

**EFEKTIVITAS KOMUNIKASI MEDIA SOSIAL WHATSAPP SEBAGAI SARANA
KOMUNIKASI PENYANDANG TUNARUNGU
(Studi Pada Gerakan Untuk Kesejahteraan Tunarungu Indonesia (GERKATIN) Kota
Pekanbaru)**

Penulis: Anggita Putri

Email: anggitaputrihudawi77@gmail.com

Pembimbing: Dr. Anuar Rasyid, S.Sos, M.Si

Konsentrasi Hubungan Masyarakat - Jurusan Ilmu Komunikasi

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Riau

Kampus Bina Widya, Jl. H.R. Soebrantas Km 12,5 Simp. Baru, Pekanbaru 28293

Telp/Fax. 0761-63277

Abstract

Whatsapp is one of the social media that has a lot of enthusiasts in Indonesia and rank second place of many social media platforms, Whatsapp is used from various groups of people in Indonesia, including deaf people. The theory used in this research is the theory of communication effectiveness as the main theory and new media theory as the supporting theory. The purpose of this study was to determine the effectiveness level of Whatsapp social media communication as a means of communication for deaf people.

This study uses a quantitative research method, which data collection is carried out by distributing questionnaires directly to respondents and distributing them using a link via Google Form to members of GERKATIN Pekanbaru City. Who are determined through random sampling techniques to 154 respondents. The data analysis technique in this study used descriptive statistical techniques.

The results of this study indicate that the level of effectiveness of Whatsapp social media communication as a means of communication for deaf people studying at GERKATIN Pekanbaru City is classified as very effective. It is seen from the data processing which is based on six indicators, each of which reached an average of 3.56 scale indicator Message Recipients (Receiver), a scale of 3.43 to indicators Your Message (Content), the scale of 3, 49 on indicators of media, magnitude 3.37 on the indicator format, scale of 3.31 on the indicator to indicator message source (Source), and a scale of 3.41 to indicators Timeliness (Timing). So that the conclusion obtained using the average formula of all indicators is 3.43 which is included in the very effective scale range. This shows that Whatsapp social media is a very effective medium as a means of communicating with deaf people.

Keywords : Effectiveness Communication, Social Media, Deaf People

PENDAHULUAN

Manusia merupakan makhluk sosial yang memerlukan orang lain untuk saling berkomunikasi, dalam kehidupan sehari-hari, komunikasi merupakan suatu tindakan yang memungkinkan kita untuk dapat menerima dan memberikan informasi atau pesan sesuai dengan apa yang kita butuhkan. Perkembangan dunia teknologi yang sudah semakin inovatif di era global memberikan dampak langsung kepada masyarakat, dengan munculnya berbagai macam fasilitas untuk saling berkomunikasi. Perkembangan teknologi yang begitu pesat memunculkan teknologi internet, internet begitu memukau dan begitu cepat berkembang dengan varian-varian programnya yang menjadikan bumi ini dalam cengkraman teknologi. Dalam internet berkembang berbagai program lain yang intinya menjadi aplikasi komunikasi antar sesama yang biasa dikenal dengan media sosial, disebut media sosial karena masalah sosial (interaksi sosial) yang dimediasi oleh media. Menurut van dijk (2013), yang dikutip oleh Nasrullah dalam buku media sosial (2016:11) bahwa "Media sosial merupakan sebuah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktivitas maupun berkolaborasi, oleh karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial".

Seiring dengan perubahan masyarakat yang konsumtif, dimana kebutuhan terhadap informasi menjadi hal yang penting untuk dilakukan siapa saja, tidak terkecuali orang yang memiliki keterbatasan fisik pendengaran atau tunarungu. Berdasarkan yang kita ketahui, penyandang tunarungu merupakan orang yang memiliki gangguan terhadap pendengarannya.

Terdapat riset yang dilakukan oleh perusahaan *We Are Social* bekerja sama dengan *hootsuite* per Januari 2019, dari total populasi penduduk yang mencapai 268,2 juta tercatat ada 355,5 juta pelanggan seluler. Masyarakat Indonesia yang sudah menggunakan internet menyentuh angka 150 juta dan semuanya aktif di media sosial. Dilihat dari pertumbuhannya sejak Januari tahun lalu, pelanggan seluler menurun 19% (83 juta pelanggan), pengguna internet tumbuh 13% (17 juta pengguna internet) dan yang aktif di media sosial tumbuh pesat sampai 15% atau tumbuh 20 juta pengguna. Rata-rata waktu harian yang dihabiskan orang Indonesia untuk mengakses internet tercatat angkanya sampai 8 jam 36 menit. Untuk media sosial, bisa hingga 3 jam 26 menit. *We Are Social* menyebutkan, *Youtube* menjadi yang paling teratas dengan presentase 88% dari pengguna internet Indonesia. Kemudian presentase kedua yaitu *Whatsapp* 83%, presentase ketiga yaitu *Facebook* 81%, presentase keempat *Instagram* yaitu 80%, kemudian presentase ke 5 yaitu *Line* dengan 59% (<https://inet.detik.com/cyberlife/d-4461246/riset-januari-2019-whatsapp-digilai-netizen-indonesia>).

