

**YAYASAN LEMBAGA PENDIDIKAN ISLAM (YLPI) RIAU  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI**

---

**PENGARUH PENGGUNAAN STIKER *WHATSAPP*  
TERHADAP KETERGANTUNGAN PENGGUNAAN  
*WHATSAPP* PADA SISWA SMA NEGERI 9 MANDAU  
KABUPATEN BENGKALIS**

**SKRIPSI**

Diajukan Untuk Memenuhi Salah Satu Syarat  
Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)  
Pada Fakultas Ilmu Komunikasi  
Universitas Islam Riau



**NADIA NURUL QUR'ANI**

NPM : 189110018  
PROGRAM STUDI : ILMU KOMUNIKASI

**FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI  
UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
2022**



UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI

Nama : Nadia Nurul Qur' Ani  
NPM : 18910018  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)  
Hari/Tanggal Komprehensif : Senin / 22 Agustus 2022  
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Stiker *WhatsApp* Terhadap Ketergantungan Penggunaan *WhatsApp* Pada Siswa SMA Negeri 9 Mandau.

Naskah ini secara keseluruhan dinilai relatif telah memenuhi ketentuan-ketentuan metode penelitian ilmiah, oleh karena itu tim penguji ujian Komprehensif Fakultas Ilmu Komunikasi dapat menyetujui dan menerimanya untuk memenuhi salah satu syarat guna memperoleh gelar sarjana.

Pekanbaru, 25 Agustus 2022  
Tim Seminar

Ketua,

Al Sukri, M.I.Kom

Anggota,

Cutra Aslinda, M.I.Kom

Mengetahui,

Wakil Dekan I

Cutra Aslinda, M.I.Kom

Anggota




Yudi Daherman, M.I.Kom

UNIVERSITAS ISLAM RIAU  
FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

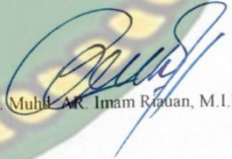
BERITA ACARA UJIAN SKRIPSI

Berdasarkan Surat Keputusan (SK) Dekan Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Nomor : 2061A-UTR/3-Fikom/2022 19 Agustus 2022 maka dihadapan Tim Penguji hari ini **Senin** Tanggal **22 Agustus 2022** Jam : **10:00 – 11:00 WIB** bertempat di ruang **Konfrensi Pers** Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau Pekanbaru telah dilaksanakan Ujian Skripsi Mahasiswa atas :

Nama : Nadia Nurul Qur'Ani  
NPM : 189110018  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
Jenjang Pendidikan : Strata Satu (S-1)  
Judul Skripsi : "Pengaruh Penggunaan Stiker WhatsApp Terhadap Ketergantungan Penggunaan WhatsApp Pada Siswa SMA Negeri 9 Mandau"  
Nilai Ujian : Angka : "84" ; Huruf : "A-"  
Keputusan Hasil Ujian : Lulus  
Tim Penguji :

NO	Nama	Jabatan	Tanda Tangan
1.	Al Sukri, M.I.Kom	Ketua	1. 
2.	Cutra Aslinda, M.I.Kom	Penguji	2. 
3.	Yudi Daherman, M.I.Kom	Penguji	3. 

Pekanbaru, 22 Agustus 2022  
Dekan

  
Dr. Muhi Ak. Imam Ridwan, M.I.Kom

**LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI**

**PENGARUH PENGGUNAAN STIKER WHATSAPP TERHADAP  
KETERGANTUNGAN PENGGUNAAN WHATSAPP PADA SISWA SMA  
NEGERI 9 MANDAU**

Yang diajukan oleh  
Nadia Nurul Qur'Ani  
189110018

Pada Tanggal :  
26 Agustus 2022

Mengesahkan  
DEKAN FAKULTAS ILMU KOMUNIKASI

  
Dr. Mubhd. AR. Imam Brauan, M.I.Kom

Tim Penguji	Tanda Tangan,
Al Sukri, M.I.Kom	
Cutra Aslinda, M.I.Kom	
Yudi Daherman, M.I.Kom	



SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Nadia Nurul Qur' Ani  
Tempat/Tanggal Lahir : Sorong, 08 Januari 1999  
NPM : 189110018  
Program Studi : Ilmu Komunikasi  
FAKULTAS : Ilmu Komunikasi  
Alamat/No.Tlp : Jl.Karya 1 Gg.Nirwana Blok C5/0895630116804  
Judul Skripsi : Pengaruh Penggunaan Stiker WhatsApp Terhadap Ketergantungan Penggunaan WhatsApp Pada Siswa SMA Negeri 9 Mandau

Dengan ini menyatakan bahwa :

1. Karya tulis saya (skripsi) adalah asli dan belum pernah diajukan untuk mendapatkan gelar akademik, baik di Universitas Islam Riau maupun di perguruan tinggi lain.
2. Karya tulis ini adalah murni gagasan, rumusan, dan penelitian saya sendiri tanpa bantuan pihak lain, kecuali pengarahan Tim Komisi Pembimbing.
3. Dalam karya tulis ini tidak terdapat karya atau pendapat yang telah ditulis atau dipublikasikan orang lain, kecuali secara tertulis dengan jelas dicantumkan sebagai acuan dalam daftar pustaka.
4. Bersedia untuk mempublikasikan karya tulis saya (skripsi) di jurnal Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau.
5. Pernyataan ini sesungguhnya dan apabila kemudian hari terdapat penyimpangan dari apa yang saya nyatakan di atas (poin 1-4), maka saya bersedia menerima saksi pembatalan nilai Ujian Komprehensif dan atau pencabutan gelar akademik keserjanaan saya dan sanksi lainnya sesuai dengan norma yang berlaku di Universitas Islam Riau.

Pekanbaru, 11 Agustus 2022  
Yang Menyatakan,



Nadia Nurul Qur' Ani

## PERSEMBAHAN

Skripsi ini saya persembahkan untuk keluarga inti saya, khususnya untuk kedua orang tua saya, mama dan papa. Terima kasih karena selalu percaya kalau nadia pasti bisa menyelesaikan skripsi ini. Terima kasih juga untuk doa dan dukungan yang nadia dengar secara langsung ataupun tidak, semua benar-benar berarti dan tentunya hal itu pula yang bisa membantu nadia sampai ke titik ini.



## MOTTO

*“Not everyone will like me, but the most important thing is that i love me, all my parts, working together, all that makes me whole”*

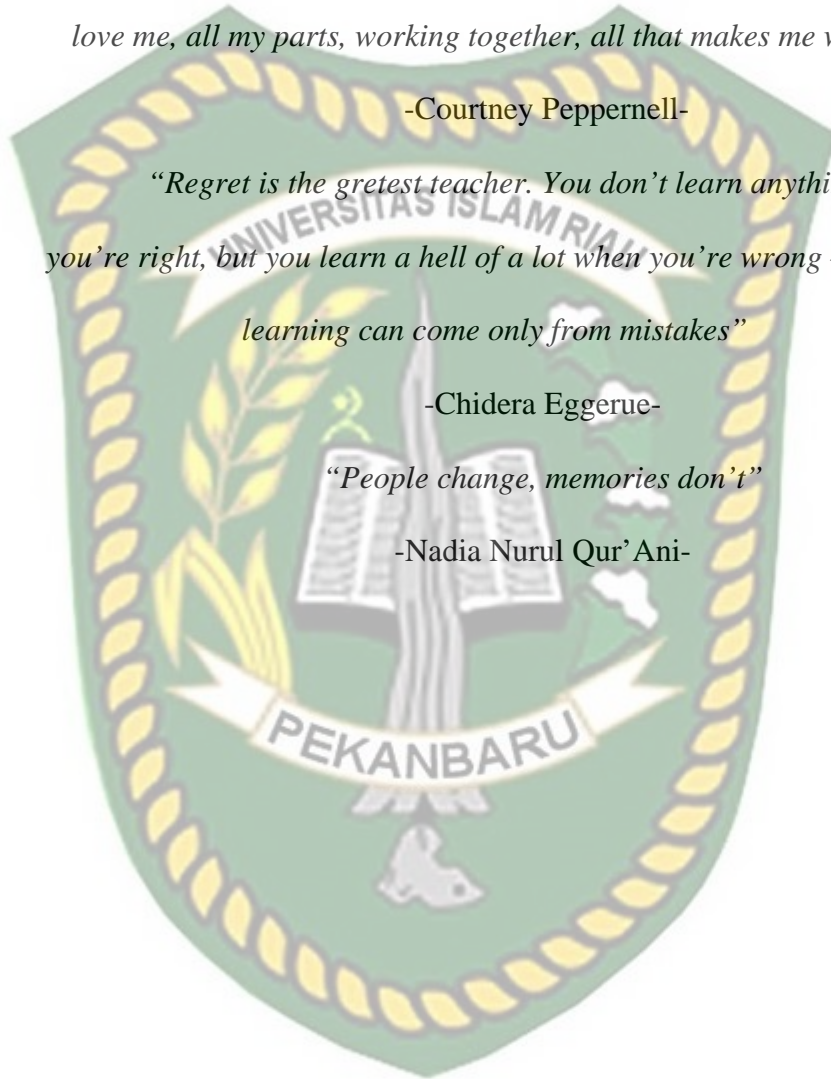
-Courtney Peppernell-

*“Regret is the gretest teacher. You don’t learn anything when you’re right, but you learn a hell of a lot when you’re wrong – in fact, learning can come only from mistakes”*

-Chidera Eggerue-

*“People change, memories don’t”*

-Nadia Nurul Qur’Ani-



## KATA PENGANTAR

Assalamualaikum. Wr. Wb.

Segala puji dan syukur peneliti panjatkan kepada Allah SWT, yang mana berkat rahmat dan hidayahnya lah peneliti dapat menyelesaikan skripsi yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Stiker *WhatsApp* Terhadap Ketergantungan Penggunaan *WhatsApp* pada Siswa SMA Negeri 9 Mandau” yang diajukan untuk menyelesaikan studi Strata Satu (S1) pada program studi Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Riau. Shalawat serta salam peneliti ucapkan pula kepada Nabi besar yaitu Nabi Muhammad SAW yang mana beliau telah membawa kita dari Zaman Jahiliah ke zaman yang penuh dengan ilmu pengetahuan ini.

Pada kesempatan yang berbahagia ini, peneliti ingin menyampaikan ucapan terima kasih dengan tulus kepada seluruh pihak yang telah membantu serta memberi *support* kepada peneliti sehingga peneliti dapat menyelesaikan proposal ini dengan baik. Ucapan terima kasih ini peneliti tujukan kepada:

1. Dr. Muhd. Ar. Imam Riauan, M. I.Kom selaku Dekan dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau
2. Al Sukri, M.I.Kom selaku dosen pembimbing yang telah banyak membantu dan membimbing peneliti dalam menyelesaikan skripsi ini
3. Dr. Fatmawati, S.IP., MM selaku Ketua Prodi dari Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau

4. Seluruh dosen serta *staff* Fakultas Ilmu Komunikasi yang sudah memberikan banyak pembelajaran serta bantuan kepada peneliti
5. Seluruh guru dan staff SMA Negeri 9 Mandau yang telah banyak membantu peneliti dalam melakukan penelitian
6. Kepada Desi, Ditta, dan Shania yang banyak membantu dan mendengarkan keluh kesah peneliti.
7. Tidak lupa pula kepada seluruh pihak yang tentunya tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Dalam penulisan proposal penelitian ini, peneliti menyadari bahwa masih banyak kekurangan yang perlu peneliti perbaiki. Maka dari itu, peneliti mengharapkan kritik dan saran yang membangun demi membantu dalam melengkapi segala kesalahan serta kekurangan dalam skripsi ini. Peneliti berharap agar skripsi ini dapat memberikan manfaat baik bagi peneliti sendiri serta bagi para pembaca. Akhir kata peneliti ucapkan terima kasih.

Wassalamualaikum. Wr.Wb

Pekanbaru, 25 Agustus 2022

Nadia Nurul Qur'Ani

## DAFTAR ISI

<b>JUDUL</b> .....	<b>i</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING</b> .....	<b>ii</b>
<b>LEMBAR PERSETUJUAN TIM PENGUJI SKRIPSI</b> .....	<b>iii</b>
<b>BERITA ACARA UJIAN KOMPREHENSIF SKRIPSI</b> .....	<b>iv</b>
<b>LEMBAR PENGESAHAN SKRIPSI</b> .....	<b>v</b>
<b>LEMBAR PERNYATAAN</b> .....	<b>vi</b>
<b>PERSEMBAHAN</b> .....	<b>vii</b>
<b>MOTTO</b> .....	<b>viii</b>
<b>KATA PENGANTAR</b> .....	<b>ix</b>
<b>DAFTAR ISI</b> .....	<b>xi</b>
<b>DAFTAR TABEL</b> .....	<b>xiii</b>
<b>DAFTAR GAMBAR</b> .....	<b>xiv</b>
<b>ABSTRAK</b> .....	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN</b> .....	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah Penelitian.....	1
B. Identifikasi Masalah Penelitian .....	11
C. Pembatasan Masalah Penelitian .....	11
D. Rumusan Masalah .....	12
E. Tujuan dan Manfaat Penelitian .....	12
1. Tujuan Penelitian .....	12
2. Manfaat Penelitian .....	12
<b>BAB II TINJAUAN PUSTAKA</b> .....	<b>14</b>
A. Kerangka Teori.....	14
1. Komunikasi .....	14
2. New Media (Media Baru) .....	20
3. Media Sosial .....	24
4. WhatsApp .....	30
5. Teori Determinisme Teknologi.....	35
B. Kerangka Operasional.....	38
C. Penelitian Terdahulu .....	39
D. Kerangka Pemikiran.....	41
E. Hipotesis.....	41
<b>BAB III METODE PENELITIAN</b> .....	<b>44</b>
A. Pendekatan Penelitian .....	44

B. Populasi dan Sampel .....	45
C. Lokasi dan Waktu Penelitian .....	48
D. Sumber Data.....	49
E. Teknik Pengumpulan Data.....	51
F. Uji Validitas dan Reliabilitas Data.....	52
G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data .....	54
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN .....</b>	<b>58</b>
A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian .....	58
B. Hasil Penelitian .....	59
C. Pembahasan Penelitian.....	68
<b>BAB V PENUTUP .....</b>	<b>72</b>
A. Kesimpulan .....	72
B. Saran.....	73
<b>DAFTAR PUSTAKA.....</b>	<b>74</b>

## DAFTAR TABEL

Tabel 2. 1 Kerangka Operasional.....	38
Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu yang Relevan .....	39
Tabel 2. 3 Kerangka Pemikiran.....	41
Tabel 3. 1 Jumlah Siswa di SMAN 9 Mandau TA 2021/2022.....	45
Tabel 3. 2 Jumlah Sampel Penelitian .....	48
Tabel 3. 3 Jadwal Rencana Penelitian.....	49
Tabel 3. 4 Kategori Penilaian Skala Likert .....	51
Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan Stiker WhatasApp.....	63
Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Ketergantungan Penggunaan WhatasApp.....	63
Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas pada Variabel Penelitian .....	64
Tabel 4. 4 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana pada Variabel Penelitian .....	65
Tabel 4. 5 Hasil Uji t pada Variabel Penelitian.....	66
Tabel 4. 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi pada Variabel Penelitian.....	67



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## DAFTAR GAMBAR

Gambar 1. 1 Data Grafik Presentase Media Sosial Yang Sering Digunakan di Indonesia Pada Tahun 2021 .....	2
Gambar 1. 2 Tampilan Emoji pada WhatsApp .....	4
Gambar 1. 3 Tampilan Stiker pada WhatsApp .....	5
Gambar 1. 4 Tampilan GIF pada WhatsApp .....	5
Gambar 4. 1 SMA Negeri 9 Mandau .....	58
Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Kategori Jenis Kelamin .....	59
Gambar 4. 3 Responden Menurut Kategori Usia .....	60
Gambar 4. 4 Responden Menurut Kategori Kelas .....	61
Gambar 4. 5 Responden Menurut Kategori Jurusan .....	62



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## DAFTAR LAMPIRAN

- Lampiran 1 : Kuesioner Penelitian
- Lampiran 2 : Tabulasi Data Responden
- Lampiran 3 : Uji Analisis Data
- Lampiran 4 : Kuesioner Pada Google Forms
- Lampiran 5 : SK Pembimbing
- Lampiran 6 : Surat Izin Meneliti Di SMA Negeri 9 Mandau
- Lampiran 7 : Biodata Peneliti



## Abstrak

### Pengaruh Penggunaan Stiker WhatsApp Terhadap Ketergantungan Penggunaan WhatsApp pada Siswa SMA Negeri 9 Mandau

Nadia Nurul Qur'Ani  
189110018

Dewasa ini WhatsApp telah melakukan banyak perkembangan terhadap fitur-fiturnya, salah satunya yaitu fitur stiker. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah penggunaan stiker WhatsApp memberikan pengaruh terhadap ketergantungan penggunaan WhatsApp pada siswa di SMA Negeri 9 Mandau. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yaitu teori determinisme teknologi yang dikemukakan oleh Marshall McLuhan. Selain itu, penelitian ini menggunakan metode kuantitatif serta menggunakan teknik pengumpulan data dengan cara menyebarkan kuesioner secara online kepada 85 siswa kelas X dan XI dari segala jurusan di SMA Negeri 9 Mandau. Hasil dari penelitian ini yaitu terdapat pengaruh dalam penggunaan stiker WhatsApp terhadap ketergantungan penggunaan WhatsApp pada siswa SMA Negeri 9 Mandau dengan besar pengaruh yaitu 82%. Selain itu, seluruh data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Hasil uji regresi pun menghasilkan nilai konstanta sebesar 27.720 dan nilai regresi sebesar 0.374 yang mana hal ini juga menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi bernilai positif.

