

## Overcoming Uncertainty when WhatsApp Errors/Downs: Convergence of Interpersonal Communication and Mass Communication

Robby Adwa Fahlepi<sup>1\*</sup>, Andre Noevi Rahmanto<sup>2</sup>, Sri Hastjarjo<sup>3</sup>

Universitas Sebelas Maret, Surakarta

**Corresponding Author:** Robby Adwa Fahlepi [robby.adwa007@gmail.com](mailto:robby.adwa007@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Keywords:* Uncertainty Reduction Theory, WhatsApp Error/Down, Interpersonal Communication, Mass Communication, Digital Era

*Received :* 1 November

*Revised :* 18 November

*Accepted:* 23 December

©2023 Fahlepi, Rahmanto, Hastjarjo:  
This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRACT

The existence of WhatsApp is a manifestation of the development of digital communication. Based on data from the 2021 Indonesian Digital Literacy Status Survey, 93.6% of respondents used the WhatsApp application to share, disseminate and forward information on social media. This research aims to describe the phenomenon as an impact of WhatsApp Error/Down so that it can be used as a reference for behavior. The WhatsApp Error/Down phenomenon creates uncertainty for its users. Looking from the communication side, Uncertainty Reduction Theory is used to overcome this uncertainty. The research used a qualitative approach where researchers conducted interviews and sent questionnaires to informants (WhatsApp users). Literature studies are complementary in answering this uncertainty. Researchers also see the convergence between interpersonal communication and mass communication in this digital era. Based on the research results, it was found that the majority of users use interactive methods to overcome this phenomenon. WhatsApp users tend to use other media to overcome the ongoing WhatsApp Error/Down phenomenon, such as using Telegram, Instagram and Line

## Mengatasi Ketidakpastian ketika Whatsapp Error/Down: Konvergensi Komunikasi Interpersonal dan Komunikasi Massa

Robby Adwa Fahlepi<sup>1\*</sup>, Andre Noevi Rahmanto<sup>2</sup>, Sri Hastjarjo<sup>3</sup>

Universitas Sebelas Maret, Surakarta

**Corresponding Author:** Robby Adwa Fahlepi [robby.adwa007@gmail.com](mailto:robby.adwa007@gmail.com)

---

### ARTICLE INFO

*Kata Kunci:* Teori Pengurangan Ketidakpastian, WhatsApp Error/Down, Komunikasi Interpersonal, Komunikasi Massa, Era Digital

*Received :* 1 November

*Revised :* 18 November

*Accepted:* 23 December

©2023 Fahlepi, Rahmanto, Hastjarjo:

This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/).



### ABSTRAK

Adanya WhatsApp merupakan salah satu wujud dari perkembangan komunikasi digital. Berdasarkan data Survei Status Literasi Digital Indonesia 2021, terdapat 93,6% responden menggunakan aplikasi WhatsApp untuk berbagi, menyebarkan, dan meneruskan informasi dalam bermedia sosial. Penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan fenomena sebagai dampak adanya WhatsApp Error/Down sehingga bisa dijadikan sebagai salah satu acuan dalam bersikap. Adanya fenomena WhatsApp Error/Down membuat ketidakpastian bagi para penggunanya. Melihat dari sisi komunikasi, *Uncertainty Reduction Theory* digunakan untuk mengatasi ketidakpastian tersebut. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif di mana peneliti melakukan wawancara dan mengirimkan kuesioner kepada para informan (pengguna WhatsApp). Studi literatur menjadi pelengkap dalam menjawab ketidakpastian tersebut. Peneliti juga melihat konvergensi antara komunikasi interpersonal dan komunikasi massa di era digital ini. Berdasarkan hasil penelitian ditemukan bahwa mayoritas pengguna menggunakan cara interaktif dalam mengatasi fenomena tersebut. Pengguna WhatsApp cenderung memanfaatkan media lain untuk mengatasi fenomena WhatsApp Error/Down yang sedang terjadi seperti penggunaan Telegram, Instagram, dan Line

## PENDAHULUAN

Dalam era teknologi komunikasi yang semakin maju, cara manusia berkomunikasi dengan orang lain yang jaraknya berjauhan telah mengalami evolusi dari penggunaan surat tertulis ke email, *chatting*, telepon, dan *video-conferences*. Teknologi ini mampu mengatasi batasan geografis dalam berkomunikasi. Menurut Dainton & Zelle (2019), komunikasi mencakup segala bentuk pesan yang melibatkan penggunaan perangkat atau mekanisme elektronik untuk menjembatani proses komunikasi antara komunikator dan komunikan.

*Social Networking System* (SNS) menjadi sesuatu yang viral di era digital sekarang, yang dalam bahasa Indonesia dikenal sebagai Layanan Jejaring Sosial. Terdapat berbagai situs *web* yang termasuk dalam kategori ini, yang lebih dikenal dengan istilah media sosial. Di platform SNS, para pengguna memiliki profil pribadi yang berisi informasi pribadi dan foto diri. SNS, di mana WhatsApp termasuk di dalamnya, memainkan peran penting dalam cara manusia berkomunikasi dan mengonsumsi informasi. Hal ini karena SNS menyediakan lingkungan yang ideal untuk komunikasi dan perolehan informasi.

Adanya SNS menjadi wujud nyata perkembangan teknologi internet telah mengalami kemajuan yang signifikan dalam masyarakat. Perkembangan ini berdampak pada perubahan sosial, termasuk dalam hal alat komunikasi secara *online*. Salah satu contohnya adalah popularitas aplikasi WhatsApp di Indonesia, yang sering digunakan untuk berkomunikasi dalam jarak jauh (Rahimsyah et al., 2021). Hingga saat ini, aplikasi WhatsApp telah diunduh lebih dari 5 Miliar kali di Google Play Store dan juga tersedia di App Store (iOS) (PlayStore WhatsApp, 2023). Perkembangan *new media* telah menyebabkan perubahan pola komunikasi yang mungkin tidak langsung disadari oleh masyarakat. Namun, dampak dari perubahan ini sangat terasa dalam esensi dan nilai komunikasi, karena ada kemungkinan bahwa seseorang lebih banyak berkomunikasi di dunia maya daripada di dunia nyata (Hidayat dan Lubis, 2019).

WhatsApp adalah aplikasi berkirim pesan dan panggilan bahkan sudah bisa melakukan panggilan video. Aplikasi ini dinilai aman, dan reliabel, serta dapat diunduh ke ponsel di seluruh dunia secara gratis. Aplikasi ini memungkinkan pengguna untuk mengirim dan menerima berbagai macam media seperti teks, foto, video, dokumen, dan lokasi, serta panggilan suara.

WhatsApp didirikan oleh Jan Koum dan Brian Acton, yang sebelumnya memiliki pengalaman kerja selama 20 tahun di Yahoo. Pada tahun 2014, WhatsApp bergabung dengan Facebook, tetapi tetap beroperasi sebagai aplikasi mandiri dengan fokus utama untuk menyediakan layanan berkirim pesan yang cepat dan handal di seluruh dunia. Di Indonesia, WhatsApp menjadi salah satu aplikasi paling populer yang digunakan untuk berkomunikasi satu sama lain.

Menurut data dari Survei Internet Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII, 2022), WhatsApp tercatat sebagai aplikasi yang paling sering digunakan untuk kategori Media Chat yaitu sebesar 98,07%. Jumlah sampel survei ini sebanyak 7.568 responden yang tersebar di seluruh Indonesia

WhatsApp adalah platform informatif untuk komunikasi yang efektif. Pengguna dapat dengan mudah tetap terhubung satu sama lain di dalamnya. Bahkan orang yang pasif pun akan mendapatkan semua informasi yang beredar di grup WhatsApp tanpa usaha ekstra, cukup hanya berada di grup (Agrawal, 2020).

Menurut Yensy (2020), WhatsApp adalah media sosial yang mencakup segala kepentingan masyarakat dalam berkomunikasi, memenuhi berbagai keperluan masing-masing individu. WhatsApp memungkinkan pengguna untuk berbagi pesan teks, gambar, video, dan melakukan panggilan, menciptakan sebuah platform komunikasi yang lengkap untuk membantu masyarakat berkomunikasi di seluruh dunia (Suryadi, 2018).

