Journal of Social, Culture, and Language
Vol 5 No 1 pp 70-80

Efektivitas Penggunaan WhatsApp sebagai Media Komunikasi Digital Internal dalam Penyampaian Kebijakan di Perusahaan PT. B-Stars Pedia Indonesia

Kandiyas
Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia
220531100112@student.trunojoyo.ac.id
Sari Aprilia Putri
Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia
220531100037@student.trunojoyo.ac.id
Moh. Lailur Rachman
Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia
220531100092@student.trunojoyo.ac.id
Septi Setyo Wandani
Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia
220531100156@student.trunojoyo.ac.id
Khrisna Adji Maulidi
Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia
220531100180@student.trunojoyo.ac.id
Moh. Ersal Jalasena
Universitas Trunojoyo Madura, Indonesia
230531100149@student.trunojoyo.ac.id

Received 6 September 2026; Revised 9 October 2026; Accepted 9 November 2026
**Corresponding Author*

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas penggunaan grup WhatsApp sebagai media komunikasi internal dalam penyampaian kebijakan perusahaan di PT B-Stars Pedia Indonesia. Penelitian menggunakan Media Richness Theory dari Daft dan Lengel sebagai landasan teori. Metode yang digunakan adalah kuantitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui kuesioner kepada 23 karyawan PT B-Stars Pedia Indonesia. Objek penelitian adalah penggunaan grup WhatsApp sebagai media komunikasi internal perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan WhatsApp tergolong efektif dengan nilai rata-rata sebesar 4,07 dari skala 5. Indikator tertinggi terdapat pada kemudahan penggunaan WhatsApp dengan skor 4,35, sedangkan indikator terendah terdapat pada aspek kesalahpahaman kebijakan perusahaan dengan skor 3,57. Secara umum, WhatsApp dinilai mampu mendukung penyampaian informasi, koordinasi kerja, dan komunikasi organisasi secara efektif, meskipun masih terdapat peluang peningkatan pada kejelasan informasi dan komunikasi dua arah.

Kata kunci: WhatsApp, komunikasi internal, Media Richness Theory, efektivitas komunikasi.

Journal of Social, Culture, and Language
Vol 5 No 1 pp 70-80

Abstract

This study aims to determine the effectiveness of using WhatsApp groups as a medium for internal communication in conveying company policies at PT B-Stars Pedia Indonesia. The study uses Daft and Lengel's Media Richness Theory as its theoretical framework. The method used is descriptive quantitative, with data collected via a questionnaire administered to 23 employees of PT B-Stars Pedia Indonesia. The research subject is the use of WhatsApp groups as a medium for internal company communication. The results indicate that the use of WhatsApp is considered effective, with an average score of 4.07 on a 5-point scale. The highest indicator was ease of use, with a score of 4.35, while the lowest indicator was related to misunderstandings of company policies, with a score of 3.57. In general, WhatsApp is considered capable of effectively supporting information dissemination, work coordination, and organizational communication, although there is still room for improvement in the clarity of information and two-way communication.

Keywords: WhatsApp, internal communication, Media Richness Theory, communication effectiveness.

PENDAHULUAN

Pola komunikasi di zaman modern ini telah mengalami perubahan besar, seiring dengan berkembangnya teknologi komunikasi digital. Beberapa media komunikasi digital internal, seperti WhatsApp, Telegram, dan Slack telah digunakan untuk mempercepat penyebaran informasi kepada karyawan, sehingga perusahaan kini tidak lagi hanya mengandalkan komunikasi tatap muka atau surat elektronik untuk berkomunikasi. Perkembangan teknologi komunikasi membuat aktivitas pertukaran pesan, file, suara, dan informasi menjadi lebih cepat dan mudah dilakukan, sehingga mendukung komunikasi yang lebih cepat dan praktis dalam kehidupan kontemporer.(Zuhri et al., 2022)

Dalam membangun hubungan yang baik antara atasan dan karyawan, juga sebagai sarana penyampaian informasi dan koordinasi, komunikasi internal mempunyai peran yang sangat penting dalam suatu organisasi. Komunikasi internal yang baik mampu membantu suatu organisasi mencapai tujuan perusahaan melalui keterbukaan informasi dan kerja sama antarkaryawan. Menurut (Arung, A.L & Sari, 2022) agar setiap anggota organisasi mampu memahami setiap tugas dan tanggungjawabnya dengan baik, diperlukan komunikasi internal sebagai dasar penting untuk membangun hubungan kerja yang efektif antara manajemen dan pegawai.