**Kata Kunci:** Stiker WhatsApp, teori Determinisme Teknologi, Kuantitatif

## *Abstract*

### *The Influence of Using WhatsApp Sticker to Dependence of Using WhatsApp On The Students In SMA Negeri 9 Mandau*

Nadia Nurul Qur' Ani

189110018

*WhatsApp has been doing development about their fiturs, especially about theirs sticker. This research aims to know does using WhatsApp sticker give influence of dependency of using WhatsApp on the students in SMA Negeri 9 Mandau. Theory of this research is Technological Determinism by Marshall McLuhan. This research also uses qunitative method with data collection techniques by distributing questionnaires for 85 students in any grades and majors in SMA Negeri 9 Mandau. The result of this research is there are influence of using WhatsApp sticker of dependency of using WhatsApp on the students in SMA Negeri 9 with the big influence is 10.4%. In addition, all data used in this study is valid and reliable. The regression test results also produce a constant value of 27.720 and a regression value of 0.374 which also indicates that the regression coefficient value is positive.*

**Keywords:** *WhatsApp Sticker, Technological Determinism, Quantitative.*

## نبذة مختصرة

تأثير استعمال الملقق ي واتساب على التلاميذ بمدرسة العالية التاسع من دو اعتمادهم على الاستعمال وتسببوا

Nadia Nurul Qur' Ani

189110018

قام WhatsApp اليوم بإجراء العديد من التطورات على ميزاته ، من بينها ميزة الملقق. تهدف هذه الدراسة إلى تحديد ما إذا كان استخدام ملصقات WhatsApp له تأثير على اعتماد استخدام WhatsApp على الطلاب في SMA Negeri 9 Mandau. النظرية المستخدمة في هذه الدراسة هي نظرية الحتمية التكنولوجية التي اقترحها مارشال مالكوهان. بالإضافة إلى ذلك ، تستخدم هذه الدراسة طرقاً كمية وتستخدم تقنيات جمع البيانات من خلال توزيع الاستبيانات عبر الإنترنت على 85 طالباً من الصفين العاشر والحادي عشر من جميع التخصصات في SMA Negeri 9 Mandau. تشير نتائج هذه الدراسة إلى وجود تأثير في استخدام ملصقات WhatsApp على اعتماد استخدام WhatsApp على طلاب SMA Negeri 9 Mandau بتأثير كبير يبلغ 82٪. بالإضافة إلى ذلك ، فإن جميع البيانات المستخدمة في هذه الدراسة صحيحة وموثوقة. أنتجت نتائج اختبار الانحدار أيضاً قيمة ثابتة قدرها 27.720 وقيمة انحدار 0.374 ، مما يدل أيضاً على أن قيمة معامل الانحدار موجبة.

الكلمات المفتاحية: الملقق , *Determinisme Teknologi* بالطريقة الكمية

# BAB I

## PENDAHULUAN

### A. Latar Belakang Masalah Penelitian

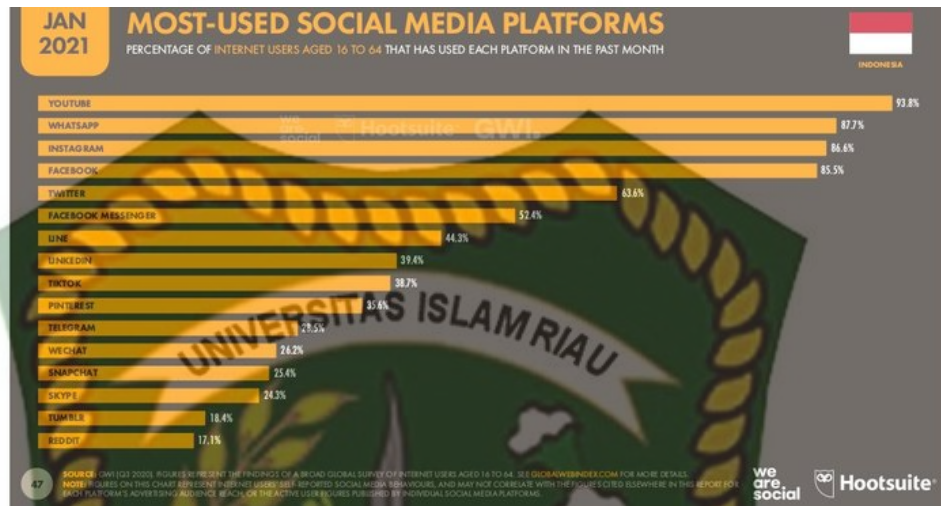
Dewasa ini penggunaan teknologi informasi dan komunikasi menjadi salah satu kebutuhan primer bagi kehidupan manusia. Hal ini tidak luput dari perkembangan media komunikasi yang sangat pesat yang terjadi secara terus menerus seiring dengan berkembangnya zaman. Dengan perkembangan teknologi saat ini, kegiatan interaksi antar manusia pun menjadi lebih mudah, khususnya bagi mereka yang tinggal dengan jarak yang cukup jauh.

Kemudahan yang ditawarkan saat ini menyebabkan manusia hidup ketergantungan dengan teknologi informasi dan komunikasi. Namun, diantara perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang ada, media sosial merupakan salah satu teknologi yang dewasa ini banyak digunakan oleh khalayak, khususnya bagi kalangan muda. Seperti yang dikutip dari situs berita (kompas.com, 2021)<sup>1</sup>, pengguna aktif media sosial di Indonesia meningkat sebanyak 6,3% atau sekitar 10 juta pengguna dibandingkan dengan bulan Januari pada tahun 2020 yang mana hampir seluruh pengguna media sosial tersebut mengaksesnya melalui *smartphone*.

---

<sup>1</sup> Conney Stephanie, “Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia “Melek” Media Sosial”, <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-sepuluh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial> (diakses pada tanggal 26 Desember 2021, pukul 20.00)

Gambar 1. 1 Data Grafik Presentase Media Sosial Yang Sering Digunakan di Indonesia Pada Tahun 2021 (Sumber: tekno.kompas.com 2021)



Berdasarkan data di atas, *WhatsApp* merupakan media sosial ke dua terbanyak yang digunakan setelah *Youtube* serta menjadi media *chatting* pertama yang paling banyak digunakan di Indonesia. Sedangkan pengguna media sosial ke tiga terbanyak di Indonesia diduduki oleh *Instagram* dan diikuti dengan *Facebook* yang menduduki posisi ke empat<sup>2</sup>. *WhatsApp* sendiri merupakan salah satu media sosial yang memungkinkan penggunaanya untuk berkirim pesan, melakukan panggilan suara dan video dengan mudah dan cepat. Saat ini banyak khalayak yang beralih dari *Short Message Service* (SMS) ke *WhatsApp* dikarenakan *WhatsApp* memiliki lebih banyak keunggulan dan kemudahan dibandingkan dengan SMS.

Seperti yang diketahui, SMS memiliki keterbatasan jumlah karakter untuk sekali pengiriman pesan serta biaya yang digunakan pun cukup

<sup>2</sup> *Ibid.*

mahal. Sedangkan untuk penggunaan *WhatsApp*, pengguna hanya cukup bermodalkan kuota internet yang mana tiap pesan teks yang dikirimkan hanya memakan kuota sangat sedikit sehingga pengguna tidak perlu merasa khawatir apabila ingin mengirimkan teks dalam jumlah banyak.

Selain itu, untuk pengiriman foto, video, maupun pesan suara pada SMS juga membutuhkan biaya yang cukup besar dan memakan waktu yang cukup lama. Sedangkan pada *WhatsApp*, pengguna bisa melakukannya dengan cepat dan murah sehingga pengirim maupun penerima tidak perlu menunggu waktu yang cukup lama. Hal ini merupakan salah satu keunggulan utama dari *WhatsApp* yang bisa dinikmati oleh seluruh pengguna.

Selain dapat mengirim pesan teks dan suara, *WhatsApp* juga memiliki beberapa keunggulan di beberapa fiturnya seperti dapat membagikan titik lokasi pengguna, dapat melakukan panggilan suara dan video, mengirim dokumen, dapat menggunakan beberapa emoji dan stiker yang masih tergolong minimalis, dan mengirimkan kartu kontak ke pengguna lainnya.

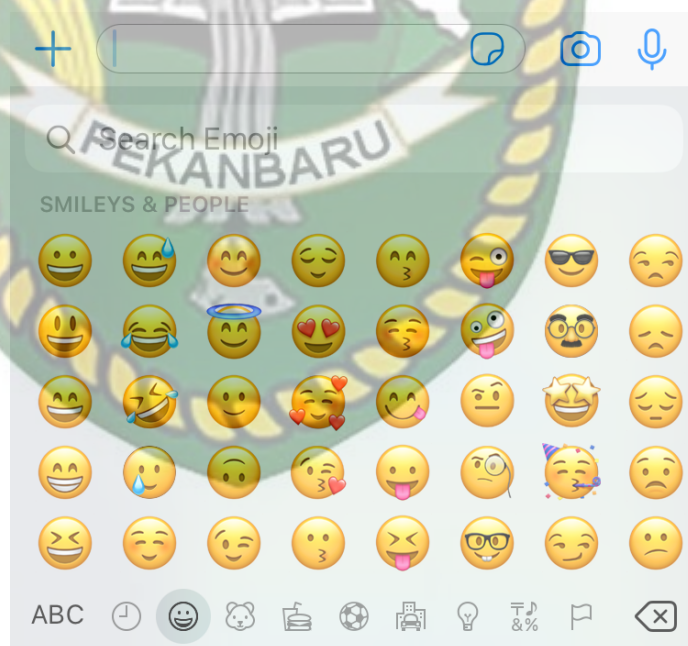
Seperti yang dikutip dari (whatsapp.com, 2022)<sup>3</sup>, untuk pengiriman foto, video, dan pesan suara, pihak *WhatsApp* sendiri mengizinkan pengiriman dengan kapasitas sebesar 16 MB pada seluruh platform yang ada yang mana hal ini sama dengan durasi video selama 90 detik – 3 menit,

---

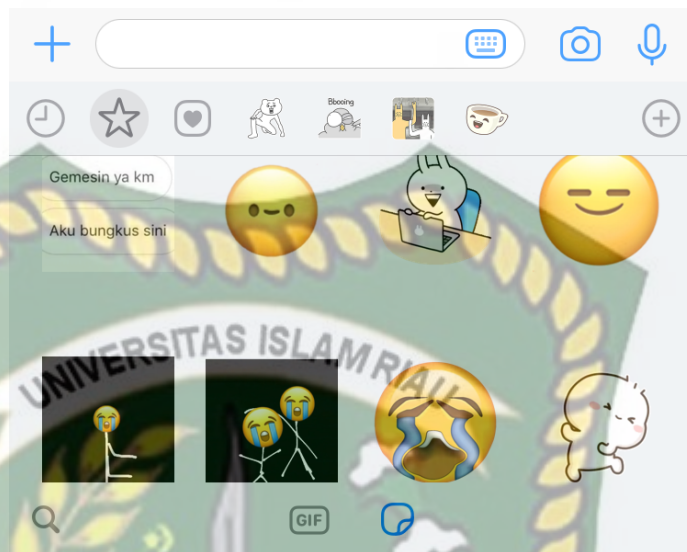
<sup>3</sup> <https://faq.whatsapp.com/general/i-get-a-message-that-my-video-is-too-long-and-it-wont-send/?lang=id> (diakses pada tanggal 16 Januari 2022, pukul 11.30)

tergantung dengan kualitas gambar atau video yang dikirim atau diteruskan. Sedangkan untuk pengiriman dokumen, *WhatsApp* memberikan izin dengan maksimal kapasitas yaitu 100 MB. Seiring berjalannya waktu, *WhatsApp* melakukan banyak perkembangan terhadap beberapa fiturnya seperti pengguna saat ini dapat melakukan panggilan suara dan video yang mana dalam panggilan tersebut dapat dilakukan dengan beberapa orang sekaligus, dapat mengirim *story* yang mana hal ini dapat dilihat oleh pengguna lain, serta pengguna dapat lebih leluasa dalam menggunakan *emoji*, GIF, dan stiker untuk merespon pesan dari pengguna lainnya.

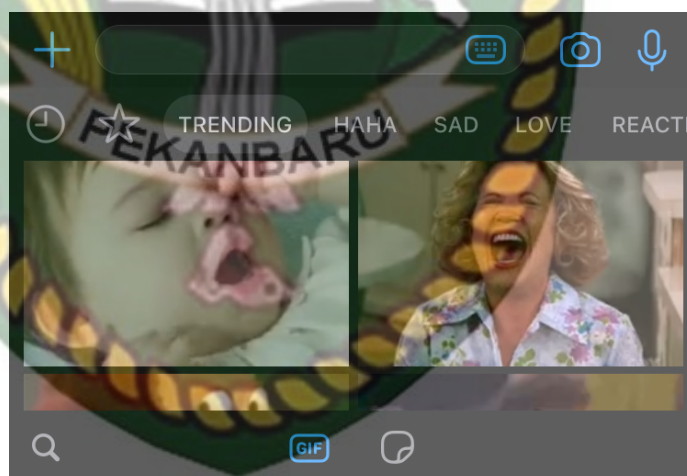
Gambar 1. 2 Tampilan Emoji pada WhatsApp



Gambar 1. 3Tampilan Stiker pada WhatsApp



Gambar 1. 4 Tampilan GIF pada WhatsApp



*Emoji*, GIF, dan stiker merupakan tiga fitur yang berbeda. Meskipun memiliki fungsi yang sama yaitu sebagai media pendukung dalam mengekspresikan keadaan serta perasaan pengguna, perbedaan diantara tiga fitur tersebut dapat terlihat dengan signifikan. *Emoji* dan GIF merupakan fitur yang secara permanen ada pada *WhatsApp* dan tidak bisa diganggu

gugat oleh pengguna, seperti menambahkan atau mengurangi sesuai dengan keinginan pengguna. Emoji sendiri berukuran lebih kecil dibandingkan dengan GIF dan stiker.

Beda halnya dengan *Emoji* dan GIF, Stiker merupakan salah satu fitur terbaru *WhatsApp* yang mana pada penggunaannya, pengguna dapat secara bebas menambahkan atau mengurangi stiker yang ada pada *WhatsApp*. Stiker merupakan bentuk gabungan dari *emoji* dan GIF yang mana pada stiker terdapat gambar yang bersifat statis dan dinamis. Hal inilah yang menjadikan perbedaan yang tampak dengan jelas antar *emoji*, GIF, dan stiker. Stiker juga dianggap lebih mampu dalam menyampaikan ekspresi serta perasaan manusia karna tidak hanya berbentuk ekspresi pada wajah, namun juga dapat berbentuk reaksi tubuh yang dapat dilihat secara keseluruhan.

