

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

- a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
- b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Kajian Teori

Sebagai dasar kajian penelitian ini maka penulis terlebih dahulu menjelaskan kajian teori sesuai dengan permasalahan yang terdapat didalamnya, teori adalah sebuah sistem konsep yang abstrak dan hubungan-hubungan konsep tersebut yang membantu kita untuk memahami sebuah fenomena<sup>7</sup>.

##### 1. Pemanfaatan

Pemanfaatan adalah aktifitas menggunakan proses, alat, benda ataupun sumber lain untuk kepentingan tertentu. Apabila dikhususkan mengenai pemanfaatan media itu sendiri adalah kegunaan yang sistematis dari sumber.<sup>8</sup> Pemanfaatan suatu media akan mempengaruhi dan memberi dampak yang besar bagi para penggunanya. Menurut Ardianto dan Erdinaya<sup>9</sup>, tingkat pemanfaatan media tersebut dapat dilihat dan diukur dari frekuensi penggunaan media tersebut maupun durasi penggunaannya. Menurut Lometti, Reeves dan Bybee, pemanfaatan media oleh individu dapat dilihat dari tiga hal, yaitu :

- a. Jumlah Waktu (Frekuensi, Intensitas dan Durasi)
- b. Jenis Isi Media (Kepemilikan, Orientasi)
- c. Hubungan antara Individu dengan Media (Kontrol Media)

Setiap orang yang menggunakan suatu media pasti mengharapkan untuk mendapatkan kepuasan dari media tersebut. Jika kepuasan itu sudah didapat, tentu mereka akan selalu menggunakan media tersebut dan tentunya akan menghabiskan waktunya dengan mengkonsumsi isi media tersebut. Setelah menggunakan media tersebut akan timbul hubungan

<sup>7</sup> Richard West dan Lynn H. Turner. *Pengantar Teori Komunikasi Analisis dan Aplikasi* (Jakarta: Salemba Humanika, 2008) h. 49.

<sup>8</sup> Yaparianus, "Pemanfaatan Media Sosial Facebook Bagi Mahasiswa Jurusan Ilmu Perpustakaan Fakultas Ilmu Budaya Universitas Lancang Kuning Pekanbaru", (2015), h. 11.

<sup>9</sup> Ardianto, dan Erdiyana, 2007. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*, Bandung: Simbiosis Rekatama h.50.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

antara individu yang menggunakan dengan media tersebut. Bila timbul rasa puas, maka dapat dikatakan antar keduanya telah terjalin hubungan positif. Namun sebaliknya, akan timbul hubungan negatif bila individu tersebut merasa tidak puas karena mereka tidak mendapatkan kepuasan akan kebutuhan dan keinginan<sup>10</sup>.

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) Pemanfaatan berasal dari kata “Man.fa.at” yang berarti guna atau faedah. Sedangkan pemanfaatan berarti membuat sesuatu menjadi bermanfaat. Adapun menurut Badudu, Pemanfaatan berasal dari kata “Manfa’at” artinya guna, faedah. Sedangkan “Pemanfa’atan” berarti membuat sesuatu menjadi lebih berguna atau memakai sesuatu supaya bermanfaat.<sup>11</sup>

## 2. WhatsApp

*WhatsApp* adalah aplikasi pesan untuk *smartphone* dengan basic mirip *BlackBerry Messenger (BBM)*. *WhatsApp Messenger* merupakan aplikasi pesan lintas *platform* yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa biaya SMS. Karena *WhatsApp Messenger* menggunakan paket data internet yang sama untuk *E-Mail*, *Browsing Web*, dan lain-lain. Aplikasi *WhatsApp Messenger* menggunakan koneksi 3G atau *WiFi* untuk komunikasi data. Dengan menggunakan *WhatsApp*, kita dapat melakukan obrolan online, berbagi file, bertukar foto dan lain-lain. *WhatsApp* didirikan pada 24 Februari 2009, *WhatsApp* didirikan oleh Brian Acton dan Jan Koum yang pernah bekerja sebagai pegawai *Yahoo!*.<sup>12</sup>

Pengguna *WhatsApp* diseluruh dunia hampir menyentuh satu miliar orang. Bagaimana dengan Indonesia? Hingga sekarang *WhatsApp* masih belum mengeluarkan pernyataan resmi mengenai jumlah penggunanya di tanah air. Tapi yang jelas, *WhatsApp* merupakan aplikasi *chatting* yang cukup populer di negara ini.