Dari data tersebut *Whatsapp* merupakan salah satu media sosial yang memiliki banyak peminat di Indonesia dan menduduki peringkat kedua dari banyak *platform* media sosial yang digunakan dari berbagai macam kelompok masyarakat di Indonesia tidak terkecuali penyandang tunarungu. Meskipun penyandang tunarungu memiliki keterbatasan, tetapi banyak dari penyandang tunarungu telah menggunakan internet. Terdapat penelitian yang dilakukan oleh Valentine dan Skelton (2009:10) yang memeriksa penggunaan internet oleh tunarungu. Dari survei yang diedarkan secara nasional kepada 419

responden yang merupakan penyandang tunarungu, 307 orang diantaranya adalah pengguna internet dan 112 orang tidak menggunakan internet. Hasil penelitian menemukan bahwa 79% orang tunarungu lebih cenderung menggunakan internet setiap hari dari pada orang pada umumnya yang hanya 59%.

Saat peneliti mengunjungi sekretariat GERKATIN Kota Pekanbaru, dimana pada organisasi ini di Kelola oleh penyandang tunarungu. Peneliti mengalami kendala dalam berkomunikasi, namun hal tersebut dapat teratasi karena mereka meminta peneliti untuk melakukan proses komunikasi dengan tekstual yaitu menggunakan media sosial *Whatsapp* untuk saling berkiriman pesan. Kemudian saya juga melihat mereka saling berkomunikasi dengan menggunakan fitur video call pada *Whatsapp* dengan pengurus GERKATIN Kota Pekanbaru yang lainnya. Berdasarkan hal tersebut menjadi menarik untuk diteliti karena dalam penelitian ini meneliti mengenai Efektivitas Komunikasi Media Sosial *Whatsapp* Sebagai Sarana Komunikasi Penyandang Tunarungu. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui seberapa besar tingkat efektivitas komunikasi media sosial *Whatsapp* sebagai sarana komunikasi penyandang tunarungu, dimana peneliti mengharapkan penelitian ini dapat menjadi bahan pertimbangan untuk penyandang tunarungu memilih media sosial yang efektif untuk berkomunikasi. Dalam penelitian ini penulis memilih organisasi GERKATIN Kota Pekanbaru sebagai objek penelitian, karena organisasi ini merupakan organisasi penyandang tunarungu satu-satunya di Indonesia yang dikelola oleh penyandang tunarungu. GERKATIN adalah anggota resmi dari Dewan Nasional Indonesia Kesejahteraan

Sosial (DNIKS) dan Federasi Tunarungu Dunia (World Federation of the Deaf – WFD). GERKATIN tersebar di beberapa kota di Indonesia, salah satunya berada di Kota Pekanbaru.

Penelitian ini memiliki beberapa referensi penelitian terdahulu. Penelitian yang dilakukan oleh Novi Herlina, 2017 yang berjudul efektivitas komunikasi akun instagram @sumbar_rancak sebagai media informasi online pariwisata Sumatera Barat. Pada penelitian ini Novi Herlina dan penulis terdapat kesamaan yaitu menggunakan teori efektivitas komunikasi dengan tujuan penelitian untuk mengetahui seberapa besar tingkat keefektifan komunikasi akun instagram @sumbar_rancak sebagai media informasi online pariwisata Sumatera Barat.

TINJAUAN PUSTAKA

Tinjauan Teoritis

Beberapa konsep dan teori dalam komunikasi: Awalnya Berlo (1960) membuat komunikasi dengan lebih sederhana. Formula itu dikenal dengan nama “SMCR,” yakni: *source* (pengirim), *message* (pesan), *channel* (saluran – media) dan *receiver* (penerima) (Nasution & Anuar, 2018:8; Rasyid *et.al.*, 2015a:3; Rasyid *et.al.* 2015b:33). Selain Shannon dan Berlo, juga tercatat Osgood, Miller (*dalam* Cangara 2012) dan DeFleur (1982) menambahkan lagi unsur efek dan umpan balik (*feedback*) sebagai pelengkap dalam membangun komunikasi yang sempurna (Nasution & Anuar, 2019a:21; Nasution & Anuar, 2019b:5; Rasyid, 2019a:1). Kemudian munculnya pandangan dari Sereno (1970), Vora (*dalam* Cangara 2012) dan DeVito (2009), yang menilai faktor lingkungan merupakan unsur yang tidak kalah pentingnya dalam mendukung terjadinya proses komunikasi (Nasution & Anuar, 2019c:148; Nasution & Anuar,

2019d:12; Rasyid, Anuar. 2019b:25). Selanjutnya, Seitel (1988), Kotler dan Keller (2007), DeVito (2009) menambahkan gangguan komunikasi pada model komunikasi nya. Beliau berpandangan gangguan komunikasi juga merupakan unsur penting yang harus diperhatikan dalam proses komunikasi (Rasyid, 2017:41; Rasyid & Evawani, 2018:7; Yohana, *et.al.* 2019:2).