Adanya kebebasan dalam menggunakan stiker di *WhatsApp* menjadi daya tarik tersendiri bagi *WhatsApp*. Selain dapat menyimpan stiker yang didapatkan dari pengguna lainnya, pengguna juga diberikan kebebasan untuk membuat stiker sendiri. Selain itu, bentuk dan jenis dari stiker *WhatsApp* cukup beragam mulai dari bentuk animasi yang dapat bergerak, foto dari pengguna atau *public figure* yang digemari oleh pengguna, dapat berbentuk foto yang disertai dengan kata-kata guyonan, potongan dari video, dan juga kartu ucapan. Kemudahan dan kebebasan yang diberikan inilah menjadikan banyak pengguna yang memilih untuk

menggunakan *WhatsApp* menjadi media utama yang digunakan untuk bertukar informasi.

Stiker juga dianggap sebagai salah satu fitur yang dapat menginterpretasikan diri pengguna ke pengguna lainnya sehingga menjadikan pengguna merasa lebih ekspresif, menimbulkan perasaan yang lebih dekat dengan pengguna lainnya, serta dianggap sudah sesuai dan mengikuti perkembangan zaman saat ini, khususnya di kalangan remaja. Selain itu, penggunaan stiker juga sangat mudah untuk digunakan dan dianggap sangat efisien waktu untuk membalas pesan dari pengguna lainnya.

Dari banyaknya keunggulan yang ditawarkan oleh pihak *WhatsApp* inilah yang menjadikannya sebagai media sosial golongan *instant messaging* atau *media chatting* yang paling banyak digunakan. Hal ini mengakibatkan para pengguna ketergantungan dalam menggunakan *WhatsApp* dalam kehidupan sehari-harinya. Dilansir dari (cnnindonesia.com, 2022)<sup>4</sup>, Pratama Persada selaku pakar keamanan siber sekaligus *Chairman CISReC* menjelaskan bahwa bukti dari ketergantungan ini dapat dilihat saat seluruh *platform* yang diakuisisi oleh Meta termasuk *WhatsApp* dan *Instagram* mengalami *down* selama beberapa jam pada tahun 2021. Banyak para pengguna yang merasa resah dan mendesak pihak Meta untuk segera mengatasi permasalahan yang terjadi sehingga menjadi

---

<sup>4</sup> <https://www.google.co.id/amp/s/www.cnnindonesia.com/teknologi/20211011133048-185-706119/ketergantungan-ig-wa-fb-saran-pakar-negara-buat-alternatif/amp> (diakses pada tanggal 22 Januari 2022, pukul 10.26).

*tranding topic* skala Internasional kala itu. Berbagai macam alasan disampaikan oleh pengguna seperti terhambatnya transaksi jual beli hingga terhalangnya kebutuhan pengguna untuk menghibur diri diwaktu senggang. Hal ini sudah cukup menjadi bukti bahwasanya banyak pengguna yang sudah ketergantungan dalam menggunakan media sosial, tidak terkecuali *WhatsApp*.

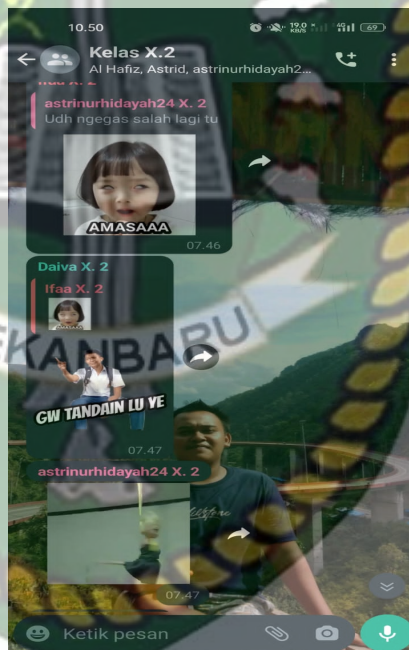
Semenjak Pandemi *Covid-19* melanda di Indonesia, *WhatsApp* telah menjadi salah satu media komunikasi utama yang digunakan di setiap sekolah dikarenakan seluruh siswa dan siswi harus melakukan pembelajaran secara daring, tidak terkecuali di SMA Negeri 9 Mandau. Ini juga menjadikan trafik pengguna *WhatsApp* meningkat secara drastis. Seperti yang dikutip dari situs Dewan TIK ([wantiknas.go.id](http://wantiknas.go.id), 2022)<sup>5</sup> dijelaskan bahwa semenjak pandemi melanda pengguna *WhatsApp* meningkat sebanyak 41%. Media ini dipilih dikarenakan penggunaannya yang dianggap mudah oleh para penggunanya, baik itu guru, *staff*, maupun siswa dan siswinya. Dengan menggunakan *WhatsApp*, mereka bisa lebih mudah dan cepat dalam menyebarkan informasi. Hal ini juga dikarenakan dapat dipastikan seluruh elemen yang ada di sekolah pasti memiliki dan menggunakan *WhatsApp*. Selain *WhatsApp*, *Google Classroom* juga merupakan salah satu media yang digunakan pihak sekolah demi kelancaran

<sup>5</sup> <http://www.wantiknas.go.id/id/berita/akses-digital-meningkat-selama-pandemi> (diakses pada tanggal 05 April 2022 pukul 20.55).

absen dan pengiriman tugas. Namun, penggunaan *WhatsApp* tetap lebih dominan dilakukan dibandingkan dengan penggunaan *Google Classroom*.

Dengan menggunakan *WhatsApp*, pihak guru juga lebih mudah dalam mengelompokkan anak-anak didiknya berdasarkan kelas dan jurusannya melalui *Chat Grup*. Layanan ini dianggap sangat bermanfaat dan memudahkan pihak guru maupun siswanya dalam berbagi informasi baik itu mengenai tugas maupun hal-hal lainnya.

**Gambar 1.5 Penggunaan Stiker WhatsApp dalam Grup Kelas**



Penggunaan stiker *WhatsApp* kerap dilakukan oleh sejumlah siswa sebagai bentuk *feedback* yang diberikan atas informasi yang didapatkan. Hal ini dominan dilakukan oleh pelajar putri dibandingkan dengan pelajar putranya. Mereka merasa dengan merespon pesan menggunakan stiker, percakapan dianggap lebih interaktif dan hidup dibandingkan dengan hanya membalas dengan teks biasa.

Gambar 1.6 Penggunaan Stiker WhatsApp dalam Grup Kelas (2)



Selain itu, selain menjadi bentuk *feedback* yang diberikan terhadap pesan yang didapatkan, para siswa dan siswi di SMAN 9 Mandau juga menganggap penggunaan stiker pada *WhatsApp* telah menjadi media hiburan bagi mereka serta menjadi media untuk mengekspresikan diri, baik dengan guru maupun dengan teman sebaya. Hal ini pula yang mendorong mereka untuk menyimpan dan menggunakan stiker *WhatsApp* dalam kehidupan sehari-harinya.

Berdasarkan uraian serta dasar pemikiran inilah yang membuat penulis tertarik untuk melakukan penelitian dalam bentuk skripsi dengan judul **“Pengaruh Penggunaan Stiker *WhatsApp* Terhadap Ketergantungan Penggunaan *WhatsApp* Pada Siswa SMA Negeri 9 Mandau”**.

## B. Identifikasi Masalah Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang diuraikan di atas, dapat diidentifikasi beberapa masalah, diantaranya:

1. Siswa/i Sekolah Menengah Atas (SMA) lebih sering menggunakan *WhatsApp* dibandingkan dengan media sosial versi *chatting* lainnya sebagai media yang digunakan dalam berkomunikasi dengan guru dan teman sebayanya (komunikasi formal dan non formal).
2. Pengguna dapat mengkreasikan stiker pada *WhatsApp*
3. Terdapat beberapa bentuk stiker *WhatsApp* seperti animasi yang dapat bergerak, foto, potongan video, dan kartu ucapan.
4. Stiker *WhatsApp* lebih dominan digunakan oleh siswi dibandingkan dengan siswa sebagai media pendukung dalam menyampaikan pesan sehingga menjadikan pesan menjadi lebih interaktif.

## C. Pembatasan Masalah Penelitian

Berbagai cara dilakukan oleh peneliti untuk memudahkan dalam hal melakukan penelitian diantaranya dengan memfokuskan masalah menjadi **"Pengaruh Penggunaan Stiker *WhatsApp* Terhadap Ketergantungan Penggunaan *WhatsApp* pada Siswa SMA Negeri 9 Mandau"**.

#### D. Rumusan Masalah

Dilihat dari fokus penelitian yang telah peneliti tetapkan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini ialah apakah penggunaan stiker *WhatsApp* memberikan pengaruh terhadap ketergantungan penggunaan *WhatsApp* dalam berkomunikasi menggunakan *WhatsApp* pada siswa SMA Negeri 9 Mandau?.

#### E. Tujuan dan Manfaat Penelitian

##### 1. Tujuan Penelitian

Berdasarkan pokok permasalahan di atas, maka tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengetahui apakah terdapat Pengaruh dalam Penggunaan Stiker *WhatsApp* Terhadap Ketergantungan Penggunaan *WhatsApp* pada Siswa SMA Negeri 9 Mandau.

##### 2. Manfaat Penelitian

Dari penelitian yang dilakukan oleh peneliti, maka diharapkan dapat memberikan manfaat diantaranya:

##### a. Manfaat Secara Teoritis

Secara teoritis, penelitian ini dapat memberikan manfaat terhadap ilmu pengetahuan di bidang Ilmu Komunikasi khususnya mengenai Pengaruh Penggunaan Fitur Stiker *WhatsApp* Terhadap Ketergantungan Siswa di SMA Negeri 9 Mandau. Selain itu, penelitian ini bertujuan untuk melanjutkan penelitian-penelitian sebelumnya mengenai penggunaan fitur

stiker yang ada di media sosial. Penelitian ini juga bertujuan untuk membuktikan kebenaran teori dalam bidang komunikasi.

#### **b. Manfaat Secara Praktis**

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat menjadi bahan rujukan bagi peneliti selanjutnya mengenai pengaruh penggunaan stiker *WhatsApp* di kalangan remaja. Melalui penelitian ini juga diharapkan dapat meningkatkan pengetahuan penulis mengenai pengaruh penggunaan stiker *WhatsApp* terhadap ketergantungan siswa dalam menggunakan *WhatsApp* di SMA Negeri 9 Mandau.



## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kerangka Teori

##### 1. Komunikasi

###### a. Definisi Komunikasi

Komunikasi berasal dari bahasa Inggris yaitu *communication* yang mana kata ini diambil dari bahasa Latin yaitu *communicatio* yang bersumber dari kata *communis* yang memiliki arti *sama* (Effendy, 1990, 9). Harold Lasswell juga menjelaskan bahwa cara untuk menggambarkan arti dari komunikasi dengan baik yaitu dengan menjawab pertanyaan berikut, yaitu “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*”.

Sedangkan menurut Carl I. Hovland komunikasi merupakan upaya yang dilakukan secara sistematis dalam upaya menyampaikan informasi sehingga terbentuknya pembentukan pendapat dan sifat. Lain halnya dengan Steven yang menjelaskan bahwa dikatakan komunikasi apabila adanya reaksi yang diberikan terhadap suatu objek yang terjadi kapan saja (Cangara, 2011, 19).

Komunikasi juga diartikan sebagai proses penyampaian informasi, sebuah gagasan, maupun afeksi, dengan menggunakan terminologi, lambang, tanda, gambar serta yang lainnya (Falimu, 2017, 11). Berdasarkan beberapa pengertian di atas, dapat dikatakan komunikasi apabila adanya persamaan makna yang diterima antar komunikan dan komunikator yang mana hal ini dapat dilakukan baik itu secara langsung atau tatap muka

maupun secara tidak langsung. Disisi lain, komunikasi dapat dikatakan *komunikatif* apabila antar komunikan dan komunikator dapat sama-sama mengerti mengenai bahasa yang digunakan serta dapat sama-sama mengerti mengenai makna dari apa yang disampaikan.

#### b. Unsur Komunikasi

Berdasarkan pengertian di atas, dapat dilihat bahwa terdapat beberapa unsur yang mendukung dan menjadi syarat utama dalam proses komunikasi, diantaranya:

##### 1. Sumber (*Source*)

Sumber merupakan segala sesuatu yang dapat memperkuat pesan yang disampaikan, seperti orang, lembaga, buku, dan lain sebagainya. Sumber yang akan digunakan harus bersifat *credible* agar komunikasi dapat berjalan dengan lancar dan mendapatkan *feedback* sesuai yang diharapkan.

##### 2. Komunikator (*Communicator*)

Komunikator merupakan orang yang menyampaikan pesan secara verbal maupun non verbal, baik itu bersifat individu, kelompok, organisasi komunikasi seperti televisi, film, radio, dan sebagainya. Terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi untuk dapat menjadi komunikator diantaranya memiliki kredibilitas diri yang tinggi, memiliki keterampilan komunikasi yang baik, memiliki pengetahuan yang luas, sikap, dan memiliki daya tarik.

##### 3. Pesan (*Message*)

Pesan merupakan keseluruhan dari apa yang disampaikan oleh komunikator. Dikatakan pesan apabila dalam penyampaiannya terdapat inti

sari yang dapat dipahami oleh penerima pesan. Pesan dapat disampaikan baik secara langsung (*face to face*) maupun dengan menggunakan media. Untuk menjadi pesan, terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi seperti bersifat umum, jelas dan gamblang, menggunakan bahasa yang jelas, bersifat positif, seimbang, dan dapat disesuaikan dengan keinginan komunikasi.

#### 4. Saluran (*Channel*)

Saluran merupakan cara yang dapat dilakukan dalam menyampaikan pesan yang mana hal tersebut dapat ditangkap melalui pancaindra atau dengan cara menggunakan media. Pada umumnya, hal ini dapat dilakukan melalui dua saluran, yaitu saluran formal atau resmi dan saluran informal atau saluran yang bersifat tidak resmi. Selain itu, terdapat saluran lain yang biasa digunakan seperti desas desus, kabar angin, dan kabar burung.

#### 5. Komunikan (*Communican*)

Komunikan merupakan penerima pesan yang dapat bersifat personal, kelompok, dan juga massa. Terdapat beberapa syarat yang harus dipenuhi oleh komunikan diantaranya memiliki kemampuan baik dalam menerima dan meneruskan pesan, memiliki pengetahuan tertentu, dan sikap. Untuk mencapai komunikasi yang baik, pesan yang disampaikan harus sesuai dengan pengetahuan dan pengalaman dari komunikan.

#### 6. Hasil (*Effect*)

*Effect* adalah hasil akhir dalam proses komunikasi melalui sikap dan tingkah laku seseorang. Hal ini dapat dilihat dari beberapa bentuk, seperti *Personal Opinion* (pendapat pribadi), *Public Opinion* (pendapat umum), dan *Majority Opinion* (pendapat bagian terbesar dari suatu masyarakat atau publik).

#### 7. Umpan Balik (*Feedback*)

Umpan balik merupakan tanggapan yang diterima oleh komunikator dari komunikan. Dilihat dari segi waktu, *feedback* diklasifikasikan menjadi dua, yaitu *Immediate Feedback* (*feedback* yang terjadi saat melakukan komunikasi secara *face to face*) dan *Deted Feedback* (*feedback* yang terjadi saat melakukan komunikasi menggunakan media) (Nurhadi, 2016, 91-101).

#### c. Proses Komunikasi

Proses komunikasi dapat dilihat dari dua perspektif, diantaranya:

##### 1. Perspektif Psikologis

Proses komunikasi dari perspektif psikologis dapat dirasakan langsung oleh komunikator dan komunikan dikarenakan saat proses komunikasi terjadi maka terjadi pula proses didalam diri kedua belah pihak.

##### 2. Perspektif Mekanistik

Proses komunikasi pada perspektif ini dilihat dari cara menyampaikan pesannya, baik itu secara langsung maupun tidak langsung. Hal ini diklasifikasikan menjadi dua, yaitu Proses Komunikasi Secara Primer (menggunakan komunikasi verbal dan non verbal) dan Proses

Komunikasi Secara Sekunder (hal ini terjadi dikarenakan jarak antar komunikator dan komunikan terlalu jauh sehingga membutuhkan media dalam menyampaikan pesan seperti *handphone* dan radio) (Karyaningsih, 2018, 24-25).

**d. Komunikasi Verbal dan Non Verbal**

Komunikasi verbal dan non verbal merupakan dua jenis komunikasi yang berbeda. Komunikasi verbal merupakan komunikasi yang dilakukan komunikator kepada komunikan dengan cara tertulis atau secara lisan. Pada komunikasi verbal, penyampain pesan kepada komunikan dapat berbentuk grafis, lukisan, media surat, dan lain sebagainya.

