



Pola Penggunaan Media Sosial Whatsapp dalam Pemenuhan Informasi Mahasiswa Universitas Terbuka Mataram

Prihandoyo W B

Fakultas Fakultas Ilmu Sosial dan Politik, Universitas Terbuka
windi@ecampus.ut.ac.id

Sudarwo R

Fakultas Ilmu Pendidikan dan Keguruan, Universitas Terbuka
sudarwo@ecampus.ut.ac.id

Diterima 23 Oktober 2020, diterbitkan 30 Oktober 2020

Abstract

This study aims to identify and analyze WhatsApp social media usage patterns in fulfilling information on Mataram Open University students. The method used in this research is a descriptive correlational survey. The results of this study are 1. The frequency and time spent by respondents in finding information in the WhatsApp community are high. The types of information most sought by respondents were tutorials and grades. ICT ownership factors and information-seeking motives have an authentic relationship with WhatsApp community usage patterns. In contrast, the sexes, age, occupations, and information most sought after do not have a real relationship. 2. The level of fulfillment of student information needs through the WhatsApp community is high. Factor patterns of use of the WhatsApp community, such as the number of visit days, the number of visits, and the amount of visit time, have an authentic relationship with the level of student information fulfillment.

Keywords: usage patterns, information, communication, WhatsApp social media

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pola penggunaan media sosial WhatsApp dalam pemenuhan informasi mahasiswa Universitas Terbuka Mataram. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survei korelasional deskriptif. Hasil penelitian ini adalah: 1. Frekuensi dan waktu yang digunakan oleh responden dalam mencari informasi di komunitas WhatsApp tergolong tinggi. Jenis informasi yang paling banyak dicari oleh responden adalah tutorial dan nilai. Faktor kepemilikan TIK dan motif mencari informasi memiliki hubungan yang sangat nyata dengan pola penggunaan komunitas WhatsApp, sedangkan faktor jenis kelamin, umur, pekerjaan dan informasi yang paling banyak dicari tidak memiliki hubungan yang nyata. 2. Tingkat pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa melalui komunitas WhatsApp tergolong tinggi. Faktor pola penggunaan komunitas WhatsApp seperti jumlah hari kunjungan, jumlah kunjungan, dan jumlah waktu kunjungan memiliki hubungan yang sangat nyata dengan tingkat pemenuhan informasi mahasiswa.

Kata kunci: pola penggunaan, informasi, komunikas, media sosial WhatsApp

PENDAHULUAN

Perkembangan ilmu pengetahuan yang sangat pesat berdampak pada perkembangan teknologi informasi komunikasi (TIK), khususnya pada perkembangan media komunikasi. Perkembangan ini semakin menghilangkan batas ruang dan waktu. Diseminasi dan akses informasi semakin cepat dan tak terbendung.

Universitas Terbuka (UT) merupakan penyelenggara pendidikan tinggi yang menerapkan sistem pendidikan tinggi jarak jauh (PTJJ). Jarak jauh disini berarti pembelajaran yang dilakukan di UT tidak harus dilakukan secara tatap muka. Pembelajaran dilakukan dengan memanfaatkan berbagai media, baik media cetak (modul) maupun media noncetak (audio/video), komputer/internet, siaran radio, dan televisi.

Perkembangan ilmu pengetahuan yang sangat pesat ini mengharuskan UT sebagai penyelenggara PTJJ untuk mampu beradaptasi dengan mengembangkan berbagai media pembelajaran yang ada. Universitas Terbuka harus mampu melakukan berbagai inovasi media pembelajaran sesuai dengan perkembangan teknologi.

Berbagai peralatan atau media TIK berhasil diciptakan dan dikembangkan dengan memanfaatkan perkembangan ilmu pengetahuan. Tujuan utama diciptakan dan pengembangan ini adalah untuk mempermudah hidup manusia. Salah satu media yang banyak digunakan atau dimanfaatkan oleh masyarakat adalah handphone (HP).

Pesatnya perkembangan ilmu pengetahuan memiliki dampak yang sangat signifikan terhadap peningkatan kemampuan dari HP. Sebelumnya pemanfaatan HP hanya sebatas telepon dan sms. Penambahan teknologi yang canggih dalam HP serta ditunjang dengan pengembangan aplikasi yang semakin beragam dan mudah dalam penggunaannya memiliki dampak pada perubahan komunikasi, diseminasi dan akses informasi menjadi tanpa batas.