<sup>10</sup> [Http://digilib.petra.ac.id/viewer.php-penggunaanmediachapter3.pdf](http://digilib.petra.ac.id/viewer.php-penggunaanmediachapter3.pdf). Diakses pada 28 Juli 2017.

<sup>11</sup> Badudu dalam Skripsi Nilawati Endang Dwijayanti, “*Pemanfaatan Media Iklan Riau Pos oleh Public Relation Hotel Furaya dalam Meningkatkan Citra Positif Hotel di Kalangan Pelanggan*” (2010), h. 6.

<sup>12</sup> WikiPedia, <https://id.m.wikipedia.org/wiki/WhatsApp> diakses pada 26 Juli 2017

Gambar 2.1  
*Logo WhatsApp*



*WhatsApp* memiliki berbagai fitur yang dapat digunakan untuk berkomunikasi dengan bantuan layanan internet. Fitur-fitur yang terdapat dalam *WhatsApp* yaitu *Gallery* untuk menambahkan foto, *Contact* untuk menyisipkan kontak, *Camera* untuk mengambil gambar, *Audio* untuk mengirim pesan suara, *Maps* untuk mengirimkan berbagai koordinat peta, bahkan *Document* untuk menyisipkan file berupa dokumen. Semua file tersebut dapat dalam sekejap dikirim melalui aplikasi gratis tersebut. Berbagai fitur tersebut tentu semakin menambah kemudahan dan kenyamanan berkomunikasi melalui media *online*.<sup>13</sup>

a. Manfaat *WhatsApp* bagi Mahasiswa

Manfaat *WhatsApp* bagi mahasiswa adalah:

- 1) Mempermudah mahasiswa berkomunikasi dan mencari informasi di luar jam pembelajaran.
- 2) Selain untuk berdiskusi, *WhatsApp* digunakan untuk pengumuman mengenai perkuliahan yang akan dilakukan pada jadwal selanjutnya, sehingga kita bisa sedikit belajar sebelum perkuliahan dilakukan.
- 3) Membuat mahasiswa mudah dalam bertanya dan mendapatkan informasi dengan sangat luas.
- 4) Lebih cepat memperoleh informasi dari mahasiswa lain maupun dosen.
- 5) Dapat memberi atau menerima informasi perkuliahan dengan sangat cepat dan tanpa bertatap muka secara langsung.

<sup>13</sup> Jurnal Wahana Akademika Volume 3 Nomor 1, April 2016, Jumiatmoko, *WhatsApp Messenger dalam Tinjauan Manfaat dan Adab*, STIT Madina Sragen, h. 35

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

- 6) Sebagai sarana bertukar informasi dan sarana berdiskusi baik secara personal atau berkelompok (grup).<sup>14</sup>
- b. Kelebihan *WhatsApp* :
  - 1) Kontak telepon otomatis tersinkron
 

Hal ini memudahkan pengguna untuk berhubungan dengan teman yang ada pada kontak, karena kontak yang sudah ada di buku telepon otomatis terhubung di *WhatsApp*. Begitu pula dengan kontak nomor kita yang sudah terdaftar di *WhatsApp*, akan otomatis terhubung dengan akun teman yang menggunakan aplikasi *WhatsApp*.
  - 2) Mudah digunakan
 

