

FENOMENA *SILENT READER* DALAM GRUP WHATSAPP (STUDI FENOMENOLOGI PADA BARISTA KOPI KENANGAN KARAWANG)

Ghina Kartika Dewi¹, Muhamad Ramdhani², Weni A. Arindawati³.

Program Studi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik,
Universitas Singaperbangsa, Jl. HS.Ronggo Waluyo, Puseurjaya, Telukjambe Timur, Karawang, 41361^{1,2,3}

E-mail:

ghinakade@gmail.com¹

muhamad.ramdhani@staff.unsika.ac.id²

weni.adityasning@fisip.unsika.ac.id³

Abstract

The widespread use of Whatsapp in everyday modern human life's who communicate without being limited by space and time.. This is because Whatsapp offers the ability to send messages and create a whatsapp group chat that useful for spreading information practically with just one click, the massive use of the Whatsapp group chat feature on. In Whatsapp group chat there is an admin who can invite and remove members in whatsapp chat group. And there are active members who always provide their opinion or spread information, besides that there are also member of Whatsapp group chat who are passive even though they are as member of group chat Whatsapp. And it's called Silent Reader. Silent reader doesn't their respon. So that communicator doesn't get a feedback of the information that's been spread in whatsapp group chat. This research aims to find out how someone in using Whatsapp group chat that can become as a silent reader. This research uses qualitative descriptive method, with data collection techniques, namely interviews with 5 informants in whatsapp chat group Barista Kopi Kenangan Karawang Yogya branch. The results of this study indicate that a person's can act as a silent reader in Whatsapp group chat are about their Selectivity, Involment and their needs.

Keywords: Whatsapp Group Chat, Feedback, Silent Reader

Abstrak

Penggunaan Whatsapp di kehidupan sehari-hari sebagai salah satu manusia modern berkomunikasi tanpa terbatas ruang dan waktu. Whatsapp menawarkan kemampuan mengirim pesan dan membuat grup obrolan whatsapp bermanfaat untuk menyebarkan informasi secara praktis. Masifnya penggunaan fitur grup obrolan ini bisa dibentuk berdasarkan kesamaan profesi, keluarga, atau atas dasar pertemanan. Didalam grup obrolan Whatsapp terdapat admin yang dapat mengundang dan mengeluarkan anggota dalam grup obrolan whatsapp. Dan terdapat anggota grup obrolan Whatsapp yang aktif yang selalu memberikan opini atau menyebarkan informasi, selain itu terdapat anggota grup obrolan whatsapp yang pasif disebut silent reader. Silent reader ini tidak memberikan respon. Sehingga seorang komunikator tidak mendapatkan umpan balik terhadap informasi yang di sebarkan dalam grup obrolan Whatsapp. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui bagaimana seseorang dalam menggunakan fitur grup obrolan aplikasi Whatsapp dapat berperan menjadi seorang silent reader, penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif, dengan teknik pengumpulan data yaitu wawancara dan observasi isi obrolan grup Whatsapp, wawancara kepada 5 informan yang berada dalam grup obrolan Whatsapp Barista Kopi Kenangan Karawang cabang Yogya. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa selektivitas, keterlibatan dan kebutuhan seseorang dapat berperan sebagai seorang silent reader dalam grup obrolan whatsapp.

Kata Kunci: Obrolan Grup Whatsapp, Feedback, *Silent Reader*

1. Pendahuluan

1.1. Latar Belakang

Berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi memungkinkan manusia untuk berkomunikasi tanpa terbatas ruang dan waktu. Maraknya penggunaan internet membuat *Computer Mediate to Communication* (CMC). Salah satu bentuk dari CMC adalah internet.

Pada tahun 2019 menurut Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) pengguna internet di Indonesia mencapai 171,17 juta jiwa dari total populasi sebanyak 264 juta jiwa penduduk Indonesia.

Seiring perkembangan teknologi komunikasi dan informasi yang semakin canggih memungkinkan manusia untuk dapat berkomunikasi secara cepat. Setelah perkembangan internet yang cukup pesat, cara menerima, menyebarkan informasi dan berkomunikasi pun berubah.

Manusia modern saat ini hampir kehidupannya bergantung pada internet mulai dari mencari hiburan, mencari informasi, dan berkomunikasi dengan lingkungannya.

Contohnya kemudahan menggunakan aplikasi *Whatsapp* dalam *smartphone* yang menawarkan berbagai fitur seperti menelepon, melakukan *video call* dan mengirim pesan, pesan suara, mengirim foto, video, dokumen secara gratis. Hal ini dapat dilakukan apabila tersambung oleh internet.

New media adalah suatu alat sebagai sarana komunikasi yang dimana saling berinteraksi, berpendapat, tukar informasi, mengetahui berita yang melalui saluran jaringan internet serta informasinya selalu terbaru secara kilat dan juga lebih efisien dan ringkas dalam memberikan informasi kepada pembaca/khalayaknya.

Teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy, yang mengemukakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media. *New Media* didefinisikan sebagai produk komunikasi yang termediasi teknologi yang terdapat bersama

dengan komputer digital (Creeber dan Martin 2009). *New Media* merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel berpotensi interaktif dan dapat berfungsi secara privat maupun public (Mondry, 2008:13).

Internet adalah salah satu bentuk dari media baru *New Media*. Internet dinilai sebagai alat informasi paling penting untuk menyimpan, memanipulasi dan menerima pesan (Ruben 1988:110).

Berdasarkan data dari Katadata yakni Perusahaan riset dan media online (katadata.co.id) *Whatsapp* adalah media sosial peringkat kedua yang sering digunakan pada tahun 2020 posisi pertama di tempatkan oleh Youtube. Sedangkan Menurut Sekretaris Jendral Kementrian Komunikasi dan Informasi pada tahun 2019. Pengguna *Whatsapp* di Indonesia mencapai 83% dari 171 juta jiwa pengguna internet di Indonesia adalah pengguna *Whatsapp* yang menghubungkan antara masyarakat lainnya.

Whatsapp merupakan aplikasi *chatting* bertukar pesan dengan teman, keluarga, rekan kerja bahkan siapapun. Fitur yang dimiliki *Whatsapp* memudahkan penggunaanya dalam berkomunikasi. *Whatsapp* juga memiliki fitur Grup Obrolan yang sangat diminati penggunaanya karena bermanfaat dalam menyebarkan informasi secara praktis.

Masifnya pengguna *Whatsapp* melahirkan ruang komunikasi kelompok tak jarang *Whatsapp* dimanfaatkan untuk kepentingan dalam urusan pekerjaan untuk berkomunikasi dengan para karyawanya.

Supervisor atau Pemimpin perusahaan memanfaatkan fitur grup obrolan *whatsapp* agar informasi yang disampaikan dapat menyeluruh hanya dengan satu kali kirim dalam grup obrolan *whatsapp*.

Begitu pula dengan para karyawan Kopi Kenangan yang memanfaatkan kemudahan fitur grup obrolan *whatsapp* sebagai sarana menyebarkan dan menerima informasi mengenai perusahaan.

Kopi Kenangan merupakan kedai kopi non Franchise atau non waralaba di Indonesia dengan pertumbuhan tercepat di Indonesia. Kopi kenangan terkenal karena menamakan minuman yang dijual dengan nama-nama yang unik contohnya seperti Kopi Kenangan mantam, Kopi Kenangan Masa Lalu, Kopi Mantan Menikah, dan Kopi AnDi (Antara Dilema dan Galau), Minuman Selingkuhan (minuman non coffe) dan lain-lain. Sebanyak 485 gerai yang tersebar di 19 kota di Indonesia berhasil dibuka. Kopi kenangan berhasil mendapatkan suntikkan dana oleh Jay-z yakni rapper paling ternama dan Serena Wiliams yakni petenis professional asal Amerika. Yang tergabung dalam perusahaan pendanaan Arrive pada Juni tahun 2019

Kopi Kenangan dengan konsep Grab and Go dengan maksud untuk memperkecil biaya operasional dan memberikan harga yang murah, tetapi kopi yang dimiliki tetap berkualitas. Pemiliknya sendiri yakni Edward Tirtanata selaku CEO memiliki misi untuk menyebarkan kesukaan mereka terhadap kopi dari Indonesia.

Salah satu hambatan dari bisnis Kopi Kenangan ini adalah sumber daya manusia dan Supply Chain agar bisa Konsisten karena kopi kenangan tersebar di kota-kota di Indonesia maka dari itu harus memiliki pandangan yang sama sesama staff mengenai perusahaan agar perusahaan bisa lebih berkembang bersama.

Biasanya satu store Kopi Kenangan dipimpin oleh Seorang Store Manager yang mengatur perencanaan toko tersebut baik stok supply barang dan lain-lain, serta didampingi oleh supervisor atau disebut Senior barista yang bertugas sebagai PIC untuk mengawasi dan memperhatikan para barista-barista agar melakukan pekerjaan sesuai prosedur perusahaan.