Berbagai aplikasi diciptakan sesuai dengan kebutuhan manusia. Salah satu aplikasi yang banyak digunakan untuk berkomunikasi dan mencari informasi adalah media sosial (facebook, line, dan whatsapp). Media sosial menjadi salah satu media komunikasi yang paling banyak digunakan atau dimanfaatkan oleh manusia untuk bersosialisasi dengan manusia lainnya di dunia maya.

Media sosial saat ini juga dimanfaatkan oleh masyarakat untuk membentuk komunitas-komunitas tertentu sesuai dengan kebutuhan mereka. Mahasiswa UT sebagai bagian dari masyarakat juga memanfaatkan media sosial *Whatsapp* untuk membentuk komunitas-komunitas mahasiswa sebagai upaya mempermudah dalam penyebaran dan pencarian informasi administrasi dan akademik.

Atikah, Lubis & Rangkuti, (2017) mengungkapkan bahwa tingkat pemenuhan kebutuhan informasi petani melalui radio komunitas tergolong tinggi namun berbeda hasilnya pada masing-masing pendengar radio. Faktor yang berhubungan nyata dengan tingkat pemenuhan kebutuhan informasi melalui radio komunitas adalah frekuensi mendengarkan radio, sedangkan faktor yang berhubungan sangat nyata dengan tingkat pemenuhan kebutuhan informasi adalah durasi mendengarkan radio komunitas. Selanjutnya Atikah dkk menyatakan bahwa implikasi penelitian ini mendukung Teori *Uses and Gratification* berkaitan dengan latar belakang sosial dan psikologis, kebutuhan, harapan, media massa atau sumber-sumber lain yang menyebabkan pola terpaan media, sehingga perlu gratifikasi dan konsekuensi lainnya, yang mungkin sebagian besar tidak diinginkan. Model *Uses and Gratification* relevan pada yang dilakukan orang terhadap media, di mana anggota khalayak dianggap secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya.

Nurjaman (2016) menyebutkan bahwa terdapat tiga pola komunikasi dalam memelihara solidaritas jamaah, yaitu pola komunikasi aksi, pola komunikasi solidaritas, dan pola transaksi.

Selanjutnya Nurjaman menyatakan bahwa identitas komunikasi kyai dipengaruhi melalui *personal layer, enactment layer, relational* dan *communal* yang kesemuanya membentuk sebuah identitas komunikasi.

Hasil penelitian Sukrillah et al (2017) menunjukkan bahwa pemanfaatan media sosial *WhatsApp Group* di Fakultas Ekonomi Islam sangat besar. Selain berfungsi untuk menyampaikan informasi, *WhatsApp Group* juga berfungsi sebagai media diskusi dan mendidik, sebagai media hiburan, serta sebagai media untuk memberikan pengaruh dan pembuatan kebijakan di lingkungan Fakultas Ekonomi Islam Universitas Djuanda Bogor.

Berdasarkan uraian di atas, maka perlu dikaji lebih lanjut tentang Pola Penggunaan Media Sosial *WhatsApp* dalam Pemenuhan Informasi Mahasiswa Universitas Terbuka Mataram.

Berdasarkan uraian dalam latar belakang dirumuskan permasalahan yang diteliti sebagai berikut:

1. Bagaimana pola penggunaan komunitas media sosial *WhatsApp* oleh mahasiswa UT Mataram dan faktor-faktor apa yang berhubungan dengan pola penggunaan tersebut?
2. Bagaimana tingkat pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa UT Mataram melalui komunitas media sosial *WhatsApp* dan faktor-faktor apa yang berhubungan dengan tingkat pemenuhan informasi tersebut?

Tujuan penelitian untuk melakukan analisis terhadap pola penggunaan media sosial *WhatsApp* komunitas dalam memenuhi kebutuhan informasi mahasiswa UT Mataram. Secara khusus penelitian bertujuan:

1. Analisis pola penggunaan komunitas media sosial *WhatsApp* oleh mahasiswa UT Mataram dan faktor-faktor apa yang berhubungan dengan pola penggunaan tersebut.
2. Analisis tingkat pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa UT Mataram melalui komunitas media sosial *WhatsApp* dan faktor-faktor apa yang berhubungan dengan tingkat pemenuhan informasi tersebut.

METODE PENELITIAN

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah survey deskriptif korelasional. Hariwijaya (2017) menyatakan bahwa jenis penelitian ini digunakan untuk mengetahui mengapa suatu kondisi mempengaruhi terjadinya sesuatu dan menjelaskan mengapa fenomena ini terjadi dan apa pengaruhnya. Jenis penelitian ingin menjelas hubungan dua variabel atau lebih.