WhatsApp merupakan media sosial yang sangat diperlukan dalam berkomunikasi. Penelitian mengenai penggunaan WhatsApp sebagai sarana komunikasi dan penyebaran informasi telah banyak dilakukan. Salah satunya penelitian yang dilakukan oleh Hidayat dan Lubis (2019) dengan judul "Pengaruh Aplikasi WhatsApp Terhadap Penyebaran Informasi Pada Pegawai Dinas Pekerjaan Umum di Kecamatan Kota Medan (Studi Kasus Pada Unit Pelayanan Pekerjaan Umum Kota Medan)." Penelitian ini menyimpulkan bahwa penggunaan aplikasi WhatsApp mempunyai pengaruh yang signifikan terhadap penyampaian informasi pada pegawai di Dinas Pekerjaan Umum Kota Medan.

WhatsApp telah menjadi sarana komunikasi yang populer bagi para penggunanya. Selain memungkinkan komunikasi antara dua pengguna, WhatsApp juga memungkinkan komunikasi dalam kelompok yang lebih besar melalui WhatsApp Grup, (Jaya, 2022). WhatsApp Grup merupakan kumpulan para pengguna WhatsApp yang di mana dalam masing-masing grup tersebut, para pengguna yang termasuk di dalamnya bisa saling berkomunikasi. Bahkan berdasarkan update terbaru WhatsApp di tahun 2023, jumlah anggota dalam satu grup bisa mencapai 1.024 orang atau pengguna.

Adanya WhatsApp Grup mengaburkan batasan antara komunikasi interpersonal dan komunikasi massa. Kategorisasi yang umum digunakan untuk memahami konteks komunikasi adalah berdasarkan tingkatnya. Terdapat empat tingkat komunikasi yang disepakati oleh para pakar, dimulai dari komunikasi yang melibatkan jumlah peserta paling sedikit hingga paling banyak. Tingkatan tersebut mencakup komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, dan komunikasi massa. Beberapa pakar juga menambahkan tingkat komunikasi intrapribadi, komunikasi diadik (komunikasi antara dua orang), dan komunikasi publik.

Seiring dengan perkembangan zaman di era digital yang semakin canggih dan media yang memengaruhi cara berkomunikasi, batasan-batasan bidang keilmuan ini semakin blur dan juga semakin sulit dibedakan. Sub disiplin ilmu yang paling terpengaruh akibat perkembangan teknologi media dan internet adalah disiplin ilmu komunikasi interpersonal dan komunikasi massa. Dua disiplin ilmu yang dulunya dianggap berada pada ranah yang berbeda dan berjauhan, saat ini mulai dirasakan peleburannya bahkan sulit untuk terpisahkan.

Terlebih lagi dengan adanya fenomena WhatsApp error/*down* yang terjadi pada 25 Oktober 2022. WhatsApp *Error/Down* adalah kondisi di mana aplikasi WhatsApp *error* atau *down* yang disebabkan adanya gangguan teknis pada penyedia layanan aplikasinya. Hal ini menyebabkan pengguna tidak dapat menggunakan aplikasi WhatsApp, tidak bisa mengirim pesan chat, melakukan panggilan, serta berbagi file media. WhatsApp *down* dilaporkan mengalami gangguan (*downtime*) sekitar pukul 14.10 WIB (kompas.com, 2022). Gangguan tersebut mempengaruhi kemampuan pengguna untuk berkomunikasi baik dalam percakapan pribadi maupun grup. Namun, menurut laporan dari kompas.com, masalah tersebut mulai pulih sekitar pukul 15.51 WIB (kompas.com, 2022).

Dampak WhatsApp *Error/Down* dirasakan oleh pengguna aplikasi WhatsApp dan WhatsApp *Web* di Indonesia dan global. Sejumlah pengguna mengeluhkan kondisi ini. Bahkan fenomena ini menjadi trending di twitter atau dikenal dengan aplikasi X sekarang ini. Banyak warganet yang menyematkan cuitan #WhatsAppDown ataupun cuitan Whatsapp *Error*. Layanan pesan WhatsApp tidak bisa diakses hampir dua jam itu berpengaruh pada interaksi semua orang. Tidak hanya berdampak putusnya komunikasi secara personal, tapi juga mempengaruhi sektor komunikasi bisnis, sosial, dan yang lainnya. Hal ini tentu menjadi masalah bahkan bisa berujung pada kerugian bagi suatu perusahaan karena koneksi terputus. Banyak kehidupan masyarakat yang terganggu. Perusahaan-perusahaan terputus dengan kliennya karena aplikasi yang digunakan oleh miliaran orang di seluruh dunia mengalami penurunan. (Isaac & Frenkel, 2021).

Beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini pernah membahas hal serupa terkait dengan adanya gangguan pada media sosial di antaranya terlihat pada tabel 1 sebagai berikut:

Tabel 1. Penelitian Sebelumnya yang Relevan dengan Penelitian ini

No	Peneliti	Judul dan Tahun	Jenis Publikasi	Strategi Penelitian	Temuan
(1)	(2)	(3)	(4)	(5)	(6)
1	Emmanuel Keku, Elaine Patterson	<i>The impact of social media outages on Ghanaian users: a snapshot of the October 2021 Facebook outage event (2022)</i>	Jurnal	Kuantitatif	Reaksi dan sikap pengguna media sosial aktif di Ghana setelah kejadian pemadaman Facebook (termasuk media sosial di bawah naungan Facebook seperti WhatsApp dan Instagram) pada bulan Oktober 2021 mengungkapkan bahwa pemadaman

					media sosial di masa depan dapat mengakibatkan ancaman nyawa yang tidak sehat. Tantangan seperti kesepian, kecemasan, dan kecanduan pada kelompok usia 25-34 tahun. Selain itu, mayoritas (39 persen) menyatakan ketidakpuasan, frustrasi, dan ketidakbahagiaan selama durasi pemataman Facebook. Setelah itu, seperempat dari mereka melaporkan merasa kesepian dan beralih ke situs media sosial lain (37 persen), seperti Twitter (X) sementara yang lain tidak bisa berbuat apa-apa (19 persen).
2	Haitham Jahrami, Feten Fekih-Romdhane, Zahra Saif, Nicola Luigi Bragazzi, Seithikurippu R. Pandi-Perumal, Ahmed S. BaHammam, and Michael V. Vitiello	<i>A Social Media Outage Was Associated with a Surge in Nomophobia, and the Magnitude of Change in Nomophobia during the Outage Was Associated with Baseline Insomnia (2022)</i>	Jurnal	Kuantitatif	Era digital telah membawa serta suatu kondisi yang dikenal sebagai nomophobia yang muncul dari ketakutan patologis karena tidak memiliki akses terhadap teknologi dan konektivitas. Ini adalah laporan pertama yang meneliti dampak penghentian media sosial terhadap nomophobia. Temuan kami menunjukkan bahwa gejala nomophobia

					meningkat secara signifikan selama pemadaman listrik, terutama kekhawatiran mengenai akses dan konektivitas. Nomophobia sangat erat kaitannya dengan gejala kecemasan dan insomnia pada awal. Pemadaman media sosial dikaitkan dengan lonjakan nomofobia, dan besarnya perubahan gejala nomophobia selama ini pemadaman listrik dikaitkan dengan skor insomnia awal.
3	Nayera Mohamed Shousha, Leena Rowan Abdelgawad	<i>Down In Minutes, Out For Six Hours: A Brief Report On Feelings During The Outage Of Whatsapp, Instagram, And Facebook (2021)</i>	Jurnal	Kuantitatif	Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar partisipan mengalami perasaan negatif (misalnya bosan, kesepian, dan frustrasi), sedangkan partisipan lainnya menyatakan lega, rileks, dan nyaman. Terakhir, beberapa peserta tidak menyadari situasi ini sebagai masalah universal.

Berdasarkan beberapa penelitian terdahulu yang relevan dengan penelitian ini semuanya menggunakan metode penelitian kuantitatif. Oleh karena itu, penelitian ini mengambil celah untuk menggunakan metode penelitian kualitatif. Selain itu, penelitian ini juga melihat kondisi WhatsApp *error/down* melalui perspektif komunikasi. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan Teori Pengurangan Ketidakpastian atau *Uncertainty Reduction Theory* (URT). Teori ini digunakan karena akan membahas bagaimana manusia

memperoleh suatu pengetahuan atau mengurangi ketidakpastian tentang orang lain (Littlejohn & Foss, 2017).

Penelitian ini dilakukan untuk melihat fenomena ketidakpastian dalam komunikasi interpersonal yang dialami para pengguna WhatsApp saat terjadi fenomena WhatsApp *Error* atau *Down*. URT dipandang mampu dalam mempelajari sikap dan langkah yang dilakukan oleh para pengguna dan mengetahui ketergantungannya terhadap media dari sisi komunikasi massa.