Teori Efektivitas

Efektivitas komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator yang mampu diterima dengan baik oleh komunikan dan menghasilkan efek yang diharapkan oleh komunikator sehingga komunikasi berjalan efektif. Menurut Hardjana (2000:23) keefektifan komunikasi diukur oleh beberapa hal, diantaranya :

- a. Penerima / Pemakai (*receiver*)
Seorang penerima / pemakai pesan dikatakan efektif jika penerima pesan sesuai dengan penerima yang dituju oleh media tersebut, maka langkah untuk mengukur selanjutnya adalah melihat bagaimana kuantitas dan seberapa sering si penerima pesan menggunakan media tersebut untuk memenuhi kebutuhan akan informasinya.
- b. Isi (*content*)
Kusumaningrat (2005:48) mengkategorikan isi/ pesan/ informasi yang disampaikan dapat dikatakan efektif jika informasi tersebut mengandung unsur-unsur, yaitu: akurat, lengkap, adil dan berimbang, objektif, ringkas, jelas dan hangat. Dimana dimaksudkan dapat memberikan informasi mengenai kejelasan informasi atau isi pesan, kesesuaian dengan fakta, mudah dipahami mengenai isi pesan di media

tersebut dan cepat dalam meng *update* informasi terbaru.

- c. Saluran komunikasi (*Media*)
Pemilihan saluran atau media sangat penting dilakukan dalam perencanaan pesan yang berpusat pada penerima. Jika media tersebut memiliki faktor kredibilitas yang tinggi, maka media tersebut mampu menyebarkan informasi dengan cepat, mudah untuk digunakan atau diakses, dan juga menampilkan fitur tambahan dari sebuah informasi kepada penerima informasi.
- d. Format Pesan (*format*)
Sifat-sifat dari format pesan yang disampaikan pada sebuah media diharapkan pesan tersebut efektif, diantaranya:
 1. Singkat dan sederhana
 2. Jelas
 3. Menarik.
- e. Sumber pesan (*source*)
Sumber pesan yang dimaksudkan adalah mengenai kredibilitas sumber informasi tersebut, apakah informasi yang disampaikan memiliki tingkat kredibel yang tinggi atau tidak. Kredibilitas suatu sumber informasi merupakan suatu tingkat yang menjelaskan sejauh mana sumber informasi tersebut dapat dipercaya oleh si penerima pesan.
- f. Ketepatan Waktu (*timing*)
Memberikan informasi bahwa pesan yang disampaikan oleh media tersebut tepat waktu sasaran, indikator ketepatan waktu yang dimaksudkan yaitu pesan yang diterima tepat atau tidak pada waktu yang dibutuhkan, sehingga dapat menentukan komunikasi tersebut akan efektif atau tidak.

Teori New Media.

Interaktifitas diyakini sebagai kunci dari *New Media* yang berkembang saat ini. Seperti yang tertuang pada definisi *New Media* yang dikemukakan oleh Ronal Rice, dimana disebutkan bahwa interaktifitas merupakan karakteristik dari Sebagian besar *New Media* yang ada saat ini. Kehadiran *New Media* seperti internet, memunculkan model komunikasi massa baru, dimana sebelumnya berupa *one to many communication*, menjadi *many to many communication*. Saat ini setiap individu dapat membuat sendiri berbagai jenis pesan baik berupa teks, suara, gambar ataupun video dan menyebarkan pada khalayak. Jadi *New Media* dengan konvergensi teknologi yang dimilikinya, telah mengubah model komunikasi massa yang telah lama terbentuk dan juga mengubah cara kita berinteraksi dan berkomunikasi dengan individu lain (Davey dalam Sahar, 2014:8). *New Media* memungkinkan para penggunanya untuk mengakses berbagai konten media kapan saja dan dimana saja dengan menggunakan berbagai alat elektronik. *New media* memiliki sifat interaktif dan bebas. Interaktif yang dimaksud adalah khalayak dapat berinteraksi langsung dengan konten media yang mereka konsumsi, mereka dapat secara aktif memilih konten media dan memberikan *feedback* terhadap konten media tersebut secara langsung.

Tinjauan Konseptual Efektivitas

Efektivitas berasal dari kata efek yang artinya pengaruh yang ditimbulkan oleh sebab, akibat atau dampak. Kata efektif berasal dari bahasa Inggris yaitu *effective* yang berarti berhasil atau sesuatu yang dilakukan berhasil dengan baik. Kamus ilmiah populer (partanto dan Barry, 2002:128) mendefinisikan efektivitas

sebagai ketepatan, hasil guna, menunjang tujuan. Efektif merupakan kata dasar, sementara kata sifat dari efektif adalah efektivitas. Menurut Effendi (2008:14) mendefinisikan efektivitas adalah komunikasi yang prosesnya mencapai tujuan yang direncanakan sesuai dengan biaya yang dianggarkan, waktu yang ditetapkan dan jumlah personil yang ditentukan.

Efektivitas Komunikasi

Dalam kehidupan sehari-hari komunikasi merupakan suatu tindakan yang memungkinkan kita untuk dapat menerima dan memberikan informasi atau pesan sesuai dengan apa yang kita butuhkan, komunikasi dikatakan efektif apabila pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh komunikan dan menghasilkan efek yang benar-benar diharapkan oleh komunikator. Pentingnya komunikasi dalam kehidupan sehari-hari diharapkan pada setiap proses komunikasi dapat berjalan secara efektif. Sehingga dapat disimpulkan efektivitas komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator yang mampu diterima dengan baik oleh komunikan dan menghasilkan efek yang diharapkan oleh komunikator sehingga komunikasi berjalan efektif.