Namun terkadang didalam satu perusahaan butuh satu informasi yang sama. Karena keterbatasannya ruang dan jarak. Kopi Kenangan memiliki suatu Grup Obrolan dalam Aplikasi Whatsapp, dan Aplikasi digital. Yang dimanfaatkan untuk penyebaran informasi

antara bagian office dengan store yang tersebar di kota-kota di Indonesia, biasanya disebarikan melalui aplikasi tersebut. Namun yang paling sering digunakan adalah Whatsapp

Dengan kemudahan yang ditawarkan oleh aplikasi *Whatsapp* dalam menggunakan fitur grup Obrolan memudahkan berkomunikasi tanpa terbatasnya ruang dan waktu. Mengingat pentingnya penyebaran informasi mengenai perusahaan untuk memiliki satu informasi yang sama di setiap *store* oleh karena itu karyawan Kopi Kenangan, memanfaatkan Grup Obrolan *Whatsapp*. Dalam grup *Whatsapp* terdapat *Supervisor* atau *Store Manager* yang bertugas menyebarkan informasi dan memberikan arah kepada setiap karyawan. Informasi-informasi yang di berikan melalui grup *whatsapp* sangat penting dan berpengaruh saat para karyawan berkerja.

Dalam grup obrolan *Whatsapp* terdapat anggota yang aktif dan pasif. Anggota yang pasif ini disebut *Silent Reader*. *Silent Reader* merupakan istilah dalam Bahasa Inggris yang diartikan dalam Bahasa Indonesia adalah "Pembaca diam" atau dapat disebut dengan komunikasi pasif. Menurut Effendy: 2000 komunikasi yaitu pihak yang menjadi target dari suatu pesan yang dikirimkan oleh komunikator. Komunikasi sebagai pihak yang bertugas merespon yang disampaikan komunikator.

Sedangkan pasif menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah pasif berarti bersifat menerima saja; tidak giat; tidak aktif Anggota yang pasif biasanya tidak merespon dan memberikan opini terhadap informasi yang diberikan padahal dalam grup obrolan *Whatsapp* para karyawan sangat diperlukan untuk menerima pendapat, memberikan pendapat. Dan bertanya terkait informasi mengenai perusahaan yang diberikan dalam grup obrolan *Whatsapp*.

Dampak negative menjadi Seorang *Silent Reader* dalam Grup *Whatsapp* Kopi Kenangan adalah tidak adanya umpan balik atau feedback dari komunikasi terhadap informasi yang diberikan oleh komunikator hal ini akan

mempengaruhi seorang staff saat berkerja. Seperti informasi mengenai promo-promo minuman yang akan datang apabila ada karyawan yang kurang mengerti mengenai ketentuan promo yang akan berlangsung di toko. Tetap tidak bertanya maka, Hal ini akan merugikan perusahaan. Karena biasanya setiap toko memiliki informasi yang sama. Yang seharusnya seorang karyawan dapat mempromosikan promo kepada customers ia tidak mempromosikannya karena tidak mengerti dan tidak memberikan umpan balik terhadap informasi yang diberikan. Maka disitu lah hilang kesempatan penjualan. Dampak positif seseorang aktif dalam grup pekerjaan adalah seorang atasan mendapatkan umpan balik dan bisa melihat bahwa karyawannya mengerti mengenai informasi yang diberikan.

Dengan latarbelakang diatas, peneliti tertarik untuk meneliti mengenai *silent reader* dalam grup obrolan *Whatsapp*. Berdasarkan hal tersebut maka yang menjadi fokus penelitian ini yaitu:

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah di uraikan diatas maka yang menjadi rumusan masalah dalam penelitian ini adalah:

1. **Mengapa seseorang menjadi silent reader dalam menggunakan aplikasi *Whatsapp* dan memilih menjadi seorang *Silent Reader* dalam grup obrolan *Whatsapp*?**
2. **Bagaimana Tanggapan pimpinan perusahaan mengenai Seorang *Silent Reader* dalam grup obrolan *Whatsapp*?**

1.3. Maksud dan Tujuan Penelitian

Maksud dan tujuan yang ingin dicapai dalam penelitian ini sehubungan dengan masalah yang diteliti adalah: **Mengapa seseorang menjadi silent reader dalam menggunakan aplikasi *Whatsapp* dan**

memilih menjadi seorang *Silent Reader* dalam grup obrolan *Whatsapp*.

1.4. Kegunaan Penelitian

Dalam penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat baik secara praktis maupun akademis sebagai berikut:

1.4.1. Kegunaan Praktis

1. Penelitian ini diharapkan dapat menambah pengetahuan mengenai fenomena *silent reader* dalam grup obrolan *Whatsapp*.
2. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi dan masukan bagi pembaca serta pengguna media sosial *whatsapp* yang menggunakan fitur grup obrolan *whatsapp* sebagai sarana dalam berkomunikasi dan menyebarkan informasi.

1.4.2. Kegunaan Akademis

1. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu komunikasi terutama berkaitan dengan fenomena *silent reader* dalam pengguna media sosial *whatsapp* dengan menggunakan fitur grup obrolan.
2. Penelitian ini dapat menjadi acuan literatur bagi mahasiswa yang akan melakukan penelitian berkaitan dengan penggunaan aplikasi *Whatsapp*.