Penelitian ini berupaya menggambarkan tindakan mahasiswa dalam menggunakan komunitas media sosial *WhatsApp*, menganalisis dan menjelaskan faktor-faktor yang berhubungan dengan pola penggunaan tersebut. Penelitian ini berupaya untuk menggali informasi dari mahasiswa tentang motif informasi dalam menggunakan komunitas media sosial *WhatsApp*, dilanjutkan dengan menganalisis aspek penggunaannya, seperti frekuensi, durasi, pilihan jenis informasi, dan partisipasi mahasiswa dalam kegiatan kemahasiswaan. Langkah selanjutnya adalah menganalisis tingkat pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa melalui komunitas media sosial *WhatsApp*.

Populasi dalam penelitian ini adalah mahasiswa Universitas Terbuka Mataram yang tergabung dalam komunitas media sosial *WhatsApp* dan berstatus aktif serta telah melakukan registrasi mata kuliah periode 2019.1. Survey awal dalam pendataan komunitas media sosial *WhatsApp* mahasiswa diperoleh data sebanyak 30 komunitas media sosial *WhatsApp* dengan jumlah anggota sebanyak 1.178 orang. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode acak sederhana dengan teknik pengambilan sampel menggunakan *quota sampling* sebanyak 25% dari keseluruhan populasi, yaitu 295 orang.

Penelitian ini menggunakan instrumen dalam bentuk kuesioner. Software yang digunakan untuk olah data adalah *Statistica Package for Social Science* (SPSS) versi 20.0. Selanjutnya data dianalisis secara deskriptif berupa distribusi frekuensi dan analisis inferensial. Untuk menentukan hubungan antara peubah digunakan uji korelasi Rank Spearman.

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini dilaksanakan di UT Mataram dengan wilayah kerja meliputi seluruh kabupaten kota yang ada di Provinsi Nusa Tenggara Barat, antara lain: Kota Mataram, Kabupaten Lombok Barat, Kabupaten Lombok Tengah, Kabupaten Lombok Utara, Kabupaten Lombok Timur, Kabupaten Sumbawa Barat, Kabupaten Sumbawa, Kabupaten Dompu, Kabupaten Bima, dan Kota Bima.

Karakteristik Mahasiswa UT Mataram (X1)

Pemanfaatan media TIK dalam proses pembelajaran sudah dilakukan oleh mahasiswa UT Mataram, khususnya untuk mencari dan berbagi informasi dengan sesama mahasiswa. Salah satu media TIK yang digunakan adalah smartphone yang saat ini dengan berbagai kelebihan mampu memfasilitasi penggunaannya untuk mengakses dan mendiseminasikan informasi. Hal ini ditunjang dengan semakin banyak aplikasi yang dikembangkan untuk mempermudah pengguna smartphone. Salah satu aplikasi yang dikembangkan dan banyak digunakan oleh mahasiswa UT Mataram adalah *WhatsApp*.

Mahasiswa memanfaatkan aplikasi ini untuk membentuk komunitas-komunitas belajar dan berbagi informasi antar sesama anggota. Hingga saat pelaksanaan penelitian ini dilaksanakan terdapat 30 grup komunitas mahasiswa dengan jumlah anggota sebanyak 1.178 orang (52,83%).

Berdasarkan hasil penelitian tentang karakteristik mahasiswa UT Mataram diketahui bahwa bahwa mahasiswa UT Mataram sebagian besar perempuan yaitu sebanyak 195 orang (66,1%). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kesadaran perempuan akan pentingnya pendidikan sudah tinggi. Pemahaman dan pemikiran tentang posisi dan peran sudah mulai berubah. Orang tidak lagi berpikiran anak-anak perempuan tidak memerlukan sekolah hingga ke jenjang yang lebih tinggi karena akhirnya hanya akan mengurus rumah tangga dan yang bekerja adalah suaminya. Hal ini juga menunjukkan bahwa sudah munculnya kesadaran orang tua tentang kesamaan hak dan kewajiban dalam mendidik anak-anaknya. Orang tua sudah tidak lagi membedakan hak pendidikan anak-anaknya. Ini ditunjukkan dengan semakin banyaknya anak-anak perempuan yang mengenyam pendidikan hingga ke tingkat perguruan tinggi.

