindah dari satu tempat ke ke tempat lainnya dalam waktu yang sangat singkat, menggunakan media internet. McLuhan meramalkan pada saatnya nanti, manusia akan sangat tergantung pada teknologi, terutama teknologi komunikasi dan informasi.

2.2 Whatsapp Messenger

Kriteria media sosial menurut Nasrullah (2015:16-34) dalam bukunya yang berjudul *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Siosioteknologi* menyatakan adapun karakteristik media sosial, yaitu; Jaringan (*Network*), Informasi (*Information*), Arsip (*Archive*), Interaksi (*Interactivity*), Simulasi Sosial (*Simulation of Society*), Konten oleh Pengguna (*User-Generated Content*), Penyebaran (*Share/Sharing*)

Whatsapp merupakan salah satu media sosial dengan kategori messenger/chatting yang memungkinkan penggunanya untuk mengirim pesan atau informasi secara pribadi maupun dalam suatu grup dengan berbagai fitur yang lebih user-friendly sehingga mudah digunakan oleh berbagai kalangan dari yang muda hingga yang tua, fitur-fitur tersebut meliputi chatting (teks, foto, video), panggilan telepon, videocall, status/whatsapp story yang lebih ringan dibandingkan dengan media sosial lainnya. Tujuan utama dari Whatsapp ini adalah untuk menggantikan fungsi SMS pada penggunaan biasa dengan mobile messenger antar platform yang bekerja dengan berbasis pada jaringan internet, maka dari itu, Whatsapp masih membutuhkan nomor telepon untuk bertukar pesan.

Menurut Rohmadi (2016, 151-154) dalam bukunya yang berjudul *Tips Produktif Bersocial Media*, kriteria indikator penggunaan Whatsapp dibagi menjadi 6, yaitu:

1. Group Whatsapp untuk reuni
2. Group Whatsapp untuk diskusi
3. Mengirim undangan acara
4. Menelepon
5. Berbagi lokasi
6. Whastapp Web

2.3 Komunikasi Organisasi

Komunikasi organisasi menurut R. Wayne Pace dan Don F. Faules mengemukakan bahwa definisi fungsional komunikasi organisasi adalah sebagai pertunjukan dan penafsiran pesan di antara unit-unit komunikasi yang merupakan bagian dari suatu organisasi tertentu yang unit-unit komunikasi dalam hubungan hierarkis antara yang satu dengan lainnya dan berfungsi dalam suatu lingkungan. (Ruliana, 2014:17-18).

Menurut Ruliana (2014:22-23), dalam proses komunikasi organisasi ada beberapa komponen komunikasi yang penting untuk diperhatikan dalam pelaksanaannya pada komunikasi organisasi, yaitu:

1. Jalur komunikasi internal, eksternal, atas-bawah, bawah-atas, horizontal, serta jaringan
2. Induksi, orientasi tersembunyi dari para karyawan, kebijakan dan prosedur, serta keuntungan para karyawan
3. Saluran, antara lain media elektronik, media cetak, tatap muka
4. Rapat, antara lain briefing, rapat staf, rapat proyek, dengar pendapat umum
5. Wawancara, antara lain seleksi, tampilan kerja dan promosi karir

2.4 Teknologi dalam Komunikasi Organisasi

Malone dan Rockart (1991) menyatakan bahwa bentuk baru organisasi yang disebut *adhocracy* menjadi lebih bersemangat sejak media baru seperti surat elektronik, konferensi melalui komputer, dan papan pengumuman elektronik dapat lebih memudahkan koordinasinya. Bentuk *adhocracy* berlawanan dengan struktur hierarki konvensional karena memiliki sejumlah besar komunikasi lateral serta pergantian tim yang lebih fleksibel. Kiesler (1986) membahas pengaruh komunikasi bermedia komputer dan caranya yang dapat mengubah kebiasaan kerja dan praktik komunikasi; ia menyatakan bahwa hal ini memungkinkan pegawai menerobos hambatan-hambatan hirarki dan departemen, prosedur pengoperasian standar dan norma-norma organisasi.