2. Kajian Pustaka dan Kerangka Pemikiran.

Interaktivitas *New Media* memberikan kemudahan penggunaanya untuk berinteraksi atau berkomunikasi dimedia digital. Ini merupakan revolusi dalam bagaimana manusia berkomunikasi seperti dikemukakan oleh Van Dijk:

“*The Second communication revolution is the rise of interactive media. I a very general definition, interactivity is a sqence of action and reaction*” (Jan Van Dijk 2006: 8)

Sebagaimana yang disampaikan Jan Van Dijk bahwa *New Media* merupakan revolusi dari munculnya media interaktif. Yang bersifat aktif dan reaksi adalah bentuk interaktifitas dalam *new media*. Sistem interaktifitas ini merupakan perkembangan dari sistem komunikasi: komunikasi interpersonal, komunikasi individu dengan kelompok dan komunikasi massa dengan massanya.

Munculnya media yang bersifat aktif dan reaktif memunculkan interaktifitas dalam *New Media* itu sendiri. Contohnya adalah Penggunaan Media Obrolan Whatsapp. nama *Whatsapp* berasal dari frasa “*What’s Up*” sebagai Bahasa sapaan dalam menanyakan kabar. *Whatsapp* berdiri tahun 2014 pendirinya adalah Jan Koum dan Brian Acton. *Whatsapp* adalah aplikasi yang fokus melayani pertukaran pesan yang cepat dan mudah. *Whatsapp* dirancang untuk memudahkan penggunaannya untuk tetap terhubung dan berkomunikasi kapp saja dan dimana saja.

Selain untuk telephone baik panggilan suara dan panggilan video, saat ini aplikasi *whatsapp* digunakan untuk mengirim dan menerima berbagai macam media dalam bentuk teks, foto, video, dokumen dan bahkan lokasi terkini.

Fitur grup obrolan *whatsapp* memungkinkan penggunaanya tetap terhubung dengan orang-orang yang kita anggap penting seperti teman, keluarga dan rekan kerja. Dengan grup chat dapat membagikan pesan, foto, video, dan dokumen hingga 256 orang sekaligus.

Grup chat *whatsapp* dilengkapi dengan pemberian nama grup. orang-orang yang tergabung dalam suatu grup chat *whatsapp* tentu memiliki kepentingan untuk berkomunikasi tanpa terbatas ruang dan waktu. Selain untuk bertegur sapa dengan teman dan keluarga yang jarak nya jauh. Grup chat *whatsapp* juga berguna untuk para pimpinan

suatu perusahaan dalam memberikan informasi terkait perusahaanya secara cepat dan menyeluruh.

2.1. Silent Reader

Namun seiring berkembangnya penggunaan *Whatsapp* dikalangan masyarakat muncul sebuah fenomena yakni *Silent reader* atau komunikasi pasif. Komunikasi menurut Effendy (2000) adalah pihak yang menjadi target atau sasaran dari suatu pesan yang dikirimkan oleh komunikator. Komunikasi merupakan pihak yang bertindak sebagai penerimaan informasi yang diberikan oleh komunikator. Sedangkan definisi pasif menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah hanya menerima saja, atau tidak aktif. Kedua istilah tersebut digabungkan menjadi komunikasi pasif atau dalam Bahasa Inggrisnya adalah *silent reader* artinya Pembaca diam Seorang komunikasi yang pasif dan tidak memberikan *feedback* atau umpan balik terhadap pesan yang diterima.

Penggunaan media *whatsapp* ini menimbulkan beberapa masalah yang bisa diangkat menjadi sebuah fenomena yakni fenomena *silent reader* yang dapat di rasakan melalui pengalaman dan terjadi secara ilmiah dan disadari oleh setiap orang.

2.2. Teori Fenomenologi Alfred Schutz

Menurut Alfred Schutz fenomenologi adalah menghubungkan antara pengetahuan ilmiah dengan pengalaman sehari-hari dan dari kegiatan dimana pengalaman dan pengetahuan itu berasal. Dengan kata lain mendasarkan tindakan sosial pada pengalaman, makna dan kesadaran. Hal ini sejalan dengan penelitian ini karena penelitian ini dilihat berdasarkan tingkah laku sehari-hari, serta realitas dalam grup *whatsapp* ketika membalas atau bahkan tidak merespon suatu pesan yang diberikan komunikator kepada komunikasi.