Media Sosial

Secara sederhana istilah media bisa dijelaskan sebagai alat komunikasi sebagaimana definisi yang selama ini diketahui menurut Laughey (2007) dan McQuail (2003) dalam Nasrullah (2017:3). Media sosial adalah medium di internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya maupun berinteraksi, bekerja sama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual (Nasrullah, 2017:11).

Whatsapp

Perkembangan kemajuan komunikasi berkembang dengan sangat pesat, hal ini dirasakan oleh semua orang. Perubahan zaman yang begitu cepat membuat kehidupan sosialisasi masyarakat menjadi berubah, akses informasi dapat dengan mudah didapatkan. Dengan kecanggihan internet menghadirkan sebuah media sosial yang digunakan untuk kemudahan berkomunikasi jarak jauh antara penggunanya, salah satu media sosial tersebut adalah *Whatsapp*. *Whatsapp* merupakan aplikasi pesan instan yang memungkinkan kita untuk mengirim pesan, *file*, video dan obrolan *online*.

Komunikasi

Komunikasi dalam bahasa Inggris *communication* berasal dari kata Latin *communicatio*, dan bersumber dari kata *communis* yang memiliki makna yang sama. Komunikasi berpangkal pada perkataan Latin *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih. Vardiansyah (2008:25-26) mengungkapkan beberapa definisi komunikasi secara istilah yang dikemukakan para ahli menurut Berelson dan Stainer Komunikasi adalah suatu proses penyampaian informasi, gagasan, emosi, keahlian, dan lain-lain. Melalui penggunaan simbol-simbol seperti kata-kata, gambar-gambar, angka-angka, dan lain-lain.

Tunarungu

Definisi tunarungu bila dilihat dari harfiah berasal dari dua kata yaitu tuna dan rungu. Tuna yang berarti kurang dan rungu yang berarti dengar, istilah tunarungu mengacu pada pengertian kurang atau tidak dapat mendengar bunyi. Tunarungu adalah keadaan dimana seseorang

mengalami kehilangan atau kekurangan dalam hal kemampuan untuk mendengar dan berbicara, sehingga alat pendengarannya tidak berfungsi dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini dapat terjadi baik sebagian atau seluruhnya, dan berdampak kompleks pada kehidupan orang dengan keadaan tunarungu, terutama pada kemampuan berbahasa sebagai alat komunikasi yang sangat penting (Winarsih, 2007:23).

METODE PENELITIAN

Jenis dan Pendekatan Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan pada penelitian ini yaitu penelitian kuantitatif dengan menggunakan pendekatan deskriptif. Menurut Bungin (2014:44) kuantitatif deskriptif bertujuan untuk menjelaskan, meringkaskan berbagai kondisi, berbagai situasi, atau berbagai variabel yang timbul dimasyarakat yang menjadi objek penelitian itu berdasarkan apa yang terjadi. Kemudian mengangkat permukaan karakter atau gambaran tentang kondisi, situasi, ataupun variabel tersebut.

Populasi dan Sampel

Populasi adalah keseluruhan objek atau fenomena yang diteliti (Kriyantono, 2008:151). Dalam penelitian ini populasi yang digunakan adalah penyandang tunarungu yang ada di GERKATIN Kota Pekanbaru yang berjumlah 250 orang.

Dalam pengambilan sampel peneliti menggunakan teknik *random sampling* yaitu mencangkup orang-orang yang terdapat pada populasi, sehingga setiap anggota populasi memiliki hak yang sama untuk dijadikan responden dalam penelitian ini. Pemilihan responden peneliti lakukan secara acak dengan

meminta bantuan kepada pengurus GERKATIN Kota Pekanbaru untuk menyebarkan *link* kuesioner yang telah peneliti rancang kepada anggota GERKATIN Kota Pekanbaru. Peneliti menggunakan teknik penarikan sampel dengan rumus Slovin, maka jumlah sampel yang didapatkan untuk penelitian ini adalah 154 responden.

Teknik Pengukuran Data

Peneliti menggunakan teknik Skala Likert untuk mengukur data yang nantinya akan didapatkan dari responden. Menurut Silalahi (2012:229) Skala Likert sendiri merupakan teknik pengskalaan yang banyak digunakan ketika penelitian tersebut mengukur sikap, pendapat atau persepsi seseorang tentang dirinya atau sekelompok orang yang berhubungan dengan suatu hal.

Teknik Analisis Data

Pada penelitian ini, peneliti bermaksud untuk menguji satu variabel yang biasa disebut dengan univariat. Tujuan dari pengujian statistik adalah untuk memastikan apakah perbedaan di masing-masing kategori adalah perbedaan yang signifikan ataukah terjadi secara kebetulan (Nurgiyantoro, 2004:243). Pengujian statistik pada penelitian ini digunakan untuk mendapatkan gambaran mengenai efektivitas komunikasi media sosial *Whatsapp* sebagai sarana komunikasi penyandang tunarungu studi pada GERKATIN Kota Pekanbaru. Deskripsi variabel efektivitas komunikasi terdiri dari 6 indikator yaitu: penerima atau pemakai (*receiver*), isi pesan (*content*), saluran komunikasi (*media*), format pesan (*format*), sumber pesan (*source*), ketepatan waktu (*timing*).