Cara kerja aplikasi chatting ini sangat mudah, bahkan untuk pemula. Syarat pendaftaran juga hanya menggunakan nomor telepon yang digunakan.
  - 3) Mudah di-*setting*

Kelebihan ini berbeda dengan aplikasi *messenger* yang lain. Pengguna *WhatsApp* dapat mengganti *background* tampilan ruang obrolan. Jadi pengguna tidak akan merasa bosan dengan tampilan aplikasi *WhatsApp*. Selain itu, bunyi *ringtone* dapat diatur menjadi *MP3* yang diinginkan sebagai notifikasi pemberitahuan. Berbeda dengan aplikasi lain seperti *BlackBerry Massanger*, yang hanya dapat menggunakan *ringtone* bawaan dari *server*.
  - 4) Dapat *back up* percakapan dengan mudah
 

Seringkali saat kita mengganti ponsel, maka kita akan kehilangan semua memory telepon, pesan, dan pembicaraan kita. Berbeda dengan *WhatsApp* yang bisa di-*setting* untuk mem-*back up* percakapan, sehingga tetap dapat ditampilkan, meskipun berganti ponsel.

<sup>14</sup> Jurnal Khusaini, *Optimalisasi Penggunaan WhatsApp dalam Perkuliahan Penilaian Pendidikan Fisika*, JRKpF UAD, Vol.4 No 1 April 2017, Universitas Negeri Malang. h.3.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

## 5) Berkomunikasi dengan menggunakan koneksi internet

Jika dulu pengguna ponsel membuat panggilan telepon dan berkirim sms dengan menggunakan pulsa. Kini dengan *WhatsApp* pengguna dapat berkirim pesan teks dan pesan suara tanpa pulsa, cukup menggunakan koneksi data internet.<sup>15</sup>

*WhatsApp* merupakan aplikasi *chatting* yang terbilang cukup mudah digunakan sehingga cocok dimanfaatkan Mahasiswa Komunikasi UIN Suska Riau sebagai wadah untuk memperoleh informasi perkuliahan yang dibutuhkan setiap harinya. Keunggulan fitur yang dimiliki *WhatsApp* memudahkan mahasiswa untuk menyesuaikan dengan apa yang diinginkan seperti mengganti *background* obrolan, *ringtone* pemberitahuan sesuai dengan keinginan, dan mahasiswa tidak perlu khawatir kehilangan pesan *audio* atau gambar pada akun mereka karena *WhatsApp* memiliki pengaturan *back up*.

c. Kekurangan *WhatsApp* :

## 1) Semua Dapat Mengirimi Kita Pesan

Seperti tidak ada privasi, semua orang yang memiliki nomor handphone kita dapat dengan mudah mengirim kita pesan apapun meskipun ia tidak masuk dalam daftar kontak *WhatsApp* kita.

2) Kurangnya Fitur *Emoticon*

Untuk semakin menambah keseruan *chatting* biasanya kita tentu menambahkan *emoticon-emoticon* lucu yang tersedia, namun pada *WhatsApp emoticon* yang disediakan sangat terbatas dan tidak ada tambahan Emoticon baru setiap kali *upgrade*.

## 3) Tidak Ada Fitur PING!

Untuk meminta orang lain untuk segera menghubungi, biasanya pengguna memanfaatkan fitur PING! Namun berbeda

<sup>15</sup> <http://masdar.com/kelebihan-dan-kekurangan-whatsapp/diakses> 18 Januari 2018

dengan *WhatsApp* yang tidak memiliki fitur tersebut, oleh karena itu pengguna *WhatsApp* lebih cenderung tanpa basa-basi.<sup>16</sup>

Meskipun *WhatsApp* memiliki kekurangan, namun para pengguna masih tetap memanfaatkan *WhatsApp* karena dinilai lebih banyak memiliki kelebihan.