2.3. Teori Konstruksi Sosial dan Realitas

Teori konstruksi sosial Peter L. Berger dan Lukmann merupakan teori sosiologi kontemporer yang berpijak apada sosiologi pengerahuan. Dalam teori ini terkandung pemahaman bahwa kenyataan dibangun secara sosial, serta kenyataan dan pengetahuan merupakan dua istilah kunci untuk memahaminya. Kenyataan adalah suatu kualitas yang terdapat dalam fenomena yang diakui memiliki keberadaan sehingga tidak tergantung kehendak manusia, sedangkan pengetahuan adalah kepastian bahwa fenomena itu nyata dan secara alamiah dan memiliki karakteristik yang spesifik (Berger, 1990: 1). didefinisikan sebagai proses sosial melalui tindakan dan interaksi dimana individu atau sekelompok individu, menciptakan secara terus-menerus suatu realitas yang dimiliki dan dialami secara subjektif. Teori ini melihat bahwa realitas sosial sebagai konstruksi sosial yang diciptakan oleh individu yang dikonstruksi berdasarkan kehendaknya, dalam banyak hal yakni memiliki kebebasan untuk bertindak diluar batas control. Dalam proses sosial sendiri manusai relative bebas didalam dunia sosialnya.

Peneliti berusaha memberikan proposi sesuai dengan penelitian ini sebagai hasil konstruksi dari realitas tersebut.

1. Manajemen komunikasi seorang silent reader

Konstruk derajat pertama:

Fakta sosial dalam sudut pandang bahwa seorang silent reader *Silent Reader* merupakan istilah dalam Bahasa Inggris yang diartikan dalam Bahasa Indonesia adalah “Pembaca diam” atau dapat disebut dengan komunikasi pasif.

Komunikasi sebagai pihak yang bertugas merespon yang disampaikan komunikator. Sedangkan pasif menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia adalah pasif berarti bersifat menerima saja; tidak giat; tidak aktif.

Konstruksi derajat kedua:

Pada konstruksi derajat kedua berhasil ditemukan diantaranya:

- Sebagai seorang silent reader menyatakan bahwa mereka pasif.
- Silent reader merasa konsep keterlibatan menjadi hal yang mempengaruhi dirinya menjadi seorang silent reader. Keterlibatan berperan mengungkapkan motif individu audiens dalam menggunakan media tertentu, yang bergantung dengan pengalaman setiap individu dalam menggunakan media tersebut setelah terpapar konten media atau mengalami kejadian terpapar konten media. pembentukan motif adalah bagaimana seorang *silent reader* dalam Grup *Whatsapp* memiliki motif untuk berperan sebagai seorang *silent reader* yang berkaitan dengan keterlibatan individu tersebut dalam suatu forum komunikasi dan informasi karyawan Kopi Kenangan Karawang cabang Yogya Mart melalui fitur Grup *Whatsapp*
- Silent reader merasa bahwa tujuan dan Kebutuhan pelepasan menjadi alasan menjadi seorang silent reader dalam grup obrolan whatsapp yang berkaitan dengan menghindari tekanan, ketegangan dan kebutuhan pelepasan untuk melarikan diri.
- Komunikasi interpersonal seorang silent reader di dalam grup whatsapp menunjukkan dirinya memiliki ketertarikan, keterlibatan atau tidak dalam suatu obrolan dalam grup obrolan whatsapp.

3. Objek dan Metode Penelitian

3.1. Objek Penelitian

Adapun yang menjadi objek penelitian ini yaitu fenomena *Silent reader* dalam aplikasi Grup *Whatsapp* barista Kopi Kenangan Karawang cabang Toserba Yogya.

3.2. Metode Penelitian

Metode penelitian pada dasarnya merupakan cara ilmiah untuk mendapatkan data dengan tujuan dan kegunaan tertentu. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode penelitian kualitatif. Menurut Bodgan dan Taylor (1975) yang dikutip oleh Moleong (2011:4) mengemukakan bahwa metode kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan orang-orang dan perilaku yang dapat diamati.

Sifat-sifat penelitian kualitatif, akan sejalan dengan ciri-ciri penelitian fenomenologi:

- a. Fokus pada sesuatu yang tampak
- b. Fenomenologi tertarik dengan keseluruhan
- c. Fenomenologi mencari makna dan hakikat dari penempakan
- d. Fenomenologi mendeskripsikan pengalaman
- e. Fenomenologi berakar pada fenomena langsung yang berhubungan dengan makna dan fenomena yang diamati
- f. Integrasi dari subjek dan objek

Peneliti menggunakan pendekatan fenomenologi, yang mempelajari struktur pengalaman, kesadaran, penampakan, segala hal yang muncul dari pengalaman, cara melihat sesuatu makna yang dimiliki. Fokus perhatian fenomenologi lebih luas sekedar fenomena yakni pengalaman sadar dari sudut pandang orang pertama yang mengalaminya secara langsung.

Penelitian yang diarahkan untuk memberikan gejala-gejala, fakta-fakta atau kejadian-kejadian secara sistematis dan akurat mengenai sifat-sifat penelitian serta menganalisa kebenarannya berdasarkan data yang diperoleh. Teknik pengumpulan data dengan menggunakan teknik wawancara dan observasi. Informan dalam penelitian ini berjumlah 5 orang. Dimana semua informan merupakan karyawan Kopi Kenangan,

penelitian ini menggunakan *purposive sampling* yang dipilih secara sengaja dalam menentukan informan, maka peneliti memilih informan menurut kriteria yang telah ditentukan.

