

PENGARUH KOHESI SOSIAL DALAM INTERAKSI KOMUNIKASI MELALUI WHATSAPP

Ivanina Zuhdi Pane, Muhammad Ruslan Ramli, Nadila Saleh
Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Esa Unggul
Jalan Arjuna Utara No 9 Kebon Jeruk Jakarta 11510
ivanina.zuhdi@esaunggul.ac.id

Abstract

This study aims to examine the strength of influence of social cohesion using a social media application (Whatsapp) on the unity among Taici community members in West Jakarta. The data of this study were collected from the results of questionnaires of 30 Taici community members regarding their activities, interest, attitude, and opinion toward their Taici sport membership using Whatsapp application as platform of their communication. The results of data processing using SPSS states that the variables which are social cohesion factors (ranging from age, interest, opinion, Whatsapp use) have significantly correlated toward promoting unity among Taici community members. Meanwhile, the dimension that support the influence is mainly come from their interest in business, shopping, sosial, beside sport activities. With regard to Whatsapp application that they use, the result of this study indicates that Whatsapp is very supporting in all members' communication. Also, the ability of Whatsapp's features to communicate problems, find solution to problems and conflict,s is also regarded as significant to promote unity.

Keywords: Social cohesion, promote unity, social media

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menguji kekuatan pengaruh kohesi sosial dengan menggunakan aplikasi media sosial (Whatsapp) terhadap persatuan di antara anggota komunitas Taici di Jakarta Barat. Data penelitian ini dikumpulkan dari hasil angket 30 anggota komunitas Taici mengenai aktivitas, minat, sikap, dan pendapat mereka terhadap keanggotaan olahraga Taici mereka menggunakan aplikasi Whatsapp sebagai platform komunikasi mereka. Hasil pengolahan data menggunakan SPSS menyatakan bahwa variabel-variabel yang merupakan faktor kohesi sosial (mulai dari umur, minat, pendapat, penggunaan Whatsapp) memiliki hubungan yang signifikan terhadap peningkatan persatuan di antara anggota komunitas Taici. Sedangkan dimensi yang mendukung pengaruh tersebut terutama berasal dari minat mereka terhadap bisnis, belanja, sosial, selain kegiatan olahraga. Berkenaan dengan aplikasi Whatsapp yang mereka gunakan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa Whatsapp sangat mendukung dalam komunikasi semua anggota. Selain itu, kemampuan fitur Whatsapp untuk mengomunikasikan masalah, menemukan solusi untuk masalah dan konflik, juga dianggap penting untuk mempromosikan persatuan.

Kata kunci: Kohesi sosial, promosikan persatuan, media sosial

Pendahuluan

Akhir-akhir ini masyarakat sering melihat dan mendengar berbagai bentuk kegiatan yang dikelola melalui media yang dikelola berdasarkan pertemanan atau lebih dikenal dengan media sosial (medsos).

Sebut saja kegiatan bersepeda, kegiatan yoga, nonton bareng, wisata ke berbagai tempat, wirausaha sampai kegiatan sosial seperti donasi korban banjir, korban terpapar Covid-19 dan sebagainya, semuanya tampil melalui medsos.

Meskipun setiap kegiatan yang digelar tersebut tidak selalu diakhiri dengan pertemuan tatap muka antar anggota, namun kegiatan yang dikelola dapat berlangsung terus bahkan di dalam kondisi pandemi seperti saat ini. Dinamika aktivitas itu tidak jarang diwarnai hubungan yang naik-turun sesama anggota, termasuk konflik. Selain itu, komunikasi yang dijalin para anggotanya juga dapat memunculkan isu atau berita yang sedang hangat diperbincangkan.

Medsos memberi ruang bagi tiap individu di dalam jaringan pertemanan tersebut untuk memberikan ekspresi dan pendapatnya di dalam media tersebut baik secara langsung di media yang sama maupun meluas ke media lain. Ekspresi mendukung atau menolak terhadap suatu isu dapat diluapkan ke medsos yang bersifat personal seperti *Twitter*, *Whatsapp*, *Snapchat*, *Instagram* maupun *Facebook*.

Whatsapp termasuk medsos yang lebih personal dimana anggotanya adalah orang-orang yang sudah saling mengenal satu sama lain, berasal dari suatu lokasi yang sama atau memiliki minat ataupun kepentingan yang sama. Romli (2018, 108) menyatakan medsos adalah media online tempat pengguna bisa ikut berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isu yang terdiri atas blog, jejaring, wiki, forum, dan dunia virtual.

Arsyad (2020) menyebutkan ada lima alasan majunya media baru yaitu kecepatan, kebebasan, keterlibatan dan interkoneksi, konten yang dinamis, serta kemandirian dan otonomi. Perubahan ini yang membuat koevolusi terjadi sejak era cetak sampai era baru yang disebut internet.

Frekuensi mengakses berita di media *mainstream* dan media sosial dapat berbeda-beda bagi tiap individu namun setidaknya data yang bersumber dari We Are Sosial, tim redaksi pada 6 Maret 2019

menunjukkan bahwa *Youtube* (88%) adalah medsos nomor satu di Indonesia yang paling sering diakses. Dibanding media konvensional, medsos jauh lebih kencang. Straubhar dan La Rose dalam Ardianto et al (2017) mengatakan setiap pekan dua dari tiga pengguna internet mengakses situs untuk mendapatkan berita terbaru.