Hal pertama yang harus dilakukan dalam menganalisis data kuantitatif adalah editing dimana kegiatan ini dilaksanakan setelah peneliti selesai menghimpun data lapangan (Bungin, 2011:175). Setelah tahap editing dilakukan, kegiatan berikutnya adalah mengklasifikasikan data-data yang telah kita kumpulkan dan melewati tahap editing menjadi arti tertentu pada saat dianalisis (Bungin, 2011:176). Analisis frekuensi, analisis eksplorasi data dilakukan setelah data yang telah dikumpulkan telah berubah menjadi angka yang bisa untuk dianalisis. Hal ini biasanya disebut dengan distribusi frekuensi dimana data-data responden dikategorikan menurut jenis kelaminnya, Pendidikan, usia dan lain-lain. Setelah itu dibentuk dalam tabulasi, dimana tabulasi adalah tahap akhir dalam pengolahan data. (Durianto, 2003:96) analisis tabulasi sederhana, agar data yang diperoleh berbentuk presentase. Data-data yang telah dikelompokkan menurut indikatornya kemudian dianalisis menggunakan skor rata-rata bobot yaitu setiap jawaban responden diberikan bobot. Cara menghitung skor adalah dengan menjumlahkan seluruh hasil kali nilai masing-masing bobotnya dibagi dengan jumlah total frekuensi (Durianto, 2003:96). Skala yang digunakan adalah skala *likert*, yaitu skala 1 hingga 4. Maka rentang penilaiannya adalah sebesar 0,75. Setelah tiap-tiap angket dihitung nilainya, kemudian masih menggunakan skor perhitungan rata-rata. Penjumlahan setiap data hasil tiap dimensi akan dibagi rata dengan jumlah total indikator yang ada.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

1. Karakteristik Responden

Penelitian ini memiliki 154 responden, 76 responden berjenis kelamin perempuan dan 78 berjenis kelamin laki-laki. Responden yang berusia < 21 tahun sebanyak 6 responden dan yang berusia 21 – 30 tahun sebanyak 47 responden, kemudian yang berusia > 31 tahun sebanyak 101 responden.

2. Efektivitas Media Sosial Whatsapp Sebagai Sarana Komunikasi Penyandang Tunarungu (Studi Pada GERKATIN Kota Pekanbaru)

a. Tanggapan Responden Terhadap Indikator Receiver

Hasil analisis tingkat efektivitas media sosial *Whatsapp*, maka diketahui nilai X *Receiver* sebesar 3,56. Hasil tingkat Efektivitas Media sosial *Whatsapp* Sebagai Sarana Komunikasi Penyandang Tunarungu Studi Pada GERKATIN Kota Pekanbaru pada indikator Penerima Pesan (*Receiver*) merujuk pada skala 3,56 yang berarti sangat efektif, hal ini menggambarkan pada indikator Penerima Pesan (*Receiver*) responden merasa dengan menggunakan *whatsapp* kebutuhan bertukar pesan telah terpenuhi.

b. Tanggapan Responden Terhadap Indikator Content

Hasil analisis tingkat efektivitas media sosial *Whatsapp*, maka diketahui nilai X *Content* sebesar 3,43. Hasil tingkat Efektivitas Media sosial *Whatsapp* Sebagai Sarana Komunikasi Penyandang Tunarungu Studi Pada GERKATIN Kota

Pekanbaru pada indikator Isi Pesan (*Content*) merujuk pada skala 3,43 yang berarti sangat efektif, hal ini menggambarkan pada indikator Isi Pesan (*Content*) responden merasa dengan menggunakan *whatsapp* pesan telah tersampaikan dengan *uptodate* dan sesuai dengan fakta yang ada sehingga kebutuhan responden telah terpenuhi.

c. Tanggapan Responden Terhadap Indikator Media

Hasil analisis tingkat efektivitas media sosial *Whatsapp*, maka diketahui nilai X *Media* sebesar 3,49. Hasil tingkat Efektivitas Media sosial *Whatsapp* Sebagai Sarana Komunikasi Penyandang Tunarungu Studi Pada GERKATIN Kota Pekanbaru pada indikator Media merujuk pada skala 3,49 yang berarti sangat efektif, hal ini menggambarkan pada indikator Media responden merasa dengan menggunakan *whatsapp* kebutuhan telah terpenuhi dan dapat menyampaikan pesan dengan cepat.

d. Tanggapan Responden Terhadap Indikator Format

Hasil analisis tingkat efektivitas media sosial *Whatsapp*, maka diketahui nilai X *Format* sebesar 3,37. Hasil tingkat Efektivitas Media sosial *Whatsapp* Sebagai Sarana Komunikasi Penyandang Tunarungu Studi Pada GERKATIN Kota Pekanbaru pada indikator Format merujuk pada skala 3,37 yang berarti sangat efektif, hal ini menggambarkan pada indikator Format responden merasa dengan menggunakan *whatsapp* kebutuhan telah terpenuhi dengan adanya fitur

mention dan balas cepat memudahkan mereka agar pesan tepat sasaran.