4. Hasil dan Pembahasan

4.1. Hasil Penelitian

Berdasarkan observasi dan wawancara yang dilakukan oleh peneliti terhadap subjek penelitian memperoleh data dan informasi yang telah dianalisis dan akan diuraikan. Bahwa fenomena *silent reader* dalam grup *whatsapp* Barista Kopi Kenangan Yogya, Karawang, informan memiliki pengalaman dalam menggunakan aplikasi *whatsapp* hal tersebut dapat mempengaruhi dirinya berperan menjadi seorang *silent reader* dalam grup *chat whatsapp*.

Menurut perspektif ontologi dalam penelitian ini adalah bahwa ontologi adalah yang membahas mengenai realitas, realitas adalah kenyataan yang selanjutnya menjurus pada kebenaran seperti apakah sesungguhnya hakikat realitas yang ada? apakah realitas ini sesuatu realita materi saja apakah ada sesuatu dibalik realita tersebut, melalui penelitian ini menjawab bagian perfeksi dari ontology yakni realitas sosial ketika seseorang menjadi seorang *silent reader* secara alamiah ia menjadi pasif atau komunikasi yang pasif yang tidak memberikan umpan balik kepada komunikator.

Menurut perspektif Epistemologi dalam penelitian ini adalah bahwa epistemology adalah nama lain dari logika material atau logika mayor yang membahas isi pikiran manusia, yaitu pengetahuan. Seperti cara manusia memperoleh dan menangkap pengetahuan dan jenis-jenis pengetahuan, menurut epistemology, setiap pengetahuan manusia merupakan hasil dari pemeriksaan dan penyelidikan benda hingga akhirnya diketahui manusia dengan demikian. Epistemology ini membahas mengenai

membahas sumber, proses, hakikat pengetahuan. Yang diberikan oleh komunikator kepada komunikan untuk menyampaikan informasi penting melalui grup obrolan whatsapp agar informasi dapat diterima dengan cepat, serta bagaimana respon yang diberikan oleh komunikan.

Aksiologi adalah bidang yang menyelidiki nilai-nilai. Nilai dan implikasi aksiologi dalam pengalaman dengan realitas sosial. Bahwa memberi umpan balik atau merespon pesan yang diberikan dari komunikator kepada komunikan menandakan bahwa komunikasi tersebut berjalan menjadi dua arah dan terarah. Pertanyaan mengenai aksiologi adalah baik atau bagus. Bahwa tidak memberikan respon terhadap pesan yang penting mengenai perusahaan adalah hal yang tidak sesuai, karena informasi yang diberikan dalam grup whatsapp perusahaan berguna sebagai bagaimana ia peduli terhadap perkerjanya dan dapat menunjang kinerjanya saat berkerja.

4.2. Pembahasan

Berdasarkan hasil penelitian, obsevasi dan wawancara di lapangan peneliti menggambarkan femomena *silent reader* dalam grup *Whatsapp*. Melalui Pengalaman yang dialami selama menggunakan fitur grup obrolan *whatsapp*, melalui motif dan makna menjadi seorang *silent reader* dalam grup obrolan *whatsapp*.

Grup *whatsapp* barista Kopi Kenangan Karawang cabang Yogya Toserba menggunakan grup obrolan ini sebagai sarana penyebaran informasi dimana membantu seorang Supervisor untuk menyebarkan informasi terkait perusahaan secara terarah agar sesuai Standar Operasional yang ada.

Komunikasi adalah hal yang sangat penting dikehidupan manusia sama halnya dengan komunikasi pimpinan atau *supervisor* dengan karyawan. Komunikasi dapat dilakukan secara tatap muka dan melalui media, Salah satunya media sosial. Hal ini tentu memudahkan seorang komunikator

menyebarkan informasi secara cepat dan praktis, informasi tidak hanya berupa teks, tetapi berupa foto, video dan dokumen yang dapat di sebarakan melalui aplikasi *Whatsapp* menggunakan fitur grup Chat.

Hal ini lah yang dilakukan seorang Supervisor store Kopi Kenangan Karawang cabang Yogya Toserba, yakni menggunakan grup chat *whatsapp* untuk memberikan arahan, menyebarkan informasi terkait perusahaan secara cepat dan praktis.

Maka dalam pandangan fenomenologis konteks tersebut dapat dijelaskan bahwa tindakan seorang dalam penelitian ini adalah Anggota Grup *Whatsapp* Kenangan Yogya Karawang adalah aktor yang saat ini bertindak dalam Grup *Whatsapp* tersebut sebagai komunikator adan komunikan. Dimana para informan menjelaskan pengalaman-pengalamannya secara alamiah dan sadar selama menggunakan fitur Grup *Whatsapp* pada aplikasi *Whatsapp* dan menjelaskan bagaimana pengalaman para informan bisa berperan menjadi seorang *silent reader* dalam Grup *Whatsapp* pada aplikasi *whatsapp*.