Kemampuan dari instant messaging yang dapat menerima pesan secara real-time, memungkinkan karyawan untuk merespon lebih cepat, hal ini dinilai dapat meningkatkan efektifitas penyampaian informasi di lingkungan kerja. Melalui grup komunikasi digital, perusahaan dapat menyampaikan kebijakan, perubahan aturan kerja, pengumuman, maupun instruksi secara serentak kepada seluruh anggota organisasi. Penggunaan komunikasi internal yang efektif juga dapat berpengaruh dalam membangun budaya organisasi yang baik, karena komunikasi yang jelas dapat membantu karyawan memahami aturan dan arahan atasan atau perusahaan dengan lebih mudah.(Wijaya et al., 2022)

Meskipun penggunaan media komunikasi digital internal dinilai efektif dalam menyampaikan informasi, sayangnya masih memiliki berbagai hambatan dalam proses penyampaian informasi organisasi. Hambatan komunikasi dapat terjadi karena faktor teknis, semantik, maupun manusiawi seperti perbedaan persepsi, kurang jelasnya bahasa yang digunakan, keterlambatan membaca pesan, hingga tidak adanya feedback dari penerima pesan. Menurut (Gusmarani & Rajiyem, 2022), setiap anggota organisasi pasti memiliki pemahaman dan respons yang berbeda terhadap suatu informasi yang diterima, sehingga hal ini umum terjadi dalam suatu komunikasi organisasi.

Meskipun memberikan kemudahan dalam penyebaran informasi, penggunaan instant messaging secara berlebihan juga dapat memunculkan overload informasi dan technostress pada karyawan. Intensitas pesan yang tinggi dalam komunikasi digital memungkinkan timbulnya tekanan kerja, terganggunya fokus pekerjaan, serta kesulitan dalam memilah informasi penting di lingkungan kerja. Penggunaan instant messaging yang tidak dikelola dengan baik dapat memengaruhi performa kerja dan kesejahteraan karyawan karena komunikasi berlangsung secara terus-menerus tanpa batas waktu yang jelas.(Hurbean et al., 2022)

Selain itu, berdasarkan Teori Kekayaan Media (Media Richness Theory), setiap media komunikasi memiliki tingkat kemampuan yang berbeda dalam menyampaikan informasi secara efektif. Media yang memiliki tingkat "kekayaan" tinggi dianggap mampu mengurangi ambiguitas pesan dan meningkatkan pemahaman penerima informasi.(Dennis & Valacich, 1999) Oleh karena itu, penting untuk mengetahui apakah WhatsApp sebagai media komunikasi digital internal sudah termasuk media yang efektif dalam konteks penyampaian kebijakan perusahaan.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis efektivitas media komunikasi digital internal WhatsApp, dalam menyampaikan kebijakan perusahaan kepada karyawan di B-Stars Publisher. Penelitian ini akan membahas bagaimana proses penyampaian kebijakan dilakukan melalui media instant messaging, bagaimana tingkat pemahaman dan respons karyawan terhadap informasi yang diberikan, serta hambatan komunikasi yang terjadi dalam proses komunikasi internal perusahaan. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mengenai efektivitas penggunaan instant messaging sebagai media komunikasi internal organisasi di era digital.

METODE

Studi ini menggunakan pendekatan kuantitatif melalui metode survei deskriptif. Metode ini diterapkan untuk mengukur seefektif apa penggunaan media komunikasi digital internal Whatsapp dalam menyampaikan kebijakan perusahaan kepada karyawan B-Stars Publisher.

Google Forms digunakan untuk menyebarkan kuisioner secara daring untuk memperoleh data yang diperlukan. Pemilihan kuesioner daring telah disesuaikan dengan sistem kerja di B-Stars Publisher yang menerapkan sistem work from anywhere, sehingga karyawan dapat bekerja dari lokasi mereka masing-masing dan tidak perlu berada dalam satu kantor fisik. Sebagian besar informasi, koordinasi tugas, dan kebijakan Perusahaan disampaikan melalui Whatsapp sebagai medium komunikasi internal sehari hari Perusahaan.