Culnan dan Markus (1987), melaporkan temuan yang konsisten dalam peningkatan komunikasi ke atas dan ke bawah, lebih banyak “pembicaraan” dalam organisasi baik yang bergerak ke atas maupun ke bawah. Peningkatan dalam komunikasi ke atas dapat membantu organisasi dalam mengenali isu dan persoalan lebih dini. Culnan dan Markus berpendapat bahwa pengenalan teknologi komunikasi baru dalam organisasi mempunyai potensi untuk mengubah kegiatan komunikasi, sehingga mengubah dan mempengaruhi aspek-aspek kunci struktur dan proses organisasi (Wayne Pace dan Don Faules dalam Mulyana, 2006:234-236).

2.5 Efektivitas

Kata efektif berasal dari bahasa Inggris yaitu *effective* yang berarti berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Efektivitas merupakan unsur pokok untuk mencapai target tujuan yang telah ditetapkan pada setiap organisasi atau instansi. Sesuatu dapat disebut efektif jika tujuan dapat diselesaikan sesuai dengan rencana yang telah ditentukan. Menurut Agung Kurniawan dalam bukunya Transformasi Pelayanan Publik mendefinisikan efektivitas adalah kemampuan melaksanakan tugas, fungsi (operasi kegiatan program atau misi) daripada suatu organisasi atau sejenisnya yang tidak adanya tekanan atau ketegangan diantara pelaksanaannya (Kurniawan, 2005:109).

2.6 Kriteria Efektivitas

Tingkat efektivitas juga dapat diukur dengan membandingkan antara rencana yang telah ditentukan dengan hasil nyata yang telah tercapai. Shaun Tyson dan Tony Jackson (1992:233) dalam bukunya *The Essence of Organizational Behaviour* menjelaskan jenis kriteria yang digunakan adalah;

1. Pengarahan: menetapkan tujuan, perencanaan jangka panjang dan pendek, merencanakan struktur organisasi yang tepat, memelihara citra positif perusahaan.
2. Delegasi: motivasi dengan mendorong diambilnya keputusan yang dipertimbangkan dengan baik yang mengarah ke tindakan.
3. Pertanggungjawaban: mengenai siapa yang bertanggung jawab terhadap apa.
4. Pengendalian: mengawasi kinerja yang tidak sesuai standar atau tujuan.
5. Efisiensi: penggunaan optimal dari sumber daya dan pencapaian terhadap tingkat output yang direncanakan dengan biaya yang minimum.
6. Koordinasi: mengintegrasikan aktivitas dan kontribusi dari bagian yang berlainan dari perusahaan.
7. Adaptasi: kemampuan untuk menanggapi perubahan lingkungan, kecapakan untuk membuat inovasi dan memecahkan masalah.
8. Sistem sosial dan harapan perorangan: memelihara sistem sosial, hubungan dan keadaan tenaga kerja supaya perusahaan mendapatkan komitmen dari karyawan.

3. Metode

Metode penelitian yang digunakan pada penelitian ini adalah metode pendekatan kuantitatif. Metode kuantitatif adalah metode yang tersusun secara sistematis dan dikembangkan dengan model matematis. Metode ini dapat digunakan untuk meneliti fenomena komunikasi dan fenomena ilmu sosial lainnya. Metode kuantitatif menuntut peneliti untuk melakukan pengamatan yang dapat dikuantifikasikan (diubah dalam bentuk angka) dan kemudian menganalisis angka-angka tersebut (Rubin, Palmgreen dan Sypher dalam West, 2009:77).

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan format deskriptif yang memiliki tujuan untuk menjelaskan dan meringkaskan berbagai kondisi, situasi atau variabel yang timbul di masyarakat yang menjadi objek penelitian berdasarkan apa yang terjadi, kemudian mengangkat ke permukaan karakter atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun variabel tersebut (Bungin, 2005:44). Jenis penelitian yang dilakukan penulis adalah dengan format deskriptif survey karena survei memungkinkan penulis untuk menggeneralisasi suatu gejala atau variabel sosial tertentu kepada gejala atau variabel sosial dengan populasi yang sangat besar (Bungin, 2005:44).

4. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Pada bagian ini memaparkan hasil analisis dari penelitian yang telah dilakukan melalui penyebaran kuisioner, hal ini bertujuan untuk memberikan informasi yang lebih jelas sesuai data yang telah penulis peroleh. Pembahasan hasil penelitian ini terdiri dari perhitungan analisis deskriptif, uji normalitas, uji regresi linier sederhana, analisis korelasi, koefisien determinasi dan uji hipotesis (Uji t).

4.1 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Penggunaan Whatsapp (Variabel X)

| No Item | Sub Variabel | Skor Total | Persentase | Kategori |
|--------------------------|-----------------------------|------------|------------|-------------|
| 1-4 | Grup Whatsapp untuk Diskusi | 686 | 82,5% | Sangat Baik |
| 5-6 | Mengirim Undangan Acara | 346 | 83,2% | Sangat Baik |
| 7-8 | Menelpon | 323 | 77,6% | Baik |
| 9-10 | Berbagi Lokasi | 303 | 72,8% | Baik |
| 11-12 | Whatsapp Web | 296 | 71,2% | Baik |
| Jumlah Skor Total | | 1.954 | | 2.496 |
| Persentase | | 78,3% | | |

Sumber: Data dari olahan penulis (2018)

Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap 12 pertanyaan adalah 2.496. Dari hasil perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh sebesar 1.954 dengan nilai persentase 78,3%, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel X penggunaan Whatsapp berada dalam kategori **Baik**.

4.2 Rekapitulasi Tanggapan Responden Mengenai Efektivitas Komunikasi Organisasi (Variabel Y)

| No Item | Sub Variabel | Skor Total | Persentase | Kategori |
|--------------------------|--------------------------------------|------------|------------|-------------|
| 1-5 | Pengarahan | 781 | 75,1% | Baik |
| 6-8 | Delegasi | 462 | 74% | Baik |
| 9-10 | Pertanggungjawaban | 340 | 81,7% | Sangat Baik |
| 11-12 | Pengendalian | 327 | 78,6% | Baik |
| 13-14 | Efisiensi | 326 | 78,4% | Baik |
| 15-19 | Koordinasi | 811 | 78% | Baik |
| 20-22 | Adaptasi | 443 | 71% | Baik |
| 23-27 | Sistem Sosial dan Harapan Perorangan | 792 | 76,6% | Baik |
| Jumlah Skor Total | | 4.282 | | 5.616 |
| Persentase | | 76,2% | | |

Sumber: Data dari olahan penulis (2018)

Secara ideal, skor yang diharapkan untuk jawaban responden terhadap 27 pertanyaan adalah 5.616. Dari hasil perhitungan dalam tabel menunjukkan nilai yang diperoleh sebesar 4.282 dengan nilai persentase 76,2%, dengan demikian dapat disimpulkan bahwa variabel Y efektivitas komunikasi organisasi berada dalam kategori **Baik**.

4.3 Uji Normalitas

| | | Unstandardized Residual |
|----------------------------------|----------------|-------------------------|
| N | | 52 |
| Normal Parameters ^{a,b} | Mean | .0000000 |
| | Std. Deviation | 11.94502700 |
| Most Extreme Differences | Absolute | .077 |
| | Positive | .077 |
| | Negative | -.069 |
| Test Statistic | | .077 |
| Asymp. Sig. (2-tailed) | | .200 ^{c,d} |

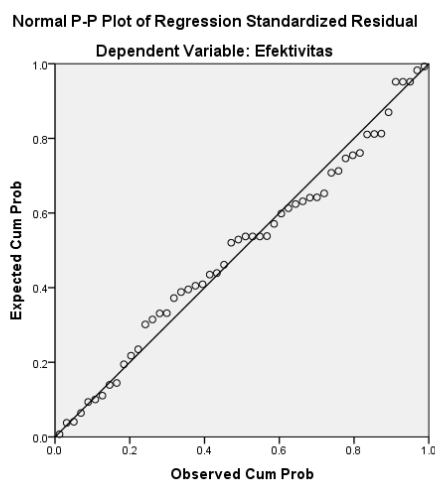
a. Test distribution is Normal.

b. Calculated from data.

c. Lilliefors Significance Correction.