Menurut survei, setiap pengguna rata-rata memiliki 11 akun medsos, dengan lama berselancar sekitar 3 jam 26 menit per hari. Urutan selanjutnya diduduki oleh *Whatsapp* dengan frekuensi diakses sebesar 83% oleh total pengguna medsos. Proporsi ini sedikit turun pada *Whatsapp* karena di tahun sebelumnya (2018) *Whatsapp* diakses oleh 40%.

Selengkapnya platform medsos teraktif diakses di Indonesia tahun 2018 dan 2019:

Media Sosial (2018)	%	Media Sosial (2019)	%
<i>Youtube</i>	88%	<i>Youtube</i>	43%
<i>Whatsapp</i>	83%	<i>Whatsapp</i>	40%
<i>Facebook</i>	81%	<i>Facebook</i>	41%
<i>Instagram</i>	80%	<i>Instagram</i>	38%
<i>Line</i>	59%	<i>Line</i>	33%
<i>Twitter</i>	52%	<i>Twitter</i>	27%
<i>Facebook</i>	47%	<i>Facebook</i>	24%
<i>Messenger</i>		<i>Messenger</i>	
<i>Blackberry</i>	38%	<i>Blackberry</i>	28%
<i>Messenger (BBM)</i>		<i>Messenger (BBM)</i>	
<i>LinkedIn</i>	33%	<i>LinkedIn</i>	16%
<i>Pinterest</i>	29%	<i>Skype</i>	15%
		<i>WeChat</i>	14%

Penduduk pengguna medsos	150 juta
Pengguna berusia 18-34 tahun	66%
Paling banyak dicari di Youtube sebagai entri	lagu
Pengguna medsos laki-laki	55,5%
Rata-rata waktu beraktifitas medsos setiap hari	3 jam 26 menit
Medsos pertumbuhan pengguna paling pesat adalah LinkedIn	9,1% (quarter to quarter)

terhadap PDB (Produk Domestik Bruto). Sedangkan bidang UMKM yang paling banyak dilakukan berturut-turut adalah:

Bidang Usaha UMKM	Persentase perempuan yang menjadi pelaku usaha
Kuliner	41,69%
Fesyen	18,15%
Kriya	15,70%

Tabel 4: Bidang Usaha UKM dengan Pelaku Usaha Perempuan Terbanyak
Sumber: <https://kumparan.com>

Data tersebut dapat dibandingkan dengan data pengguna medsos pada tahun sebelumnya yaitu 2018 dimana jumlah pengguna medsos 130 juta orang dengan rata-rata berselancar per hari di medsos selama 3 jam 23 menit. Menurut data dan fakta yang terangkum dalam laporan yang berjudul '*Essential Insight Into Internet, Sosial Media, Mobile, and Ecommerce Use Around the World*' yang dirilis berdasarkan data pada Januari 2018

Penelitian ini akan lebih memfokuskan medsos yang sering digunakan yaitu *Whatsapp*. Baik sebelum maupun saat ini dimana tengah terjadi pandemi Covid19 medsos tidak hanya digunakan untuk mencari informasi, berita, edukasi maupun hiburan, namun dalam situasi yang lebih pribadi, medsos digunakan untuk membangun kegiatan kelompok atau komunitas sesuai kepentingan anggotanya.

Anggota komunitas Taici Taman Kedoya Baru Sebagian besar adalah perempuan dan hampir sebagian besar mempunyai usaha baik dalam skala kecil atau menengah. Data di bawah ini memberikan gambaran bahwa kegiatan ekonomi melalui UMKM yang dijalankan oleh perempuan sudah meningkat. Menurut data Bank Indonesia, IFC dan USaid, dan BRI seperti tercantum dalam media online Kumparan.com (15 Maret 2019) tercatat bahwa melalui UMKM perempuan berkontribusi sebanyak 60%

Selain itu data Bank Indonesia menunjukkan bahwa total Usaha Mikro Kecil dan Menengah di tahun 2018 mencapai 57,83 juta dengan lebih dari 60% dikelola oleh perempuan, dimana jumlah pelaku UMKM perempuan di Indonesia mencapai 37 juta.

Adapun permasalahan penelitian ini terkait faktor-faktor yang membentuk kohesi sosial dapat membantu menyatukan anggota komunitas serta komunikasi antar anggota kelompok yang berinteraksi melalui pemanfaatan *Whatsapp* dapat memberi solusi atas masalah yang terjadi. Sedangkan tujuan penelitiannya untuk menemukan jawaban atas faktor-faktor yang membentuk yang dapat membantu menyatukan anggota komunitas serta mengetahui komunikasi antar anggota kelompok yang berinteraksi melalui pemanfaatan *Whatsapp* dapat memberi solusi atas masalah yang terjadi

Penelitian sosial serupa antara lain dilakukan oleh Zulaikha (2019) yang membahas tentang peran komunitas maya dalam memotivasi ibu-ibu untuk berwirausaha. Kajian ini menggunakan pendekatan kuantitatif-deskriptif yang mengambil *facebook* khususnya grup Langsungenak sebagai bagian dari media sosial yang dipakai oleh ibu-ibu untuk berinteraksi. Secara online pada periode Desember 2018, peneliti menyebarkan

kuesioner kepada anggota Langsunenak dengan hasil 5.300 anggota yang mengisi dan mengembalikan kuesioner ke peneliti. Selanjutnya data diolah dan diperoleh angka-angka yang akan disajikan dalam tulisan ini. Selain itu, peneliti mewawancarai founder Langsunenak, Nina Yusab dan beberapa anggota Langsunenak.