Journal of Social, Culture, and Language
Vol 5 No 1 pp 70-80

Semua karyawan B-Stars Publisher yang tergabung dalam grup WhatsApp internal dilibatkan sebagai subjek penelitian ini. Populasi studi mencakup semua karyawan yang mendapatkan informasi tentang kebijakan melalui media tersebut. Metode pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sampling jenuh, sehingga semua anggota populasi menjadi responden dalam penelitian. Metode ini dipilih karena jumlah karyawan masih dapat dijangkau sepenuhnya. Alat penelitian yang digunakan Adalah kuesioner dengan skala Likert yang dipakai untuk mengukur reaksi responden terhadap pemanfaatan grup WhatsApp sebagai medium komunikasi internal perusahaan. Data yang telah didapat kemudian dianalisis dengan metode statistik deskriptif guna menilai seberapa efektif media komunikasi internal WhatsApp dalam menyampaikan kebijakan perusahaan kepada karyawan. Data dihitung dengan menggunakan statistika deskriptif. (Andini, 2026)

HASIL

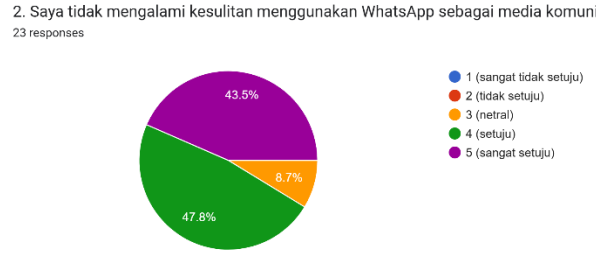


Diagram 1. 1 Data kemudahan penggunaan WA sebagai alat Komunikasi.

Berdasarkan bagan hasil survei terhadap 23 responden pada pernyataan *"Saya tidak mengalami kesulitan menggunakan WhatsApp sebagai media komunikasi kerja"*, sebagian besar responden memberikan tanggapan positif. Sebanyak 47,8% responden menyatakan *setuju* dan 43,5% menyatakan *sangat setuju*. Sementara itu, hanya 8,7% responden yang memilih *netral*, dan tidak terdapat responden yang menyatakan *tidak setuju* maupun *sangat tidak setuju*. Temuan ini membuktikan bahwa hampir semua responden merasa WhatsApp mudah digunakan sebagai sarana komunikasi dalam pekerjaan. hasil tersebut mengindikasikan bahwa WhatsApp mempunyai tingkat kekayaan media yang memadai untuk mendukung kebutuhan komunikasi kerja. Media Richness Theory menyatakan bahwa efektivitas suatu media komunikasi ditentukan oleh kemampuannya dalam menyampaikan informasi secara jelas, memberikan umpan balik secara cepat, juga mendukung berbagai bentuk pesan.

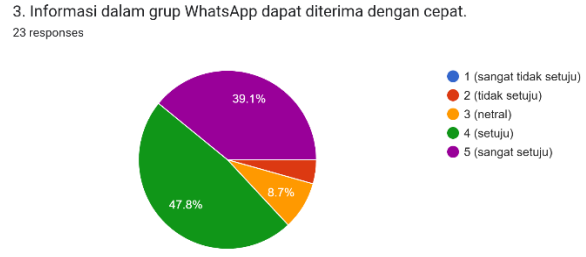


Diagram 1. 2 Data nformasi dalam grup WhatsApp dapat diterima dengan cepat

Mayoritas responden memberikan tanggapan positif. Sebanyak 47,8% responden menyatakan *setuju* dan 39,1% menyatakan *sangat setuju* bahwa informasi yang dibagikan melalui grup WhatsApp dapat diterima dengan cepat. Selain itu, 8,7% responden memberikan