e. Tanggapan Responden Terhadap Indikator *Source*

Hasil analisis tingkat efektivitas media sosial *Whatsapp*, maka diketahui nilai *X Source* sebesar 3,31. Hasil tingkat Efektivitas Media sosial *Whatsapp* Sebagai Sarana Komunikasi Penyandang Tunarungu Studi Pada GERKATIN Kota Pekanbaru pada indikator Sumber Pesan (*Source*) merujuk pada skala 3,31 yang berarti sangat efektif, hal ini menggambarkan pada indikator Sumber Pesan (*Source*) responden merasa dengan menggunakan *whatsapp* kebutuhan telah terpenuhi, karena pesan yang disebar di grup *Whatsapp* berasal dari sumber yang jelas.

f. Tanggapan Responden Terhadap Indikator *Timing*

Hasil analisis tingkat efektivitas media sosial *Whatsapp*, maka diketahui nilai *X Timing* sebesar 3,42. Hasil tingkat Efektivitas Media sosial *Whatsapp* Sebagai Sarana Komunikasi Penyandang Tunarungu Studi Pada GERKATIN Kota Pekanbaru pada indikator Ketepatan Waktu (*Timing*) merujuk pada skala 3,42 yang berarti sangat efektif, hal ini menggambarkan pada indikator Ketepatan Waktu (*Timing*) responden merasa dengan menggunakan *whatsapp* kebutuhan telah terpenuhi karena *Whatsapp* dapat menyampaikan pesan penting walaupun terhalang oleh jarak.

g. Rekapitulasi Nilai Efektivitas Indikator

No	Variabel	Indikator	Rata-rata	Skala efektivitas
1	Efektivitas Komunikasi	Penerima (<i>receiver</i>)	3,56	Sangat Efektif
2		Isi Pesan (<i>Content</i>)	3,43	Sangat Efektif
3		Media	3,49	Sangat Efektif
4		Format	3,37	Sangat Efektif
5		Sumber (<i>Source</i>)	3,31	Sangat Efektif
6		Ketepatan Waktu (<i>Timing</i>)	3,42	Sangat Efektif
Rata-rata			3,43	Sangat Efektif

Sumber : Olahan Peneliti 2020

Hasil analisis tingkat efektivitas media sosial *Whatsapp*, maka diketahui nilai *X Efektivitas* sebesar 3,43. Hasil tingkat Efektivitas Media sosial *Whatsapp* Sebagai Sarana Komunikasi Penyandang Tunarungu Studi Pada GERKATIN Kota Pekanbaru pada indikator Penerima Pesan (*receiver*) rata-ratanya yaitu 3,56 dengan skala sangat efektif, Isi Pesan (*Content*) rata-ratanya yaitu 3,43 dengan skala sangat efektif, Media rata-ratanya yaitu 3,49 dengan skala sangat efektif, Sumber Pesan (*Source*) rata-ratanya yaitu 3,31 dengan skala sangat efektif, Ketepatan Waktu (*Timing*) rata-ratanya 3,42 dengan skala sangat efektif. Maka rata-rata keseluruhan indikator efektivitas komunikasi media sosial *Whatsapp* sebagai sarana komunikasi penyandang tunarungu yaitu 3,43 dengan skala efektivitas sangat efektif.

Pembahasan

Dalam penelitian Herlina, 2017 yakni efektivitas komunikasi akun

Instagram @sumbar_rancak sebagai media informasi *online* pariwisata Sumatera Barat, indikator yang meraih nilai efektivitas tertinggi adalah pada indikator media (3,40). Hal ini bermakna bahwa akun *Instagram @sumbar_rancak* merupakan media yang sangat efektif sebagai media informasi *online* pariwisata Sumatera Barat dengan rata-rata dari seluruh indikator 3,26. Dimana ini termasuk rentang skala sangat efektif.. Meskipun begitu indikator ini tetap berada dalam kategori efektif. Perbandingan dari dua penelitian ini yakni antara penelitian Herlina, 2017 dan penelitian peneliti ini menunjukkan bahwa tiap komunikasi memiliki keunggulan dan kelemahan tersendiri dalam kaitan apakah komunikasi tersebut efektif atau tidak, hal itu disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang terjadi di masing-masing lapangan.

Lain halnya dengan Junika, 2016 dalam penelitiannya yang berjudul efektivitas komunikasi akun twitter @infoPKU sebagai media informasi online di Pekanbaru, menunjukkan bahwa twitter bukan hanya efektif jika digunakan sebagai alat komunikasi tetapi juga efektif jika digunakan sebagai media penyedia informasi online. Indikator yang meraih nilai efektivitas tertinggi adalah pada indikator isi pesan (*content*) (4,00). Hal ini bermakna bahwa twitter @infoPKU merupakan media yang efektif sebagai media informasi online di Pekanbaru dengan rata-rata dari seluruh indikator 3,90. Dimana ini termasuk rentang skala efektif. Meskipun begitu indikator ini tetap berada dalam kategori efektif. Perbandingan dari dua penelitian ini yakni antara penelitian Junika, 2016 dan penelitian peneliti ini menunjukkan bahwa tiap komunikasi memiliki keunggulan dan kelemahan tersendiri

dalam kaitan apakah komunikasi tersebut efektif atau tidak, hal itu disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang terjadi di masing-masing lapangan.