Terdapat dua jenis komunikasi verbal yaitu berbicara dan menulis serta mendengarkan dan membaca (Kusumawati, 2016, 90). Berbicara dapat diartikan sebagai komunikasi verbal-*vocal* seperti diskusi saat presentasi, sedangkan menulis dapat diartikan sebagai komunikasi verbal-non *vocal* seperti surat menyurat. Selain itu, mendengarkan merupakan bentuk komunikasi verbal yang mana hal ini dilakukan guna untuk mengambil makna dari apa yang didengarkan seseorang, sedangkan membaca dilakukan guna untuk mendapatkan informasi dari apa yang ditulis.

Komunikasi verbal biasanya digunakan pada saat bertemu dengan ingin menyapa seseorang, melayani konsumen, menunjukkan arah pada orang lain, melayani keluhan tamu, berkomunikasi dengan keluarga dan rekan, dan lain sebagainya (Karyaningsih, 2018, 126-127).

Sedangkan komunikasi non verbal merupakan komunikasi yang mana penyampaian pesannya digambarkan diluar menggunakan kata-kata dan tulisan. Komunikasi non verbal juga dianggap sebagai komunikasi tubuh (Roem dan Sarmiati, 2019, 56).

Terdapat beberapa jenis dari komunikasi non verbal (Kurniati, 2016, 13-17), yaitu:

1. Sentuhan (*haptic*)

Sentuhan merupakan komunikasi non verbal yang dapat dirasakan melalui kulit manusia. Melalui komunikasi ini seseorang dapat membedakan tingkat emosional seseorang melalui sentuhan yang diberukan.

2. Komunikasi Objek

Komunikasi objek merupakan bentuk komunikasi yang dilakukan menggunakan pakaian. Pakaian dianggap menjadi identitas pada diri seseorang.

3. Kronemik

Jenis komunikasi non verbal ini berkaitan dengan budaya dan konteks tertentu yang mana hal ini dilakukan ketika menggunakan waktu.

#### 4. Gerakan Tubuh (*Kinestetik*)

Pada dasarnya gerakan tubuh biasanya digunakan untuk menggantikan suatu frasa. Selain itu, terdapat gerakan mata (*gaze*) yang dapat digunakan sebagai komunikasi non verbal.

#### 5. Proxemik

Proxemik merupakan bentuk komunikasi non verbal yang berkaitan dengan ruang dan jarak. Jarak menentukan tingkat kedekatan hubungan seseorang dengan orang lain.

#### 6. Lingkungan

Lingkungan juga dianggap sebagai bentuk komunikasi non verbal seperti tempratur pada ruangan serta warna dan penerangan.

#### 7. Vokalik

Vokalik merupakan bentuk komunikasi non verbal yang berkaitan dengan kecepatan berbicara, intonasi, dan nada suara.

Selain itu, terdapat beberapa fungsi dari komunikasi non verbal, diantaranya komunikasi non verbal digunakan untuk mengirimkan makna, mempengaruhi orang lain, mengekspresikan identitas, memberikan dampak pada hubungan, dan mengatur alur pada percakapan (Gantiano, 2017, 88).

## 2. New Media (Media Baru)

*New Media* (media baru) merupakan alat yang digunakan untuk menyampaikan pesan kepada khalayak yang luas menggunakan jaringan teknologi komunikasi dan informasi. Dewasa ini, media baru dapat

menjangkau seluruh lapisan dan struktur sosial masyarakat. Hal ini juga menerobos dari sistem media massa yang berkembang selama ini, yaitu media cetak dan elektronik. Media baru dapat diakses dengan menggunakan internet melalui komputer serta *mobile* (Vera, 2016, 88-89).

Vera (2016, 89), McQuail (2005) dalam perkembangan media baru ini, terdapat dua aspek yang mendasari yaitu *Digitalisasi* dan *Konvergensi*. *Digitalisasi* sendiri dibangun dari bentuk teks yang diubah menjadi bentuk kode digital, diproduksi, dikirimkan kepada penerima, dan dapat disimpan pula oleh penerima. Sedangkan *Konvergensi* merupakan gabungan dari keseluruhan bentuk dan fungsi media yang ada.

**a. Bentuk New Media**

Berdasarkan *konvergensi* yang dilakukan dalam pembentukan media baru, terdapat beberapa bentuk dari media yang terlahir (Vera, 2016, 89-90), diantaranya:

1. *Media Online*. *Media online* merupakan seluruh media yang hanya dapat diakses melalui internet. Secara spesifik, *media online* merupakan segala bentuk media massa yang dipublikasikan secara *online*, baik itu media cetak maupun media elektronik.
2. *Media Sosial*
3. *Chat Room*
4. *E-mail*
5. *Mailing List/News Group*
6. *World Wide Web (WWW)*, dan lain sebagainya.

## b. Karakteristik New Media

Terdapat beberapa karakteristik yang membedakan antara media baru dengan media massa lainnya, diantaranya:

1. Dapat mengatasi kemampuan dalam kurangnya waktu dan ruang
2. *Fleksibilitas*. Pada media baru dapat menyajikan berbagai bentuk informasi baik berupa gambar, *video*, *audio*, kata, serta grafis.
3. *Immediacy*. Pada media baru, penyampaian informasi dapat dilakukan secara langsung sesaat setelah kejadian tersebut terjadi.
4. *Hypertextuality*. Dapat menggabungkan satu format informasi dengan sumber informasi lainnya melalui *hyperlink*.
5. *Interaktivitas*. Pada media baru, sistem yang digunakan yaitu komunikasi manusia-mesin.
6. *Multimediality*. Berbagai jenis media dapat bersatu dalam satu *platform*, seperti dapat membaca berita dan mendengarkan radio pada halaman *web*.
7. Dibandingkan dengan media lain, untuk menikmati media baru, biaya yang dikeluarkan relatif murah serta ramah lingkungan.
8. Melalui media *online*, pengguna dapat mengakses segala bentuk media dan sumber *web* dimanapun dan kapanpun (Vera, 2016, 90).

## c. Manfaat New Media

Dalam perkembangannya, terdapat beberapa bidang yang memanfaatkan hadirnya media baru ini, diantaranya:

### 1. Bidang Politik

Pada bidang politik, media baru banyak digunakan pada proses kampanye dari anggota politik. Hal ini guna untuk mempromosikan seorang tokoh politik maupun partai politik tersebut. Pada bidang ini, media baru yang banyak digunakan yaitu situs jejaring sosial.

### 2. Bidang Bisnis

Pada bidang bisnis, pemanfaatan *new media* ini dibagi menjadi dua, yaitu bisnis *online* dan pemasaran. Melalui situs yang dirancang, banyak pengusaha yang mulai terjun ke dunia bisnis *online* dari skala kecil hingga skala besar. Sedangkan pada pemasaran, banyak perusahaan yang melakukan pemasaran melalui pembuatan *company profile*, pengiriman *e-mail* dan *newsletter*, dan *viral marketing* yang mana melalui ini, konsumen yang dijangkau dapat lebih luas.

### 3. Bidang Pendidikan

Bidang pendidikan merupakan salah satu bidang yang memanfaatkan kehadiran *new media* pula, terutama pada tingkat pendidikan tinggi. Informasi mengenai beasiswa perguruan tinggi yang ada di dalam dan luar negeri pun dapat diakses dengan mudah. Selain itu, proses administrasi pada perguruan tinggi pun sudah banyak beralih menggunakan *website*. Pembelajaran yang dilakukan antar dosen dan mahasiswa pun juga sudah banyak mengandalkan *new media* seperti pada absen dan pengiriman tugas. Perpustakaan dan Jurnal pun saat ini dapat diakses secara *online*. Selain itu, terdapat pula beberapa perguruan tinggi yang melakukan

program kuliah jarak jauh (*distance learning*) sehingga membutuhkan media baru dalam prosesnya.

#### 4. Bidang Sosial Budaya

Dewasa ini, gaya hidup dan perilaku masyarakat telah dipengaruhi oleh kehadiran media baru. Banyak masyarakat yang memanfaatkan situs jejaring sosial untuk mencari teman baru dan menjalin hubungan dengan anggota situs lainnya, situs berbagi *video* untuk menghibur diri serta menjadi media untuk menciptakan popularitas, pemanfaatan koran *online* untuk memudahkan pengguna mengakses berita dimanapun dan kapanpun, serta pemanfaatan *blog* sebagai media untuk berinteraksi dengan pengguna lain baik itu mengenai kejadian yang sedang viral, puisi, guyonan, dan lain sebagainya (Situmorang, 2012, 75-86).

### 3. Media Sosial

Media sosial merupakan medium internet yang digunakan pengguna untuk melakukan interaksi, bekerja sama, dan berbagi dengan pengguna lainnya sekaligus medium yang digunakan untuk merepresentasikan diri pengguna secara virtual (Nasrullah, 2017, 11).

Media sosial juga merupakan suatu platform yang fokus dalam menonjolkan eksistensi dari penggunanya serta memfasilitasi para penggunanya untuk beraktivitas (Juditha, 2017, 102).

Menurut Lisa Buyer, media sosial merupakan media yang menarik, transparan, serta interaktif yang dapat digunakan saat ini. Lain halnya dengan Sam Decker, media sosial merupakan media yang digunakan untuk

membuat konten digital oleh dan antar satu sama lain. Sedangkan menurut Andreas Kaplan dan Michael Haenli, media sosial merupakan kelompok aplikasi berbasis internet berdasarkan teknologi 2.0 yang memungkinkan penggunaannya untuk bertukar konten (Purbohastuti, 2017, 214).

We are Social dalam Saputra (2019, 207), menjelaskan media sosial sendiri dibagi menjadi kelompok, yaitu *social network* dan *messenger/chat app/voip*. *Social network* merupakan jenis media sosial yang mana para penggunaannya tergabung dikarenakan adanya kesamaan dalam ketertarikan pada bidang tertentu, kesamaan aktivitas, atau atas latar belakang komunitas yang sama. *Youtube, Facebook, Instagram, dan Twitter* adalah contoh dari media sosial golongan *Social Network*. Sedangkan *Messenger/chat app* merupakan sarana media yang digunakan untuk berbagi pesan berbentuk teks, gambar, *audio*, maupun *video*. *FB Messenger, WhatsApp, Wechat, Skype, BBM, dan Telegram* merupakan contoh media sosial golongan *Messenger/chat app* (Saputra, 2019, 207-208).

#### a. Karakteristik Media Sosial

Adapun 7 karakteristik dari media sosial, diantaranya:

##### 1. Jaringan (*network*) antar pengguna

Media sosial memiliki karakter jaringan sosial yang terbentuk dari jaringan atau internet yang menghubungkan antar penggunaannya. Dengan adanya jaringan yang terbentuk antar pengguna, maka terbentuk pula lah komunitas yang memunculkan nilai-nilai yang ada dimasyarakat.

## 2. Informasi (*Information*)

Pada media sosial, informasi menjadi hal utama bagi masyarakat informasi (*information society*). Informasi menjadi konsumsi utama yang didapatkan oleh pengguna. Dari kegiatan konsumsi informasi inilah yang secara sadar maupun tidak sadar membentuk komunitas dari penggunanya.

## 3. Arsip (*Archive*)

Kehadiran media sosial memberikan ruang penyimpanan yang dibutuhkan oleh para penggunanya dalam berbentuk arsip. Segala bentuk informasi yang sudah dibagikan penggunaannya di media sosial dapat dipastikan akan tersimpan dalam jangka waktu yang tak terhingga. Arsip ini juga dapat diakses oleh pengguna dimanapun, kapanpun, dan menggunakan perangkat apapun.

## 4. Interaksi (*Interactivity*)

Karakter lainnya yang dimiliki oleh media sosial yaitu adanya interaksi antar pengguna. Secara konsep, interaksi yang terjadi dapat berbentuk saling berkomentar, membagikan postingan, serta meninggalkan jejak seperti *like* pada postingan pengguna lainnya. Kebebasan dalam berinteraksi juga merupakan bentuk fasilitas yang diberikan media sosial untuk para penggunanya.

## 5. Simulasi (*Simulation*) Sosial

Pada dasarnya, bentuk interaksi yang terjadi pada media sosial merupakan bentuk dari simulasi sosial. Dalam proses simulasi, terlahirlah realitas media. Menurut Baudrillard dalam realitas media, realitas yang

ditampilkan oleh media direpresentasikan dan diproduksi sehingga menjadi realitas sendiri yang mana terkadang hal ini bisa saja berbeda dengan realitas itu sendiri. Bell menjelaskan bahwa hal ini mengakibatkan pengguna menciptakan dunianya sendiri yang disebut dengan dunia virtual.

#### 6. Konten oleh Pengguna (*User Generated Content*)

Karakteristik media sosial lainnya yaitu konten yang diciptakan sendiri oleh pengguna atau dikenal dengan *user generated content* (UGC). Hal ini membuktikan bahwa konten pada media sosial pengguna sepenuhnya milik pengguna serta memberi kebebasan kepada pengguna lain untuk ikut serta dalam mengkonsumsinya.

#### 7. Penyebaran (*Share/Sharing*)

Karakteristik terakhir yang dimiliki oleh media sosial yaitu kebebasan pengguna dalam menyebarkan konten. Selain kebebasan dalam menyebarkan konten, pengguna juga diberikan kebebasan dalam memilih perangkat yang digunakan untuk menyebarkan konten tersebut, seperti *Youtube* serta melalui media lainnya (Nasrullah, 2017, 15-33).

### b. Fungsi Media Sosial

Saat ini media sosial memiliki peran yang sangat penting bagi kehidupan manusia. Hampir segala aspek dalam kehidupan serta tingkah dan perilaku manusia dipengaruhi oleh media sosial. Hal ini menjadikan sosial media memiliki fungsi yang besar pula bagi kehidupan manusia. Beberapa fungsi yang dimiliki media sosial diantaranya:

1. Media sosial merupakan media yang dirancang untuk memperluas proses interaksi manusia melalui jaringan internet dan teknologi *web*.
2. Media sosial mengubah praktik komunikasi media yang sebelumnya dari satu media ke khalayak (*one to many*) menjadi komunikasi yang bersifat dua arah (*many to many*).
3. Media sosial juga berfungsi sebagai media pendukung sistem demokratis dalam segala bentuk pengetahuan dan informasi (Purbohastuti, 2017, 215).

#### c. Jenis-Jenis Media Sosial

Dewasa ini, perkembangan media sosial terjadi begitu pesat sehingga mengakibatkan manusia ketergantungan dalam menggunakan media sosial di kehidupan sehari-hari. Terdapat beberapa jenis media sosial yang berkembang di kalangan masyarakat, diantaranya (Yanuarita dan Wiranto, 2018, 14-24) :

##### 1. *Facebook*

*Facebook* merupakan salah satu media sosial asal Amerika yang mana tujuan *facebook* ini diciptakan agar penggunanya dapat mencari keluarga maupun teman yang jarang ditemui.

##### 2. *Twitter*

*Twitter* merupakan contoh media sosial lainnya yang banyak digunakan di Indonesia karena penggunaannya yang dianggap mudah dan sederhana.

### 3. Path

*Path* merupakan contoh salah satu media yang hanya bisa diakses melalui *smart phone*. Meskipun tidak dapat menampung *followers* sebanyak *facebook* dan *twitter*, hal ini tidak mengurangi minat masyarakat untuk menggunakannya.

### 4. Instagram

*Instagram* merupakan media sosial yang dapat digunakan untuk mengunggah dan menampilkan foto-foto. Selain itu, *instagram* juga dapat digunakan untuk keperluan bisnis.

### 5. WhatsApp

*WhatsApp* merupakan bentuk media sosial yang secara langsung terhubung dengan nomor *handphone* dari penggunanya. Selain untuk berkirim pesan berbentuk teks, penggunanya juga dapat melakukan panggilan suara, mengirim pesan suara, gambar, video, serta berkas (*file*).

### 6. Line

*Line* merupakan sosial media yang memiliki fungsi yang hampir sama dengan *WhatsApp*. Perbedaannya terletak pada lini masa (*timeLine*) yang mana penggunanya dapat membagikan status yang dapat dilihat oleh pengguna lainnya.

### 7. BBM

BBM merupakan salah satu media sosial yang mana pada awal kemunculannya hanya terdapat di Blackberry. Hal ini membuat

banyak pengguna yang tertarik dan beralih menggunakan ponsel bermerk Blackberry.

#### 8. Youtube

*Youtube* menjadi sosial media yang banyak menjadikan seseorang menjadi terkenal secara mendadak. *Youtube* juga digunakan untuk menampilkan *live streaming* dari acara tertentu.