jawaban *netral*, sedangkan 4,3% responden menyatakan *tidak setuju*. Tidak terdapat responden yang memilih kategori *sangat tidak setuju*. Hasil ini membuktikan bahwa mayoritas responden merasakan kecepatan penyampaian informasi yang baik melalui grup WhatsApp dalam mendukung aktivitas komunikasi kerja. Dari perspektif Media Richness Theory, temuan ini mengindikasikan bahwa WhatsApp memiliki karakteristik media yang kaya karena mampu memfasilitasi penyampaian informasi secara cepat dan hampir real-time. Salah satu dimensi utama dalam teori ini adalah kemampuan media untuk menyediakan umpan balik yang segera (*immediacy of feedback*), sehingga pesan dapat diterima dan direspons dalam waktu singkat. Tingginya tingkat persetujuan responden menunjukkan bahwa fitur notifikasi instan, grup percakapan, serta kemampuan berbagi berbagai jenis informasi dalam WhatsApp mendukung efektivitas komunikasi organisasi. Dengan begitu, dapat disimpulkan bahwa WhatsApp merupakan media komunikasi yang terbilang efektif dalam mempercepat penyebaran informasi, sehingga dapat mengurangi hambatan keterlambatan komunikasi dan meningkatkan koordinasi antaranggota dalam lingkungan kerja.

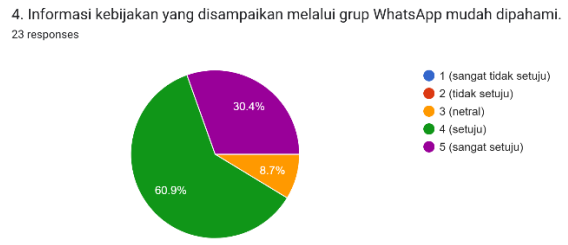


Diagram 1. 3 Data Informasi kebijakan yang disampaikan melalui grup WhatsApp mudah dipahami.

Sebagian besar responden memberikan penilaian positif. Sebanyak 60,9% responden menyatakan *setuju* dan 30,4% menyatakan *sangat setuju*. Sementara itu, 8,7% responden memberikan jawaban *netral*. Tidak terdapat responden yang memilih kategori *tidak setuju* maupun *sangat tidak setuju*. Hasil ini membuktikan bahwa sebagian besar responden menilai informasi kebijakan yang disampaikan melalui grup WhatsApp dapat dipahami dengan baik. Tingginya tingkat persetujuan responden mengindikasikan bahwa fitur-fitur WhatsApp, seperti penyampaian pesan secara langsung, kemampuan berbagi dokumen, serta kemudahan berdiskusi dalam grup, membantu pengguna memahami isi informasi yang disampaikan. Kemampuan media untuk menyajikan pesan dengan jelas dan memungkinkan klarifikasi secara cepat merupakan karakteristik penting dari media yang kaya (*rich media*).

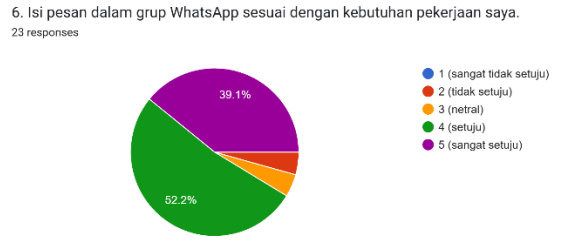


Diagram 1. 4 Data Isi pesan dalam grup WhatsApp sesuai dengan kebutuhan pekerjaan saya

Berdasarkan diagram lingkaran dengan 23 responden pada pernyataan "Isi pesan dalam grup WhatsApp sesuai dengan kebutuhan pekerjaan saya", sebagian besar responden memberikan penilaian positif. Sebanyak 52,2% responden menyatakan setuju (skor 4) dan 39,1% responden menyatakan sangat setuju (skor 5). Sementara itu, hanya 4,3% responden yang memilih netral (skor 3) dan 4,3% responden yang menyatakan tidak setuju (skor 2). Tidak

terdapat responden yang memilih sangat tidak setuju (skor 1). Hasil ini menunjukkan bahwa sebagian besar responden menilai isi pesan yang disampaikan dalam grup WhatsApp telah sesuai dengan kebutuhan pekerjaan mereka. Tingginya persentase pada kategori setuju dan sangat setuju (total 91,3%) mengindikasikan bahwa grup WhatsApp berfungsi secara efektif sebagai media komunikasi yang menyediakan informasi yang sesuai dan mendukung pelaksanaan pekerjaan.