Sementara itu, penelitian Wahyuni, 2016 dalam penelitiannya yang berjudul efektivitas komunikasi melalui aplikasi whatsapp studi terhadap grup KPI 2012 di whatsapp pada mahasiswa KPI Angkatan 2012, menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi melalui aplikasi whatsapp studi terhadap grup KPI 2012 dalam aspek kepuasan dinyatakan tidak efektif, namun dari grup KPI 2012 dapat membantu bersosialisasi antara anggota lainnya di grup KPI 2012 dinyatakan cukup efektif. Perbandingan dari dua penelitian ini yakni antara penelitian Wahyuni, 2016 dan penelitian peneliti ini menunjukkan bahwa tiap komunikasi memiliki keunggulan dan kelemahan tersendiri dalam kaitan apakah komunikasi tersebut efektif atau tidak, hal itu disesuaikan dengan situasi dan kondisi yang terjadi di masing-masing lapangan.

Berdasarkan hasil perhitungan Efektivitas Media Sosial *Whatsapp* Sebagai Sarana Komunikasi Penyandang Tunarungu, maka diperoleh nilai sebesar 3,43. Nilai ini termasuk kedalam rentang skala Sangat Efektif (3,26-4,00). Dengan demikian dapat disimpulkan bahwa Media Sosial *Whatsapp* memiliki efektivitas komunikasi. Efektivitas komunikasi menurut Hardjana (2002:23) yang mengatakan bahwa keefektifan komunikasi itu diukur dari beberapa hal, diantaranya Penerima Pesan (*Receiver*), Isi Pesan (*Content*), Media, Format, Sumber pesan (*Source*), dan Ketepatan Waktu (*Timing*). Maka jika dikaitkan dalam penelitian ini dimana pada dasarnya ke enam hal tersebut merupakan alat ukur yang peneliti

gunakan dalam melakukan penelitian ini, menjelaskan bahwa media sosial *Whatsapp* merupakan media yang efektif untuk digunakan penyandang tunarungu sebagai sarana berkomunikasi, tampilan *Whatsapp* juga menarik sehingga penyandang tunarungu nyaman menggunakan *Whatsapp* isi pesan yang disampaikan juga efektif, baik itu dalam hal isi pesan tersebut mudah untuk dipahami, *up to date*, dan juga sesuai dengan fakta yang ada. Kesesuaian dengan fakta itu juga bisa dilihat dari sumber pesan *Whatsapp* yang dapat dipertanggungjawabkan kebenarannya, sehingga pada akhirnya penyandang tunarungu memutuskan bahwa *Whatsapp* merupakan media sosial yang sangat efektif sebagai sarana komunikasi penyandang tunarungu.

PENUTUP

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial *Whatsapp* merupakan media yang sangat efektif sebagai sarana berkomunikasi penyandang tunarungu. Secara umum dapat disimpulkan bahwa hasil pengukuran Efektivitas Komunikasi Media Sosial *Whatsapp* Sebagai Sarana Komunikasi Penyandang Tunarungu dapat dilihat dari 6 indikator : Penerima Pesan (*Receiver*), Isi Pesan (*Content*), Media, Format, Sumber pesan (*Source*), dan Ketepatan Waktu (*Timing*). Pengukuran indikator Penerima Pesan (*Receiver*) memperoleh skor rata-rata 3,56 yang termasuk dalam rentang skala sangat efektif. Kemudian hasil pengukuran Isi Pesan (*Content*) memperoleh skor rata-rata 3,43 yang juga termasuk kedalam rentang skala sangat efektif. Hasil dari pengukuran indikator Media berada di nilai 3,49 yang juga termasuk rentang skala sangat efektif, sedangkan indikator Format juga berada

direntang skala sangat efektif karena memperoleh skor rata-rata sebesar 3,37. Indikator Sumber pesan (*Source*) memperoleh hasil akhir dengan skor rata-rata 3,31 yang termasuk dalam rentang skala Sangat Efektif dan terakhir pengukuran indikator Ketepatan Waktu (*Timing*) juga berada dalam rentang skala sangat efektif dengan skor rata-rata sebesar 3,42. Oleh karena itu, hasil akhir dari perhitungan Efektivitas Komunikasi Media Sosial *Whatsapp* Sebagai Sarana Komunikasi Penyandang Tunarungu yang merupakan rata-rata dari penggabungan dari setiap indikator menghasilkan nilai sebesar 3,43 yang berada dalam rentang skala sangat efektif. Hal ini menunjukkan bahwa responden yang merupakan penyandang tunarungu sangat setuju bahwa *Whatsapp* merupakan salah satu media sosial yang sangat efektif digunakan sebagai sarana komunikasi bagi penyandang tunarungu.