Hasilnya sebanyak 69,6% responden Langsunenak yang termotivasi untuk membuka usaha kuliner diberikan oleh anggota yang belum mempunyai atau belum memulai usaha kuliner. Kemudian 20,2% atau 1.051 di antaranya yang mengatakan bahwa mereka sangat bersemangat untuk mengembangkan usaha kuliner. Lalu anggota grup juga memperoleh tambahan penghasilan. Ada 79% yang memperoleh di bawah Rp 2 juta per bulan, kemudian 17% mendapat tambahan Rp2-5 juta per bulan.

Kesimpulan penelitian ini adalah bergabung dengan komunitas maya (media sosial) sangat bermanfaat bagi anggota apabila memiliki komitmen yang tinggi untuk menerima pengetahuan. Informasi yang diperoleh dalam diskusi-diskusi dengan komunitas maya dapat memperluas pengetahuan dan menambah relasi emosional dengan anggota komunitas lain. Berikutnya Trisnani (2017) mengkaji tentang pemanfaatan *Whatsapp* sebagai media komunikasi dan kepuasan dalam penyampaian pesan bagi tokoh masyarakat. Penelitian ini mempertanyakan sejauh mana penggunaan *Whatsapp* sebagai media komunikasi dan kepuasan dalam penyampaian bagi tokoh masyarakat. Sementara tujuan penelitiannya adalah untuk mendapatkan data dan informasi tentang penggunaan *Whatsapp* sebagai media komunikasi dan kepuasan dalam penyampaian pesan kepada khalayak.

Kajian ini menggunakan metode survei yang fokus pada penggunaan TIK

oleh rumah tangga dan individu. Dengan bekal kuesioner, rumah tangga dan individu didatangi langsung untuk wawancara tatap muka. Wawancara langsung ini dilakukan sebagai pendekatan pribadi guna melihat umpan balik responden, terutama tingkat kejujuran responden guna mengurangi bias respon. Di samping itu, kuesioner disebar, data primer di lapangan juga dikumpulkan dalam bentuk wawancara mendalam dengan kepala desa, guru, pemuka agama, ketua perkumpulan nelayan, petani dan pemuda karang taruna. Hasilnya, beberapa media sosial yang sering diakses yaitu *facebook, instagram, google+, linkedIn, twitter, path* dengan lama akses rata-rata 1-3 jam/hari. Di antara media sosial itu, *Whatsapp* yang paling dominan digunakan oleh tokoh masyarakat untuk berkomunikasi dalam menyampaikan pesan kepada sasarannya. Alasannya informasi yang disampaikan dalam pesan WA lebih efektif dan ada kepuasan tersendiri karena menggunakan teknologi informasi lebih cepat diterima oleh sasaran. Namun selain media sosial, komunikasi tatap muka juga masih sering dilakukan.

Dari sisi teori, ada beberapa yang terkait seperti model sirkuler. Ia adalah salah satu model proses komunikasi yang digambarkan oleh Osgood dan Schramm. Model ini banyak diberlakukan dalam bentuk komunikasi antar pribadi. Pelaku komunikasi masing-masing secara bergantian akan bertindak sebagai komunikator atau sumber pesan dan juga sebagai komunikan atau penerima pesan. Hal mendasar dalam model ini adalah dalam setiap proses komunikasi harus ada *feedback* atau umpan balik, sehingga proses komunikasi yang berlangsung dapat menjadi dua arah hingga mendapat kesepakatan bersama.

Setidaknya ada dua proses penting didalam model komunikasi sirkuler yang

juga membedakan dari model komunikasi linear. Proses pertama adalah ketika komunikator atau sumber pesan akan menyampaikan pesannya melalui suatu saluran komunikasi tertentu, agar pesannya tersampaikan kepada komunikan, baik melalui saluran komunikasi langsung yaitu tatap muka maupun dengan bantuan media seperti telepon, surat, dan sebagainya.

Proses kedua adalah setelah komunikan atau penerima pesan mendapatkan pesannya maka seharusnya dapat mengartikan maupun menginterpretasikan pesan yang telah diterimanya. Kemudian komunikan akan memberikan respon atau reaksi terhadap pesan tersebut, lebih jauh dapat memberi topik lanjutan sehingga komunikan akan berubah menjadi komunikator dan menyampaikan pesan kepada komunikator yang kemudian berubah menjadi komunikan.