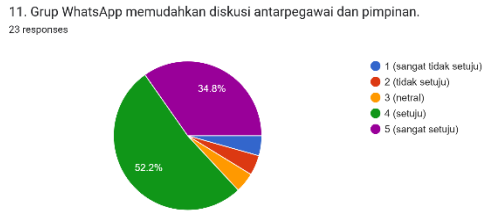


Diagram 1. 5 Data Grup WhatsApp memudahkan diskusi antarpegawai dan pimpinan.

Berdasarkan diagram pada pernyataan "Grup WhatsApp memudahkan diskusi antarpegawai dan pimpinan" dengan jumlah responden 23 orang, mayoritas responden memberikan tanggapan positif. Sebanyak 52,2% responden menyatakan setuju, sedangkan 34,8% responden menyatakan sangat setuju. Dengan demikian, total 87,0% responden memiliki persepsi positif bahwa grup WhatsApp memudahkan proses diskusi antara pegawai dan pimpinan. Di sisi lain, hanya minoritas responden yang memberikan tanggapan netral maupun negatif, yaitu masing-masing sekitar 4,3% responden menyatakan netral, 4,3% tidak setuju, dan 4,3% sangat tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa penggunaan grup WhatsApp dinilai efektif sebagai media komunikasi yang mendukung kelancaran diskusi, koordinasi, dan pertukaran informasi antara pegawai dan pimpinan dalam lingkungan kerja.

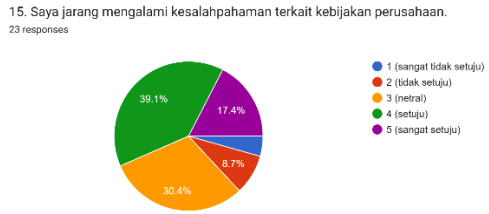


Diagram 1. 6 Data mengalami kesalahpahaman terkait kebijakan perusahaan.

Berdasarkan diagram pada pernyataan "Saya jarang mengalami kesalahpahaman terkait kebijakan perusahaan" dengan jumlah responden 23 orang, tanggapan responden menunjukkan kecenderungan yang cukup positif. Sebanyak 39,1% responden menyatakan setuju dan 17,4% responden menyatakan sangat setuju, sehingga total 56,5% responden merasa bahwa mereka jarang mengalami kesalahpahaman mengenai kebijakan perusahaan. Sementara itu, 30,4% responden memberikan pernyataan netral, yang menunjukkan bahwa sebagian responden belum memiliki pandangan yang jelas terkait pernyataan tersebut. Di sisi lain, terdapat 8,7% responden yang tidak setuju dan sekitar 4,3% responden yang sangat tidak setuju, sehingga total 13,0% responden masih merasakan adanya kesalahpahaman terkait kebijakan perusahaan. Secara keseluruhan, hasil ini mengindikasikan bahwa komunikasi kebijakan perusahaan terbilang telah berjalan cukup baik dan dapat dipahami oleh sebagian besar karyawan, meskipun masih terdapat sebagian responden yang memerlukan peningkatan kejelasan informasi agar potensi kesalahpahaman dapat diminimalkan.

Journal of Social, Culture, and Language
Vol 5 No 1 pp 70-80

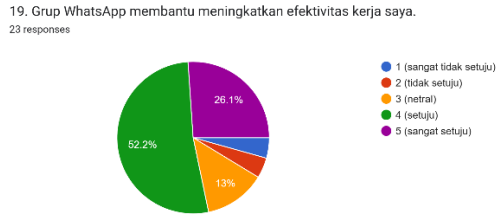


Diagram 1. 7 Data Grup WhatsApp membantu meningkatkan efektivitas kerja saya.

Berdasarkan diagram pada pernyataan "Grup WhatsApp membantu meningkatkan efektivitas kerja saya" dengan jumlah responden 23 orang, mayoritas responden memberikan penilaian positif. Sebanyak 52,2% responden menyatakan setuju dan 26,1% responden menyatakan sangat setuju, sehingga total 78,3% responden meyakini bahwa penggunaan grup WhatsApp berkontribusi dalam meningkatkan efektivitas kerja mereka. Selain itu, 13,0% responden memberikan tanggapan netral, yang menunjukkan bahwa sebagian kecil responden belum merasakan dampak yang signifikan terhadap efektivitas kerja. Sementara itu, terdapat masing-masing sekitar 4,3% responden yang tidak setuju dan 4,3% responden yang sangat tidak setuju, sehingga total 8,6% responden memiliki pandangan negatif terhadap pernyataan tersebut. Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa grup WhatsApp dipersepsikan sebagai media komunikasi yang efektif dalam mendukung pelaksanaan pekerjaan, mempercepat penyampaian informasi, serta meningkatkan koordinasi dan produktivitas kerja karyawan.

