

FUNGSI MEDIA SOSIAL GRUP WHATSAPP SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI GURU SEKOLAH ALAM KOMUNITAS FITRAH LEBAH

Fadel Mubarak¹, Undang Suryatna², Ali Alamsyah Kusumadinata³

¹²³Program studi Sains Komunikasi, Universitas Djuanda BogorKorespondensi
alialamsyahkusumadinata@gmail.com

ABSTRACT

This research focuses on whatsapp group social media function as teacher communication media consisting of characteristic, utilization, effectiveness of nature school teacher of bee community of nature. The research was conducted in a natural school of bee's nature community in the group of whatsapp teachers. The purpose of the research is (1) to know the characteristics of teachers as members of whatsapp group School of Nature Fitrah Lebah Community. (2) To know how to use whatsapp group as teacher communication media at Nature School of Fitrah Bee Community. (3) To know the effectiveness of whatsapp group as teacher communication media at School of nature Fitrah Lebah community. Analysis in this research using qualitative descriptive analysis, this research using phenomenology method by analyzing experience made consciously by the informant. Data were collected by direct observation, Depth interview and required documents. Qualitative descriptive data analysis to test social media function whatsapp group as communication media. The research results showed the characteristics of teachers as group members, group utilization and effectiveness whatsapp group as a communication media teacher School of Nature Fitrah Lebah Community.

Key words : *Characteristics, Utilization, Whatsapp group, Media, Community.*

1. PENDAHULUAN

Pada saat ini kita dapat dikatakan sebagai manusia yang hidup di zaman modern, hal tersebut memberikan banyak manfaat pada kehidupan kita. Perkembangan dan kemajuan zaman membuat kita lebih mudah mendapatkan sesuatu maupun mengerjakan suatu hal. Teknologi merupakan salah satu aspek yang mengalami kemajuan pesat dalam proses kemajuan dan perkembangan zaman. Sebagai contoh pada zaman sekarang seseorang dapat melakukan komunikasi dengan orang lain dari tempat dan waktu yang berbeda tanpa harus bertemu satu sama lain dengan sebuah media yang dinamakan *handphone* (telepon genggam) yang menggunakan suara sebagai salurannya.

Hal ini sebagai salah satu contoh kemajuan teknologi.

Pesan Instan (*Instant Messaging*) merupakan sebuah teknologi internet di mana para pengguna jaringan internet dapat mengirimkan pesan-pesan singkat pada saat yang bersamaan (*real time*). Istilah pesan instan ini mengacu pada teknologi yang dipopulerkan oleh *America Online* (AOL), kemudian diikuti *Yahoo!* (*Yahoo Messenger*), *Google* dan *Microsoft* (*Windows Live Messenger*). Bermula ketika orang-orang marak menggunakan teknologi secara *online* awal tahun 1990. Para pengembang peranti lunak menciptakan *software chat room*, yakni suatu grup atau perseorangan bisa mengirimkan pesan kepada

setiap orang di 'room' tersebut. Tahun 1996, pesan instan ini meledak saat diperkenalkan ICQ, sebuah pesan gratis. Namun AOL, menjadi pionir dalam komunitas online pada tahun 1997, karena AOL bisa memberikan kemampuan pengguna berkomunikasi dalam waktu yang sama. Dari sinilah semakin berkembang perusahaan-perusahaan lainnya yang menciptakan mesin pesan instan. *Mobile Chat Messenger* hampir sama seperti pesan instan, namun diaplikasikan kedalam sebuah handphone atau smartphone yang berteknologi tinggi. Ini bisa menggantikan penggunaan layanan SMS yang lebih komplis disertai dengan fitur-fitur menarik dan notifikasi. Ada banyak sekali aplikasi chat yang sangat terkenal, sebagai contoh *Blackberry Messenger*, *Whatsapp*, *Ebuddy*, *Mig33*, *Nimbuzz* dan masih banyak sekali yang tidak bisa disebutkan satu per satu.