Kedua proses tersebut akan terus berlangsung dan bergantian satu sama lain sehingga membentuk suatu pola sirkuler yang kemudian di sebut sebagai suatu model komunikasi sirkuler. Proses tersebut akan terus berlangsung selama *feedback* masih ada dan mencapai kesepakatan bersama sehingga tercapailah komunikasi yang efektif. Dalam penelitian ini media yang digunakan untuk memfasilitasi proses tersebut adalah telepon pintar (*smartphone*) yang dilengkapi perangkat aplikasi *Whatsapp*.

Thompson dalam Holmes (2012, 288-289) membagi tiga interaksi yaitu face to face yaitu kehadiran secara bersama antara satu dan lainnya, interaksi termediasi yaitu memakai alat teknis seperti menulis, menelepon, dan spesifisitas interpersonal kuasi interaksi termediasi yaitu menggunakan media)

Model Schramm tidak membedakan antara fungsi pada komunikator dan komunikan. Pendekatan dengan model sirkuler ini

berbeda dengan model komunikasi linier yang tradisional, yang secara jelas memisahkan peran pengirim dan penerima. Sebaliknya, di model sirkuler pengirim dan penerima dapat bergantian memainkan peran.

Dalam jurnal Rahardjo, Qomariyah, Andriani, Hermita, dan Zanah dari Fakultas Psikologi Universitas Gunadarma Depok, Jurnal Psikologi Sosial 2020, menunjukkan salah satunya: Mencoloknya pemenuhan kebutuhan akan kedekatan dengan orang lain dalam penggunaan media sosial juga ditegaskan oleh beberapa studi lain. Temuan Jiang dan de Bruijn (2013) misalnya mendemonstrasikan bahwa media sosial mengakomodasi individu untuk berkumpul dan membentuk komunitas virtual dengan anggota yang beragam latar belakang. Komunitas virtual ini juga membantu individu mengembangkan jejaring kerja yang luas untuk banyak kepentingan individu itu sendiri. Studi lain milik Kim, Shim, dan Ahn (2011) menyebutkan bahwa komunitas virtual ini bahkan bukan hanya memberikan kesempatan memperluas jejaring kerja, namun juga menyediakan ruang untuk unculnya relasi romantis dan persahabatan yang dalam antar anggotanya.

Selain itu, teori pendukung lain adalah modal sosial. Nan Lin (2002) menyatakan pentingnya menggunakan koneksi sosial dan hubungan-hubungan sosial dalam mencapai berbagai tujuan. Modal sosial, atau sumber-sumber yang dapat diakses melalui koneksi-koneksi dan hubungan-hubungan tersebut, adalah kritikal (di antara modal sosial, atau apa yang seorang atau organisasi sebenarnya miliki). Nan Lin memperkenalkan teori yang menekankan argumentasinya dan memperlihatkan mengapa saat ini siapa yang anda ketahui, sebagaimana apa yang anda ketahui membuat perbedaan dalam hidup dan masyarakat.

Penjelasan Nan Lin tersebut memberi dukungan terhadap apa yang dilakukan oleh anggota komunitas yang memanfaatkan medsos *Whatsapp* untuk menciptakan koneksi dan hubungan transaksional seperti bisnis dengan anggota lain di dalam suatu grup yang sama.

Instagram, Whatsapp, sebagaimana dijelaskan pada tulisan tentang Adiksi Sosial Media pada Jurnal Psikologi Sosial (vol 13), muncul sebagai kebutuhan untuk merasa mampu menampilkan performansi yang baik dan juga kebutuhan untuk dihargai oleh orang lain. Sedangkan menurut Forsyth (2010) secara etimologi kohesi merupakan kemampuan suatu kelompok masyarakat tertentu untuk bersatu. Kelompok tersebut dapat terbentuk dari berbagai faktor antara lain adanya kekompakan kelompok yang muncul ketika terciptanya ikatan liniasi tertentu yang menghubungkan anggota satu kelompok sosial satu sama lain dan dengan kelompok-kelompok sosial lainnya

secara keseluruhan. Kohesi adalah proses sosial dalam multisisi karena melibatkan berbagai jenis kelompok sosial satu sama lain dengan perbedaan baik karakteristik, motif dan tujuan. Namun pada dasarnya pembentuk kohesi sosial dapat disimpulkan terbentuk dari empat komponen utama: (1) Interaksi sosial. (2) Hubungan liniasi: tugas, motif, persepsi, preferensi yang sama. (3) Persatuan yang dirasakan karena adanya kebutuhan dan keamanan dan (4) Keterikatan Emosi

Sebagai pembanding, menurut Emile Durkhiem (1975) Kohesi sosial merupakan hasil dari hubungan individu dan Lembaga. Namun yang akan dikaji dalam riset ini lebih kepada pendapat Forsyth terutama pada hubungan liniasi (tugas, motif, persepsi, preferensi yang sama) dan persatuan yang dirasakan karena adanya kebutuhan dan keamanan.

