

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Di era globalisasi saat ini, kemajuan teknologi sangat pesat. Teknologi telah membawa banyak manfaat dan perubahan besar dalam bersosialisasi. Saat ini aktivitas manusia tidak terlepas dari teknologi, dan sebagian besar aktivitas manusia dilakukan oleh teknologi. Teknologi membantu manusia untuk lagi penerimanya. Informasi merupakan salah satu kebutuhan manusia yang sangat penting untuk dipenuhi atau dipenuhi. (Azhaar et al., 2022)

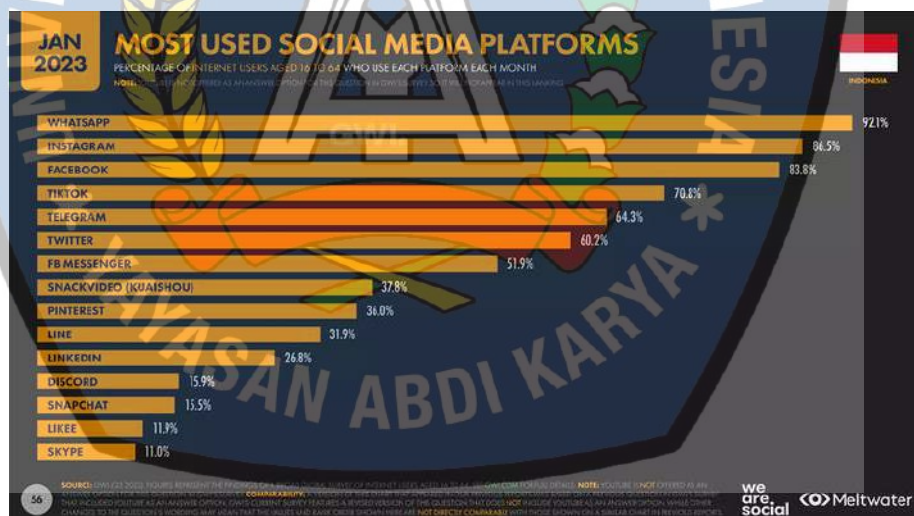
Menurut Sisson dan Pontau, internet adalah satu Hasil dari perkembangan teknologi informasi yang muncul seiring dengan kemajuan teknologi dan informasi. Saat ini, internet banyak digunakan oleh pencari informasi untuk memenuhi kebutuhan informasi. (Puspita & Samatan, 2022)

Teknologi internet yang berkembang pesat dan banyak digunakan saat ini salah satunya adalah media sosial. Media sosial merupakan salah satu sarana yang sangat penting bagi pengguna internet untuk mendapatkan informasi secara cepat dan praktis. Munculnya media sosial menawarkan banyak sekali manfaat bagi masyarakat, terutama dalam hal mencari dan menyampaikan informasi. (Fauziyyah & Rina, 2020)

Media sosial telah menjadi media yang penting karena kehadirannya membawa perubahan besar dalam cara penyampaian pesan. Dulu, dibutuhkan waktu yang lama hingga berhari – hari untuk mengirimkan pesan jarak jauh.

Tapi sekarang komunikasi dapat diselesaikan dalam hitungan detik. Internet merupakan jejaring sosial yang banyak digunakan dalam komunikasi saat ini. (Nurlia, 2020)

Diantara berbagai jenis *platform* media sosial yang ada di Indonesia, *WhatsApp* saat ini merupakan salah satu media sosial yang paling populer di kalangan masyarakat umum. Berdasarkan hasil survey *We Are Social* pada bulan Januari tahun 2023, *WhatsApp* merupakan platform media sosial pertama yang banyak digunakan di Indonesia, setelah itu disusul oleh Instagram dan Facebook. Dengan persentase pengguna *WhatsApp* di Indonesia sebanyak 92,1%, Instagram 86,5% dan Facebook 83,8% dari total 167 juta pengguna aktif media sosial di Indonesia. (Mustajab, 2023)



Gambar 1. 1 Media Sosial Yang Paling Sering Digunakan di Indonesia

Sumber : dataindonesia.id

Saat ini, *WhatsApp* merupakan salah satu media sosial yang banyak digunakan untuk kepentingan bersosialisasi, menyampaikan pesan baik secara individu maupun kelompok. Media *WhatsApp* memiliki beberapa keunggulan.