#### 9. Tumblr

*Tumblr* merupakan media sosial yang memungkinkan penggunanya untuk membagikan gambar, artikel, hingga video yang mana hal ini juga dapat disinkronkan dengan akun *facebook* serta *twitter* penggunanya.

#### 10. Kaskus

Kaskus merupakan salah satu media sosial yang berasal dari Indonesia. Selain digunakan untuk berinteraksi dengan pengguna lain, media sosial ini juga memberikan ruang khusus jual beli yang dikenal dengan Forum Jual Beli (FJB).

### 4. WhatsApp

*WhatsApp* merupakan salah satu media sosial berbasis aplikasi *chatting* yang memungkinkan penggunanya untuk berkirim pesan menggunakan jaringan internet (Rusni, 2017, 8).

*WhatsApp* pertama kali diluncurkan pada tahun 2009 dan pertama kali didirikan oleh dua mantan pegawai *Yahoo!* yaitu Brian Acton dan Jan Koum. Awalnya, *WhatsApp* hanya dapat diunduh oleh para pengguna

*iPhone*, namun seiring tingginya peminat pengguna *WhatsApp*, akhirnya kini *WhatsApp* dapat diunduh disegala jenis *smartphone* baik itu melalui *App Store* maupun melalui *Play Store*<sup>6</sup>.

Pada 19 Februari 2014, *WhatsApp* akhirnya diakuisisi oleh Facebook, Inc. atau yang sekarang dikenal dengan Meta yang mana hingga saat ini hal ini masih menjadi akuisisi terbesar dengan biaya sebesar USD 19 miliar<sup>7</sup>. Selain bertukar pesan berbentuk teks, *WhatsApp* juga mendukung para penggunanya untuk bertukar informasi dalam bentuk *audio*, *video*, dokumen, dan *link* serta memungkinkan para penggunanya untuk melakukan panggilan suara dan juga panggilan *video*. Hingga saat ini, *WhatsApp* masih menjadi aplikasi *chatting* yang mampu memberikan kenyamanan bagi penggunanya dikarenakan tidak adanya iklan yang ditampilkan dari pihak ke tiga, sehingga pengguna dapat menggunakan *WhatsApp* tanpa perlu terganggu dengan iklan yang ada<sup>8</sup>.

#### a. Fitur pada *WhatsApp*

*WhatsApp* sendiri memungkinkan penggunanya untuk berkirim pesan dalam bentuk beberapa *file*, seperti foto, *video*, *audio*, *location*, dan juga *contact*. *File* foto, *video* bisa dikirim oleh pengguna secara langsung melalui kamera pada *WhatsApp* dan bisa pula melalui galeri yang ada pada *handphone* pengguna. Untuk *audio* sendiri, pengguna juga dapat

---

<sup>6</sup> <https://www.google.co.id/amp/s/techno.okezzone.com/amp/2020/01/18/207/2154693/sejarah-whatsapp-aplikasi-chat-paling-populer-saat-ini> (diakses pada tanggal 27 Januari 2022 pukul 17.24).

<sup>7</sup> *Ibid.*

<sup>8</sup> *Ibid.*

merekamnya langsung melalui fitur perekam suara pada *WhatsApp* serta dapat mengirim *file audio* yang ada pada perangkat pengguna. Selain itu, pengguna juga dapat mengirim titik lokasi kepada pengguna lain dengan tingkat akurasi yang tinggi. Terakhir, pengguna juga dapat mengirimkan kontak yang ada pada perangkat atau *handphone* pengguna (Miladiyah, 2017, 37-38).

Selain itu, terdapat beberapa fitur yang ditawarkan oleh *WhatsApp* bagi penggunanya, diantaranya:

1. *View Contact*: fitur ini memungkinkan penggunanya untuk melihat daftar kontak pada *phone book* yang ada pada perangkat pengguna
2. *Avatar*: pengguna dapat mengatur foto profil atau *avatar* secara manual
3. *Add Conversation Shortcut*: pengguna dapat menambahkan *shortcut conversation* pada menu *homescreen*
4. *E-mail Conversation*: pada fitur ini memungkinkan pengguna untuk menyimpan dan mengirimkan percakapannya melalui *e-mail*
5. *Group Chat*: *WhatsApp* memungkinkan penggunanya untuk membuat *group* dengan jumlah anggota mencapai 256 anggota.
6. *Copy/Paste*: Pengguna dapat *mengcopy*, *paste*, *mengforward*, dan menghapus pesan yang diinginkan pengguna
7. *Emoji*: selain berbentuk teks, pengguna *WhatsApp* juga dapat menggunakan *emoji* untuk merespon pesan dari pengguna lain

8. *Search*: pada fitur ini memungkinkan penggunanya untuk mencari kontak lain yang ada pada perangkat pengguna
9. *WhatsApp Call*: apabila tersambung dengan internet, pengguna *WhatsApp* dapat melakukan panggilan dengan pengguna lainnya
10. *Block*: fitur ini memungkinkan penggunanya untuk memblock pengguna lain yang tidak diinginkan
11. *Status*: pada fitur ini, pengguna dapat mengatur status yang ada dibawah foto profil pengguna. Tidak hanya dapat memilihnya sesuai dengan pilihan status yang diberikan oleh pihak *WhatsApp*, pengguna juga dapat mengatur dan menuliskan status apa yang akan diletakkan pada profil pengguna tersebut (Miladiyah, 2017, 38-39).

Seiring berjalannya waktu, *WhatsApp* melakukan banyak pembaharuan pada fitur-fiturnya, seperti pengguna dapat melakukan panggilan *video* dalam jumlah lebih dari dua orang, memperpanjang masa penghapusan pesan, memungkinkan pengguna untuk membalas pesan dengan mengguna GIF atau *file* dokumen, serta merilis fitur stiker. Selain itu, pengguna juga dapat secara langsung membalas pesan dari pengguna lainnya hanya dengan menggeser pesan yang ingin dibalas ke sebelah kanan<sup>9</sup>.

<sup>9</sup> <https://www.google.co.id/amp/s/amp.kompas.com/tekn/read/2018/10/25/08030487/fitur-stiker-di-whatsapp-mulai-disebar> (diakses pada tanggal 27 Januari 2022 pukul 18.58).

## b. Stiker WhatsApp

Stiker merupakan salah satu media komunikasi yang tidak kalah menarik untuk digunakan. Stiker sendiri merupakan media grafis yang dapat mewakili ekspresi dalam interaksi virtual yang dilakukan oleh manusia dalam menggunakan media sosial. Cooley menjelaskan bahwa dengan adanya visualisasi, maka hal ini dapat menunjang imajinasi seseorang dalam menggambarkan sikap, penampilan, serta karakter dari seseorang (Salamoon, 2016, 16-17).

Stiker sendiri merupakan salah satu fitur terbaru *WhatsApp* yang mana pada penggunaannya, pengguna dapat secara bebas menambahkan atau mengurangi stiker yang ada pada *WhatsApp*. Stiker merupakan bentuk gabungan dari *emoji* dan GIF yang mana pada stiker terdapat gambar yang bersifat statis dan dinamis.

Menurut Kato dkk, Stiker memiliki beberapa fungsi, diantaranya untuk mengekspresikan emosi, digunakan untuk menyampaikan aksi atau kebiasaan seseorang, untuk membuka atau menutup percakapan, menyampaikan sesuatu yang bersifat spesifik, menambah kelucuan serta nilai humor dalam berkomunikasi, menjadikan percakapan menjadi lebih santai, serta digunakan untuk menekankan sesuatu dalam percakapan (Ge, 2020, 2).

Menurut Rakhmat dalam Lisdiana (2018, 15-16), penggunaan media ini dapat diukur dengan cara melihat tiga indikator, diantaranya:

1. Frekuensi. Hal ini dapat dilihat berdasarkan seberapa banyak atau seberapa sering pengguna menggunakan media tersebut
2. Durasi. Ini dapat dilihat berdasarkan berapa lama durasi dari seseorang menggunakan media tersebut
3. Atensi. Mengukur atensi dapat dilihat berdasarkan perhatian yang diberikan pengguna terhadap media yang digunakan seperti rasa percaya dan ketertarikan.

#### 5. Teori Determinisme Teknologi

Nurudin dalam Prayugo (2018, 145), Teori Determinisme Teknologi ini pertama kali diperkenalkan oleh Marshall McLuhan pada tahun 1962 melalui tulisannya yang berjudul *The Gutenberg Galaxy: The Making of Typographic Man*. Teori ini menjelaskan bahwasanya saat ini kehadiran teknologi telah membawa pengaruh dalam kehidupan manusia berbentuk perubahan pada cara manusia dalam berpikir serta berinteraksi. Hal ini juga disesuaikan dengan pergerakan dari abad teknologi satu ke abad teknologi lainnya.

Teori ini melihat bahwa teknologi atau media adalah hal utama yang memberikan banyak pengaruh terhadap hal lainnya. Teknologi juga dipercaya sebagai kunci dalam mengatur masyarakat. Awalnya, teknologi diciptakan untuk mempermudah kegiatan atau aktivitas manusia. Kini, teknologi telah menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi kehidupan manusia. Artinya, dewasa ini bukan lagi manusia yang mengatur teknologi

namun teknologi lah yang mengatur dan membentuk manusia (Febriana, 2018, 14).

Teori Determinisme Teknologi juga menjelaskan bahwa setiap perkembangan teknologi memberikan dampak terhadap apapun bentuk dari kegiatan serta kejadian yang terjadi pada manusia (Prashandyawan dkk, 2019, 269). Hal ini tentunya menjadikan manusia secara sadar ataupun tidak menjadi ketergantungan terhadap teknologi. Hampir seluruh kegiatan manusia saat ini dipengaruhi oleh teknologi, khususnya dalam berkomunikasi. Dengan berkembangnya teknologi yang ada serta masuknya internet menjadikan hal tersebut sebagai salah satu kebutuhan utama dalam kehidupan manusia.

Salah satu perkembangan teknologi yang terjadi dewasa ini yaitu hadirnya beberapa bentuk media sosial. Penggunaan media sosial menggunakan jaringan internet ini memudahkan manusia dalam melakukan banyak hal, tidak terkecuali untuk berkomunikasi. Hal ini juga menyebabkan manusia secara tidak langsung menjadi ketergantungan untuk menggunakan media sosial seperti *WhatsApp*. Ketergantungan media sosial ini dapat diukur dengan menggunakan beberapa indikator, diantaranya (Maestry, 2017, 33):

1. Perlu waktu tambahan untuk mencapai kepuasan waktu online
2. Merasa gelisah dan tertekan apabila keinginan membuka sosial medianya tidak terpenuhi
3. Mempertaruhkan kehidupan pribadi untuk online

4. Menyembunyikan kegiatan online dari orang lain
5. Menjadikan media sosial sebagai pelarian atas permasalahan di dunia nyata.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

**Perpustakaan Universitas Islam Riau**

## B. Kerangka Operasional

Tabel 2. 1 Kerangka Operasional

Variabel	Indikator	Alat ukur	Skala
<b>Penggunaan Stiker WhatsApp (X)</b> Sumber: Rakhmat dalam Lisdiana (2018:15- 16)	Frekuensi	1. Seberapa sering menggunakan stiker <i>WhatsApp</i> 2. Menggunakan stiker <i>WhatsApp</i> lebih dari tiga kali dalam sehari 3. Tidak menggunakan stiker <i>WhatsApp</i> dalam sehari	Likert
	Durasi	1. Berapa lama durasi penggunaan stiker <i>WhatsApp</i> 2. Sudah berapa lama menyimpan stiker <i>WhatsApp</i> 3. Tidak menarik pesan Stiker <i>WhatsApp</i> yang sudah dikirim	
	Atensi	1. Tertarik untuk menggunakan stiker <i>WhatsApp</i> 2. Memiliki stiker yang dibuat sendiri oleh pengguna 3. Menggunakan stiker <i>WhatsApp</i> dari orang lain serta stiker <i>WhatsApp</i> yang dibuat sendiri oleh pengguna	
	Perlu waktu tambahan untuk mencapai kepuasan waktu online	1. Menggunakan <i>WhatsApp</i> lebih dari <i>limit</i> waktu yang ditentukan 2. Membuka <i>WhatsApp</i> sembari membuka aplikasi yang lainnya	
<b>Ketergantungan Penggunaan WhatsApp (Y)</b> Sumber: Maestry (2017:33)	Merasa gelisah dan tertekan apabila keinginan membuka sosial mediana tidak terpenuhi	1. Merasa gelisah jika tidak membuka <i>Whatsapp</i> 2. Tidak pernah tidak membuka <i>WhatsApp</i> dalam sehari	Likert
	Mempertaruhkan kehidupan pribadi untuk online	1. Tidak memperdulikan lingkungan ketika sedang menggunakan <i>WhatsApp</i> 2. Lebih memilih berkomunikasi menggunakan <i>WhatsApp</i> dibandingkan bertemu langsung	
	Menyembunyikan kegiatan online dari orang lain	1. Menggunakan <i>WhatsApp</i> secara diam-diam saat sedang proses belajar 2. Sering memikirkan <i>WhatsApp</i> ketika sedang melakukan aktivitas yang lain	
	Menjadikan media sosial sebagai pelarian atas permasalahan di dunia nyata	1. Menjadikan <i>WhatsApp</i> sebagai media untuk <i>update</i> status 2. Merasa lebih baik ketika menggunakan <i>WhatsApp</i> ditengah keramaian	

### C. Penelitian Terdahulu

Tabel 2. 2 Penelitian Terdahulu yang Relevan

No	Nama dan Tahun Penelitian	Judul Penelitian	Teori	Metode Penelitian	Hasil Penelitian
1.	Dian Patria Alan Huda (2017) Universitas Sebelas Maret	Motivasi Penggunaan <i>Emoji</i> Pada <i>Whatsapp</i> dan Kepuasan Dalam Penyampaian Pesan	Teori <i>Uses and Gratifications</i>	Kuantitatif	Berdasarkan hasil analisa menggunakan koefisien korelasi Spearman menghasilkan nilai sebesar 0.779 yang mana hasil ini masuk kedalam kategori kuat sehingga terdapat hubungan yang signifikan antara motivasi penggunaan <i>emoji</i> pada <i>WhatsApp</i> terhadap kepuasan dalam penyampaian pesan.
2.	Daniel Kurniawan Salamoon (2016) Universitas Kristen Petra	“Sticker” LINE, Sebuah Jembatan Simbolik Teknologi Interaksi Manusia dalam Media Komunikasi	-	Kualitatif	“Sticker” pada aplikasi LINE pada satu sisi menjadi jembatan yang “hilang” pada komunikasi manusia yang sebenarnya, tetapi di satu sisi juga melakukan <i>generalisasi</i> terhadap ekspresi dan melakukan pemaksaan untuk sebuah pola komunikasi yang berbeda yang “memaksa” orang untuk meyakini bahwa apa yang digambarkan dari simbol pada “sticker” tersebut adalah apa yang seseorang hendak lakukan atau ekspresikan.

3.	Avis Lisdiana (2018)	Pengaruh Penggunaan Media Baru Terhadap Komunikasi Interpersonal Warga Masyarakat Kampung Cyber Yogyakarta	Teori Penetrasi Sosial	Kuantitatif	Dari hasil perhitungan didapatkan hasil bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara penggunaan media baru dengan komunikasi interpersonal dengan r tabel 0,254 serta (sig) sebesar 0,002.
4.	Asasi Tamaraya (2020) Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah	Pengaruh Intensitas Penggunaan Twitter Terhadap <i>Self Disclosure</i> Mahasiswa	Teori <i>Self Disclosure</i>	Kuantitatif	Berdasarkan hasil analisis regresi sederhana dapat diperoleh persamaan $Y = 9,323 + 0,819.X$ . Dari hasil persamaan tersebut menyatakan bahwa setiap penambahan 1% nilai intensitas, maka nilai self disclosure bertambah sebesar 0,819 yang mana koefisien regresi tersebut bernilai positif sehingga dapat disimpulkan bahwa variabel X berpengaruh terhadap variabel Y.