Sumber: Olahan penulis, SPSS 23 (2018)

Dari output pada tabel di atas dapat diketahui bahwa nilai signifikansi (*Asymp. Sig 2-tailed*) sebesar $0,200 > 0,05$. Maka dari itu karena nilai signifikansi lebih dari *maximum error*, yaitu 0,05 sehingga data dapat dikatakan memiliki nilai residual yang berdistribusi normal.



Sumber: Olahan penulis, SPSS 23 (2018)

Dari grafik di atas dapat diambil keputusan jika uji normalitas pada data penelitian ini memiliki distribusi yang normal. Dasar pengambilan keputusan tersebut dilihat dengan titik-titik yang menyebar di sekitar garis dan mengikuti garis diagonal sehingga jika dilihat dari penyebaran titik-titik pada grafik gambar tersebut menyebar di sekitar garis dan mengikuti garis diagonal.

4.4 Analisis Korelasi

| | | Penggunaan WA | Efektivitas |
|---------------|---------------------|---------------|-------------|
| Penggunaan WA | Pearson Correlation | 1 | .643** |
| | Sig. (2-tailed) | | .000 |
| | N | 52 | 52 |
| Efektivitas | Pearson Correlation | .643** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | .000 | |
| | N | 52 | 52 |

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sumber: Olahan penulis, SPSS 23 (2018)

Dari tabel 4.20 dapat dilihat jika nilai signifikansi $0.000 < 0.05$, maka dapat dikatakan jika hubungan antara variabel X dan variabel Y berkorelasi. Diketahui juga jika nilai *Pearson Correlation* dari data di atas adalah 0.643 yang menyatakan bahwa antara variabel X dan variabel Y memiliki derajat hubungan korelasi kuat.

4.5 Koefisien Determinasi

| Model | R | R Square | Adjusted R Square | Std. Error of the Estimate |
|-------|-------------------|----------|-------------------|----------------------------|
| 1 | .643 ^a | .414 | .402 | 12.06389 |

a. Predictors: (Constant), Penggunaan WA

b. Dependent Variable: Efektivitas

Sumber: Olahan penulis, SPSS 23 (2018)

Pada tabel di atas dapat dilihat R sebesar 0.643 dan R Square sebesar 0.414 atau didapatkan koefisien determinasi sebesar 41.4%. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh penggunaan Whatsapp (variabel X) terhadap efektivitas (variabel Y) adalah sebesar 41.4%, sedangkan sisanya 58.6% dijelaskan oleh variabel lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini.

4.6 Uji Regresi Linier Sederhana

| Model | | Unstandardized Coefficients | | Standardized Coefficients | t | Sig. |
|-------|---------------|-----------------------------|------------|---------------------------|-------|------|
| | | B | Std. Error | Beta | | |
| 1 | (Constant) | 28.190 | 8.500 | | 3.316 | .002 |
| | Penggunaan WA | 1.373 | .231 | .643 | 5.938 | .000 |

a. Dependent Variable: Efektivitas

Sumber: Olahan penulis, SPSS 23 (2018)

Dari tabel di atas dapat dilihat jika nilai *Constant* (a) sebesar 28.190, sedangkan nilai Penggunaan Whatsapp (variabel X) (b/koeffisien regresi) memiliki nilai 1.373, maka persamaan regresinya dapat ditulis sebagai berikut.