Dalam penelitian ini faktor-faktor yang menjadi indikator kohesi sosial yang akan diukur:

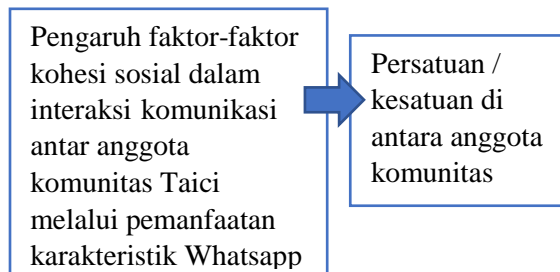
Tabel 6

Variabel Penelitian, Indikator serta Dimensi (Skala Pengukurannya)

Variabel Penelitian	Indikator	Dimensi (Skala Pengukuran)
X1 Pendapat terhadap <i>Whatsapp</i> sebagai aplikasi teknologi untuk berkomunikasi	X1 - Pemanfaatan WA sebagai forum komunikasi untuk bertukar pesan dan lainnya - Kemampuan fitur WA akan dapat membantu mencari solusi bagi permasalahan	Ordinal
X2 Orientasi terhadap tugas anggota komunitas dalam rangka menyelenggarakan suatu kegiatan	X2 - Tujuan bergabung di komunitas Taici - Alasan bergabung di komunitas Taici	Nominal
X3 Interaksi sosial antar anggota dengan pemanfaatan <i>Whatsapp</i>	X3 - Ikatan dari hubungan pertemanan yang harmonis dengan memperbaiki kesalahan komunikasi - Isi pembicaraan di grup komunitas Taici di <i>Whatsapp</i>	Nominal dan Ordinal
X4 Sikap, minat atau preferensi anggota yang bersumber dari pemenuhan kebutuhan Y	X4 - Kegiatan olahraga, berbelanja, berbisnis, sosial	Ordinal
	Y - Kemampuan WA menguraikan /	

Variabel Penelitian	Indikator	Dimensi (Skala Pengukuran)
	menyelesaikan masalah dan memperkuat / mempersatukan anggota	

Kerangka Pemikiran



Sebagai hipotesa yang akan diuji yaitu berkaitan dengan faktor-faktor kohesi sosial dan yang berkaitan dengan penggunaan *Whatsapp* ada delapan:

1) Uji terhadap variabel X1 dengan variabel Y:

H0 1: Tidak terdapat hubungan antara pemanfaatan fitur *Whatsapp* dalam menyelesaikan masalah dengan kemampuan fitur *Whatsapp* untuk menyelesaikan masalah dan memperkuat persatuan anggota komunitas

Ha 1: Terdapat hubungan antara pemanfaatan fitur *Whatsapp* dalam menyelesaikan masalah dengan pemanfaatan fitur *Whatsapp* untuk menyelesaikan masalah dan memperkuat persatuan anggota komunitas

2) Uji terhadap variabel X2 dengan variabel Y:

H0 2-1: Tidak terdapat hubungan antara tujuan bergabung dengan komunitas Taici dengan pemanfaatan fitur *Whatsapp* untuk menyelesaikan masalah dan memperkuat persatuan.

Ha 2-1: Terdapat hubungan antara tujuan bergabung dengan komunitas Taici dengan pemanfaatan fitur *Whatsapp* untuk

menyelesaikan masalah dan memperkuat persatuan.

H0 2-2: Tidak terdapat hubungan antara alasan bergabung dengan komunitas Taici dengan pemanfaatan fitur *Whatsapp* untuk menyelesaikan masalah dan memperkuat persatuan.

Ha 2-2: Terdapat hubungan antara alasan bergabung dengan komunitas Taici dengan pemanfaatan fitur *Whatsapp* untuk menyelesaikan masalah dan memperkuat persatuan.

3) Uji terhadap variabel X3 dengan variabel Y

H0 3: Tidak terdapat hubungan antara ikatan yang harmonis melalui upaya memperbaiki kesalahan komunikasi, dengan pemanfaatan fitur *Whatsapp* untuk menyelesaikan masalah dan memperkuat persatuan anggota komunitas

Ha 3: Terdapat hubungan antara ikatan yang harmonis melalui upaya memperbaiki kesalahan komunikasi dengan pemanfaatan fitur *Whatsapp* untuk menyelesaikan masalah dan memperkuat persatuan anggota komunitas

4) Uji terhadap variabel X4 dengan variabel Y:

H0 4: Tidak terdapat hubungan antara minat terhadap kegiatan tambahan berdagang, berbelanja, dan sosial dengan pemanfaatan fitur *Whatsapp* untuk menyelesaikan masalah dan memperkuat persatuan anggota komunitas

Ha 4: Minat terhadap kegiatan tambahan berdagang, berbelanja, dan sosial berhubungan dengan pemanfaatan fitur *Whatsapp* untuk menyelesaikan masalah

dan memperkuat persatuan anggota komunitas

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan kuesioner secara *online* dan berisi pertanyaan terstruktur dan beberapa pertanyaan terbuka. Populasinya adalah warga pengguna *Whatsapp* di Taman Kedoya Baru Residence, Kelurahan Kedoya Selatan, Kecamatan Kebon Jeruk, Jakarta Barat. Penarikan sampel dilakukan secara *non-probabilita* dan *purposive* disebabkan karena yang mengikuti kegiatan dalam komunitas Taici Taman Kedoya Baru hanya sebagian saja dari populasi. Kegiatan olahraga senam Taici itu sendiri dilakukan seminggu 3x di lokasi Ruang Publik Terbuka Ramah Anak (RPTRA) Pendawa di dalam kompleks tersebut. Dengan teknik Slovin, jumlah sampel (n) adalah 30 dari 44 orang populasi. Hasil uji yang digunakan adalah rho Spearman untuk variabel-variabel berskala ordinal dan Chi-Square untuk variabel-variabel berskala nominal dengan waktu pengumpulan data pada awal Maret – awal Mei 2021