Whatsapp mempunyai keunggulan jika dibandingkan dengan media lainnya seperti surat edaran dan SMS (*short message service*) yang hanya menggunakan tulisan tanpa menyertakan gambar dalam proses penyiarnya. *Whatsapp* menyuguhkan kita berbagai macam pilihan yang memberikan kita manfaat misalnya menelpon dan mengirim pesan gratis setiap pengirimannya tidak dikenakan pulsa berbayar langsung tetapi sudah termasuk paket kuota. *Whatsapp* juga digunakan sebagai *personal chat* ataupun grup diskusi perusahaan perusahaan, sama hal

dengan yayasan Sekolah Alam Komunitas Fitrah Lebah menggunakan *whatsapp* sebagai grup diskusi penyampaian informasi kepada guru. Penelitian terdahulu Sukrillah *et al.* (2017) memerlihatkan bahwa peran dari komunikasi *whatsapp* ditampakkan melalui fungsi menyampaikan informasi, WhatsApp Group juga berfungsi sebagai media diskusi dan mendidik, sebagai media hiburan, serta sebagai media untuk memberikan pengaruh dan pembuatan kebijakan di lingkungan kampus. Selain itu hal ini diperkuat oleh Andjani *et al.* (2018) memerlihatkan bahwa media sosial memberikan dampak multifungsi mampu meningkatkan efektifitas kerja karyawan dan kinerja perusahaan. Oleh karena itu peneliti mengambil kasus pada sekolah alam. Adapun tujuan penelitian adalah (1) Mengetahui karakteristik guru sebagai anggota grup *whatsapp* Sekolah Alam Komunitas Fitrah Lebah. (2) Mengetahui bagaimana pemanfaatan grup *whatsapp* sebagai media komunikasi guru di Sekolah Alam Komunitas Fitrah Lebah. (3) Mengetahui efektifitas grup *whatsapp* sebagai media komunikasi guru di Sekolah Alam Komunitas Fitrah Lebah.

2. METODE PENELITIAN

Pendekatan penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif, maka penelitian ini menggunakan metode fenomenologi dengan menganalisis pengalaman yang dilakukan secara sadar oleh komunikator dalam hal ini

kepala sekolah dasar alam komunitas fitrah lebah dalam menyampaikan pesan kepada anggota grup *whatsapp* yaitu guru sekolah dasar alam fitrah lebah (Mulyana 2004). Fenomenologi dalam penelitian penulis mengarah pada respon kepala sekolah dan guru-guru yang menjadi subyek dianalisis melalui wawancara mendalam, observasi langsung, dokumen. Secara umum penelitian kualitatif bertujuan untuk memahami (*understanding*) dunia makna yang disimbolkan dalam perilaku masyarakat menurut perspektif masyarakat itu sendiri (Suprayogo dan Tobroni 2001). Penetapan informan ini dilakukan dengan mengambil orang yang telah terpilih betul oleh peneliti menurut ciri-ciri spesifik yang dimiliki oleh responden dan dilakukan penggalan data melalui wawancara, observasi langsung dan dokumen. Penelitian ini dilakukan di Sekolah Alam Komunitas Fitrah Lebah, Gunung Putri, Bojong Nangka, Bogor, Jawa Barat. Analisa dilakukan secara bertahap (1) pengumpulan data, (2) Analisa data dengan membandingkan data dan teori, (3) verifikasi dan simpulan.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Sekolah Alam Komunitas Fitrah Lebah didirikan pada tanggal 6 Maret 2006 oleh ketua yayasan saat ini Budi Santoso S.S bersama dengan istri. Ketika berdiri, nama sekolah ini adalah Lebah Kecil *Preschool* dan hanya membuka satu unit pendidikan jenjang

kelompok bermain. Pada mulanya, Sekolah Alam Komunitas Fitrah Lebah menempati bangunan sewaan di Perumahan Griya Bukit Jaya Blok J6 No. 01. Sejak bulan Februari 2007 Sekolah Alam Komunitas Fitrah Lebah menempati lokasi baru hingga sekarang, yaitu di Blok J6 No. 05-07.

Adapun latar belakang didirikannya Sekolah Alam Komunitas Fitrah Lebah adalah keprihatinan akan tiadanya lembaga pendidikan yang menggunakan pendekatan yang sesuai dengan tahapan perkembangan psikologi. Oleh karena itu, hingga saat ini Sekolah Alam Komunitas Fitrah Lebah berkonsentrasi pada pendidikan untuk anak usia dini Kelompok Usia 2-4 tahun (Play Group), dan 4-6 tahun (Taman Kanak-Kanak). Anggota grup yang bertanya didalam grup seputar pengasuhan anak akan dijawab oleh anggota grup lainnya menjadikannya lebih mudah dan diketahui anggota grup lain dalam proses *edukasi* mengenai pengasuhan murid; (2) *Afektif* berkaitan dengan emosi sikap penilaian seseorang terhadap sesuatu, anggota grup merasa mudah dalam mengunduh informasi terkait sekolah dan terlepas dari ruang dan waktu; (3) *Konatif psikomotorik* berhubungan dengan perilaku nyata meliputi tindakan atau kebiasaan anggota grup bisa langsung ambil keputusan cepat terkait informasi dari pihak sekolah menjadikan anggota grup tak perlu menunggu lama untuk membuat tindak lanjut dari informasi yang diterimanya. karena usia

anggota grup beragam, anggota grup yang lebih senior sering merasa tidak dihargai atau kurang sopan dan beradab dari anggota grup yang masih muda, anggota grup yang masih muda pun sedikit canggung jika dalam konteks bercandaan atau *jokes* dengan guru yang lebih tua.