### 3. *Uses and Gratifications*

Para pendiri *Uses and Gratifications* yaitu Elihu Katz, Jay G.Blumer dan Michael Gurevitch meneliti Asal Mula Kebutuhan Psikologis dan sosial yang menimbulkan harapan tertentu dari media massa atau sumber lain yang membawa pada pola terpaan media yang berlainan dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan dan akibat-akibat lain selain itu mereka juga merumuskan asumsi-asumsi dasar dari teori ini bahwa khalayak dianggap aktif artinya, sebagian penting dari penggunaan media massa diasumsikan mempunyai tujuan. Khalayak menggunakan media di dasari dengan kebutuhan yang mereka perlukan. Kebutuhan individu di tentukan oleh lingkungan sosial. Dan lingkungan sosial tersebut meliputi ciri-ciri dari kepribadian<sup>17</sup>.

#### a. *Cognitive needs* (kebutuhan kognitif)

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan informasi, pengetahuan dan pemahaman mengenai lingkungan. Kebutuhan ini didasarkan pada hasrat untuk memenuhi dan menguasai lingkungan, juga memuaskan rasa penasaran dan dorongan untuk penyelidikan.

#### b. *Affective Needs* (Kebutuhan Afektif)

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan pengalaman-pengalaman yang estetis, menyenangkan dan emosional.

#### c. *Personal Integrative Needs* (Kebutuhan Pribadi secara Integratif)

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kredibilitas, kepercayaan, stabilitas dan status individual. Hal-hal tersebut diperoleh dari hasrat akan harga diri.

<sup>16</sup> <http://indonesiaone.org/keunggulan-dan-kelemahan-bbm-whatsapp-dan-line/> diakses pada 03 November 2017

<sup>17</sup> Onong Uchana Effendi, *Ilmu, Teor, dan filsafat komunikasi*. (Bandung:PT Citra Aditya Bakti. 2000), h.294.

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

d. *Social Integrative Needs* (Kebutuhan Sosial secara Integratif)

Kebutuhan yang berkaitan dengan peneguhan kontak dengan keluarga, teman, dan dunia. Hal-hal tersebut didasarkan pada hasrat untuk berafiliasi.

e. *Escapist Needs* (Kebutuhan Pelepasan)

Kebutuhan yang berkaitan dengan upaya menghindari tekanan, ketegangan dan hasrat akan keanekaragaman.

Penelitian yang menggunakan teori *Uses and Gratification* yang memusatkan perhatian pada kegunaan isi media untuk memperoleh gratifikasi atau pemenuhan kebutuhan. *Uses and Gratification* juga menjelaskan bagaimana orang memilih sebuah media untuk memenuhi kebutuhannya. Pada penelitian ini WhatsApp digunakan Mahasiswa Komunikasi UIN Suska sebagai media untuk memperoleh kebutuhan *Kognitif* yaitu kebutuhan yang berupa pemenuhan informasi perkuliahan sehari-hari.

## B. Kajian Terdahulu

Sebagai acuan dalam penelitian ini dicantumkan beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dengan permasalahan yang akan diteliti :

### 1. Pemanfaatan Media Sosial untuk Jual Beli *Online* di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya melalui *Instagram*<sup>18</sup>.

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana pemanfaatan media sosial (*Instagram*) untuk sarana berbelanja *online* di kalangan mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya. penelitian ini menggunakan metode Kuantitatif Deskriptif dengan teknik pengambilan sampel yang digunakan adalah *Purposif Sampling*. Populasi sampel sebanyak 2.842 mahasiswa dari 7 jurusan angkatan 2012 sampai dengan 2015, sedangkan sampel yang digunakan sebanyak 100 mahasiswa. Data dikumpulkan dengan menggunakan kuisioner. Hasil dari analisis ini

<sup>18</sup> Ariestyia Ayu Permata, *Pemanfaatan Media Sosial untuk Jual Beli Online di Kalangan Mahasiswa FISIP Universitas Airlangga Surabaya Melalui Instagram*. 2011. Universitas Airlangga Surabaya

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

menunjukkan akan kebiasaan mahasiswa memanfaatkan Instagram untuk berbelanja *online*.