Sedangkan pendekatan kualitatif dilakukan dengan wawancara mendalam kepada informan terkait. Key informan dan informan anggota komunitas Taici Taman Kedoya Baru

Residence yang diwawancarai pada 4 Mei 2021 melalui aplikasi Google Meet. Desain penelitian dengan menggunakan metode survei. Instrumen penelitian menggunakan kuesioner yang sebagian besar (2/3 dari sampel) masih berupa kuesioner kertas lembaran (manual), dan 1/3 lainnya sudah melalui *Google.Form*. Banyaknya penggunaan kuesioner kertas (manual) disebabkan karena usia responden lansia, terbanyak 67-75 tahun (16 orang atau lebih dari 50% sampel) dimana mereka belum terbiasa menjawab pertanyaan secara digital yang menggunakan aplikasi *Google.Form*.

Teknik analisis data menggunakan Uji Korelasi Peringkat rho Spearman yang bertujuan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan signifikan dua atau lebih variabel berskala ordinal. Sedangkan Uji Chi Square digunakan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan signifikan antara variabel berskala ordinal dan variabel berskala nominal.

Hasil Dan Pembahasan

Adapun hasilnya adalah beberapa variabel yang diambil dalam penelitian ini setelah diuji rho Spearman, menunjukkan adanya saling berhubungan yang signifikan

			Pemanfaatan fitur Whatsapp menyelesaikan masalah dan konflik	Minat terhadap kegiatan tambahan berdagang, berbelanja, dan sosial	Kemampuan Fitur Whatsapp untuk membantu menyelesaikan masalah dan memperkuat
Spearman's rho	Pemanfaatan fitur Whatsapp menyelesaikan masalah dan konflik	Correlation Coefficient	1.000	.501**	.594**
		Sig. (2-tailed)	.	.005	.001
		N	30	30	30
	Minat terhadap kegiatan tambahan berdagang, berbelanja, dan sosial	Correlation Coefficient	-.501**	1.000	.698**
		Sig. (2-tailed)	.005	.	.000
		N	30	30	30
	Whatsapp dapat membantu menyelesaikan masalah dan memperkuat persatuan	Correlation Coefficient	.594**	.698**	1.000
		Sig. (2-tailed)	.001	.000	.
		N	30	30	30

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

Terdapat hubungan yang signifikan antara variabel pemanfaatan fitur *Whatsapp* untuk menyelesaikan masalah dan konflik dengan kemampuan fitur *Whatsapp* untuk menyelesaikan masalah dan memperkuat persatuan. Nilai signifikansi hubungan kedua variabel ini = 0,001 yang adalah <0,05, berarti hubungan ini signifikan. Demikian, terjadi hubungan yang juga signifikan antara variabel Minat terhadap Kegiatan Tambahan Seperti Berdagang, Berbelanja dan Sosial dengan Pemanfaatan Kemampuan Fitur *Whatsapp* Membantu Menyelesaikan Masalah dan Memperkuat Persatuan, nilai signifikansi 0,000 (<0,05). Temuan lain dihasilkan dari beberapa hubungan antara variabel berskala nominal dan ordinal yaitu terdapat hubungan yang tidak signifikan antara variabel berskala nominal yaitu upaya memperbaiki kesalahan komunikasi di

Whatsapp dan variabel berskala ordinal yaitu pemanfaatan kemampuan *Whatsapp* untuk menyelesaikan masalah dan mempersatukan anggota. Nilai *Likelihood Ratio* = 0,255 (>0,05).

Mereka yang bersedia untuk Segera Memberitahu jika terjadi kesalahan dalam komunikasi berpendapat bahwa *Whatsapp* Sangat Dapat Membantu menyelesaikan masalah dan mempersatukan dimana pendapat ini diungkapkan oleh 13 responden (92,8%) dari seluruh yang menyatakan Sangat Dapat Membantu. Tidak satupun responden yang menjawab bahwa *Whatsapp* Sangat Tidak Dapat Membantu menyelesaikan masalah dan mempersatukan anggota.

Upaya perbaikan jika ada kesalahan komunikasi* Kemampuan Fitur *Whatsapp* Untuk Menyelesaikan Masalah dan Memperkuat Persatuan

Chi-Square Tests			
	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	32.404a	15	.006
Likelihood Ratio	18.154	15	.255
N of Valid Cases	30		

a. 21 cells (87,5%) have expected count less than 5. The minimum expected count is ,03.