Peneliti akan menggambarkan temuan-temuan yang didukung oleh telaah berbagai penelitian sebelumnya. Pada akhirnya, peneliti akan merangkum berbagai situasi atau fenomena sosial yang relevan, terutama dalam konteks *Uncertainty Reduction Theory* (Teori Pengurangan Ketidakpastian).

Secara akademis, penelitian ini tentunya diharapkan sebagai bentuk kontribusi pada penelitian komunikasi khususnya, dalam melihat fenomena WhatsApp *Error/Down*. Penelitian ini juga diharapkan bisa menambah wawasan dan mempertajam gambaran adanya konvergensi antara komunikasi interpersonal dan komunikasi massa sebagai dampak dari munculnya media baru di era digital saat ini.

Dari sisi praktis, dengan adanya penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi dalam mengatasi kecemasan dengan pendekatan *Uncertainty Reduction Theory* terkait hal serupa yaitu adanya WhatsApp *Error/Down*.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

### ***Komunikasi Antarpribadi***

Interpersonal merupakan kata turunan dari awalan yaitu *inter*, *which* memiliki arti "antara" dan kata berikutnya adalah orang yang memiliki arti rakyat. Jadi komunikasi interpersonal umumnya terjadi antara dua orang atau dengan beberapa orang, tetapi banyak juga yang tidak terlibat semua orang di dalamnya secara intim (Wood, 2013).

Komunikasi antarpribadi atau interpersonal communication adalah bentuk komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik verbal maupun nonverbal. Komunikasi diadik adalah bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi yang melibatkan hanya dua orang. Ciri khas dari komunikasi diadik adalah pihak-pihak yang berkomunikasi berada dalam jarak yang dekat, mengirim dan menerima pesan secara stimulan dan spontan, baik secara verbal atau nonverbal. Komunikasi antarpribadi berperan penting dalam kehidupan manusia karena membuat manusia merasa lebih akrab dengan sesamanya. Komunikasi ini juga merupakan bentuk komunikasi yang paling lengkap dan sempurna. Komunikasi antarpribadi mencakup semua elemen dari proses komunikasi dan memungkinkan setiap partisipan untuk menggunakan semua elemen tersebut. Komunikasi interpersonal juga bisa disebut sebagai komunikasi antarpribadi. (Puspitasari, et al, 2021)

Komunikasi menjadi medium yang memungkinkan kita berhubungan dengan orang lain. Karena itu komunikasi sekaligus menjadi penentu keberlangsungan sebuah hubungan. Hubungan Anda yang erat dengan sahabat, pasti diawali melalui komunikasi yang sederhana dan dangkal seperti sapaan saat pertama kali bertemu. Semakin akrab maka semakin sering Anda berkomunikasi dengan seseorang. Orang yang akrab atau bersahabat, biasanya memiliki kecocokan dalam berkomunikasi. Kecocokan itu bukan selalu berarti kemiripan, karena orang dengan gaya komunikasi berbeda namun bisa saling melengkapi bisa saja cocok satu sama lain.

Di dalam dunia Pendidikan, proses komunikasi interpersonal akan melibatkan beberapa unsur, antara lain (Suranto, 2011):

1) Sumber

Sumber atau bisa juga disebut komunikator atau pengirim adalah seseorang yang memiliki kebutuhan untuk mendapatkan menyampaikan. Untuk menyampaikan pikiran atau perasaan dalam simbol verbal atau nonverbal dapat dimengerti oleh komunikan. Dalam penelitian ini sumber bisa dari lembaga pendidikan yang menyelenggarakannya pendidikan, dosen atau sesama mahasiswa yang terlibat aktif dalam perkuliahan.

2) Pesan

Pesan yaitu segala sesuatu yang dikomunikasikan oleh sumber penerima. Pesan dapat berupa simbol verbal atau nonverbal yang mewakili perasaan, nilai, ide, atau maksud dari sumbernya. Dalam penelitian ini, pesan terkait dengan informasi yang disampaikan oleh penyelenggara pendidikan, dosen, atau sesama mahasiswa yang terlibat aktif dalam kuliah. Pesan ini dapat berupa informasi verbal atau nonverbal yang disampaikan secara langsung atau tidak langsung. Pesan yang disampaikan dapat berupa gagasan, ide, atau nilai yang ingin disampaikan oleh sumbernya kepada penerimanya. Pesan yang disampaikan harus jelas dan mudah dipahami oleh penerimanya agar dapat diterima dengan baik.

3) Saluran (Media)

Saluran adalah media atau alat yang digunakan oleh sumber untuk menyampaikan pesan kepada penerima. Saluran juga menjelaskan cara menyampaikan pesan. Pemilihan saluran tergantung pada tujuan atau situasi yang ingin dicapai dan jumlah penerima pesan yang dihadapi. Dalam penelitian ini, saluran terkait dengan media online yang digunakan oleh penyelenggara pendidikan, dosen, atau sesama mahasiswa yang terlibat aktif dalam perkuliahan. Saluran ini dapat berupa email, pesan singkat, atau platform pembelajaran online. Pemilihan saluran yang tepat dapat mempengaruhi efektivitas komunikasi antara sumber dan penerima pesan.

4) Penerima

Penerima atau komunikan adalah orang yang menerima pesan yang berasal dari sumber.

### 5) Efek

Efek yaitu sesuatu yang terjadi pada penerima setelahnya menerima pesan yang dikirim oleh komunikator. Efek pada Penelitian ini adalah tentang bagaimana hal itu terjadi siswa sebagai komunikator setelah menerima pesan internal proses perkuliahan yang baik terkait dengan dosen, lembaga pendidikan dan sesama siswa. Pada berbagai level komunikasi sebenarnya pada akhirnya akan berujung pada komunikasi antarpribadi. Misalnya dalam komunikasi massa, berbagai topik pemberitaan di media massa secara tidak sengaja akan memengaruhi topik pembicaraan antara Anda dan teman Anda.

#### ***Komunikasi Massa***

Komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang menggunakan media massa, baik cetak maupun elektronik, yang dikelola oleh suatu lembaga atau orang yang dilembagakan, yang ditujukan kepada sejumlah orang besar yang tersebar di banyak tempat, anonim dan heterogen. Pesannya bersifat umum, disampaikan secara cepat, serentak dan selintas. Komunikasi massa berbeda dengan komunikasi antarpribadi, komunikasi kelompok, komunikasi publik, dan komunikasi organisasi. Komunikasi massa menggunakan media massa seperti televisi, radio, surat kabar, majalah, dan internet untuk menyampaikan pesan kepada khalayak yang lebih luas. Pesan yang disampaikan dalam komunikasi massa bersifat umum dan tidak ditujukan untuk individu tertentu. Komunikasi massa juga dapat mempengaruhi opini publik dan perilaku masyarakat. Komunikasi massa juga dapat mempengaruhi cara pandang masyarakat terhadap suatu isu atau peristiwa.

Media bukanlah realitas. Meskipun demikian media memengaruhi realitas bagi banyak orang. Orang menghabiskan banyak waktunya untuk mengakses informasi dan hiburan melalui media. Televisi, radio, media cetak, internet, diakses setiap hari oleh milyaran manusia di muka bumi. Bagi orang-orang tertentu, ia bahkan layaknya kebutuhan primer yang wajib dikonsumsi sehari-hari.

Karena penetrasinya yang begitu kuat, media memengaruhi cara pandang kita terhadap berbagai persoalan. Gaya hidup, politik, baik-buruk, hingga selera makan Anda sulit lepas dari pengaruh media. Mereka memengaruhi dengan cara yang halus, hingga tak semua orang menyadari jika perilaku mereka sebagian di antaranya adalah hasil dari konstruksi media.

Ketika membeli shampoo, Anda bisa teringat iklan di televisi, citra yang mereka gambarkan untuk sebuah produk. Mereka bisa mencitrakan konsumen shampoo tertentu melalui bintang iklan berambut indah, sekalipun realitasnya bintang iklan itu menggunakan shampoo lain dalam kesehariannya. Anda yang mengagumi bintang tersebut bisa terpengaruh memilih shampoo tersebut dan mengabaikan merk lain.

Saat Pilkada, mungkin Anda akan menentukan siapa yang dipilih dengan mempertimbangkan informasi yang Anda peroleh dari koran, atau perdebatan yang intens di media sosial. Informasi semacam ini tak bisa Anda dapatkan tanpa mengakses media. Aktivitas yang kita miliki tidak memungkinkan kita hadir secara langsung pada peristiwa- peristiwa yang kita butuhkan informasinya.