Singkatnya, penggunaannya mudah, praktis dan cepat, menyimpan data Internet dan dapat diakses di ponsel. (Trisnani, 2017)

Jumiatmoko (2016) mengatakan, *WhatsApp* adalah aplikasi berbasis internet yang memungkinkan penggunanya untuk berbagi berbagai konten sesuai dengan fitur yang disediakan. (Rahartri, 2019)

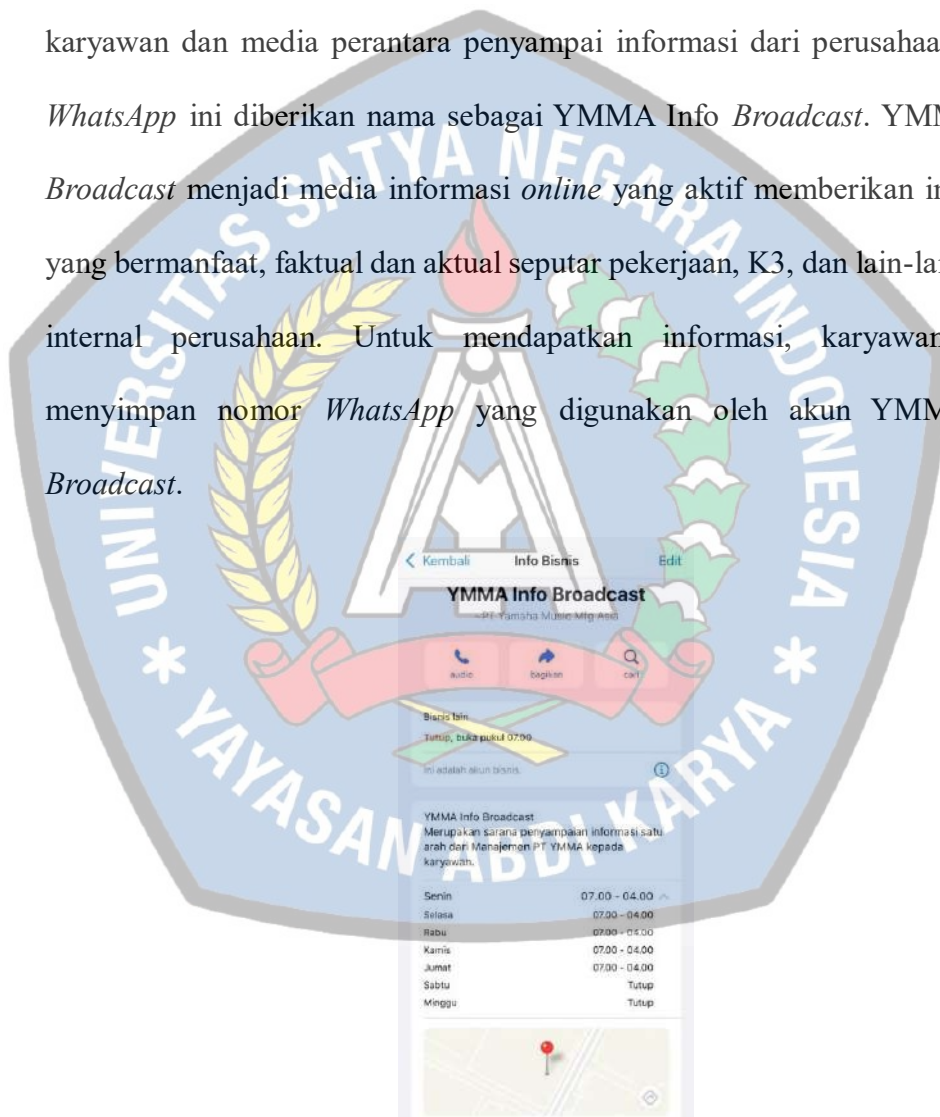
Fitur yang terdapat pada *WhatsApp* antara lain *chat* sebagai mode untuk berkirim pesan antar sesama pengguna atau *user*. Pada bagian lampiran, pengguna dapat mengirim berbagai *file* melalui galeri untuk menambahkan gambar, dokumen atau menambahkan *file* dokumen bertipe *Word*, *PDF*, *PPT* dan lainnya. Audio jenis *file* tambahan *mp3* dan *mp4*, *tag* lokasi sebagai penanda posisi pengguna, kontak untuk menambahkan atau menyisipkan kontak. Selain itu, pengguna dapat mengirim pesan suara selain pesan teks, dan pengguna bahkan dapat menelepon pengguna lain secara *online*. Fitur – fitur tersebut semakin menambah kemudahan dan kenyamanan komunikasi dengan aplikasi pesan *WhatsApp*. (Rahartri, 2019)