Tujuan dan alasan utama ikut grup *Whatsapp* vs Kemampuan Fitur *Whatsapp* Untuk Menyelesaikan Masalah dan Memperkuat Persatuan

		Whatsapp dapat membantu menyelesaikan masalah dan memperkuat persatuan		Total	
		Pesimis, tidak dapat/ragu dapat membantu	Optimis, dapat/sangat dapat membantu		
Tujuan utama ikut kegiatan di komunitas Taichi	Berkomunikasi, berbisnis dan berdagang	Count	4	22	26
		% within WA dapat membantu menyelesaikan masalah dan memperkuat persatuan	100%	84.6%	86.7%
	Mengetahui kabar tentang kegiatan komunitas dan kabar umum dari kerabat, tetangga ttg berita di medsos	Count	0	4	4
		% within WA dapat membantu menyelesaikan masalah dan memperkuat persatuan	0%	15.4%	13.3%
Total		Count	4	26	30
		% within WA dapat membantu menyelesaikan masalah dan memperkuat persatuan	100%	100%	100%



Chi Square Tests								
Tujuan	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)	Exact Sign – (2 sided)	Alasan	Value	df	Asymptotic Significance (2-sided)
Pearson Chi-Square	0.710a	1	0.399		Pearson Chi-Square	1.195a	2	0.550
Likelihood ratio	1.236	1	0.266		Likelihood ratio	1.343	2	0.551
Fisher's exact test				1.000	N of valid cases	30		0.488
N of valid cases	30							

Chi-Square Tests

Baik tujuan maupun alasan tidak berhubungan signifikan dengan Kemampuan Fitur *Whatsapp* Untuk Menyelesaikan Masalah dan Memperkuat Persatuan. Untuk tujuan, Fisher's Exact test yang digunakan pada tabel silang 2x2 menunjukkan hasil 1.000 dan untuk alasan, *Likelihood Ratio* menunjukkan hasil 0,511. Keduanya menunjukkan hasil yang tidak signifikan karena lebih besar dari 0,05.

Terkait faktor-faktor yang membentuk kohesi sosial dapat membantu menyatukan anggota komunitas, dapat dikemukakan kembali pada pendapat Forsyth (2010) yang menyatakan faktor pembentuk kohesi sosial dalam penelitian ini yang diambil adalah hubungan liniasi (tugas, motif, persepsi, preferensi yang sama) dan persatuan yang dirasakan karena adanya kebutuhan dan keamanan. Hasil untuk uji hubungan ini terlihat pada Uji Hipotesis Ha 2 (Ha 2-1 dan Ha2-2) serta Ha 4.

Begitu juga dengan komunikasi antar anggota kelompok yang berinteraksi melalui pemanfaatan *Whatsapp* dapat memberi solusi atas masalah yang terjadi. Dijelaskan bahwa melalui pemanfaatan *Whatsapp* komunikasi antara anggota kelompok sangat dapat membantu dalam menginformasikan siapa saja anggota atau keluarga / kerabat dari anggota yang berulang tahun, sakit, wafat, selain isi komunikasi juga informasi tentang acara-

acara di komunitas Taici. Hasil untuk uji variabel ini terlihat dalam Uji Hipotesis Ha 1 dan Ha 3.

Hasil Uji Hipotesa; Pertama, uji korelasi rho Spearman terhadap variabel X1 dengan variabel Y: H0 2 ditolak sehingga Ha 1 diterima, nilai signifikansi 0,001 (<0,05) : Terdapat hubungan yang signifikan antara pemanfaatan fitur *Whatsapp* dalam menyelesaikan masalah dengan pemanfaatan fitur *Whatsapp* untuk menyelesaikan masalah dan memperkuat persatuan.

Kedua, uji Chi-Square terhadap variabel X2 dengan variabel Y: H0 2-1 gagal ditolak/Ha 2-1 ditolak: Tidak terdapat hubungan signifikan, nilai Fisher test (1,000>0,05) antara tujuan mengikuti grup *Whatsapp* komunitas Taici dengan pemanfaatan fitur *Whatsapp* untuk menyelesaikan masalah dan memperkuat persatuan anggota komunitas. H0 2-1 gagal ditolak/Ha 2-2 ditolak : Tidak terdapat hubungan signifikan, nilai *Likelihood Ratio* (0,511 > 0,05) antara alasan keanggotaan di komunitas Taici dengan pemanfaatan fitur *Whatsapp* untuk menyelesaikan masalah dan memperkuat persatuan anggota komunitas.

Ketiga, uji Chi Square terhadap variabel X3 dengan variabel Y: H0 3 gagal ditolak, karena itu diterima atau Ha 3 yang ditolak, nilai *Likelihood Ratio* (0,255>0,05): Tidak terdapat hubungan yang signifikan antara ikatan hubungan

pertemanan yang harmonis melalui upaya memperbaiki kesalahan komunikasi dengan pemanfaatan fitur *Whatsapp* untuk menyelesaikan masalah dan memperkuat persatuan anggota komunitas.