Dokumen ini adalah Arsip Miik :

Perpustakaan Universitas Islam Riau

## D. Kerangka Pemikiran

Tabel 2. 3 Kerangka Pemikiran



Sumber: Rakhmat dalam Lisdiana (2018:15- 26)

Sumber: Maestry (2017:33)

## E. Hipotesis

Hipotesis berasal dari dua kata yaitu *hypo* yang artinya *sebelum* dan *thesis* yang artinya *pernyataan* atau *pendapat*. Hipotesis merupakan pernyataan yang belum diketahui kebenarannya namun dapat diuji dalam kenyataan empiris (Gulo, 2002, 43).

Hipotesis digunakan sebagai jawaban pada suatu masalah pada suatu penelitian yang mana secara teoritis dapat diukur kebenarannya (Setyawan, 2021, 1).

Ary Donald dalam Gulo (2002,43) menjelaskan terdapat empat fungsi dari hipotesis, yaitu:

- A. Memberikan arah pada penelitian
- B. Sebagai kerangka untuk penyusunan kesimpulan pada penelitian
- C. Sebagai penjelasan dalam gejala-gejala dan untuk memudahkan pengetahuan dari suatu bidang
- D. Sebagai pertanyaan mengenai hubungan antar konsep yang dapat diuji dalam penelitian.

Suharsimi Arikunto (2000) dalam Setyawan (2021, 15) menjelaskan terdapat dua jenis hipotesis, yaitu:

1. Hipotesis Nol atau Hipotesis Nihil

Hipotesis ini ditulis dengan  $H_0$  yang mana pada hipotesis ini tidak adanya sebab akibat dalam variabel sehingga selisih yang dihasilkan oleh antar variabel yaitu nol atau nihil.

2. Hipotesis Alternatif atau Hipotesis Kerja

Hipotesis ini ditulis dengan  $H_a$  yang mana hipotesis ini digunakan untuk menerima atau menolak dari hipotesis nol. Pada hipotesis alternatif dinyatakan sebagai hipotesis yang memiliki hubungan antar variabel

Berdasarkan pengertian di atas, hipotesis pada penelitian ini yaitu:

$H_0$  : Tidak adanya pengaruh penggunaan stiker *WhatsApp* terhadap ketergantungan penggunaan *WhatsApp* pada siswa SMA Negeri 9 Mandau.

$H_a$  : Adanya pengaruh penggunaan stiker *WhatsApp* terhadap ketergantungan penggunaan *WhatsApp* pada siswa SMA Negeri 9 Mandau.



### BAB III

## METODE PENELITIAN

#### A. Pendekatan Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini yaitu menggunakan metode kuantitatif Deskriptif. Penelitian kuantitatif sendiri merupakan salah satu bentuk penelitian yang mengkhuskan diri secara sistematis dan terstruktur sejak dari perencanaan sampai dengan penelitiannya. Penelitian kuantitatif merupakan penelitian yang mana dalam penggunaannya banyak menggunakan angka baik itu dari saat mengumpulkan data sampai dengan penampilan dari hasil penelitian tersebut. Penelitian yang dilakukan berupa angka dan dianalisis dengan menggunakan statistik (Siyoto dan Sodik, 2015, 17-18).

Metode kuantitatif juga disebut sebagai metode ilmiah (*scientific*) dikarenakan metode ini memenuhi kaedah pada suatu ilmu seperti obyektif, terukur, konkrit, sistematis, dan rasional (Ibrahim, dkk, 2018, 44). Pada penelitian kuantitatif memiliki kekhasan tersendiri seperti menggunakan sampel pada penelitian guna untuk digeneralisasi terhadap populasi (Abdullah, 2015, 90).

Martasari, dkk (2018, 12) pendekatan dengan metode kuantitatif deskriptif digunakan untuk menjelaskan variabel yang diteliti berdasarkan dengan point-point yang digunakan dalam penelitian. Hal ini sesuai dengan penelitian yang akan dilakukan yaitu mengenai Pengaruh Penggunaan

Stiker *WhatsApp* Terhadap Ketergantungan Penggunaan *WhatsApp* pada Siswa SMA Negeri 9 Mandau.

## B. Populasi dan Sampel

### 1. Populasi

Populasi merupakan wilayah luas yang terdiri atas objek dan subjek yang memiliki karakteristik dan kualitas yang ditetapkan oleh peneliti untuk diambil kesimpulannya (Garaika dan Darmanah, 2019, 48). Populasi pada penelitian tidak hanya berbentuk makhluk hidup, namun juga semua objek pada penelitian yang dapat diukur (Siyoto dan Sodik, 2015, 64).

Pada penelitian mengenai pengaruh penggunaan stiker *WhatsApp* terhadap ketergantungan penggunaan *WhatsApp* pada siswa SMA Negeri 9 Mandau ini yang menjadi populasinya yaitu seluruh siswa dan siswi yang ada di SMA Negeri 9 Mandau dengan jumlah keseluruhan populasi yaitu 798 anak (Februari 2022). Di SMA Negeri 9 Mandau terdapat dua jurusan yaitu MIPA dan IPS yang terdiri dari kelas 10, 11, dan 12.

Tabel 3. 1 Jumlah Siswa di SMAN 9 Mandau TA 2021/2022

No	Kelas	MIPA	IPS	Jumlah Siswa
1.	X	143	173	316
2.	XI	123	127	250
3.	XII	101	131	232
Total Jumlah Siswa				798

Namun, mengingat pada saat jadwal penelitian dilakukan siswa kelas 12 sudah tidak aktif dalam mengikuti proses belajar mengajar serta adanya keterbatasan waktu yang dimiliki oleh peneliti, sehingga peneliti hanya mengambil populasi pada kelas 10 dan 11 saja. Berdasarkan hal tersebut, dapat disimpulkan bahwa jumlah populasi pada penelitian ini yaitu sebanyak 566 anak.

## 2. Sampel

Sampel merupakan bagian dari populasi dimana sampel merupakan perwakilan dari populasi yang dapat memberikan gambaran pada populasi tersebut. Sampel sendiri harus bersifat sederhana serta besarnya jumlah sampel dapat mempengaruhi presisi pada suatu data (Budiarto, 2019, 33).

Penelitian ini mengambil sampel dengan menggunakan teknik *probability sampling* yang mana dengan teknik ini semua elemen pada populasi dapat memiliki kesempatan menjadi sampel pada penelitian. Pada teknik ini peneliti sudah harus mengetahui jumlah populasi secara pasti pada suatu penelitian (Budiarto, 2019, 33).

Rumus yang dapat digunakan untuk menentukan besaran sampel yang akan diambil yaitu rumus *Slovin*, yaitu:

$$n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

Keterangan:

n : Besaran Sampel

N : Besaran Populasi

e : Nilai Kritis/batas ketelitian dalam pengambilan sampel (10%).

Berdasarkan rumus di atas, peneliti membutuhkan sampel atau responden sebanyak:

$$n = \frac{566}{1 + (566 \times 0,1^2)}$$

$$n = \frac{566}{1 + 5,66}$$

$$n = \frac{566}{6,66}$$

n = 84,984 yang dibulatkan menjadi 85.

Berdasarkan perhitungan di atas, maka jumlah responden yang akan diambil dalam penelitian ini yaitu sebanyak 85 responden yang mana hal ini akan dilakukan dengan cara penyebaran *link* kuesioner melalui *WhatsApp* dibantu oleh wali kelas pada setiap angkatan yang ada di SMA Negeri 9 Mandau. Berdasarkan perhitungan tersebut pula maka dibutuhkan pembagian secara proporsional dari setiap angkatan. Hal ini bisa didapatkan dengan menggunakan *proporsional stratified sampling* dengan rumus sebagai berikut (Lestari, 2021, 38):

$$\text{Sampel Sub Kelompok} = \frac{\text{Jumlah masing - masing kelompok}}{\text{Total Populasi}} \times \text{Besarnya sampel}$$

Tabel 3. 2 Jumlah Sampel Penelitian

No.	Kelas	Populasi (N)	Penarikan Sampel (n)	Jumlah Sampel	Sampel yang Dibulatkan
1.	X	316	$\frac{316 \times 85}{566}$	47,4	47
2.	XI	250	$\frac{250 \times 85}{566}$	37,5	38
<b>Jumlah</b>		<b>566</b>			<b>85</b>

### C. Lokasi dan Waktu Penelitian

#### 1. Lokasi Penelitian

Penelitian ini akan dilakukan di SMA Negeri 9 Mandau yang mana sekolah ini berlokasi di Jalan Stadion, Gang Balam, Air Jamban, Mandau, Kab.Bengkalis, Riau. Penelitian ini akan dilaksanakan pada bulan April 2022.

## 2. Waktu Penelitian

**Tabel 3.3 Jadwal Rencana Penelitian**

NO	JENIS KEGIATAN	BULAN MINGGU KE																KET
		JANUARI-FEBRUARI				MARET-APRIL				MEI-JUNI				JULI-AGUSTUS				
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1.	Persiapan Dan Penyusunan UP	X	X	X	X	X	X											
2.	Seminar UP							X										
3.	Riset								X									
4.	Penelitian Lapangan									X	X	X	X					
5.	Pengolahan Dan Analisis Data													X	X			
6.	Konsultasi Dan Bimbingan Skripsi																	
7.	Ujian Skripsi															X		
8.	Revisi Dan Pengesahan Skripsi Penggandaan Serta Penyerahan																X	
9.	Skripsi																	

### D. Sumber Data

Dalam satu penelitian, data merupakan suatu komponen yang penting yang mana data tersebut berguna untuk memberikan gambaran mengenai objek penelitian. Dalam penelitian, data berasal dari berbagai sumber sesuai dengan teknik penelitian yang dilakukan. Data penelitian dikelompokkan menjadi dua, yaitu (Rinaldi dan Mujianto, 2017, 91) :

## 1. Data Primer

Data primer merupakan data yang didapatkan dari sumber datanya secara langsung. Data ini dianggap sebagai data paling *up to date* dan dianggap sebagai data asli dari suatu penelitian. Darwin, dkk (2021, 151) Terdapat beberapa cara untuk mendapatkan data primer diantaranya dengan observasi, wawancara, *Focus Group Discussion* (FGD), dan penyebaran kuesioner.

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan penyebaran kuesioner sebagai data primernya. Kuesioner merupakan salah satu teknik pengumpulan data melalui pertanyaan tertulis guna mendapatkan informasi atau data dari responden (Syahrudin dan Salim, 2012, 135)..

Penyebaran kuesioner yang dilakukan oleh peneliti bersifat tertutup sehingga dibutuhkan skala dalam penggunaannya. Skala yang digunakan dalam penelitian ini yaitu Skala *Likert*. Skala *Likert* digunakan sebagai nilai pada tiap jawaban, yang mana hal ini berjumlah sebanyak lima kategori, yaitu sangat setuju, setuju, ragu-ragu, tidak setuju, dan sangat tidak setuju (Syahrudin dan Salim, 2012, 150).

Tabel 3. 4 Kategori Penilaian Skala Likert

No	Skala	Skor
1.	Sangat Setuju	5
2.	Setuju	4
3.	Ragu-Ragu	3
4.	Tidak Setuju	2
5.	Sangat Tidak Setuju	1

## 2. Data Sekunder

Data sekunder merupakan data yang didapatkan dari berbagai sumber lainnya. Beberapa sumber yang dapat menjadi data sekunder dalam suatu penelitian seperti buku, laporan, catatan medis, jurnal, dan lain sebagainya. Pada penelitian ini, peneliti menggunakan berbagai kajian literatur seperti buku, jurnal, berita pada media *online*, serta penelitian terdahulu sebagai acuan untuk melengkapi penelitian yang peneliti lakukan.

## E. Teknik Pengumpulan Data

Pada penelitian ini, peneliti akan menggunakan kuesioner sebagai teknik dari pengumpulan datanya. Kehadiran kuesioner dianggap sebagai perwakilan dari peneliti sehingga untuk mendapatkan informasi secara akurat, peneliti dapat melakukannya tanpa perlu bertemu langsung dengan

responden. Dalam pembuatan kuesioner, peneliti perlu menyusun pertanyaan atau pernyataan secara terstandar guna untuk mendapatkan respon atau informasi dari responden. Pada penelitian ini, peneliti akan menyebarkan kuesioner dalam berbentuk *link (Google Form)* yang akan disebar melalui Grup *WhatsApp*. Dalam penyebaran ini akan dibantu oleh wali kelas X dan XI di SMA Negeri 9 Mandau sehingga memudahkan peneliti untuk menyebarkan kuesionernya kepada anak-anak didiknya.

## F. Uji Validitas dan Reliabilitas Data

### 1. Uji Validitas

Uji validitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengukur instrumen dari suatu penelitian. Suatu instrumen dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang sebenarnya dengan objek yang diteliti. Selain itu suatu instrument dikatakan valid apabila instrumen tersebut dapat mengukur apa yang harus diukur. Setelah melakukan konsultasi dengan ahli mengenai topik yang akan diteliti, selanjutnya dilakukan analisis dan uji coba dengan cara menghitung koefisien korelasi *pearson* antar butir instrumen dengan skor total (Setiawan, 2017, 184-185).

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan koefisien korelasi *product moment* dengan ketentuan apabila nilai  $p < 0.05$  maka item tersebut dinyatakan valid (Setyawan, 2014, 7). Rumus yang digunakan dalam uji validitas ini yaitu:

$$r_{xy} = \frac{n(\sum x_i y_i) - (\sum x_i)(\sum y_i)}{\sqrt{(n(\sum x_i^2) - (\sum x_i)^2)(n(\sum y_i^2) - (\sum y_i)^2)}}$$

Keterangan:

$r_{xy}$  : Koefisien korelasi

$n$  : Jumlah responden

$x_i$  : Skor setiap item pada instrumen

$y_i$  : Skor setiap item pada kriteria

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas berasal dari kata *reliability* yang mana *rely* sendiri berarti *percaya* dan *reliabel* berarti *dapat dipercaya*. Konsistensi dan ketepatan memiliki nilai dan hubungan yang erat dengan kepercayaan. Dikatakan reliabel apabila hasil dari pengukuran relatif konsisten atau tetap (Siyoto dan Sodik, 2015, 91).

Uji reliabilitas pada penelitian ini menggunakan uji *Alfa Cronbach* dikarenakan uji ini sesuai dengan instrumen yang peneliti lakukan, yaitu instrumen kuesioner (Yusup, 2018, 22). Pada uji ini dikatakan reliabel apabila nilai Alpha minimal 0.7 atau nilai Alpha > 0.7 (Setyawan, 2014, 11).

Rumus yang digunakan dalam uji ini yaitu:

$$r_i = \frac{k}{(k - 1)} \left\{ 1 - \frac{\sum S_i^2}{S_t^2} \right\}$$

Keterangan:

$r_i$  : Koefisien reliabilitas *Alfa Cronbach*

$k$  : Jumlah item soal

$\sum S_i^2$  : Jumlah varians skor tiap item

$S_t^2$  : Varians total

## G. Teknik Pengolahan dan Analisis Data

### 1. Teknik Pengolahan Data

Setelah data-data dari penelitian terkumpul, maka tahap selanjutnya yang harus dilakukan yaitu pengolahan data. Hal ini dilakukan guna untuk menjawab dari masalah penelitian yang sudah ditentukan. Data tersebut diolah sehingga menghasilkan kesimpulan atau jawaban dari masalah penelitian. Terdapat beberapa tahap dalam pengolahan data, diantaranya (Agung dan Yuesti, 2017, 96-112) :

#### a. *Editing*

Setelah mendapat data dari hasil kuesioner, maka selanjutnya peneliti harus meneliti kembali data tersebut untuk dapat ditentukan apakah data tersebut layak dan bisa diproses ke tahap selanjutnya atau tidak. *Output* dari proses ini yaitu diharapkan *reliability* dari data yang akan diolah dapat meningkat untuk dianalisis.

#### b. Koding (*Coding*)

Setelah melakukan *editing*, maka tahap selanjutnya yang harus dilakukan yaitu proses koding. Koding merupakan proses dimana setiap jawaban dari responden diklasifikasikan sesuai dengan macamnya. Tujuannya untuk memudahkan peneliti dalam melakukan analisis dan

pembahasan dari suatu penelitian. Pada umumnya, koding dilakukan dalam bentuk angka yang mana setiap angka memiliki kodenya tersendiri.

c. Pengklasifikasian Jawaban

Dalam proses ini, jawaban yang telah diberikan oleh responden sebelumnya diringkas dan digolongkan hingga menjadi beberapa kategori yang terbatas. Jawaban yang beraneka ragam tersebut perlu digolongkan kembali guna memudahkan peneliti dalam menarik kesimpulan.

d. Perhitungan Frekuensi

Setelah seluruh jawaban dari responden diklasifikasikan, selanjutnya dilakukan perhitungan mengenai seberapa besar jumlah atau frekuensi dari setiap kategori jawaban. Cara yang bisa dilakukan dengan tallying yaitu dengan mengambil setiap kode dari jawaban responden dan memasukkan kedalam kategori yang bersangkutan.

e. Tabulasi

Setelah melakukan perhitungan frekuensi, selanjutnya dilakukan tabulasi pada data. Tabulasi dilakukan guna untuk menyusun hasil data dalam bentuk tabel. Tabulasi juga dianggap sebagai tahap terakhir yang dilakukan yang mana data dianggap telah selesai diproses oleh peneliti.