Hasil olah data usia mahasiswa di UT Mataram menunjukkan terjadinya perubahan paradigma bahwa mahasiswa UT Mataram adalah orang-orang yang sudah tua, terutama guru-guru SD dan TK menjadi mahasiswa yang millennial. Hal ini ditunjukkan dengan dominasi usia mahasiswa UT Mataram yang menunjukkan sebagian besar pada umur dewasa (21 – 35 tahun) sebanyak 197 orang (66,8%) dan tua sebanyak 87 orang (29,5%).

Pola penggunaan komunitas media sosial WhatsApp (X2)

Pemanfaatan dan penggunaan komunitas media sosial *WhatsApp* setiap responden berbeda-beda. Hal ini sesuai dengan motif dan kebutuhan informasi dari setiap responden. Berkaitan dengan pola penggunaan komunitas media sosial *WhatsApp* dalam mencari informasi dapat dilihat pada tabel 1 berikut ini.

Tabel 1. Pola penggunaan komunitas Media Sosial WhatsApp (X₃)

Pola penggunaan komunikasi media sosial WhatsApp		Jml	Presentase (%)
Jumlah hari	Sangat Rendah (1 hari)	1	0,3
	Rendah (2 – 3 hari)	27	9,2
	Tinggi (4 - 5 hari)	151	51,2
	Sangat Tinggi (>5hari)	116	39,3
Jumlah kunjungan	Sangat Rendah (1 kali)	4	1,4
	Rendah (2 – 3 kali)	30	10,2
	Tinggi (4 - 5 kali)	157	53,2
	Sangat Tinggi (>5kali)	104	35,3
Jumlah waktu kunjungan:	Sangat Rendah (1 – 2 menit)	4	1,4
	Rendah (3 - 5 menit)	30	10,2
	Tinggi (5 – 10 menit)	157	53,2
	Sangat Tinggi (>10 menit)	104	35,3

Sumber: diperoleh dari data primer.

Hasil penelitian pada tabel 1 menunjukkan bahwa pola penggunaan komunitas media sosial *WhatsApp* oleh responden sudah tergolong sedang dan tinggi. Hal ini sesuai dengan data yang disajikan pada tabel 1 dimana frekuensi kunjungan responden ke komunitas media sosial *WhatsApp* sebagian besar menjawab sedang dan tinggi. Kunjungan responden setiap minggu didominasi tinggi (4 – 5 hari) sebanyak 151 orang (51,2%) dan sangat tinggi (> hari) sebanyak 116 orang (39,3%), jumlah kunjungan tinggi (4 – 5 kali) sebanyak 157 orang (53,2%) dan sangat tinggi (>5 kali) sebanyak 104 orang (35,3%), serta jumlah waktu kunjungan tinggi (5 – 10 menit) sebanyak 157 orang (53,2%) dan sangat tinggi (> 10 menit) sebanyak 104 orang (35,3%). Hal ini menunjukkan bahwa tingkat kebutuhan informasi, kesadaran akan pentingnya komunitas selama menempuh pendidikan tinggi, dan interaksi responden sudah cukup tinggi.

Tingkat pemenuhan kebutuhan informasi (Y)

Tingkat pemenuhan kebutuhan informasi merupakan seberapa tinggi kebutuhan responden akan informasi terpenuhi selama bergabung dalam komunitas media sosial *WhatsApp*. Berkaitan dengan tingkat pemenuhan kebutuhan informasi responden dapat dilihat pada tabel 2 berikut ini.

Tabel 2. Tingkat Pemenuhan Kebutuhan Informasi (Y)

Tingkat Pemenuhan Kebutuhan Informasi		Jml	Presentase (%)
Tingkat Pemenuhan	Sangat Rendah (1 jenis)	2	0,7
	Rendah (2 – 3 jenis)	16	5,4
	Tinggi (4 - 5 jenis)	136	46,1
	Sangat Tinggi (>5 jenis)	141	47,8

Sumber: diperoleh dari data primer.

Hasil penelitian pada tabel 2 di atas menunjukkan bahwa sebagian besar responden menjawab tingkat pemenuhan kebutuhan informasi sangat tinggi (> 5 jenis) sebanyak 141 orang

(47,8%) dan tinggi (4 – 5 jenis) sebanyak 136 orang (46,1%).Tingkat pemenuhan kebutuhan informasi responden di komunitas media sosial *WhatsApp* selama menempuh pendidikan tinggi di UT sudah terpenuhi. Responden merasa puas dan nyaman dengan keberadaan komunitas. Hal inilah yang menyebabkan responden dengan sukarela bergabung dan berbagi informasi dalam komunitas.