$$Y = 28.190 + 1.373 X$$

Maka *constant* sebesar 28.190 mengandung arti jika nilai konsisten variabel Efektivitas adalah sebesar 28.190. Koeffisien regresi variabel X sebesar 1.373 menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai penggunaan Whatsapp (variabel X), maka nilai Efektivitas bertambah sebesar 1.373 dengan koeffisien regresi yang bernilai positif, sehingga dapat dikatakan jika arah pengaruh Penggunaan Whatsapp (variabel X) terhadap Efektivitas (variabel Y) adalah positif.

| Model | | Sum of Squares | df | Mean Square | F | Sig. |
|-------|------------|----------------|----|-------------|--------|-------------------|
| 1 | Regression | 5131.713 | 1 | 5131.713 | 35.260 | .000 ^b |
| | Residual | 7276.867 | 50 | 145.537 | | |
| | Total | 12408.581 | 51 | | | |

a. Dependent Variable: Efektivitas

b. Predictors: (Constant), Penggunaan WA

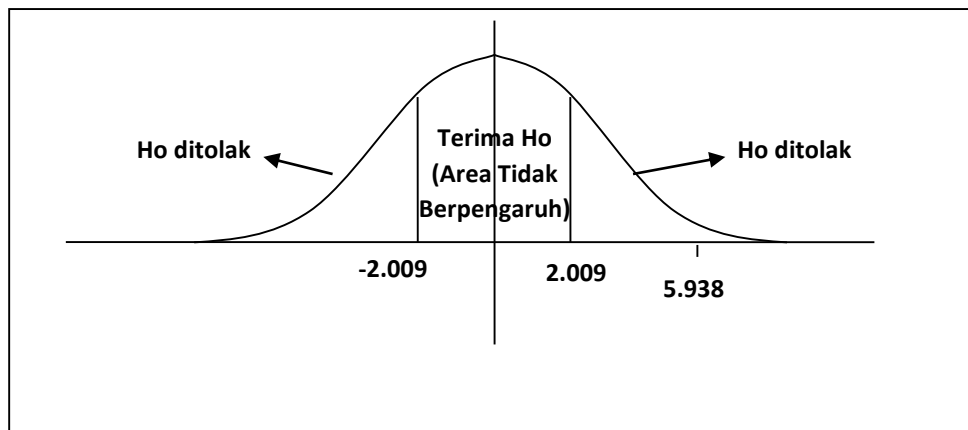
Sumber: Olahan penulis, SPSS 23 (2018)

Dari table *output* ANOVA di atas dapat diketahui jika nilai F hitung adalah 35.260 dengan tingkat signifikansi sebesar $0.000 < 0.05$, sehingga dapat dikatakan jika ada pengaruh pada Penggunaan Whatsapp (variabel X) terhadap Efektivitas (variabel Y).

4.7 Uji Hipotesis (Uji t)

Berdasarkan kriteria uji berikut:

1. Terima H_0 jika $-t \text{ tabel} < t \text{ hitung} < t \text{ tabel}$
2. Tolak H_0 jika $t \text{ hitung} > t \text{ tabel}$ atau $t \text{ hitung} < -t \text{ tabel}$



Sumber: Olahan penulis (2018)

Berdasarkan nilai t : diketahui dari tabel koefisien, nilai t_{hitung} sebesar $5.938 > t_{tabel} 2.009$ maka H_0 ditolak dengan kurva daerah penolakan pada gambar 4.19. Artinya, terdapat pengaruh yang signifikan sebesar 5.938 dari Penggunaan Whatsapp terhadap Efektivitas Komunikasi Organisasi. Dari kedua uji statistik tersebut dapat disimpulkan jika variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

5. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan mengenai Pengaruh Penggunaan Aplikasi Whatsapp terhadap Efektivitas Komunikasi Organisasi di Lingkungan Pegawai Dinas Pariwisata DIY, maka diperoleh beberapa kesimpulan yang dapat menjawab identifikasi masalah pada penelitian ini, penulis mengambil kesimpulan sebagai berikut:

1. Penggunaan Whatsapp yang dilakukan oleh pegawai Dinas Pariwisata DIY mempengaruhi efektivitas komunikasi organisasi yang positif. Dari hasil analisis, variabel X masuk dalam kategori baik dilihat dari hasil garis kontinum pada variabel X dengan persentase sebesar 78,3% dari skor total 2.496, diketahui dari fitur-fitur dari Whatsapp yang membantu pegawai dalam melakukan komunikasi organisasi seperti pada sub variabel X menurut Rohmadi yang dibagi menjadi; Grup Whatsapp untuk diskusi, mengirim undangan acara, menelpon, berbagi lokasi, dan Whatsapp Web.
2. Efektivitas komunikasi organisasi di Dinas Pariwisata DIY masuk pada kategori baik dilihat dari garis kontinum total variabel Y dengan persentase sebesar 76,2% dari skor total 5.616. Efektivitas komunikasi organisasi di Dinas Pariwisata bisa dilihat mendapatkan pengaruh yang cukup signifikan jika dilihat dari hasil uji data pada indikator efektivitas komunikasi menurut Shaun Tyson dan Tony Jackson (1992:233) yang membaginya menjadi; pengarahan, delegasi, pertanggungjawaban, pengendalian, efisiensi, koordinasi, adaptasi, serta sistem sosial dan harapan perorangan.
3. Pada pengujian korelasi disimpulkan bahwa kedua variabel memiliki hubungan, dengan nilai sebesar 0.643 untuk tingkat korelasi di antara kedua variabel yang menunjukkan jika antara variabel X dan variabel Y memiliki derajat hubungan korelasi yang kuat. Sedangkan dari perhitungan koefisien determinasi didapatkan

nilai pengaruh penggunaan Whatsapp terhadap efektivitas komunikasi organisasi sebesar 41.4%. Setelah pengujian regresi linier sederhana dilakukan maka disimpulkan jika penggunaan Whatsapp memiliki pengaruh terhadap efektivitas komunikasi organisasi dengan didapatkan nilai *constant* (a) sebesar 28.190 dan nilai koefisien regresi (b) sebesar 1.373, di mana nilai konsisten variabel adalah sebesar 28.190 dengan koefisien regresi sebesar 1.373 yang menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai penggunaan Whatsapp maka nilai efektivitas bertambah sebesar 1.373. Berdasarkan hasil Uji t dapat diketahui bahwa nilai t_{hitung} sebesar 5.938 > t_{tabel} 2.009 sehingga H_0 ditolak. Dari semua uji data dan analisis, maka dapat disimpulkan jika penggunaan Whatsapp memiliki pengaruh signifikan sebesar 5.938 terhadap efektivitas komunikasi organisasi di Dinas Pariwisata DIY.

Daftar Pustaka

- Agung, Kurniawan. 2005. *Transformasi Pelayanan Publik*. Yogyakarta: Pembaharuan
- Bungin, Burhan. 2005. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group
- Kotler, Philip & Keller, Kevin. 2012. *Marketing Management*. New Jersey: Pearson Prentice Hall, Inc
- Mulyana, Deddy. 2006. *Komunikasi Organisasi: Strategi Meningkatkan Kinerja Perusahaan*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Prenadamedia Group
- Nasrullah, Rulli. 2015. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media
- Rohmadi, Arif. 2016. *Tips Produktif Bersocial Media*. Jakarta: Gramedia
- Ruliana, Poppy. 2014. *Komunikasi Organisasi: Teori dan Studi Kasus*. Depok: Raja Grafindo Persada
- Tyson, Shaun & Jackson, Tony. 1992. *The Essence of Organizational Behaviour*. UK: Prentice Hall International
- Priliana, Vina Alin. 2016. *PENGARUH WHATSAPP MESSENGER TERHADAP KINERJA KOMUNIKASI ORGANISASI KARYAWAN BANK BTN CABANG BANDUNG*. Bandung: Universitas Telkom