Respon negatif dari pesan yang sampai didalam grup terkadang keluar dari fungsi grup tersebut yakni sebagai ajang jualan produk pribadi maupun kelompok diluar dari keanggotaan sedangkan grup sendiri dibentuk guna mempermudah proses penyampaian komunikasi antara guru dan sekolah maupun guru dengan rekanan, hal ini beberapa kali terjadi seperti mengiklankan produk herbal produk investasi dibidang waralaba dan iklan casting *entertainment*. *Relationship* merupakan sebuah *personal branding* yang baik akan mampu menciptakan suatu relasi yang baik dengan *klien*, semakin banyak atribut-atribut yang dapat diterima oleh *klien* dan semakin tingginya tingkat kekuasaan seseorang, menunjukkan semakin baiknya tingkat relasi yang ada pada *personal branding* tersebut. Contoh di dalam grup konektivitas antar guru dengan fasilitator, kepala sekolah dan koneksi kepala sekolah dengan pihak lain. Seperti kepala sekolah memberi kontak nomor pembicara kepada guru atau pelatih panahan untuk guru.

4. PENUTUP

Kesimpulan

1. Karakteristik guru sebagai anggota grup *whatsapp* terbagi atas dua yaitu anggota aktif dan anggota pasif.
2. Pemanfaatan grup *whatsapp* sebagai media komunikasi guru dilaksanakan dalam tiga bentuk yaitu *personal branding*, *personal marketing*, dan *entertaining* digunakan oleh guru.
3. Efektifitas grup dapat dilihat dari jumlah respon yang muncul dalam bertukar informasi mengenai informasi akademik, pengasuhan, rencana proses pembelajaran serta memberikan manfaat efisiensi waktu dan jarak.

Saran

Penulis menyarankan kepada pihak sekolah khusus anggota grup *whatsapp* lebih membatasi informasi yang tidak jelas asal usul nya sebaiknya agar dihindari. Selanjutnya penelitian lanjutan agar fungsi media sosial grup sekolah dibatasi dengan pesan yang dibagikan di dalam grup yang sifatnya *edukasi* dan pola pengasuhan anak saja.

Kemampuan menggunakan atribut-atribut secara bebas yang menunjukkan kemampuan anda dalam mengatur harapan-harapan yang ingin orang lain terima dalam pertemuannya dengan anda (Mobray 2009). Montoya dan Vandehey (2008) menjelaskan bahwa membangun *personal branding* diperlukan elemenelemen utama, terdiri dari saling terintegrasi dan dibangun bersamaan.

Personal branding dapat dicirikan dari *you, promise, relationship*.

5. DAFTAR PUSTAKA

- Andjani A, Ratnamulyani IA, Kusumadinata AA. 2018. Penggunaan Media Komunikasi *Whatsapp* terhadap Efektivitas Kinerja Karyawan. *Jurnal Komunikatio*. 4 (1) : 41-50.
- Suprayogo I, Tobroni. 2001. *Metode Penelitian Sosial Agama*. Bandung (ID): Remaja Rosdakarya
- Kotler P, Armstrong G. 2004. *Dasar-Dasar Pemasaran* Edisi kesembilan, 1st, dialih bahasakan oleh Sindoro A. Jakarta (ID): Indeks
- Mulyana D. 2004. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung (ID): PT Remaja Rosdakarya.
- Mobray K. 2009. *The 10Ks of Personal Branding: Create a Better You (paperback)*. New York (US): Universe.
- Montoya P, Vandehey. 2008. *The Brand Called You: Make Your Business Stand Out in a Crowded marketplace (paperback)*. New York (US): McGraw-Hill.
- Schrum. 2004. *The Psychology of entertainment: concepts & application*. London (UK): LEA Publisher.
- Sukrillah A, Ratnamulyani IA, Kusumadinata AA. 2017. Pemanfaatan Media Sosial Melalui *Whatsapp Group* Fei Sebagai Sarana Komunikasi. *Jurnal Komunikatio*. 3(2): 95-104.
- Suyanto, Hisyam D. 2000. *Refleksi dan Reformasi Pendidikan di Indonesia Memasuki Milenium III*. Yogyakarta (ID): Adicita