## 2. Analisis Data

a. Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi termasuk kedalam statistik parametrik. Regresi digunakan untuk mengetahui bagaimana variabel  $y$  dapat diprediksi melalui variabel  $x$ . Pada regresi linear hanya terdapat dua variabel di dalamnya

(Anwar, 2009, 141-142). Rumus regresi linier sederhana yang digunakan yaitu:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y : Subyek dalam variabel dependen yang diprediksikan

a : Harga Y bila  $X = 0$  (harga konstan)

b : Angka arah atau koefisien regresi yang menunjukkan angka peningkatan maupun penurunan pada variabel dependen yang didasarkan pada variabel independen.

X : Subjek pada variabel independen yang memiliki nilai tertentu.

b. Pengujian Hipotesis (Uji t)

Widjarjono dalam Hendri dan Setiawan (2017, 3), Pengujian hipotesis menggunakan Uji-t dilakukan guna mengetahui seberapa besar pengaruh yang diberikan antar variabel penelitian dengan menetapkan nilai sig sebesar 0.05, yang mana apabila nilai sig  $> 0.05$  maka  $H_0$  diterima dan  $H_a$  ditolak.

c. Pengujian Koefisien Determinasi

Besarnya pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y dapat dijelaskan dengan menggunakan pengujian koefisien determinasi yang mana data pada uji ini akan disajikan dalam bentuk *persentase* (%) dengan rumus (Fathussyaadah dan Ratnasari, 2019, 22):

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd : Koefisien determinasi ( nilai koefisiennya terletak antar 0 sampai dengan 1 atau  $0 \leq Kd \leq 1$ )

$r^2$  : Koefisien Korelasi



## BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

### A. Gambaran Umum Lokasi Penelitian

**Gambar 4. 1 SMA Negeri 9 Mandau**



SMA Negeri 9 Mandau merupakan salah satu SMA Negeri yang ada di Kota Duri yang mana SMA ini terletak di Jalan Stadion, Gang Balam, Air Jamban, Mandau, Kab.Bengkalis, Riau. SMA ini memiliki jumlah siswa sebanyak 798 anak dengan jumlah tenaga pendidik yaitu sebanyak 14 guru PNS dan 34 Guru Honorer.

#### 1. Visi dan Misi SMA Negeri 9 Mandau

##### a. Visi

Adapun visi dari SMA Negeri 9 Mandau yaitu “Mewujudkan peserta didik yang berprestasi pada bidang akademik, seni, olahraga, dan berakhlak mulia dilandasi iman dan taqwa terhadap Tuhan Yang Maha Esa”.

##### b. Misi

Misi dari SMA Negeri 9 Mandau yaitu:

1. Menjadikan sekolah yang aman dan nyaman
2. Meningkatkan prestasi akademik lulusan
3. Membentuk peserta didik yang berakhlak mulia, berbudi pekerti luhur
4. Meningkatkan prestasi olahraga dan seni

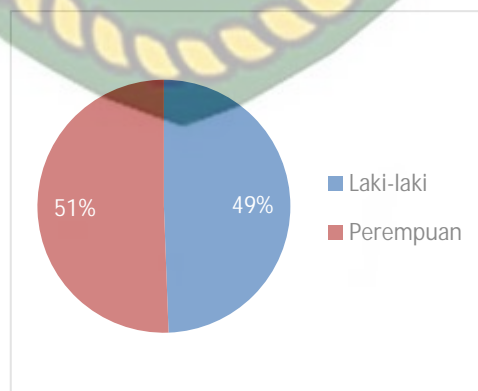
## B. Hasil Penelitian

### 1. Identitas Responden

Data yang diperoleh dan diolah oleh peneliti didapatkan berdasarkan penyebaran kuesioner secara online kepada 85 siswa kelas X dan XI di SMA Negeri 9 Mandau dengan rentang waktu penelitian dari 9 Mei sampai dengan 6 Juni 2022. Pada bagian ini peneliti terlebih dahulu akan menguraikan secara umum mengenai identitas responden.

Identitas responden pada penelitian ini dibagi menjadi empat kategori yaitu jenis kelamin, usia, kelas, dan jurusan responden. Hal ini dapat dilihat pada diagram di bawah ini:

**Gambar 4. 2 Responden Berdasarkan Kategori Jenis Kelamin**

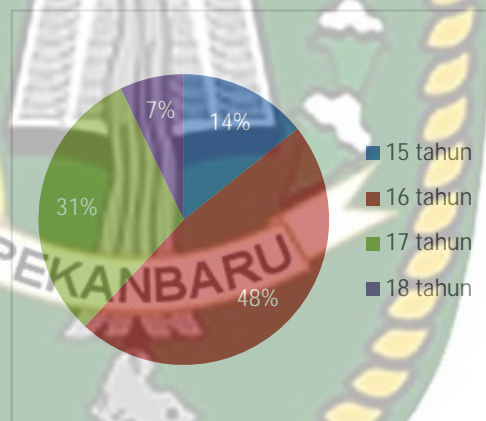


Sumber: Data Olahan (Google Form), 2022

Berdasarkan gambar 4.2 di atas, diketahui bahwasanya terdapat responden dari jenis kelamin laki-laki sebesar 49% (berwarna merah) dan perempuan sebesar 51% (berwarna biru). Sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini siswa perempuan di SMA Negeri 9 Mandau lebih banyak dalam menjawab kuesioner yang disebar dengan presentase sebesar 51%.

Selanjutnya untuk kategori usia pada penelitian ini dapat dilihat pada diagram berikut ini:

**Gambar 4.3 Responden Menurut Kategori Usia**

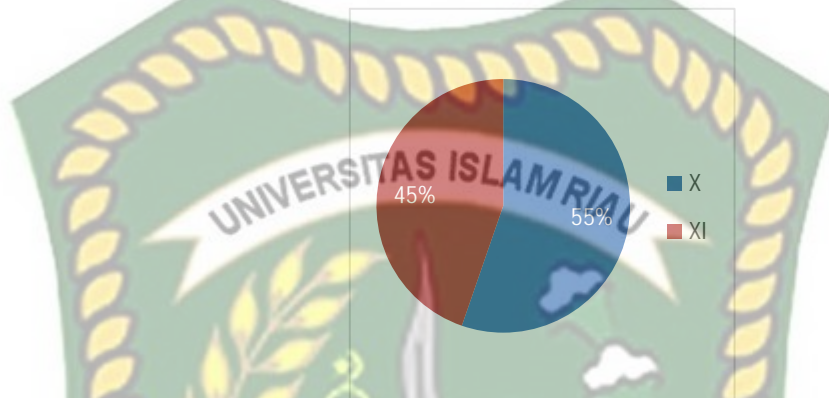


Sumber: Data Olahan (Google Form), 2022

Berdasarkan gambar 4.3 di atas, maka diketahui bahwasanya terdapat responden dari usia 15 tahun sebesar 14% (berwarna biru), usia 16 tahun sebesar 48% (berwarna merah), usia 17 tahun 31% (berwarna hijau), dan usia 18 tahun sebesar 7% (berwarna ungu). Sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini, siswa di SMA Negeri 9 Mandau dengan usia 16 tahun lebih banyak dalam menjawab kuesioner yang disebar dengan presentase sebesar 48%.

Selanjutnya untuk kategori kelas pada penelitian ini dapat dilihat pada diagram berikut ini:

**Gambar 4. 4 Responden Menurut Kategori Kelas**



**Sumber: Data Olahan (Google Form), 2022**

Berdasarkan gambar 4.4 di atas, diketahui bahwasanya terdapat responden dari kelas X sebesar 55% (berwarna biru) dan kelas XI sebesar 45% (berwarna merah). Sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini, siswa kelas X di SMA Negeri 9 Mandau lebih banyak dalam menjawab kuesioner yang disebar dengan presentase sebesar 55%.

Kategori data responden yang terakhir dalam penelitian ini yaitu kategori berdasarkan jurusan yang mana dapat dilihat pada diagram berikut ini:

**Gambar 4. 5 Responden Menurut Kategori Jurusan**



**Sumber: Data Olahan (Google Form), 2022**

Berdasarkan gambar 4.5 di atas, diketahui bahwasanya terdapat responden dari jurusan MIPA sebesar 53% (berwarna biru) dan dari jurusan IPS sebesar 47% (berwarna merah). Sehingga dapat disimpulkan dalam penelitian ini, siswa dari jurusan MIPA di SMA Negeri 9 Mandau lebih banyak dalam menjawab kuesioner yang disebar dengan presentase sebesar 53%.

## 2. Uji Instrumen Penelitian

### a. Uji Validitas

Uji Validitas merupakan uji yang dilakukan untuk mengukur instrumen dari suatu penelitian. Suatu instrumen dikatakan valid apabila terdapat kesamaan antara data yang sebenarnya dengan objek yang diteliti dengan menggunakan koefisien korelasi product moment yang mana apabila nilai  $p < 0.05$  maka item tersebut dinyatakan valid:

Tabel 4. 1 Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan Stiker WhatasApp

Indikator	Nilai Sig	Keterangan
X1	.000	Valid
X2	.000	Valid
X3	.001	Valid
X4	.000	Valid
X5	.000	Valid
X6	.000	Valid
X7	.000	Valid
X8	.001	Valid
X9	.000	Valid
X10	.000	Valid
X11	.000	Valid
X12	.000	Valid
X13	.000	Valid

Sumber: Data Olahan (SPSS 25), 2022

Berdasarkan data olahan pada table 4.1 dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan memiliki nilai  $p < 0.05$ , yang mana hal ini dapat dinyatakan bahwasanya seluruh pernyataan yang telah disebarakan tersebut valid dan dapat dilanjutkan untuk melakukan uji data selanjutnya.

Tabel 4. 2 Hasil Uji Validitas Variabel Ketergantungan Penggunaan WhatasApp

Indikator	Nilai Sig	Keterangan
Y1	.047	Valid
Y2	.000	Valid
Y3	.004	Valid
Y4	.002	Valid
Y5	.000	Valid
Y6	.035	Valid
Y7	.000	Valid
Y8	.000	Valid
Y9	.000	Valid
Y10	.001	Valid
Y11	.000	Valid
Y12	.000	Valid
Y13	.000	Valid
Y14	.000	Valid
Y15	.000	Valid
Y16	.000	Valid

Sumber: Data Olahan (SPSS 25), 2022

Berdasarkan data olahan pada table 4.2 dapat dilihat bahwa seluruh pernyataan memiliki nilai  $p < 0.05$ , yang mana hal ini dapat dinyatakan bahwasanya seluruh pernyataan yang telah disebarkan tersebut valid dan seluruh data yang ada dapat dilanjutkan untuk dilakukan uji data selanjutnya..

#### b. Uji Reliabilitas

Uji reliabilitas pada penelitian ini dengan menggunakan uji *Alfa Cronbach* yang mana pada uji ini dikatakan reliabel apabila nilai Alpha minimal 0.7 atau nilai Alpha  $> 0.7$ :

**Tabel 4. 3 Hasil Uji Reliabilitas pada Variabel Penelitian**

Variabel	Cronbach's Alpha	Ketentuan	Kesimpulan
Penggunaan Stiker <i>WhatsApp</i>	.799	0.7	Reliabel
Ketergantungan Penggunaan <i>WhatsApp</i>	.819	0.7	Reliabel

Sumber: Data Olahan (SPSS 25), 2022

Berdasarkan data olahan pada table 4.3 menunjukkan bahwasanya nilai Alpha pada variabel Penggunaan Stiker *WhatsApp* (Variabel X) menghasilkan nilai sebesar 0.799 dan pada variabel Ketergantungan Penggunaan *WhatsApp* (Variabel Y) menghasilkan nilai sebesar 0.819 yang mana dari dua variabel tersebut sama-sama menghasilkan nilai yang lebih besar dari 0.7, sehingga dapat disimpulkan bahwa dua variabel tersebut Reliabel.

### 3. Analisis Data

#### a. Analisis Regresi Linier Sederhana

Hasil analisis regresi linier sederhana pada penelitian mengenai Pengaruh Penggunaan Stiker *WhatsApp* Terhadap Ketergantungan Penggunaan *WhatsApp* pada Siswa SMA Negeri 9 Mandau dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4. 4 Hasil Uji Regresi Linier Sederhana pada Variabel Penelitian**

Model		Coefficients <sup>a</sup>			T	Sig.
		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27.720	6.898		4.019	.000
	penggunaan stiker whatsapp	.374	.137	.286	2.723	.008

a. Dependent Variable: ketergantungan penggunaan whatsapp

Sumber: Data Olahan (SPSS 25), 2022

Berdasarkan hasil analisis data menggunakan SPSS 25 untuk uji regresi linier sederhana pada tabel 4.4 di atas, maka diperoleh nilai persamaan sebagai berikut:

$$Y = 27.720 + 0.374$$

Nilai konstanta pada persamaan ini diperoleh sebesar 27.720 yang mana apabila pada variabel menggunakan stiker *WhatsApp* tidak terjadi perubahan (nilai  $X = 0$ ) maka ketergantungan penggunaan *WhatsApp* pada siswa SMA Negeri 9 Mandau bernilai sebesar 27.720.

Pada persamaan ini pula diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0.374 yang mana artinya apabila penggunaan stiker WhatsApp meningkat sebesar 1% maka nilai ketergantungan siswa SMA Negeri 9 Mandau dalam menggunakan *WhatsApp* akan meningkat pula sebesar 0.374. Hal ini juga menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi bernilai positif sehingga semakin sering siswa menggunakan stiker *WhatsApp* maka semakin ketergantunganlah mereka terhadap penggunaan *WhatsApp* tersebut.

#### b. Pengujian Hipotesis

Hasil pengujian hipotesis pada penelitian mengenai Pengaruh Penggunaan Stiker *WhatsApp* Terhadap Ketergantungan Penggunaan *WhatsApp* pada Siswa SMA Negeri 9 Mandau dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4. 5 Hasil Uji t pada Variabel Penelitian**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27.720	6.898		4.019	.000
	penggunaan stiker whatsapp	.374	.137	.286	2.723	.008

a. Dependent Variable: ketergantungan penggunaan whatsapp

Sumber: Data Olahan (SPSS 25), 2022

Berdasarkan uji t pada tabel 4.5 maka didapatkan nilai sig pada Variabel X (Penggunaan Stiker *WhatsApp*) sebesar 0.008 yang mana nilai ini lebih kecil dari 0.05. Sesuai dengan ketentuannya, maka dapat

disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak sehingga variabel penggunaan stiker *WhatsApp* memberikan pengaruh secara signifikan terhadap ketergantungan penggunaan *WhatsApp*.

### c. Koefisien Determinasi

Hasil uji koefisien determinasi pada penelitian mengenai Pengaruh Penggunaan Stiker *WhatsApp* Terhadap Ketergantungan Penggunaan *WhatsApp* pada Siswa SMA Negeri 9 Mandau dapat dilihat pada tabel berikut ini:

**Tabel 4. 6 Hasil Uji Koefisien Determinasi pada Variabel Penelitian**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.286 <sup>a</sup>	.082	.071	10.235

a. Predictors: (Constant), penggunaan stiker whatsapp

Sumber: Data Olahan (SPSS 25), 2022

Berdasarkan hasil uji koefisien determinasi menggunakan SPSS 25 di atas, maka ditemukan nilai *R Square* sebesar 0.082 sehingga dapat disimpulkan bahwa pada penelitian ini penggunaan stiker *WhatsApp* memberikan pengaruh sebesar 82% terhadap ketergantungan penggunaan *WhatsApp* pada siswa SMA Negeri 9 Mandau, sedangkan 18% lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini.