2. Efektifitas Komunikasi Melalui Aplikasi *WhatsApp* (Studi Terhadap Grup KPI 2012 di *WhatsApp* pada Mahasiswa KPI Angkatan 2012)

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui nilai intensitas penggunaan Aplikasi, bahasa Komunikasi yang digunakan, serta kepuasan mahasiswa dalam berdiskusi di grup KPI 2012 pada Aplikasi *WhatsApp*. Penelitian ini penting dilakukan lantaran untuk mengukur seberapa efektifitas komunikasi dalam grup KPI 2012 di *WhatsApp*. Dalam penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif dengan jenis analisis penelitian survey. Instrumen penelitian yang digunakan peneliti yaitu dengan melakukan penyebaran kuesioner kepada sampel yang dipilih. Jumlah sampel dalam penelitian ini adalah sebanyak 55 orang dengan menggunakan rumus *Slovin*.

Persamaan penelitian yang telah dilakukan ini adalah pada subyek penelitian yaitu para mahasiswa dan objek penelitian berupa aplikasi *WhatsApp* yang menjadi suatu hal yang mahasiswa gunakan sehari-hari, penulis akan meneliti tentang pemanfaatan *WhatsApp* sebagai media interaksi yang dilakukan oleh para mahasiswa Komunikasi UIN Suska Semester 3 dan Semester 5 dalam memperoleh informasi perkuliahan. Baik itu informasi tentang perubahan jadwal perkuliahan, informasi dosen, informasi beasiswa, maupun diskusi yang dilakukan secara online<sup>19</sup>.

3. Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Komunitas. (Novia Ika Setyani, 2013)<sup>20</sup>

Dalam jurnalnya, peneliti menggunakan metode studi deskriptif kualitatif. Hasil dari penelitian yang telah dilakukan mengenai penggunaan media sosial *Twitter*, *Facebook*, dan *Blog* sebagai sarana Komunikasi bagi

<sup>19</sup> Yuyun Linda Wahyuni, *Efektifitas Komunikasi Melalui Aplikasi WhatsApp (Studi Terhadap Grup KPI 2012 di WhatsApp Pada Mahasiswa KPI Angkatan 2012)*. 2012, UIN Suka Yogyakarta.

<sup>20</sup> Jurnal Komunikasi, Novia Ika Setyani, *Penggunaan Media Sosial Sebagai Sarana Komunikasi bagi Komunitas*. 2013. Universitas Sebelas Maret Surakarta.



Komunitas Akademi Berbagi Surakarta adalah penggunaan media sosial *Twitter* yang paling banyak digunakan, karena dengan segala kemampuan yang dimilikinya, *Twitter* dapat dengan mudah dan cepat dalam melakukan penyebaran informasi untuk memperluas jaringan tanpa memikirkan jarak, ruang dan waktu. Sedangkan pada media sosial *Facebook* belum maksimal untuk dijadikan media komunikasi Akademi Berbagi Surakarta karena kenyataannya Akademi Berbagi Surakarta terbilang jarang melakukan aktivitas dalam mengunggah dan berbagi informasi pada akun *Facebook*-nya.

### C. Definisi Operasional

Definisi operasional dimaksudkan untuk menjabarkan variabel yang timbul dalam suatu penelitian ke dalam indikator-indikator yang lebih terperinci.