Dalam penelitian ini menganggap bahwa fenomenologis adalah kesadaran manusia dan makna subjektifnya sebagai fokus untuk memahami tindakan sosial, disini peneliti berusaha mengali pengalaman kesadaran manusia dalam tindakan sosial, pengalaman-pengalamannya yang bersifat alamiah sehingga dapat diperoleh realitas.

5. Kesimpulan dan Rekomendasi

5.1. Kesimpulan

Kesimpulan yang diambil dari hasil penelitian dan pembahasan sebelumnya dengan menggunakan teori terkait maka peneliti dapat menarik kesimpulan mengenai teori fenomenologi Alfred Schutz dalam pandangan fenomenologi konteks yang dapat dijelaskan bahwa tindakan seorang dalam penelitian ini adalah anggota grup *whatsapp* Kopi Kenangan Karawang cabang Yogya Toserba, yang

berperan sebagai aktor saat ini bertindak dalam grup *whatsapp* sebagai komunikator dan komunikan. Dimana para informan menjeaskan pengalaman-pengalamannya secara alamiah dan sadar selama menggunakan fitur grup obrolah *whatsapp* dan menjelaskan bagaimana pengalaman, motif, dan makna para informan bisa berperan menjadi seorang *silent reader* dalam grup *whatsapp* pada aplikasi *whatsapp*.

Kesimpulan penelitian ini adalah bahwa tujuan menunjukkan kebutuhan apa saja yang menjadi pemicu para informan bertindak menjadi seorang *silent reader* dalam grup *whatsapp* yang memanfaatkan fitur aplikasi *whatsapp*. Seorang informan bisa berperan menjadi seorang *silent reader*. Kebutuhan pelepasan yang berkaitan dengan menghindari tekanan, ketegangan dan kebutuhan pelepasan untuk melarikan diri, contohnya pengalaman ketika hari libur berkerja dan terdapat penyampaian informasi dalam grup *whatsapp* para informan cenderung tidak memberikan umpan balik dengan alasan bahwa hari libur hari untuk beristirahat dari dunia perkerjaan, kebutuhan pelepasan menjadi pemicu terbesar diantara para informan dalam bertindak sebagai seorang *silent reader*.

5.2. Rekomendasi

Adapun saran yang dapat peneliti berikan terkait penelitian yang telah diteliti sebagai berikut:

1. Diharapkan penelitian ini dapat menjadi referensi bagi penelitian selanjutnya yang akan meneliti fenomena *silent reader* dalam penggunaan aplikasi *whatsapp* dengan mengangkat fenomena-fenomena lainnya menggunakan *whatsapp*.
2. Diharapkan peneliti yang melakukan penelitian selanjutnya dapat melihat pentingnya komunikasi dan memberikan respon ketika menerima informasi yang diberikan.
3. Saran untuk para karyawan untuk tanggap dalam merespons informasi sehingga

Supervisor dapat merasakan umpan balik mengenai informasi yang telah diberikan di dalam grup *Whatsapp* agar terjadinya komunikasi yang lebih efektif dan terarah.

Daftar Pustaka

Acuan dari buku:

Kuswarno, E. (n.d.). *Metode Penelitian Komunikasi Fenomenologi konsepsi, Pedoman, dan contoh Penelitiannya*. Bandung: Widya Padjajaran.

Mulyana Deddy. 2014. *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.

Nasrullah Rulli. 2018. *Khalayak Media Indentitas, Ideologi, Perilaku Pada Era Digital*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya.

Prof. Drs. Onong Uchjana Effendy, M. A., & ILMU. 2007. Ilmu komunikasi. In *Bandung Rosdakarya*.

Rakhmat Jalaluddin. 2016. *Metode Penelitian Komunikasi dilengkapi Contoh Analisis*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.

Riduwan. (2015). *Metode & Teknik Menyusun Proposal Penetian*. Bandung: Alfabeta.

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.

W, L. S. (2011). *Teori Komunikasi Theoris of Human Communication*. Jakarta: Salemba Humanika.

Acuan artikel dalam Jurnal:

Anisa, R. (2017). Studi Deskriptif Tentang Loyalitas Peserta Grup Whatsapp. *Sosioglobal: Jurnal Pemikiran Dan Penelitian Sosiologi*, Diambil: <https://doi.org/10.24198/jsg.v2i1.15269>.

Diakses tanggal 25 April 2020.

Amna, A. (2018). Whatsapp (Wa) Dan Konsep Jarak Sosial Baru Di Masyarakat. *Expose: Jurnal Ilmu Komunikasi*. Diambil: <https://doi.org/10.33021/exp.v1i2.445>. Diakses tanggal 21 September 2020.