Media menjembatani itu. Membantu kita mengetahui apa yang terjadi pada sebuah demonstrasi, peresmian jalan tol, hingga pertengkaran antar warga di sebuah tempat, sekalipun pada waktu yang sama kita sedang berada di kantin kampus.

Komunikasi massa adalah bentuk komunikasi yang menggunakan media massa sebagai sarana untuk menunjang komunikasi tersebut. Dalam komunikasi massa, terdapat lima variabel yang terkandung dalam setiap tindak komunikasi dan memperlihatkan bagaimana variabel-variabel ini bekerja pada media massa.

1) Sumber

Komunikator massa adalah suatu organisasi kompleks yang menyusun dan mengirim pesan melalui berbagai saluran di media massa. Walaupun untuk mengirimkan pesan melalui media umumnya mahal, masyarakat tidak membayar biaya secara langsung karena ditanggung pengiklan. Buku barangkali merupakan produk media yang paling mahal, karena konsumen yang membayar secara langsung seluruh biaya produksinya.

2) Khalayak

Komunikasi massa ditujukan kepada khalayak, yang sangat besar jumlahnya. Oleh karena itu sangat penting bagi media memberikan apa yang diinginkan khalayak. Pesan dari media harus difokuskan pada khalayak rata-rata, sehingga dapat merangkul khalayak sebanyak mungkin. Namun dalam perkembangannya, studi juga berkembang untuk memetakan segmen khalayak dengan spesifik, sehingga media juga membidik khalayak dengan karakter ini. Misalnya produk vegetarian, konsumen penderita diabetes, pecinta mobil sport, dan lain sebagainya.

3) Pesan

Komunikasi massa merupakan milik umum, bebas diketahui oleh setiap orang. Tidak seperti rapat atau seminar, siapapun boleh menonton televisi, mendengar radio, atau membaca koran. Komunikasi massa juga berjalan cepat, informasi, peristiwa, disampaikan hampir tanpa selisih waktu jika melalui media elektronik. Bahkan melalui berbagai media sosial seperti WhatsApp, pesan dan informasi bisa kita dapatkan dengan mudah.

4) Proses

Ada dua proses dalam komunikasi massa. Pertama, pada awalnya proses mengalirnya pesan, pada dasarnya proses satu arah. Proses ini menerangkan di mana komunikasi dilakukan satu arah, dari media dan berhenti di penerima. Pesan tidak direspon sebagaimana terjadi dalam komunikasi antarpribadi, kecuali berupa umpan balik berupa surat pembaca, angket, dan semacamnya. Namun kini di era digital, proses mengalirnya sudah menjadi dua arah layaknya komunikasi interpersonal. Informasi atau pesan yang disampaikan oleh media, langsung dapat ditanggapi oleh para komunikan misalnya berupa komentar di dalam media sosial.

Kedua, komunikasi massa juga merupakan proses dua arah. Baik media maupun khalayak melakukan seleksi. Pertama, media menyeleksi bagian dari total populasi yang akan mereka raih. Selanjutnya pemirsa atau pembaca menyeleksi, dari semua media yang ada, pesan mana yang akan mereka ikuti. Sebagian orang akan membaca majalah Tempo, Gatra, Kompas, sebagian lain mungkin membaca Otoblitz, Femina, dan sebagainya.

5) Konteks

Komunikasi massa berlangsung dalam suatu konteks sosial. Media memengaruhi konteks sosial, dan konteks sosial memengaruhi media. Dengan kata lain, terjadi hubungan transaksional antara media dan masyarakat. Masing-masing saling memengaruhi. Dalam sebuah momen Pemilu, media akan dipengaruhi oleh kejadian-kejadian politik yang ada di masyarakat. Sebaliknya, kondisi di masyarakat juga dipengaruhi apa yang ditayangkan media.

Komunikasi massa membutuhkan media untuk menyampaikan pesan pada saat yang sama serentak kepada banyak orang. Karena kebutuhan komunikasi massa untuk berbagai kepentingan sosial, politik, ekonomi, dan keagamaan, sebagai contohnya, membuat kehidupan kita tak mungkin lepas dari media. Sebagai sebuah sarana, media memiliki dua sisi, positif dan negatif.

***Teori Pengurangan Ketidakpastian (Uncertainty Reduction Theory)***

Teori Pengurangan Ketidakpastian (URT) yang dikembangkan oleh Charles Berger dan Richard Calabrese (1975) adalah teori komunikasi yang membahas strategi untuk mengurangi ketidakpastian kognitif dan perilaku melalui pencarian informasi melalui komunikasi dengan orang lain. Terdapat asumsi dasar dalam teori ini, antara lain bahwa orang mengalami ketidakpastian dalam latar interpersonal, ketidakpastian adalah keadaan yang tidak mengenakkan, dan komunikasi interpersonal adalah alat utama untuk mengurangi ketidakpastian.

Menurut Berger & Calabrese (1975), dalam usaha mengurangi ketidakpastian, orang menggunakan taktik-taktik dari tiga kategori strategi: pasif, aktif, dan interaktif. Setiap taktik bertujuan untuk memperoleh informasi. Berger menyarankan agar kita mendapatkan informasi dari orang lain dengan berbagai cara. Strategi pasif bersifat observasional, sedangkan strategi aktif mengharuskan pengamat bekerja untuk mendapatkan informasi dengan cara tertentu, seperti bertanya kepada orang lain, mengatur untuk muncul di tempat yang Anda tahu akan menjadi orang tersebut, dan seterusnya. Strategi interaktif mengandalkan komunikasi langsung dengan orang lain. Sebagai contoh, jika Anda tertarik pada seorang siswa di kelas yang Anda ikuti, Anda mungkin mengamati orang tersebut secara diam-diam (pasif), bertanya kepada teman sekelas lainnya tentang dia (aktif), dan memulai percakapan dengannya (interaktif).

Strategi pasif pertama yang dijelaskan oleh Berger adalah pencarian reaktivitas. Dalam strategi ini, individu diamati benar-benar melakukan sesuatu – bereaksi dalam beberapa situasi. Dengan menggunakan strategi pasif, kita diam-diam mengamati orang lain dari kejauhan. Salah satu contoh strategi pasif adalah pembentukan kesan dengan mengamati seseorang berinteraksi dengan orang lain. Misalnya, jika Anda tertarik untuk berkencan dengan teman sekelas, Anda mungkin mengamati orang ini secara diam-diam selama beberapa waktu. Anda mungkin memperhatikan caranya bereaksi terhadap kejadian di kelas – pertanyaan dari instruktur, diskusi kelas, dan sebagainya – dan Anda mungkin mendengarkan percakapannya dengan orang lain di kelas.

Strategi informasi aktif melibatkan bertanya kepada orang lain tentang target dan memanipulasi lingkungan dengan cara yang mengatur target untuk observasi. Strategi aktif - Pembentukan kesan dengan bertanya kepada pihak ketiga tentang seseorang tersebut. Anda dapat meminta seorang teman untuk mengundang Anda berdua ke sebuah pesta.

Strategi interaktif melibatkan interogasi dan pengungkapan diri untuk memperoleh informasi secara aktif. Salah satu strategi interaktif adalah dengan membentuk kesan melalui diskusi tatap muka dengan seseorang. Pengungkapan diri juga merupakan strategi penting untuk memperoleh informasi, karena jika seseorang mengungkapkan sesuatu tentang dirinya, orang lain kemungkinan akan mengungkapkannya kembali. Sebagai contoh, ketika berada di dalam kelompok proyek, seseorang dapat berbicara dengan teman sekelas, mengajukan pertanyaan, dan membuat pengungkapan untuk mendorongnya mengungkapkan informasi juga.

Dalam *Uncertainty Reduction Theory* ada dua jenis ketidakpastian, yaitu: (Griffin, 2012):

- a. Tipe pertama adalah ketidakpastian kognitif. Jenis ketidakpastian ini berkaitan dengan keyakinan seseorang, informasi dan pengetahuan tentang orang lain saat berinteraksi.
- b. Tipe kedua adalah ketidakpastian perilaku. Jenis ketidakpastian ini terjadi ketika individu memperkirakan perilaku yang akan diambilnya ketika berinteraksi dalam situasi tertentu.