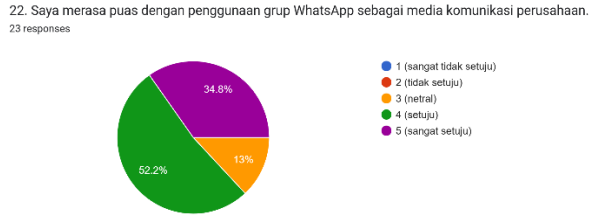


Diagram 1. 8 Data kepuasan dengan penggunaan grup WhatsApp sebagai media komunikasi perusahaan.

Berdasarkan diagram pada pernyataan "Saya merasa puas dengan penggunaan grup WhatsApp sebagai media komunikasi perusahaan" yang diisi oleh 23 responden, mayoritas responden menunjukkan tingkat kepuasan yang tinggi. Sebanyak 52,2% responden menyatakan setuju dan 34,8% responden menyatakan sangat setuju, sehingga total 87,0% responden memberikan penilaian positif terhadap penggunaan grup WhatsApp sebagai media komunikasi perusahaan. Selain itu, 13,0% responden memberikan tanggapan netral, sedangkan tidak terdapat responden yang menyatakan tidak setuju maupun sangat tidak setuju. Hasil ini menunjukkan bahwa grup WhatsApp diterima dengan sangat baik oleh karyawan dan dianggap mampu memenuhi kebutuhan komunikasi dalam perusahaan. Tingginya tingkat persetujuan tersebut mengindikasikan bahwa WhatsApp dinilai efektif dalam mendukung penyampaian informasi, koordinasi kerja, serta interaksi antaranggota organisasi, sehingga memberikan tingkat kepuasan yang tinggi bagi para pengguna.

Journal of Social, Culture, and Language
Vol 5 No 1 pp 70-80



Diagram 1. 9 Data keefektifan digunakan untuk menyampaikan kebijakan perusahaan.

Berdasarkan diagram pada pernyataan "Grup WhatsApp efektif digunakan untuk menyampaikan kebijakan perusahaan" dengan jumlah 23 responden, mayoritas responden memberikan tanggapan positif. Sebanyak 52,2% responden menyatakan setuju dan 34,8% responden menyatakan sangat setuju, sehingga total 87,0% responden menilai bahwa grup WhatsApp merupakan media yang efektif untuk menyampaikan kebijakan perusahaan. Selain itu, 8,7% responden memberikan tanggapan netral, sementara sekitar 4,3% responden menyatakan tidak setuju. Tidak terdapat responden yang memilih kategori sangat tidak setuju.

Secara umum, mayoritas responden memberikan penilaian positif terhadap penggunaan grup WhatsApp sebagai media komunikasi internal perusahaan. Hal tersebut terlihat dari dominasi jawaban setuju dan sangat setuju pada hampir seluruh indikator penelitian. Temuan juga menunjukkan bahwa aspek kemudahan penggunaan, kesesuaian informasi dengan kebutuhan pekerjaan, kecepatan penyampaian informasi, kemudahan memahami kebijakan, dan kepuasan penggunaan memperoleh penilaian yang tinggi dari responden. Namun demikian, indikator terkait kesalahpahaman kebijakan perusahaan dan komunikasi dua arah memperoleh nilai yang relatif lebih rendah dibandingkan indikator lainnya.