PT. Yamaha Music *Manufacturing* Asia (PT. YMMA) adalah anak perusahaan dari Yamaha *Corporation* Group. PT. Yamaha Music *Manufacturing* Asia merupakan sebuah perusahaan yang bergerak dalam bidang alat musik elektronika dan proaudio yang berspesialisasi dalam pembuatan alat musik seperti piano, *electric drum*, *audio mixer* dan *keyboard*.

PT. Yamaha Music *Manufacturing* Asia tidak hanya mengembangkan sayapnya di pasar domestik, tetapi juga di tingkat ekspor. Total pasar ekspor mencapai 95% dari total penjualan. Negara tujuan ekspornya antara lain

Amerika Serikat, Eropa, Kanada, Jepang, Korea dan negara – negara Asia–Pasifik seperti Malaysia, Thailand, dan Korea.

Dalam lingkup internal perusahaan, PT. Yamaha Music *Manufacturing* Asia menggunakan *WhatsApp* sebagai media komunikasi *Broadcast*. Tujuan dibuatnya *WhatsApp Broadcast* yaitu untuk memenuhi kebutuhan informasi karyawan dan media perantara penyampai informasi dari perusahaan. Akun *WhatsApp* ini diberikan nama sebagai *YMMA Info Broadcast*. *YMMA Info Broadcast* menjadi media informasi *online* yang aktif memberikan informasi yang bermanfaat, faktual dan aktual seputar pekerjaan, K3, dan lain-lain dalam internal perusahaan. Untuk mendapatkan informasi, karyawan wajib menyimpan nomor *WhatsApp* yang digunakan oleh akun *YMMA Info Broadcast*.



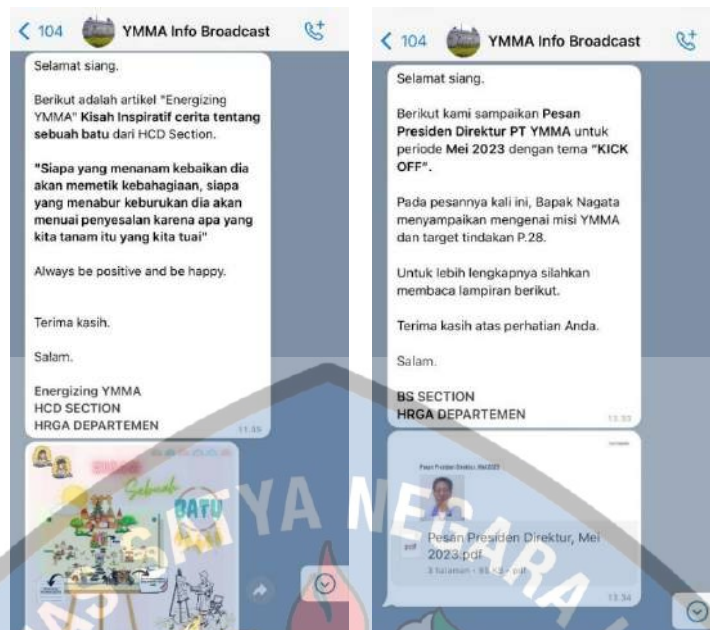
Gambar 1. 2 Profil WhatsApp YMMA Info Broadcast

YMMA Info Broadcast merupakan sebuah akun *WhatsApp Business* yang memiliki nama pengguna PT. Yamaha Music Mfg Asia. Dalam profilnya

tertera bahwa YMMA Info *Broadcast* merupakan sarana penyampaian informasi satu arah dari Manajemen PT YMMA kepada karyawan. Selain itu juga tertera jam operasional YMMA Info *Broadcast* serta tag lokasi dari PT. Yamaha Music Manufacturing Asia.