Hubungan antara Karakteristik Mahasiswa dengan Pola Penggunaan Komunitas Media Sosial *WhatsApp*

Faktor jenis kelamin, umur, pekerjaan dan informasi yang paling banyak dicari tidak memiliki hubungan yang nyata dengan pola penggunaan komunitas media sosial *WhatsApp*. Hal ini dapat dipahami karena anggota komunitas bersifat heterogen yang terdiri dari jenis kelamin, umur, latar belakang pekerjaan yang tidak sama. Faktor kepemilikan TIK memiliki hubungan yang sangat nyata dengan pola penggunaan komunitas media sosial *WhatsApp*. Hal ini dapat dipahami bahwa semakin tinggi kepemilikan media TIK, maka akan semakin sering berinteraksi dengan pihak lain dan mencari serta mendiseminasikan informasi dengan memanfaatkan berbagai media TIK yang dimilikinya.

Tabel 3. Nilai koefisien korelasi antara karakteristik responden dengan Pola Penggunaan Komunitas Media Sosial *WhatsApp*

Karakteristik Responden	Pola Penggunaan Komunitas Media Sosial <i>WhatsApp</i>		
	Jumlah hari	Jumlah Kunjungan	Jumlah Waktu Kunjungan
Jenis kelamin	0,033	0,048	0,068
Umur	0,032	0,056	0,060
Pekerjaan	0,012	-0,008	-0,003
Kepemilikan TIK	0,153**	0,153**	0,168**
Informasi yang paling banyak dicari	-	-	-
	0,182**	0,118**	0,125**

**nilai koefisien korelasi signifikan pada $\alpha=0.01$

Berdasarkan hasil uji antara karakteristik responden dengan pola Penggunaan komunitas *WhatsApp* pada tabel 3 dapat dinyatakan bahwa hipotesis pertama tidak dapat diterima atau ditolak, yaitu tidak terdapat hubungan nyata dan positif antara karakteristik responden tidak memiliki hubungan nyata dan positif dengan pola penggunaan komunitas *WhatsApp*.

Hubungan antara Pola Penggunaan Komunitas Media Sosial *WhatsApp* dengan Tingkat Pemenuhan

Kebutuhan Informasi

Faktor motif mencari informasi memiliki hubungan yang sangat nyata dengan faktor jumlah hari, jumlah kunjungan, dan jumlah waktu kunjungan dalam pola penggunaan komunitas

media sosial *WhatsApp*. Hal ini dapat dipahami bahwa semakin tinggi motif mencari informasi maka akan semakin tinggi jumlah kunjungan setiap hari, jumlah kunjungan, dan jumlah waktu yang dihabiskan untuk mencari dan mendiseminasikan informasi dalam komunitas media sosial *WhatsApp*.

Tabel 4. Nilai koefisien korelasi antara Motif Mencari dengan Pola Penggunaan Komunitas Media Sosial *WhatsApp*

Motif mencari informasi	Pola Penggunaan Komunitas Media Sosial <i>WhatsApp</i>		
	Jumlah hari	Jumlah Kunjungan	Jumlah Waktu Kunjungan
Motif mencari informasi	0,484**	0,473**	0,506**

** nilai koefisien korelasi signifikan pada $\alpha=0.01$

Berdasarkan hasil uji yang disajikan pada tabel 4 menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang nyata dan positif antara motif mencari informasi dengan pola penggunaan komunitas *WhatsApp*. Hal ini menunjukkan bahwa hipotesis kedua pada penelitian ini diterima, yaitu terdapat hubungan nyata dan positif antara motif mencari informasi memiliki hubungan nyata dengan pola penggunaan komunitas media sosial *WhatsApp*.

Hubungan antara Pola Penggunaan Komunitas Media Sosial *WhatsApp* dengan Tingkat Pemenuhan Informasi

Hasil uji pada tabel 5 menunjukkan terdapat hubungan yang nyata dan positif antara faktor jumlah hari, jumlah kunjungan, dan jumlah waktu kunjungan dalam pola penggunaan komunitas media sosial *WhatsApp* dengan tingkat pemenuhan informasi. Hal ini dapat dipahami karena semakin tinggi tingkat kunjungan pada komunitas media sosial *WhatsApp*, maka akan semakin tinggi pula tingkat pemenuhan kebutuhan informasi responden. Ini juga menunjukkan tingkat kepercayaan dan kepuasan yang tinggi responden terhadap komunitas. Semakin tinggi tingkat kepercayaan dan kepuasan, maka akan semakin tinggi pula tingkat kunjungan. Kepercayaan dan kepuasan ini menumbuhkan keinginan untuk selalu mengunjungi komunitas. Hal ini sesuai dengan pernyataan salah satu responden yang bernama Irwan Efendi berikut ini: "saya bergabung dengan grup WA UPBJJ-UT Mataram karena banyak informasi yang dishare dalam grup berkaitan dengan kegiatan perkuliahan di Universitas Terbuka".