## **METODOLOGI**

Dalam memahami Teori Pengurangan Ketidakpastian bagi pengguna WhatsApp terhadap fenomena WhatsApp Error atau Down, penelitian ini akan dilakukan dengan menggunakan metode penelitian kualitatif. Di Penelitian komunikasi kualitatif pada umumnya dimaksudkan untuk menyajikan pemahaman, deskripsi tentang bagaimana dan mengapa suatu gejala, fenomena, atau realitas komunikasi lebih banyak terjadi berdasarkan hal-hal yang bersifat diskursif seperti transkrip dokumen, hasil wawancara, catatan lapangan, dan dokumen tertulis (Pawito, 2007). Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan studi pustaka/*literature review* dan wawancara mendalam-semi terstruktur. Pendekatan pembahasan dengan menggunakan studi literatur dapat memberikan gambaran pada pembaca atas hasil dari studi-studi sebelumnya, mengisi celah penelitian dan memperkaya studi sebelumnya (Creswell, 2014).

Sarwono (2006) menyatakan bahwa studi pustaka merupakan kegiatan memeriksa berbagai buku referensi dan penelitian sebelumnya yang relevan untuk mendapatkan landasan teori tentang masalah yang akan diteliti. Dalam melakukan studi pustaka, peneliti menggunakan buku, jurnal, artikel, dan berita sebagai sumber acuan teoritis dan referensi dalam menganalisis penelitian ini terkait topik yang diteliti.

Peneliti juga melakukan wawancara mendalam dengan para informan. Menurut Rachmawati (2007), wawancara mendalam merupakan salah satu metode pengumpulan data yang paling sering digunakan dalam penelitian kualitatif. Wawancara mendalam memiliki keunggulan dalam menggali informasi yang mendalam dan detail dari narasumber.

Pada wawancara mendalam, informan dipilih secara *purposive sampling*. Adapun yang dimaksud dengan *purposive sampling* adalah metode pengambilan sampel (narasumber atau informan) yang dilakukan secara sengaja atau dengan tujuan tertentu, di mana informan dipilih berdasarkan karakteristik tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria informan penelitian ini yaitu pengguna media sosial WhatsApp yang mengalami peristiwa *Whatsapp error/down*.

Menurut Lofland dan Loafland, 1984 dalam Moleong (2014), sumber data utama dalam penelitian kualitatif berupa perkataan dan perbuatan, selain itu ada data tambahan seperti dokumen dan lain-lain. Sampai ke atas pengelompokan tersebut, maka dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan dua jenis data, yaitu:

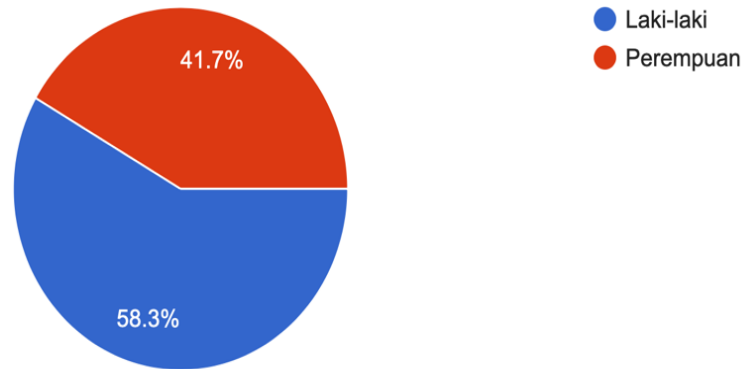
- a. Data primer, yaitu data yang diperoleh langsung dari informan melalui wawancara yang akan disimpan melalui catatan tertulis. Selain itu juga data diperoleh langsung dari informan yang mengisi kuesioner yang diberikan.
- b. Data sekunder, yaitu data yang diperoleh dari dokumen-dokumen yang berkaitan dengan topik penelitian. Data sekunder diperoleh dari dari jurnal, buku, dan sumber informasi tertulis lainnya.

Dalam hal ini, peneliti juga mencoba untuk mengetahui adanya konvergensi antara komunikasi interpersonal dan komunikasi massa sebagai dampak dari munculnya media baru di era digital saat ini. Peneliti melakukan wawancara kepada beberapa informan yang mengalami peristiwa *Whatsapp error/down*. Peneliti akan mendeskripsikan temuan-temuan yang didukung oleh eksplorasi berbagai penelitian terdahulu. Pada akhirnya peneliti akan menggambarkan dan meringkaskan berbagai situasi atau fenomena sosial dari perspektif komunikasi terkhusus menggunakan *Uncertainty Reduction Theory* (Teori Pengurangan Ketidakpastian).

## HASIL PENELITIAN

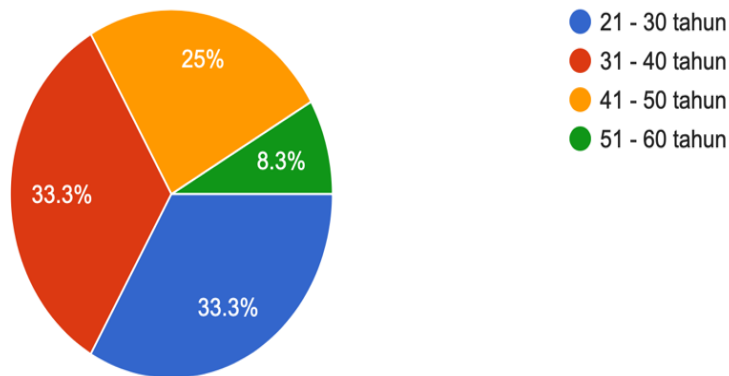
### *Gambaran Deskriptif Informan*

Berdasarkan data karakteristik informan yang berjumlah 12 orang, persentase jenis kelamin perempuan lebih besar dari jenis kelamin laki-laki. Terlihat sebanyak 41,7% berjenis kelamin laki-laki dan 58,3% berjenis kelamin perempuan.



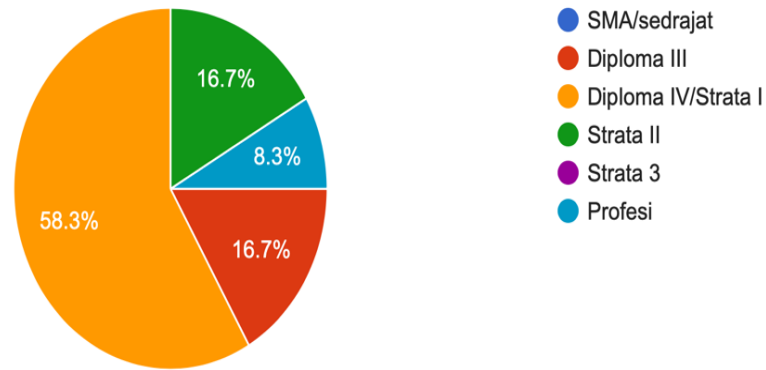
Gambar 1. Karakteristik Jenis Kelamin Informan Penelitian

Dari segi karakter usia para informan cukup bervariasi yaitu terdapat masing-masing 33,3% berusia pada kelompok usia 31-40 tahun dan 21-30 tahun. Kemudian sebanyak 25% berada dalam kelompok usia 41-50 tahun. Lalu sisanya sebanyak 8,3% berada dalam kelompok umur 51-60 tahun.



Gambar 2. Karakteristik Usia Informan Penelitian

Dari segi Pendidikan Terakhir yang Ditamatkan, mayoritas informan adalah Diploma IV/Strata 1. Kemudian masing-masing sebanyak 16,7% berpendidikan Strata II, dan sisanya adalah Pendidikan profesi yaitu 8,3%.



Gambar 3. Karakteristik Pendidikan Terakhir yang Ditamatkan Informan

## PEMBAHASAN

### Penggunaan WhatsApp

Selama lebih dari 10 tahun, WhatsApp telah menjadi aplikasi telekomunikasi yang sangat populer di seluruh dunia. Aplikasi ini digemari oleh masyarakat karena kemudahan dan kenyamanan penggunaannya. Selain itu, WhatsApp tetap konsisten dengan tidak menyajikan iklan, permainan, atau fitur *gimmick* sejak awal diluncurkan hingga saat ini.

Penelitian yang berjudul "Analisis terhadap Aplikasi Whatsapp dan Line Menggunakan Metode *Usability* dalam Teknologi Komunikasi" (Rahimsyah et al., 2021) menunjukkan bahwa WhatsApp telah memenuhi aspek keefisienan dalam *usability*-nya, sehingga pengguna merasa nyaman dalam menggunakannya. Mayoritas responden pada penelitian ini lebih banyak menggunakan aplikasi WhatsApp, dan jumlah total responden mencapai 92% dan Line hanya 8%. Alasan WhatsApp banyak digunakan karena mudah dalam penggunaannya.