Tabel 2.1

Variabel	Indikator	Instrumen
Pemanfaatan <i>WhatsApp</i> sebagai Media Interaksi Mahasiswa UIN Suska Riau Semester 3 dan Semester 5 dalam Memperoleh Informasi Perkuliahan.	Kepemilikan <i>WhatsApp</i>	1. Apakah Anda memiliki akun <i>WhatsApp</i> di <i>smartphone</i> Anda? 2. Apakah Anda selalu menggunakan <i>WhatsApp</i> untuk Memperoleh Informasi Perkuliahan? 3. Apakah Anda Bergabung dengan Grup <i>WhatsApp</i> untuk Memperoleh Informasi Perkuliahan? 4. Apakah Anda Memanfaatkan <i>WhatsApp</i> untuk Berbagi Informasi Seputar Perkuliahan kepada Teman Anda?
	Frekuensi Penggunaan <i>WhatsApp</i>	1. Berapa kali dalam sehari anda memanfaatkan <i>WhatsApp</i> untuk Memperoleh Informasi Perkuliahan? 2. Berapa kali dalam sehari teman anda

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber.

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.

2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.



## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumunkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	membagikan informasi Perkuliahan pada grup <i>WhatsApp</i> ?
Intensitas Penggunaan <i>WhatsApp</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Seberapa Sering Anda Memanfaatkan <i>WhatsApp</i> untuk Memperoleh Informasi Perkuliahan?</li> <li>2. Apakah Anda Melakukan Diskusi Setelah Memperoleh Informasi Perkuliahan dari Teman Anda?</li> <li>3. Berapa banyak informasi perkuliahan yang biasanya didapatkan pada grup <i>WhatsApp</i> anda?</li> </ol>
Durasi Penggunaan <i>WhatsApp</i>	1. Berapa Lama Biasanya Anda Menggunakan <i>Whatsapp</i> Dalam Sehari Untuk Memperoleh Informasi Perkuliahan?
Orientasi Penggunaan <i>WhatsApp</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah Anda Memahami semua Fitur yang Terdapat pada <i>WhatsApp</i> untuk Berbagi Informasi pada Teman Perkuliahan Anda?</li> <li>2. Setelah menggunakan <i>WhatsApp</i>, apakah kebutuhan akan Informasi Perkuliahan anda terpenuhi?</li> </ol>
Kontrol media	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Apakah Anda Selalu Menyaring Terlebih Dahulu Informasi Perkuliahan yang diberikan oleh Teman Perkuliahan Anda melalui <i>WhatsApp</i>?</li> <li>2. Apakah Anda Membatasi Penggunaan <i>WhatsApp</i> hanya untuk Memperoleh Informasi Perkuliahan pada Jurusan Komunikasi?</li> <li>3. Menurut Anda, apakah efektif memanfaatkan <i>WhatsApp</i> untuk memperoleh informasi Perkuliahan di</li> </ol>

## Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
  - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik atau tinjauan suatu masalah.
  - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar UIN Suska Riau.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin UIN Suska Riau.

	Jurusan Komunikasi?
Kontrol Sosial	1. Berapa Kali Anda Berinteraksi Melalui <i>WhatsApp</i> Setiap Harinya? 2. Apakah Anda Menggunakan <i>WhatsApp</i> sesuai dengan kebutuhan informasi yang Anda butuhkan?
Komunikasi	1. Apakah Anda Menggunakan <i>WhatsApp</i> untuk Berinteraksi Dengan Sesama Mahasiswa Jurusan Komunikasi? 2. Apakah Anda Menggunakan <i>WhatsApp</i> Untuk Mendapatkan Umpan Balik ( <i>Feedback</i> )? 3. Apakah Anda Menggunakan <i>WhatsApp</i> Sebagai Media Bertukar Informasi dengan Teman di Jurusan Komunikasi?

Untuk mengukurnya, pemberian skor dilakukan dengan menggunakan skala Likert dengan 4 (empat) alternatif jawaban. Skoring dilakukan pada masing-masing untuk menentukan skor dari tiap item pada kuesioner. Selanjutnya hasil yang diperoleh akan di presentasikan.

1. Sangat Setuju (S) : Skor 4
2. Setuju (S) : Skor 3
3. Tidak Setuju (TS) : Skor 2
4. Sangat Tidak Setuju (STS) : Skor 1