PEMBAHASAN

Nilai rata-rata keseluruhan sebesar 4,07 dari skala 5 diperoleh dari hasil penyebaran kuisioner kepada 23 karyawan PT B-Stars Pedia Indonesia. Berdasarkan nilai tersebut, menunjukkan bahwa penggunaan grup WhatsApp sebagai media komunikasi digital internal tergolong efektif dalam mendukung penyampaian kebijakan perusahaan. Hasil ini menandakan bahwa sebagian besar responden memiliki pandangan positif terhadap pemanfaatan WhatsApp dalam kegiatan komunikasi organisasi. Tingginya tingkat penerimaan karyawan terhadap media ini membuktikan bahwa WhatsApp dapat memenuhi kebutuhan komunikasi perusahaan yang menerapkan sistem kerja fleksibel atau work from anywhere. Temuan tersebut selaras dengan Media Richness Theory yang dikemukakan Daft dan Lengel, yang menjelaskan bahwa efektivitas komunikasi dipengaruhi oleh kemampuan media dalam menyampaikan informasi secara cepat serta mengurangi keambiguan pesan.

Indikator dengan skor rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan bahwa responden tidak mengalami kesulitan dalam menggunakan WhatsApp sebagai media komunikasi kerja, yaitu sebesar 4,35. Hasil ini menunjukkan bahwa WhatsApp merupakan platform yang mudah dioperasikan oleh seluruh karyawan tanpa memerlukan kemampuan teknis yang rumit. Kemudahan penggunaan menjadi salah satu faktor yang mendukung keberhasilan penerapan media komunikasi digital dalam organisasi. Dari sudut pandang Media Richness Theory, media yang mudah digunakan akan memperlancar proses pertukaran informasi sehingga komunikasi dapat berlangsung secara lebih efektif dan efisien.

Indikator tentang kecepatan penerimaan informasi mendapatkan skor rata-rata sebesar 4,22. Hal ini menunjukkan bahwa WhatsApp dapat membantu dalam mempercepat penyebaran informasi kepada seluruh anggota organisasi. Melalui grup WhatsApp, informasi dapat diterima oleh karyawan dalam waktu yang relatif singkat tanpa terhambat oleh perbedaan lokasi kerja. Sistem kerja work from anywhere dimungkinkan karena kondisi yang mendukung tersebut, sehingga kebijakan, instruksi kerja, serta informasi penting lainnya disampaikan serentak kepada seluruh karyawan. Dengan begitu, WhatsApp memiliki peran yang penting dalam menjaga kelancaran arus komunikasi internal organisasi.

Dalam sudut pandang Media Richness Theory, kemampuan WhatsApp dalam mempercepat penyampaian informasi menunjukkan bahwa media ini memiliki tingkat kekayaan media yang terbilang cukup baik. Daft dan Lengel menjelaskan bahwa media yang efektif mampu mengurangi ketidakpastian dan mempercepat proses pertukaran informasi antara pengirim dan penerima pesan.Fitur notifikasi instan yang tersedia pada WhatsApp memungkinkan karyawan segera mengetahui adanya informasi baru yang disampaikan perusahaan. Selain itu, fitur tanda centang dan konfirmasi pesan terbaca membantu pengirim mengetahui apakah pesan telah diterima oleh anggota grup. Adanya fitur-fitur tersebut, menjadikan proses komunikasi lebih transparan dan memudahkan perusahaan dalam memastikan apakah informasi telah tersampaikan atau tidak.

Nilai skor rata-rata 4,22 diperoleh sebagai indikator terkait kemudahan dalam memahami kebijakan yang disampaikan melalui WhatsApp. Hasil ini membuktikan bahwa sebagian besar responden merasa kebijakan perusahaan yang disampaikan melalui grup WhatsApp dapat dipahami dengan baik. Dalam Media Richness Theory, kemampuan media dalam menyampaikan pesan secara jelas adalah salah satu karakteristik media yang efektif. WhatsApp memberikan berbagai bentuk penyampaian informasi, seperti pesan teks, dokumen, gambar, audio, dan video yang dapat digunakan untuk memperjelas isi pesan. Keberagaman format komunikasi tersebut membantu mengurangi kemungkinan terjadinya miskomunikasi terhadap kebijakan yang disampaikan oleh perusahaan.

Temuan lainnya menunjukkan bahwa isi pesan yang disampaikan melalui grup WhatsApp dinilai sesuai dengan kebutuhan pekerjaan responden, dengan skor rata-rata sebesar 4,26. Nilai tersebut menandakan bahwa informasi yang disampaikan perusahaan memiliki keterkaitan yang tinggi dengan aktivitas kerja karyawan. Karyawan dapat memahami tugas dengan baik, menjalankan pekerjaan, serta menerapkan kebijakan yang ditetapkan oleh Perusahaan dimungkinkan karena informasi yang disampaikan sesuai dengan kebutuhan pekerjaan. Oleh karena itu, kesesuaian informasi menjadi salah satu factor penting yang mendukung efektivitas komunikasi internal melalui grup WhatsApp.