Dalam penelitian yang dilakukan oleh Rahartri (2019) berjudul "Whatsapp: Media Komunikasi Efektif Masa Kini (Studi Kasus Pada Layanan Jasa Informasi Ilmiah Di Kawasan Puspiptek)", hasil penelitian menunjukkan bahwa jenis media komunikasi yang digunakan oleh pemustaka pada layanan jasa informasi di Kawasan Puspiptek selama tiga tahun terakhir, yaitu dari tahun 2016 hingga 2018, mencakup email, telepon, dan WhatsApp. Pada tahun 2018, WhatsApp menjadi media komunikasi yang semakin mendominasi layanan jasa informasi, dengan total layanan mencapai 205 atau sekitar 89,13%. Sementara penggunaan email mengalami penurunan, hanya mencatatkan 10 layanan atau sekitar 4,35%, dan penggunaan telepon sebagai media komunikasi juga menurun, dengan hanya 3 layanan atau sekitar 1,30%.

WhatsApp telah menjadi bagian penting dalam komunikasi di era digital ini. Kehadiran WhatsApp secara perlahan telah menggeser dominasi layanan pesan singkat (SMS) serta aplikasi pesan instan lainnya seperti Blackberry Messenger dan Yahoo Messenger. WhatsApp pertama kali diluncurkan pada tanggal 24 Februari 2009, dan Koum berhasil mengembangkannya menjadi aplikasi iOS dengan menggunakan nama WhatsApp Inc.

Kalau melihat dari data informan yang didapatkan mengenai kapan pertama kali menggunakan WhatsApp, mayoritas informan mengaku bahwa menggunakan WhatsApp pertama kali di antara tahun 2012-2014 yakni sebesar 75%. Kemudian sisanya 25% mengaku pertama kali menggunakan WhatsApp di antara tahun 2009-2011.

Melihat dari jarak peluncuran aplikasi tersebut dengan karakteristik informan dapat dikatakan bahwa peranan WhatsApp sebagai media baru dalam komunikasi di era digital sangat terasa perubahannya khususnya di Indonesia. Secara perlahan, komunikasi tradisional tatap muka secara fisik mulai tergantikan oleh komunikasi melalui peralatan komunikasi (Hidayat & Lubis, 2019).

Berdasarkan Data Survei Status Literasi Digital Indonesia 2022 yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika RI (Kemenkominfo), ditemukan bahwa Whatsapp adalah media sosial yang paling banyak digunakan oleh masyarakat di Indonesia secara nasional, mencapai 95,9%. Intensitas penggunaan WhatsApp dalam sehari pun cenderung lebih tinggi dibandingkan media sosial lainnya. Pengguna WhatsApp yang mengakses selama 5 jam hingga lebih dari 8 jam per hari tampak lebih banyak dibandingkan pengguna media sosial lainnya. Media sosial, WhatsApp ini populer karena dianggap sebagai sumber utama untuk mendapatkan informasi, yang kemudian diikuti oleh televisi dan berita online. Survei ini melibatkan 10.000 responden dari 34 provinsi. Lalu menurut data We are Social kondisi Februari 2022, rata-rata waktu yang digunakan pengguna WhatsApp merupakan yang tertinggi dibandingkan aplikasi media sosial lainnya yaitu 31,4 jam per bulan atau meningkat 2% (*year on year*).

Menurut hasil Survei Status Literasi Digital Indonesia 2021, sebanyak 93,6% responden menggunakan media sosial Whatsapp untuk berbagi, menyebarkan, dan meneruskan informasi. Selain itu, 78,6% responden menyatakan bahwa penggunaan media sosial sangat membantu dalam komunikasi dan berinteraksi. faktor lingkungan sekitarnya juga berpengaruh terhadap penggunaan media sosial, karena jika lingkungan sekitarnya juga menggunakan media sosial tersebut, responden lebih cenderung untuk menggunakannya. Selain itu, media sosial juga membantu responden dalam mengikuti dan mengetahui keadaan, aktivitas, dan berita dari teman atau orang yang dikenalnya. Intinya, penggunaan media sosial ini secara utama bertujuan untuk memfasilitasi komunikasi dan interaksi dengan pengguna media sosial lainnya.

Melihat urgensi WhatsApp di era komunikasi digital sekarang ini, wajar saja ketika ada fenomena WhatsApp Error atau Down membuat para informan berada pada keadaan ketidakpastian. Dengan adanya fenomena WhatsApp Error/Down memunculkan ketidakpastian yang dirasakan para penggunanya, di mana bentuk ketidakpastian yang dialami para informan meliputi ketidakpastian perilaku, di mana hal ini muncul ketika individu membuat perkiraan tentang tindakan yang akan mereka lakukan saat berinteraksi dalam situasi khusus. (Griffin, 2012). Beberapa informan mengalami kecemasan dan kebingungan kenapa pesan WhatsApp tidak terkirim.

"... sempat kebingungan kenapa ga sampe, pesan di WhatsApp..." (Informan 5)

"... meski tidak sampai panik, namun tetap ada kecemasan karena takut melewatkan informasi penting..." (Informan 2)

"... Pada saat itu saya ada beberapa kegiatan yang penting sehingga ketika WA tiba-tiba tidak berfungsi secara normal saya agak panik..." (Informan 3)

Seluruh informan memang mengaku mengalami adanya fenomena WhatsApp Error atau Down yang membuat mereka melakukan berbagai hal untuk mengatasi ketidakpastian tersebut. Berger, et al (dalam Griffin, 2012) mengusulkan salah satu cara menghadapi ketidakpastian, yaitu pencarian informasi. Hal ini sejalan dengan cara untuk mengurangi ketidakpastian yang dilakukan oleh para informan pengguna WhatsApp yaitu dengan mencari informasi. Cara pasif yang dilakukan informan terhadap kondisi fenomena WhatsApp *error/down* adalah dengan mencari informasi di internet.

"... Jujur saja ketika WA-WhatsApp error itu sy tidak bisa berkomunikasi dengan rekan-rekan terkait pekerjaan di kantor dan teman-teman kuliah. Tapi setelah kabar WA error ini trending di Twitter, barulah sadar kalau aplikasi WA sedang down.... Beberapa rekan saya sempat beralih ke Telegram untuk berkomunikasi, namun saya (meski sudah punya akun Telegram) tidak menggunakannya sambil menunggu sampai WA normal kembali." (Informan 2)

"... Mencari informasi via Twitter tentang kebenaran isu dan penyebab WhatsApp error..." (Informan 10)

Para informan sangat sedikit menggunakan yang hanya menggunakan cara aktif dalam menghadapi fenomena WhatsApp *Error/Down*. Informan melakukan komunikasi secara langsung dengan rekannya di tempat kerja mengenai fenomena ini. Informan ini aktif melakukan diskusi mengenai ketidakpastian dan kecemasan yang ia rasakan.

"... Karena sebagian besar rekan di sekitar sudah bercerita mengenai kejadian tsb, maka saya memilih menunggu saja sampai kembali normal. ..." (Informan 5)

Selanjutnya cara interaktif merupakan cara yang paling dominan dilakukan oleh informan. Mereka cenderung memanfaatkan media lain untuk mengatasi fenomena WhatsApp *Error/Down* yang sedang terjadi seperti penggunaan Telegram, Instagram, dan Line.

"... Ketika Whatsapp error, saya menggunakan aplikasi atau media sosial lain untuk terhubung pada keluarga inti.. ..." (Informan 11)

"... Menghubungi via Instagram ..." (Informan 8)

"... Beralih ke ig dan line..." (Informan 7)

"... akhirnya menggunakan instagram direct message untuk menghubungi orang selama whatsapp error...." (Informan 4)

*"... Menggunakan aplikasi lain..." (Informan 1)*

*"... Jika sangat urgent, saya langsung menelpon orang yang mau saya hubungi. Jika tidak, saya coba kontak melalui akun media sosialnya ..." (Informan 12)*

Selain itu cara yang mereka lakukan untuk menanggapi fenomena WhatsApp Error/Down adalah dengan mengombinasikan cara atau strategi untuk mengurangi ketidakpastian. Baik itu cara pasif, aktif, dan interaktif.