Anjani, A., Ratnamulyani, I. A., & Kusumadinata, A. A. (2018). Penggunaan Media Komunikasi Whatsapp Terhadap Efektivitas Kinerja Karyawan. *Jurnal Komunikatio*. Diambil: <https://doi.org/10.30997/jk.v4i1.121>. Diakses tanggal 5 Mei 2020.

Ghifari, M., Mustika, V. E., Rosidah, H. K., & Kirana, A. (2015). Pemanfaatan media sosial oleh mahasiswa Universitas Muhammadiyah Surakarta. *SEMNAS Penguatan Individu Di Era Revolusi Informasi*, 216–222. Diambil: <https://publikasiilmiah.ums.ac.id/bitstream/handle/11617/9280/Muhammad%20Ghifari.pdf?sequence=1&isAllowed=y>. Diakses tanggal 25 April 2020.

Jumrad, O. T., & Mayang Sari, I. D. (2019). Fungsi Komunikasi Dalam Organisasi Melalui Group Chat Whatsapp Oriflame. *Jurnal Common*, 3(1), 104–114. Diambil: <https://doi.org/10.34010/common.v3i1.1953>. Diakses tanggal 21 September 2020.

Purwanti, Angel, sitepi. (2016). PERISTIWA KOMUNIKASI DALAM MEDIA SOSIAL “WHATSAPP GROUP FAMILY SW-6” *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian-ISSN: 2461-0836 2017*. 3(1), 89. Diambil: <https://journal.uniga.ac.id/index.php/JK/article/view/572>. Diakses tanggal 16 Februari 2020.

Rafiah. (2018). Efektivitas Kegiatan Komunikasi Kelompok Dalam Penggunaan Aplikasi Line Pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi 2015.

EJurnal Ilmu Komunikasi, 6(1), 271–285. Diambil <https://ejournal.ilkom.fisip-unmul.ac.id/site/?p=3324>. Diakses tanggal 25 April 2020

Roberto, I. M. (2015). *Komunikasi kelompok di grup whatsapp divisi public relations yayasan at Indonesia periode bualan Juli 2015*. Diambil <http://ejournal.uajy.ac.id/9463/>. Diakses tanggal 25 April 2020.

Acuan dari makalah:

Akira Pramond, dkk. (2017). *Silent Reader Dalam Grup Diskusi Virtual (Studi Fenomenologi Pada Anggota Grup Diskusi Himaforsta)*. Universitas Airlangga.

Arshano Sahar. (2014). *Fenomena new media 9Gag*, Makalah Non Seminar. Depok: Universitas Indonesia.

Acuan dari tugas akhir, laporan penelitian, skripsi, tesis dan disertasi:

Nugraha, A. A. D. (2018). Perilaku Prososial Melalui Media Sosial. *Skripsi*. Psikologi. Surakarta. Fakultas Psikologi. Universitas Muhammadiyah Surakarta.

Pangestika, N. L. (2018). *Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Whatsapp Terhadap Penyebaran Informasi Pembelajaran di SMA Negeri 5 Depok*. Skripsi. Ilmu Pengetahuan sosial. Jakarta Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan. UIN Syarif Hidayatullah.

Saddam Yudha Wahyono. (2018). *Motif Penerima Pasif Jejaring sosial Line*. Skripsi Ilmu Komunikasi. Surakarta Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik. Universitas Sebelah Maret.

Acuan artikel dalam website:

Dwi Hadya Jayani. (2020). *10 Media Sosial yang Sering di Gunakan di Indonesia*. 2020. dalam <https://databoks.katadata.co.id/datapublik/2020/02/26/10-media-sosial-yang-paling-sering-digunakan-di-indonesia>. Diakses tanggal 16 September 2020.

Kominfo, WhatsApp Kenalkan Literasi Privasi Dan Keamanan Digital. (2019, November 19). *Antaranews*. dalam https://www.kominfo.go.id/content/detail/22824/kominfo-whatsapp-kenalkan-literasi-privasi-dan-keamanan-digital/0/sorotan_media. Diakses tanggal 20 September 2020.

Pertiwi, W. K. (2020, February 13). WhatsApp Tembus 2 Miliar Pengguna. *KOMPAS.Com*. dalam <https://tekno.kompas.com/read/2020/02/13/18190017/whatsapp-tembus-2-miliar-pengguna>. Diakses tanggal 20 September 2020.

Pratomo, Y. (2019, May 16). APJII: Jumlah Pengguna Internet di Indonesia Tembus 171 Juta Jiwa. *KOMPAS.Com*. dalam <https://tekno.kompas.com/read/2019/05/16/03260037/apjii-jumlah-pengguna-internet-di-indonesia-tembus-171-juta-jiwa>. Diakses tanggal 20 September 2020.