DAFTAR PUSTAKA

- A, Partanto, Pius dan M. Dahlan Al-Barry. 2002. *Kamus Ilmiah Populer*. Surabaya: Arkola.
- Bungin, Burhan. 2011. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Bungin, Burhan. 2014. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Durianto, Darmadi, dkk. 2003. *Inovasi Pasar Dengan Iklan Efektif*. Jakarta: Cetakan Gramedia Pustaka.
- Effendi. 2008. *Efektivitas Kerja*. Jakarta: Rineka Cipta.

- Hardjana, Andre. 2000. *Audit Komunikasi: Teori dan Praktek*. Jakarta: Grasindo.
- Kriyantono, Rachmat. 2009. *Teknik Praktis Riset Komunikasi*. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Nasrullah, Rulli. 2017. *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurgiyantoro, Burhan. 2004. *Statistik Terapan Untuk Penelitian Ilmu-Ilmu sosial*. Yogyakarta: Gajah Mada University Press.
- Sahar, Arshano. 2014. *Fenomena New Media g6ag*. Universitas Indonesia.
- Silalahi, Ulber. 2012. *Metode Penelitian Sosial*. Bandung: Refika Aditama..
- Valentine, Gill and T Skelton. 2009. *The Role of the Internet in Ddeaf People's Inclusion in the Information Society* https://www.sheffield.ac.uk/polopoly_fs/1.268538!/file/d-deaf_report.pdf
- Vardiansyah, Dani. 2008. *Filsafat Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Jakarta: PT. Indeks.
- Winarsih, Murni. 2007. *Intervensi Dini Bagi Anak Tunarungu dalam Memeroleh Bahasa*. Departemen Pendidikan dan Kebudayaan. Direktorat Jendral Pendidikan Tinggi. Direktorat Ketenagaan.
- Jurnal dan Skripsi**
- Herlina, Novi. 2017. *Efektivitas Komunikasi Akun Instagram @sumbar_rancak Sebagai Media Informasi Online Pariwisata Sumatera Barat*. Universitas Riau.
- Junika, Aprina. 2016. *Efektivitas Komunikasi Akun Twitter @infoPKU Sebagai Media Informasi Online di Pekanbaru*. Universitas Riau.
- Nasution, Belli. Anuar Rasyid. 2018. *Implementation Of CSR Communication In Community Empowerment at PT. Energi Mega Persada*. *International Journal of Research In Social Sciences*. Vol. 27. No.1. http://www.ijsk.org/wp-content/uploads/2018/10/IJRSS_Vol27_P2_Sep18_Belli_Nasution.pdf
- Nasution, Belli. Anuar Rasyid. 2019a. *Analyzing Communication Between Government and Community In The Flow Of Cross-Border Goods In The Regency of Meranti Island*. *International Journal of Research In Social Sciences*. Vol. 31. No.1. http://www.ijsk.org/wp-content/uploads/2019/07/IJRSS_Vol31_P3_July19_Belli_Nasution.pdf
- Rasyid, Anuar, Amiruddin Saleh, Hafied Cangara, Budi Wahyu Priatna. 2015a. *The Role Of Communication In Corporate Social Responsibility*. *International Journal of Research*

In Social Sciences. Vol. 5, No.7
<http://www.ijsk.org/wp-content/uploads/2015/04/1-ROLE-OF-COMMUNICATION.pdf>

Rasyid, Anuar, Amiruddin Saleh, Hafied Cangara, Budi Wahyu Priatna. 2015b. Komunikasi Dalam *Corporate Social Responsibility* Perusahaan : Pemberdayaan Masyarakat Dan Membangun Citra Positif. *Mimbar*, Vol. 31, No. 2. <http://ejournal.unisba.ac.id/index.php/mimbar/article/view/1564>

Rasyid, Anuar. Evawani Elysa Lubis. 2018. Correlation Among Communication Noise Corporate Social Responsibility Program With Community Empowerment And PTPN V Image In Pekanbaru. *International Journal of Research In Social Sciences*. Vol. 20 No. 1. http://www.ijsk.org/wp-content/uploads/2018/03/IJRSS_vo120_p2_Feb18_Anuar-Rasyid.pdf

Wahyuni, Yuyun Linda. 2016. *Efektivitas Komunikasi Melalui Aplikasi Whatsapp Pada Mahasiswa KPI Angkatan 2012*. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga.

Yohana, Nova. Anuar Rasyid, Evawani Elysa Lubis, Nita Rimayanti. 2019. Communication of Community Participation in Implementation of Policy in Child-Friendly Regency(KLA) in Siak District. *International Journal of Research In Social Sciences*. Vol. 33. No.1. [http://www.ijsk.org/wp-](http://www.ijsk.org/wp-content/uploads/2019/11/IJRSS_Vol33_P1_Nov19_Nova-Yohana.pdf)

[content/uploads/2019/11/IJRSS_Vol33_P1_Nov19_Nova-Yohana.pdf](http://www.ijsk.org/wp-content/uploads/2019/11/IJRSS_Vol33_P1_Nov19_Nova-Yohana.pdf)

Internet / Sumber Lain

<https://inet.detik.com/cyberlife/d-4461246/riset-januari-2019-whatsapp-digilai-netizen-indonesia> Diakses pada 24 Desember 2019