Gambar 1. 3 Isi Pesan YMMA Info *Broadcast*



Gambar 1. 4 Isi Pesan YMMA Info *Broadcast*



Gambar 1. 5 Isi Pesan YMMA Info *Broadcast*

Pesan yang disampaikan oleh YMMA Info *Broadcast* pun beragam, mulai dari informasi kegiatan Gugus Kecil yang dilakukan oleh seluruh karyawan, informasi mengenai Buletin YMMA, artikel “Energizing YMMA”, Pesan Presiden Direktur yang disampaikan setiap bulan, ucapan hari besar keagamaan, sampai informasi mengenai kecelakaan kerja di Yamaha Music Group.

Berdasarkan hasil pra-survei yang peneliti lakukan, dengan digunakannya Yamaha Info *Broadcast* juga kerap muncul permasalahan yaitu dikarenakan banyaknya pesan *Broadcast* yang otomatis masuk ke *WhatsApp* karyawan, terkadang karyawan enggan untuk membacanya. Dikarenakan informasi yang disebarluaskan tertimpa dengan informasi selanjutnya, karena bisa saja dalam 1 (satu) hari Yamaha Info *Broadcast* mengirimkan lebih dari satu informasi kepada karyawan.

Isi teks dari pesan *Broadcast* biasanya terlalu panjang, sehingga membuat karyawan enggan untuk membacanya secara terperinci. Biasanya, karyawan akan lebih memilih untuk membaca informasi yang dianggapnya penting saja.

Selain itu, terkadang terdapat pesan atau informasi yang mengharuskan karyawan memberikan *feedback* kepada Yamaha Info *Broadcast* melalui *link*. Biasanya karyawan terlupa untuk mengisi *link feedback* dari informasi yang disampaikan karena waktu untuk mengirimkan *feedback* cukup singkat.

Banyaknya permasalahan yang ditimbulkan dari komunikasi pada organisasi dalam media *WhatsApp Broadcast* menunjukkan seberapa penting masalah ini untuk diteliti.

Berdasarkan pemaparan latar belakang tersebut, maka pada penelitian ini peneliti ingin mengetahui apakah penggunaan *YMMA Info Broadcast* sebagai media online sudah efektif dalam memenuhi kebutuhan informasi kepada karyawan. Untuk itu penulis tertarik untuk membuat penelitian dengan judul “Efektivitas Pesan Melalui *WhatsApp* *YMMA Info Broadcast* Terhadap Pemenuhan Informasi Karyawan PT. Yamaha Music *Manufacturing Asia*”.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pemaparan latar belakang diatas, maka rumusan masalah dari penelitian ini yaitu “Seberapa efektif pesan yang disampaikan melalui *YMMA Info Broadcast* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT. Yamaha Music *Manufacturing Asia*?”

1.3 Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui efektivitas pesan melalui *YMMA Info Broadcast* terhadap pemenuhan kebutuhan informasi karyawan PT. Yamaha Music *Manufacturing Asia*.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan masukan dan bermanfaat dalam penyampaian pesan kepada karyawan atau pekerja PT Yamaha Music *Manufacturing Asia*. Serta dapat dijadikan bahan

pertimbangan untuk dapat meningkatkan sumber daya manusia dalam lingkup perusahaan. Dengan demikian, perusahaan dapat memenuhi pesan dan informasi kepada karyawan melalui komunikasi internal yang baik.

1.4.2. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan dapat menjadi bahan referensi bagi pembaca. Serta penelitian ini diharapkan dapat dikembangkan lebih lanjut untuk keperluan penelitian selanjutnya.