### C. Pembahasan Penelitian

Berdasarkan dari penelitian yang telah dilakukan oleh peneliti sejak tanggal 9 Mei sampai dengan 6 Juni 2022 dengan menyebarkan kuesioner kepada 85 siswa yang disebar secara merata dari seluruh siswa kelas X dan XI di SMA Negeri 9 Mandau, maka diperoleh hasil bahwasanya respon yang menjawab kuesioner tersebut didominasi oleh siswa perempuan. Selain itu responden juga didominasi dari kelas X MIPA dengan rata-rata usia responden yaitu 16 tahun.

Berdasarkan uji data yang dilakukan oleh peneliti dengan menguji validitas dan reliabilitas data dari data kuesioner yang peneliti dapatkan di lapangan, yaitu 29 pernyataan yang terdiri atas 13 pernyataan dari variabel penggunaan stiker *WhatsApp* (Variabel X) dan 16 pernyataan dari variabel ketergantungan penggunaan *WhatsApp* (Variabel Y) maka diperoleh hasil bahwasanya seluruh pernyataan menghasilkan nilai  $p > 0.05$ . Sehingga dapat disimpulkan bahwa seluruh pernyataan bersifat valid.

Selanjutnya peneliti melakukan uji regresi linier sederhana guna untuk mengetahui bagaimana variabel y dapat diprediksi melalui variabel x. Hasil uji tersebut diperoleh nilai konstanta sebesar 27.720 yang mana apabila pada variabel menggunakan stiker *WhatsApp* tidak terjadi perubahan (nilai  $X = 0$ ) maka ketergantungan penggunaan *WhatsApp* pada siswa SMA Negeri 9 Mandau bernilai sebesar 27.720.

Pada persamaan ini pula diperoleh nilai koefisien regresi sebesar 0.374 yang mana artinya apabila penggunaan stiker *WhatsApp* meningkat

sebesar 1% maka nilai ketergantungan siswa SMA Negeri 9 Mandau dalam menggunakan *WhatsApp* akan meningkat pula sebesar 0.374. Hal ini juga menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi bernilai positif sehingga semakin sering siswa menggunakan stiker *WhatsApp* maka semakin ketergantunganlah mereka terhadap penggunaan *WhatsApp* tersebut.

Selanjutnya hipotesis pada penelitian ini yaitu  $H_0$  (tidak adanya pengaruh penggunaan stiker *WhatsApp* terhadap ketergantungan penggunaan *WhatsApp* pada siswa SMA Negeri 9 Mandau) dan  $H_a$  (adanya pengaruh penggunaan stiker *WhatsApp* terhadap ketergantungan penggunaan *WhatsApp* pada siswa SMA Negeri 9 Mandau). Berdasarkan uji hipotesis yang telah dilakukan maka diperoleh nilai sig pada variabel X (Penggunaan Stiker *WhatsApp*) sebesar 0.008 yang mana nilai ini lebih kecil dari 0.05. Sesuai dengan ketentuannya, maka dapat disimpulkan bahwa  $H_0$  ditolak sehingga variabel penggunaan stiker *WhatsApp* memberikan pengaruh secara terhadap ketergantungan penggunaan *WhatsApp* yang mana hasil dari uji hipotesis ini sekaligus menjawab rumusan masalah yang ada penelitian.

Penggunaan stiker *WhatsApp* memberikan pengaruh terhadap ketergantungan penggunaan *WhatsApp* dengan besar pengaruh yaitu sebesar 82%, sedangkan 18 % lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti pada penelitian ini. Hal ini peneliti peroleh berdasarkan uji koefisien determinasi menggunakan SPSS 25.

Dari seluruh uji yang telah peneliti lakukan, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian ini mendukung teori Determinisme Teknologi yang menyatakan bahwa kehadiran teknologi telah membawa pengaruh dalam kehidupan manusia dalam bentuk perubahan pada cara manusia dalam berpikir serta berinteraksi sehingga mendorong manusia untuk mengikuti setiap perkembangan teknologi yang ada. Dengan terus berkembangnya teknologi yang ada, dewasa ini teknologi telah mengambil alih sebagai penguasa yang dapat mengontrol penggunaannya yang mana pada awalnya teknologi hadir hanya untuk memudahkan kegiatan atau aktivitas manusia.

Hal ini menjadikan manusia atau pengguna teknologi yang ada menjadi ketergantungan serta menjadikan teknologi tersebut menjadi salah satu hal utama yang dibutuhkan dalam hidupnya. Pada penelitian, perkembangan teknologi yang dimaksud adalah *WhatsApp* yang mana saat ini manusia telah ketergantungan dalam menggunakan *WhatsApp* sebagai salah satu media komunikasi utama. *WhatsApp* sendiri juga telah mengembangkan beberapa fiturnya salah satunya yaitu penggunaan stiker *WhatsApp* yang dapat digunakan oleh penggunaannya dengan cepat dan mudah. Selain itu, hadirnya beberapa benefit dari stiker *WhatsApp* mendorong pengguna untuk menggunakan fitur tersebut dan secara tidak langsung mengubah sikap dan perilaku manusia dalam berinteraksi antar sesama pengguna.

Pada hasil penelitian ini juga ditemukan bahwasanya penggunaan stiker *WhatsApp* memberikan pengaruh yang terhadap ketergantungan

penggunaan *WhatsApp* pada siswa di SMA Negeri 9 Mandau yang mana hal ini membenarkan mengenai teori Determinisme Teknologi yang ada.



Dokumen ini adalah Arsip Miik :

**Perpustakaan Universitas Islam Riau**

## BAB V

### PENUTUP

#### A. Kesimpulan

Berdasarkan penelitian yang telah dilakukan, maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan stiker *WhatsApp* memberikan pengaruh sebesar 82% terhadap ketergantungan penggunaan *WhatsApp* pada siswa di SMA Negeri 9 Mandau. Selain itu, seluruh data yang digunakan dalam penelitian ini bersifat valid dan reliabel. Hasil uji regresi pun menghasilkan nilai konstanta sebesar 27.720 dan nilai regresi sebesar 0.374 yang mana hal ini juga menunjukkan bahwa nilai koefisien regresi bernilai positif sehingga semakin sering siswa menggunakan stiker *WhatsApp* maka semakin ketergantunganlah mereka terhadap penggunaan *WhatsApp* tersebut.

Penelitian ini sekaligus mendukung teori Determinisme Teknologi yang mana *WhatsApp* merupakan salah satu bentuk perkembangan teknologi yang ada saat ini yang banyak digunakan khalayak guna untuk mempermudah proses interaksi penggunanya yang mengakibatkan banyak dari penggunanya menjadi ketergantungan dalam menggunakannya.

Salah satu faktor dari ketergantungan *WhatsApp* yaitu berkembangnya fitur stiker pada *WhatsApp* yang sangat mudah untuk digunakan dan dikreasikan oleh para penggunanya.

## B. Saran

Berdasarkan penelitian yang telah peneliti lakukan, maka terdapat beberapa saran yang dapat diberikan, seperti:

1. Untuk peneliti selanjutnya, agar dapat mengembangkan atau menggunakan variabel lain yang dapat digunakan untuk mengukur faktor lain yang menyebabkan penggunaanya ketergantungan menggunakan *WhatsApp*
2. Peneliti selanjutnya disarankan banyak membaca mengenai teori Ilmu Komunikasi lainnya sehingga dapat menggunakan teori yang berbeda jika ingin menggunakan variabel yang sama
3. Karena keterbatasan waktu peneliti sebelumnya, peneliti selanjutnya disarankan untuk mempersiapkan waktu penelitian yang lebih agar dapat menjangkau seluruh populasi yang ada di sekolah.

## DAFTAR PUSTAKA

### Buku

- Abdullah, M. (2015). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Banjarmasin: Aswaja Pressindo.
- Agung, A. A., & Yuesti, A. (2017). *Metodologi Penelitian Kuantitatif Dan Kualitatif*. Denpasar: Abpublisher.
- Anwar, A. (2009). *Statistika Untuk Penelitian Pendidikan Dan Aplikasinya Dengan Spss Dan Excel*. Kediri: Iait Press.
- Budiarto, D. S. (2019). *Panduan Riset Kuantitatif: Trik Publikasi Bagi Pemula (Edisi 1)*. Yogyakarta: Upy Press.
- Cangara, H. (2011). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: Pt Raja Grafindo Persada.
- Darwin, M., Mamondol, M. R., Sormin, S. A., Nurhayati, Y., Tambunan, H., Sylvia, D., Et Al. (2021). *Metode Penelitian Pendekatan Kuantitatif*. Bandung: Cv. Media Sains Indonesia.
- Effendy, O. U. (1990). *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. Bandung: Pt Remaja Rosdakarya.
- Garaika, & Darmanah. (2019). *Metodologi Penelitian*. Belitang: Cv. Hira Tech.
- Gulo, W. (2002). *Metodologi Penelitian*. Jakarta: Gramedia Widiasarana Indonesia.
- Ibrahim, A., Alang, A. H., Madi, Baharuddin, Ahmad, M. A., & Darmawati. (2018). *Metodologi Penelitian*. Makassar: Gunadarma Ilmu.
- Karyaningsih, P. D. (2018). *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Samudra Biru.
- Karyaningsih, R. P. (2018). *Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: Penerbit Samudra Biru.
- Kurniati, D. P. (2016). *Modul Komunikasi Verbal Dan Non Verbal*. Denpasar: Universitas Udayana.
- Muhid, A. (2019). *Analisis Statistik Edisi Ke 2*. Sidoarjo: Zifatama Jawara.
- Nasrullah, R. (2017). *Media Sosial (Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi)*. Bandung: Sembiosa Rekatama Media.
- Nurhadi, Z. F. (2016). *Teori Komunikasi Kontemporer*. Ciamis: Kencana.

- Rinaldi, S. F., & Mujianto, B. (2017). *Metodologi Penelitian Dan Statistik*. Jakarta: Pusat Pendidikan Sumber Daya Manusia Kesehatan.
- Roem, E. R., & Sarmiati. (2019). *Komunikasi Interpersonal*. Padang: Cv Irdh.
- Setiawan, A. (2017). *Analisis Data Statistik*. Salatiga: Tisara Grafika Salatiga.
- Setyawan, D. A. (2014). *Modul Statistika: Uji Validitas Dan Reliabilitas Instrumen Penelitian*. Surakarta: Poltekkes Kemenkes Surakarta.
- Setyawan, D. A. (2021). *Modul Hipotesis Dan Variabel Penelitian*. Surakarta: Tahta Media.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar Metodologi Penelitian*. Kediri: Literasi Media Publishing.
- Syahrum, & Salim. (2012). *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Bandung: Citapustaka Media.
- Vera, N. (2016). *Komunikasi Massa*. Jakarta: Ghalila Indonesia.
- Yanuarita, I., & Wiranto. (2018). *Literasi Kecakapan Hidup Mengenal Media Sosial Agar Tak Menyesal*. Jakarta Timur: Badan Pengembangan Dan Pembinaan Bahasa.

### Jurnal

- Fathussyaadah, E & Ratnasari, Y. (2019). Pengaruh Stres Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Di Koperasi Karya Usaha Mandiri Syariah Cabang Sukabumi. *Jurnal Ekonomak*, 5(2), 16-35.
- Falimu. (2017). Etika Komunikasi Pegawai Terhadap Pelayanan Penerbitan Pajak Bumi Dan Bangunan. *Jurnal komunikator*, 9(1), 9-16
- Febriana, A. I. (2018). Determinisme Teknologi Komunikasi Dan Tutupnya Media Sosial Path. *Jurnal Lontar*, 6(2), 10-17.
- Gantiano, H. E. (2017). Analisis Dampak Strategi Komunikasi Non Verbal. *Dharma Duta: Jurnal Penerangan Agama Hindu*, 15(1), 80-95.
- Ge, J. (2020). The Anatomy of Memetic Stickers: An Anlysis of Sticker Competition on Chinese Social Media. *ResearchGate*, 1-8.
- Hendri & Setiawan, R. (2017). Pengaruh Motivasi Kerja Dan Kompensasi Terhadap Kinerja Karyawan Di Pt. Samudra Bahari Utama. *Agora*, 5(1), 1-8.

- Juditha, C. (2017). Memahami Struktur Jaringan Media Sosial Sebagai Cara Strategis Periklanan Di Era Ekonomi Digital. *Jurnal Pekommas*, 2(1), 99-114).
- Kusumawati, T. I. (2016). Komunikasi Verbal dan Non Verbal. *Al-Irsyad: Jurnal Pendidikan dan Konseling*, 6(2), 83-98.
- Martasari, E., Saparahayuningsih, S., & D, D. (2018). Kepercayaan Diri Anak Dalam Pembelajaran Pengembangan Berbahasa Pada Kelompok B1 Paud Assalam Muara Bangkahulu Kota Bengkulu. *Jurnal Ilmiah Potensia*, 3(1), 11-17.
- Prashandyawan, B. Y., Hetami, A. A., & Arsyad, A. W. (2019). Pengaruh E-Commerce Tokopedia.com Terhadap Minat Beli Pakaian Secara Online Pada Mahasiswa Universitas Mulawarman. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 7(4), 267-279.
- Prayugo, D. W. (2018). Pengaruh Komunikasi Virtual Terhadap Minat Beli Online Pada Group Facebook Bubuhan Samarinda. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 6(1), 143-157.
- Purbohastuti, A. W. (2017). Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi. *Tirtayasa Ekonomika*, 12(2), 212-231.
- Rusni, A. (2017). Penggunaan Media Online Whatsapp Dalam Aktivitas Komunitas One Day One Juz (Odoj) Dalam Meningkatkan Minat Tilawah Odojer Di Kota Pekanbaru. *JOM FISIP*, 2(1), 1-15.
- Salamoon, D. K. (2016). "Sticker" Line, Sebuah Jembatan Simbolik Teknologi Interaksi Manusia Dalam Media Komunikasi. *Nirmana*, 16(1), 12-17.
- Saputra, A. (2019). Survei Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Mahasiswa Kota Padang Menggunakan Teori Uses And Gratifications. *BACA: Jurnal Dokumentasi dan Informasi*, 40(2), 207-216.
- Situmorang, J. R. (2012). Pemanfaatan Internet Sebagai New Media Dalam Bidang Politik, Bisnis, Pendidikan Dan Sosial Budaya. *Jurnal Administrasi Bisnis*, 8(1), 73-87.
- Yusup, F. (2018). Uji Validitas Dan Reliabilitas Intrumen Penelitian Kuantitatif. *Jurnal Tarbiyah: Jurnal Ilmiah Kependidikan*, 7(1), 17-23.

### Skripsi

Lestari, F. A. 2021. Pengaruh Ketergantungan Media Komunikasi Terhadap Perilaku Komunikasi Pada Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Muhammadiyah Makassar.

Maestry, H. D. 2017. Hubungan Antara Ketergantungan Media Sosial Dengan Relasi Interpersonal Saat Berpacaran Pada Mahasiswa.

Miladiyah, A. 2017. Pemanfaatan Whatsapp Messenger Info Dalam Pemberian Informasi Dan Peningkatan Kinerja Pada Sub Bagian Program Pemerintah Provinsi Sulawesi Selatan.

### Internet

Conney Stephanie, “Riset Ungkap Lebih dari Separuh Penduduk Indonesia “Melek” Media Sosial”, <https://tekno.kompas.com/read/2021/02/24/08050027/riset-ungkap-lebih-dari-sepuluh-penduduk-indonesia-melek-media-sosial> (diakses pada tanggal 26 Desember 2021, pukul 20.00)

<https://faq.whatsapp.com/general/i-get-a-message-that-my-video-is-too-long-and-it-wont-send/?lang=id> (diakses pada tanggal 16 Januari 2022, pukul 11.30)

<https://www.google.co.id/amp/s/www.cnnindonesia.com/teknologi/20211011133048-185-706119/ketergantungan-ig-wa-fb-saran-pakar-negara-buat-alternatif/amp> (diakses pada tanggal 22 Januari 2022, pukul 10.26).

<https://www.google.co.id/amp/s/techno.okezone.com/amp/2020/01/18/207/2154693/sejarah-whatsapp-aplikasi-chat-paling-populer-saat-ini> (diakses pada tanggal 27 Januari 2022 pukul 17.24).

<https://www.google.co.id/amp/s/amp.kompas.com/tekno/read/2018/10/25/08030487/fitur-stiker-di-whatsapp-mulai-disebar> (diakses pada tanggal 27 Januari 2022 pukul 18.58).

<http://www.wantiknas.go.id/id/berita/akses-digital-meningkat-selama-pandemi> (diakses pada tanggal 05 April 2022 pukul 20.55).