Tabel 5 Nilai koefisien korelasi antara pola penggunaan media sosial *WhatsApp* dengan Tingkat Pemenuhan Informasi

Pola Penggunaan Komunitas Media Sosial <i>WhatsApp</i>	Tingkat Pemenuhan Informasi
Jumlah hari	0,584**
Jumlah kunjungan	0,572**
Jumlah Waktu Kunjungan	0,582**

** nilai koefisien korelasi signifikan pada $\alpha=0.01$

Hubungan nyata dan positif yang terjadi antara pola penggunaan media sosial *WhatsApp* dengan tingkat pemenuhan informasi menunjukkan bahwa hipotesis ketiga dalam penelitian ini

diterima, yaituterdapat hubungan yang nyata dan positif antara pola Penggunaan komunitas *WhatsApp* memiliki hubungan nyata dengan tingkat pemenuhan informasi.

PENUTUP

Simpulan

Simpulan hasil penelitian tentang pola penggunaan komunitas *WhatsApp* mahasiswa Universitas Terbuka Mataram adalah sebagai berikut:

1. Frekuensi dan waktu yang digunakan oleh responden dalam mencari informasi di komunitas *WhatsApp* tergolong tinggi. Jenis informasi yang paling banyak dicari oleh responden adalah tutorial dan nilai. Faktor kepemilikan TIK dan motif mencari informasi memiliki hubungan yang sangat nyata dengan pola penggunaan komunitas *WhatsApp*, sedangkan faktor jenis kelamin, umur, pekerjaan dan informasi yang paling banyak dicari tidak memiliki hubungan yang nyata.
2. Tingkat pemenuhan kebutuhan informasi mahasiswa melalui komunitas *WhatsApp* tergolong tinggi. Faktor pola penggunaan komunitas *WhatsApp* seperti jumlah hari kunjungan, jumlah kunjungan, dan jumlah waktu kuncungan memiliki hubungan yang sangat nyata dengan tingkat pemenuhan informasi mahasiswa.

Saran

Saran yang dapat disampaikan berdasarkan hasil penelitian tentang pola penggunaan komunitas *WhatsApp* mahasiswa Universitas Terbuka Mataram adalah sebagai berikut:

1. Admin komunitas *WhatsApp* harus lebih *up to date* dalam menghimpun dan mendiseminasikan informasi serta segera memberikan umpan balik terhadap setiap pertanyaan dari anggota komunitas.
2. Bagi Universitas Terbuka Mataram perlu memberikan pembekalan kepada setiap staf yang bertugas sebagai admin komunitas *WhatsApp* sehingga informasi yang disampaikan kepada mahasiswa merupakan informasi yang valid dan uptodate.
3. Bagi pihak-pihak yang bergerak dibidang jasa pendidikan dapat memanfaatkan komunitas *WhatsApp* untuk mendiseminasikan informasi kepada peserta didiknya. Hal ini didasari atas tinggi penggunaan *WhatsApp* oleh masyarakat. Disamping itu aplikasi *WhastApp* mudah dalam penggunaan dan memiliki kelebihan dibandingkan aplikasi yang lain, yaitu lebih interaktif, efektif dan fleksibel.

Daftar Pustaka

- Atika, A., Lubis, D. P., & Rangkuti, P. A. (2017). Tingkat Pemenuhan Informasi Petani Melalui Radio Komunitas. *Jurnal Aspikom*, 3(3), 435-446.
- Hariwijaya, M. 2017. Metodologi dan Teknik Penulisan Skripsi, Tesis, Desertasi. Yogyakarta: Elmatara Publising, 49.
- Nurjaman, A. 2016. Pola Komunikasi Kyai dalam Memelihara Solidaritas Jamaah. *Academic Journal for Homiletic Studies*, Vol 19 No 2, 305-330
- Sukrillah, A., Ratnamulyani, I. A., & Kusumadinata, A. A. (2018). Pemanfaatan Media Sosial Melalui Whatsapp Group Fei Sebagai Sarana Komunikasi. *Jurnal Komunikatio*, 3 (2).

RETRICT