*"... Ada beberapa langkah yang saya lakukan waktu itu untuk mengetahui apa sebetulnya masalah yang terjadi: 1. Saya matikan dulu paket data, kemudian menyalakan kembali. Ternyata WA tetap tidak berfungsi. 2. Saya restart HP saya untuk memastikan dan merefresh jaringan internet. Hasilnya pun nihil, WA masih error. Sampai di titik ini saya belum tahu bahwa masalahnya bukan di hp saya. 3. Saya coba YouTube dan media online, ternyata tidak ada masalah. Lalu saya buka Twitter. Di situ udah lumayan ramai. Saya akhirnya tahu bahwa masalahnya bukan di hp saya tapi WA down. 4. Saya sempat kepikiran untuk beralih ke aplikasi Telegram (kebetulan sudah terinstall di hp saya) dan juga menghubungi anggota keluarga lain untuk menginstall. Namun, niat itu belum terlaksana karena WA kembali normal. Seandainya WA tidak segera normal, saya dan keluarga sudah menggunakan aplikasi komunikasi yang lain...." (Informan 3)*

*"... 1. Make sure memang WA yg eror bukan karena gangguan data seluler/jaringan wifi 2. Mencari tahu kebenarannya di artikel terupdate. 3. Menghubungi via dm IG dengan orang terdekat untuk berkomunikasi..." (Informan 6)*

Beberapa cara dominan yaitu interaktif yang digunakan informan untuk mengurangi ketidakpastian ini adalah melalui media lain. Ini menunjukkan adanya ketergantungan para informan dengan media. Adapun fenomena WhatsApp Error/Down ini merupakan isu komunikasi interpersonal yang terangkat ke media massa. Cara-cara pengurangan kecemasan atau ketidakpastian menggunakan URT yang awalnya merupakan ranah komunikasi interpersonal menyatu dengan ranah komunikasi massa.

Selain itu kekaburan batasan antara komunikasi interpersonal dan komunikasi massa ini juga terlihat dari adanya pengaruh media massa sebagai bagian integral dari kehidupan sehari-hari anggota masyarakat informasi modern, mempengaruhi komunikasi interpersonal dalam berbagai cara. Mereka berdampak pada mode komunikasi antarpribadi seperti sikap informan kelima yang mengurangi ketidakpastian atau kecemasan dengan berkomunikasi dengan teman kerjanya.

Selanjutnya konten media massa dan penyediannya dapat menjadi subjek komunikasi antarpribadi, misalnya jika peserta berbagi pendapat tentang perusahaan media, format media, jurnalis, pembawa berita, pembawa acara TV, aktor, dan sebagainya. Dengan memediasi gagasan tentang iklim opini masyarakat yang dominan, media massa juga memengaruhi jenis pandangan yang kita ungkapkan atau tidak kita ungkapkan kepada orang lain.

Sebaliknya, komunikasi interpersonal dapat memiliki efek pada media massa, dengan merangsang penggunaannya dan dengan memoderasi proses efek media. Menurut posisinya yang saling melengkapi, komunikasi interpersonal dan media massa secara fungsional merupakan saluran komunikasi yang saling

melengkapi. Di satu sisi, komunikasi interpersonal dapat memperkuat efek media dengan mentransmisikan konten yang dimediasi massa juga kepada bukan pengguna; di sisi lain, itu juga bisa berfungsi sebagai filter untuk efek media.

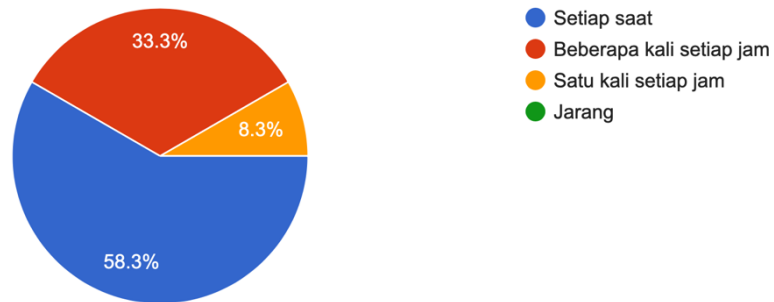
Bentuk-bentuk baru media massa dan komunikasi interpersonal – bentuk perantara seperti “komunikasi massa pribadi” – telah berkembang seiring dengan "media yang baru." Di satu sisi, fakta bahwa garis antara media massa dan komunikasi antarpribadi semakin kabur menghambat studi tentang efek konten media massa pada komunikasi antarpribadi, karena explanans dan explanandum tidak selalu mudah untuk diidentifikasi. Di sisi lain, media baru memfasilitasi penelitian tentang efek seperti itu, karena komunikasi antarpribadi yang dimediasi online, tidak seperti komunikasi tatap muka, tampak nyata – misalnya dalam bentuk tertulis. Oleh karena itu jauh lebih mudah untuk memahami dan merekam difusi konten media massa di jejaring sosial atau dalam komunikasi interpersonal yang distimulasi oleh media.

Namun tidak mungkin lagi untuk secara jelas mendefinisikan media massa dan komunikasi interpersonal terutama sebagai konsep pelengkap di era media digital. Kisaran penawaran media massa telah berkembang pesat; selain itu, “komunikasi massa-pribadi” (O’Sullivan, 2005) telah bergabung. Komunikasi interpersonal semakin banyak terjadi melalui media, tidak hanya melalui surat dan telepon tradisional tetapi juga melalui email, layanan pesan instan seperti WhatsApp, dan jejaring sosial *online* lainnya (Podschuweit, 2017).

Selain itu, temuan penelitian menunjukkan bahwa WhatsApp adalah alat yang luar biasa untuk pertemanan, hiburan, dan menjaga hubungan bagi penggunanya. WhatsApp adalah aplikasi pesan seluler yang sangat populer, yang mendominasi komunikasi seluler saat ini. Terutama fitur obrolan grup berkontribusi pada kesuksesannya dan mengubah cara orang berkomunikasi (Seufert et al, 2016)

Jumlah rata-rata obrolan adalah 70,32% peserta bertukar pesan dengan setidaknya 30 mitra berbeda. 12,44% peserta bahkan memiliki lebih dari 100 obrolan, maksimal 158. Jumlah grup berkisar hingga 59, rata-rata 10. Hanya 1,91% peserta yang tidak berpartisipasi. obrolan grup apa pun. Harap dicatat bahwa obrolan grup dapat dihapus dan peserta memperkirakan selama penelitian bahwa mereka telah menghapus rata-rata 7 grup. Masih pangsa obrolan grup di antara semua obrolan cukup tinggi dengan rata-rata 17,94%. Untuk sebagian besar peserta (83,28%), bagian ini berkisar antara 5% dan 30%. Secara keseluruhan, ini mendukung asumsi bahwa fitur obrolan grup sering digunakan oleh hampir setiap pengguna WhatsApp, yang menjadikannya fitur utama WhatsApp. (Seufert et al, 2016)

Adanya Grup WhatsApp yang anggotanya bisa mencapai 1024 partisipan, menginformasikan bahwa WhatsApp ini sudah seperti kerumunan orang namun dalam versi digital. Batasan komunikasi interpersonal dan komunikasi massa di dalam grup WhatsApp tersebut menjadi terabaikan. Terlebih lagi di era sekarang, setiap pengguna pasti memiliki Grup WhatsApp di dalam handphonenya. Terbukti dengan data penelitian yang menyebutkan bahwa setidaknya para informan memiliki sebanyak 5 grup whatsapp.



Gambar 4. Frekuensi Informan Penelitian dalam Melakukan Pengecekan Grup WhatsApp

Berkenaan dengan keaktifan mereka pada komunikasi yang terjadi, peneliti bertanya mengenai “Seberapa Seberapa sering Bapak/ibu melakukan pengecekan chat di Grup WhatsApp?”, tidak ada satu pun informan yang menjawab “jarang”. Para Informan justru melakukan pengecekan chat di Grup WhatsApp minimal “satu kali setiap jam”, bahkan sebesar 58,3% melakukan pengecekan chat di Grup WhatsApp “Setiap Saat”. Sikap para informan yang mengecek Grup WhatsApp minimal satu kali setiap jam, menunjukkan adanya ketergantungan orang dengan media, sebuah konvergensi komunikasi interpersonal dan komunikasi massa.

#### KESIMPULAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan penyajian data serta pembahasan yang sudah ditampilkan di atas, pada akhirnya peneliti menyimpulkan:

1. Adanya fenomena WhatsApp *error/down* membuat para pengguna memiliki berbagai cara untuk menghadapinya. Dalam mengurangi ketidakpastian pada fenomena WhatsApp *Error/Down* tersebut, para pengguna menggunakan berbagai cara sesuai dengan teori Berger yaitu *Uncertainty Reduction Theory*. Pencarian informasi menggunakan cara pasif, aktif, dan interaktif dilakukan oleh para pengguna WhatsApp. Namun tak berhenti sampai di sana, kombinasi cara pengurangan ketidakpastian pun dilakukan untuk memvalidasi hasil yang diperoleh. Adapun cara dominan yang digunakan pengguna dalam mengatasi fenomena tersebut adalah menggunakan cara interaktif. Pengguna WhatsApp cenderung memanfaatkan media lain untuk mengatasi fenomena WhatsApp *Error/Down* yang sedang terjadi seperti penggunaan Telegram, Instagram, dan Line.;
2. Batasan antara komunikasi interpersonal dan komunikasi massa dalam hal fenomena WhatsApp ini menjadi kabur. Ini membuktikan bahwa adanya konvergensi antara komunikasi interpersonal dan komunikasi massa di era digital sebagai dampak adanya media baru.

## **PENELITIAN LANJUTAN**

Penelitian ini masih memiliki keterbatasan di antaranya jumlah informan yang masih terbatas dan pertanyaan yang diajukan kepada para informan masih sedikit. Sehingga peneliti mengharapkan untuk penelitian selanjutnya dapat memperbanyak jumlah informan dan menambah daftar pertanyaan yang diajukan kepada informan.

## **UCAPAN TERIMA KASIH**

Terima kasih kepada Dr. Andre Noevi Rahmanto, S.Sos., M.Si., Sri Hastjarjo, S.Sos., Ph.D. dan Prahastiwi Utari, M.Si., Ph.D atas bantuannya untuk penelitian ini. Peneliti juga mengucapkan terima kasih kepada para informan yang bersedia dalam memberikan informasi terkait pertanyaan penelitian yang diajukan. Peneliti juga menghaturkan terima kasih kepada Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia yang telah menjadi sponsor dalam penelitian ini.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- APJII, et al. (2022). Profil Internet Indonesia 2022. Jakarta: APJII.
- Berger, C. R., & Calabrese, R. J. (1975). *Some explorations in initial interaction and beyond: Toward a developmental theory of interpersonal communication*. *Human Communication Research*, 1, 99-112.
- Creswell, J. W. (2014). *Research Design: Qualitative, Quantitative and Mixed Methods Approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage.
- Dainton, M., & Zelle, E. D. (2019). *Applying Communication Theory for Professional Life: A Practical Introduction* (4th Edition (ed.)). SAGE Publications, Inc.
- Dianna, A. M., & Lailiyah, N. (2019). Komunikasi orang tua untuk mengurangi ketidakpastian pada anak retardasi mental. *Interaksi Online*, 7(4), 178-189.
- Em, Griffin. 2012. *A first look at communication theory*. New York: McGraw-Hill Companies.
- Hidayat, S., & Lubis, M. S. I. (2019). Pengaruh Aplikasi WhatsApp Terhadap Penyebaran Informasi Kepada Pegawai Dinas Pekerja Umum Kecamatan Medan Kota (Studi Kasus di Unit Pelayanan Tugas Pekerjaan Umum Medan Kota). *Network Media*, 2(2).
- Isaac, M., & Frenkel, S. (2021). *Gone in Minutes, Out for Hours: Outage Shakes Facebook*. *The New York Times*. Diakses pada situs: <https://www.nytimes.com/2021/10/04/technology/facebook-down.html>
- Jahrami, H., Fekih-Romdhane, F., Saif, Z., Bragazzi, N. L., Pandi-Perumal, S. R., BaHammam, A. S., & Vitiello, M. V. (2022). *A social media outage was associated with a surge in nomophobia, and the magnitude of change in nomophobia during the outage was associated with baseline insomnia*. *Clocks & Sleep*, 4(4), 508-519.
- Jaya, I. K. M. A. (2022). Penggunaan Penggunaan Whatsapp Grup Menunjang Komunikasi Jurnalis. *Dharma Duta*, 20(1), 46-59.

- Keku, E., & Patterson, E. (2022). *The impact of social media outages on Ghanaian users: A snapshot of the October 2021 Facebook outage event*. Jozac Academic Voice, 15-18.
- Kata Data Insight Center Kominfo. (2021). *Survei Literasi Digital Indonesia*. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Kata Data Insight Center Kominfo. (2022). *Survei Literasi Digital Indonesia*. Jakarta: Kementerian Komunikasi dan Informatika.
- Kompas.com. 25 Oktober 2022. *Layanan WhatsApp Berangsur Normal Setelah Gangguan Sekitar 2 Jam*.  
<https://tekno.kompas.com/read/2022/10/25/16503567/layanan-whatsapp-berangsur-normal-setelah-gangguan-sekitar-2-jam>. Diakses tanggal 25 Desember 2022.
- Littlejohn, S. W., Foss, K. A., & Oetzel, J. G. (2017). *Theories of Human Communication*. In *Journal of Chemical Information and Modeling* (Vol. 53, Issue 9).
- Moleong, Lexy J. (2014). *Metode penelitian Kualitatif, edisi revisi*. Bandung: Remaja Rosdakarya
- Podschatweit, N. (2017). *Interpersonal Communication: Media Influence on*. The International Encyclopedia of Media Effects, 1-12.
- Pawito. (2007). *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. Yogyakarta: LKiS Yogyakarta
- Puspitasari, K. (2021). *Modul Praktikum Komunikasi*. Jakarta: Politeknik Statistika STIS
- Rahimsyah, M. L., Hayati, A. N., & Arapah, R. N. (2021). *Analisis terhadap aplikasi whatsapp dan line menggunakan metode usability dalam teknologi komunikasi*. JTIC (Jurnal Teknik Informatika Kaputama), 5(2), 321-326.
- Rahartri, L. I. P. I. (2019). " *Whatsapp*" *Media Komunikasi Efektif Masa Kini (Studi Kasus Pada Layanan Jasa Informasi Ilmiah di Kawasan Puspiptek*. Visi Pustaka: Buletin Jaringan Informasi Antar Perpustakaan, 21(2), 147-156.
- Rachmawati, I. N. (2007). *Pengumpulan Data Dalam Penelitian Kualitatif: Wawancara*. Jurnal Keperawatan Indonesia, Volume 11, No.1, Maret 2007; hal 35-40
- Sarwono, J. (2006). *Quantitative and Qualitative Research Methods*. Yogyakarta: Graha Science.
- Seufert, M., Hoßfeld, T., Schwind, A., Burger, V., & Tran-Gia, P. (2016, May). *Group-based communication in WhatsApp*. In 2016 IFIP networking conference (IFIP networking) and workshops (pp. 536-541). IEEE.
- Shiv Ratan Agrawal (2021) *Adoption of WhatsApp for Strengthening Internal CRM through Social Network Analysis*, *Journal of Relationship Marketing*, 20:4, 261-281, DOI: 10.1080/15332667.2020.1802643
- Suryadi. (2018). *Penggunaan Media Sosial WhatsApp Pengaruhnya terhadap Disiplin Belajar Peserta Didik pada Mata Pelajaran PAI*. UIN Syariaf Hidayatullah.
- Suranto. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu

- Shousha, N. M., & Abdelgawad, L. R. (2021). *Down in minutes, out for six hours: A brief report on feelings during the outage of WhatsApp, instagram, and Facebook*. *British Journal of Psychology Research*, 9(2), 38-44.
- We Are social, et al. (2022). *Digital 2022 Indonesia: The essential guide to the latest connection behaviours*. London: We Are Social.
- Wood, Julia. T. 2013. *Komunikasi Interpersonal Interaksi Keseharian*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Yue, A., Nekmat, E., & Beta, A. R. (2019). Digital literacy through digital citizenship: Online civic participation and public opinion evaluation of youth minorities in Southeast Asia. *Media and Communication*, 7(2 Critical Perspectives), 100–114. <https://doi.org/10.17645/mac.v7i2.1899>
- Yensy, N. A. (2020). Efektifitas Pembelajaran Statistika Matematika melalui Media Whatsapp Group Ditinjau dari Hasil Belajar Mahasiswa (Masa Pandemi Covid 19). *Jurnal Pendidikan Matematika Raflesia*, 05(02), 65–74. <https://ejournal.unib.ac.id/index.php/jpmr>