Keempat, uji korelasi rho Spearman terhadap variabel X4 dengan variabel Y: H₀ 4 ditolak sehingga H_a 4 diterima, nilai signifikansi 0,005 (<0,05) : Terdapat hubungan yang signifikan antara minat terhadap kegiatan tambahan berdagang, berbelanja, dan sosial berhubungan dengan pemanfaatan fitur *Whatsapp* untuk menyelesaikan masalah dan memperkuat persatuan anggota komunitas. Namun variabel upaya perbaikan kesalahan komunikasi tidak berhubungan secara signifikan dengan pemanfaatan fitur *Whatsapp* untuk menyelesaikan masalah dan memperkuat persatuan anggota komunitas

Kesimpulan

Dari penelitian dapat diambil beberapa kesimpulan mengenai hubungan-hubungan yang signifikan. Pertama, faktor-faktor kohesi sosial yang berupa hubungan liniasi (variabel X2, X4, X5) antar anggota komunitas Taici Taman Kedoya Baru berikut antara lain pemanfaatan fitur *Whatsapp* dalam menyelesaikan masalah dan konflik, ikatan hubungan pertemanan yang harmonis melalui upaya memperbaiki kesalahan komunikasi, serta minat untuk mengikuti kegiatan tambahan berdagang, berbelanja, dan sosial, secara signifikan berhubungan dengan kemampuan aplikasi *Whatsapp* dalam memperkuat persatuan. Sedangkan latar belakang responden yaitu usia dan lamanya bergabung dengan komunitas Taici tidak menghasilkan hubungan yang signifikan dengan variabel Y.

Kemudian tidak ditemukan hubungan yang signifikan antara variabel lamanya keanggotaan di komunitas Taici dengan makna ikut kegiatan. Kendati

demikian, anggota merasa dengan mengikuti kegiatan di komunitas tersebut, maka mereka mendapat banyak teman, badan menjadi segar bugar dan memperluas wawasan.

Lalu terdapat hubungan antara variabel usia dan interaksi hubungan yang harmonis melalui upaya memperbaiki kesalahan komunikasi dengan nilai signifikan 0,005 (<0,05) dan nilai kekuatan hubungan 72,3% (kuat).

Selanjutnya, variabel interaksi hubungan yang harmonis melalui upaya memperbaiki kesalahan komunikasi di antara anggotanya juga berhubungan dengan variabel kemampuan fitur *Whatsapp* untuk menyelesaikan masalah dan memperkuat persatuan. Nilai signifikansi = 0,006 (<0,05) dan nilai kekuatan hubungan 72,1% (kuat).

Daftar Pustaka

- Ardianto, Elvinaro. Komala, Lukiati. Karlinah, Siti. Komunikasi Massa Suatu Pengantar. Bandung: Simbiosis.
- Arsyad, R. (2020). Bunga Rampai Revolusi Ilmu Komunikasi. Makassar: Wahana Visual Indonesia dan Republik_Ide.
- Bolt, Gideon., Van Kempen, Ronald. (2009). Social Cohesion, Social Mix, and Urban Policies in The Netherlands. Hous and the Built Environ. Vol 24. 457–475.
- Creswell, John W., Miller, Dana L. (2000). Determining Validity in Qualitative Inquiry, Theory into Practice. Vol 39. No 3, College of Education, The Ohio State University.
- Forsyth, Donelson R. (2010). Group Dynamics Wadsworth Cengage Learning, UK.
- Ghoustonjijwani Adi Putra , Daim Triwahyono, Hani Zulfia Zahro.

- (2019). Institut Teknologi Nasional Malang, Seminar Nasional Infrastruktur Berkelanjutan Era Revolusi Industri 4.0 Teknik Sipil dan Perencanaan, “Kajian Ruang Publik sebagai Modal Sosial Pembentuk Kohesi Sosial Sebagai Respon Era Industri 4.0
- Haryanto, Agus Tri. (2018). “Indonesia. A snapshot of the country’s digital statistical indicators. <https://inet.detik.com/cyberlife/d-3c912429/130-juta-orang-Indonesia-tercatat-aktif-di-medsos/>.
- Holmes, David. Teori Komunikasi Media Teknologi, dan Masyarakat. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Model Komunikasi Sirkuler - Fungsi dan Prosesnya - PakarKomunikasi.com
- Rahardjo Wahyu, Qomariyah Nurul, Andriani Inge, Matrisnya Hermita, Matrisnya & Zanah, Firda Nur. (2020). Adiksi Media Sosial pada Remaja Pengguna Instagram dan *Whatsapp*: Memahami Peran Need Fulfillment dan Sosial Media Engagement, Fakultas Psikologi, Universitas Gunadarma, Depok. *Jurnal Psikologi Sosial*. Vol 18. No.1,5-16.
- Riset Nielsen Tunjukkan Pergeseran Penikmat Media ke Ranah Online | Dailysosial
- Romli, A. S. (2018). *Jurnalistik Online Panduan Mengelola Online*. Bandung: Nuansa Cendekia.
- Siregar, Syofian. (2014). *Metode Penelitian Kuantitatif*. Jakarta: Kencana.
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sumber: <https://kumparan.com> diunduh pada tanggal 15 Maret 2019
- Survei: 5 Media Sosial Paling Populer di Dunia (cnnindonesia.com)
- Tim Redaksi Katadata, Maret 2019. Youtube, Medsos No. 1 di Indonesia - Infografik Katadata.co.id
- Tren Baru Di Kalangan Pengguna Internet di Indonesia – Nielsen Youtube, Medsos No. 1 di Indonesia - Infografik Katadata.co.id