Indikator terkait kemampuan memberikan tanggapan langsung terhadap informasi yang diterima melalui WhatsApp mendapatkan skor rata-rata sebesar 4,22. Hasil ini membuktikan bahwa WhatsApp dapat memfasilitasi proses umpan balik antara karyawan dan perusahaan dengan cukup baik. Karyawan mampu memberikan pertanyaan, tanggapan, serta klarifikasi secara langsung ketika menerima informasi yang mungkin kurang jelas. Kemudahan dalam memberikan respon tersebut, mendukung terciptanya komunikasi yang lebih dinamis dibandingkan media komunikasi satu arah. Pada Media Richness Theory, kemampuan memberikan umpan balik dengan cepat adalah salah satu ciri media yang kaya dan efektif.

Kepuasan responden terhadap penggunaan WhatsApp sebagai media komunikasi perusahaan juga memperoleh skor rata-rata sebesar 4,22. Tingginya tingkat kepuasan ini membuktikan bahwa karyawan merasa terbantu dengan keberadaan grup WhatsApp dalam mendapatkan informasi serta melakukan koordinasi dalam pekerjaan. Kepuasan pengguna menunjukkan bahwa media yang digunakan telah mampu memenuhi kebutuhan komunikasi organisasi. Selain itu, tingkat kepuasan yang tinggi juga menunjukkan bahwa perusahaan berhasil menggunakan teknologi digital sebagai sarana komunikasi internal yang membantu kelancaran aktivitas kerja.

Meskipun begitu, penelitian ini juga menemukan beberapa aspek yang masih memerlukan perhatian. Indikator dengan nilai rata-rata terendah terdapat pada pernyataan terkait rendahnya kesalahpahaman terhadap kebijakan perusahaan, yaitu sebesar 3,57. Hasil tersebut menunjukkan bahwa sebagian responden masih mengalami hambatan dalam menjelaskan beberapa kebijakan yang disampaikan melalui WhatsApp. Kondisi ini menandakan bahwa penggunaan media digital berbasis teks masih berpotensi menimbulkan ketidakjelasan pesan, terutama ketika informasi yang disampaikan bersifat kompleks atau membutuhkan penjelasan yang lebih rinci. Selain itu, indikator komunikasi dua arah memperoleh skor rata-rata sebesar 3,87 yang menunjukkan bahwa interaksi antara manajemen dan karyawan masih dapat ditingkatkan agar komunikasi berlangsung lebih partisipatif dan tidak hanya satu arah.

Pada aspek efektivitas kerja, indikator yang menjelaskan bahwa WhatsApp membantu meningkatkan efektivitas kerja mendapatkan skor rata-rata sebesar 3,91. Hasil tersebut membuktikan bahwa penggunaan WhatsApp memberikan kontribusi yang positif terhadap pelaksanaan pekerjaan, meskipun efeknya belum sepenuhnya optimal.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa WhatsApp efektif digunakan sebagai media komunikasi internal di PT B-Stars Pedia Indonesia dengan nilai rata-rata sebesar 4,07. Berbagai macam fitur yang tersedia dapat mendukung penyampaian informasi dan kebijakan perusahaan dengan cepat dan mudah dipahami. Temuan ini selaras dengan Media Richness Theory yang menekankan pentingnya kemampuan media dalam mendukung pemahaman informasi. Meskipun masih terdapat kemungkinan kesalahpahaman dan komunikasi dua arah yang belum optimal, WhatsApp tetap berperan penting dalam mendukung komunikasi organisasi dan berpotensi lebih optimal melalui pengelolaan yang lebih baik.

KESIMPULAN

Hasil penelitian terhadap 23 karyawan PT B-Stars Pedia Indonesia menunjukkan bahwa penggunaan grup WhatsApp sebagai alat komunikasi internal efektif dalam menyampaikan informasi dan kebijakan perusahaan dengan rata-rata keseluruhan mencapai 4,07 dari skala 5. Indikator dengan nilai tertinggi ditemukan pada kemudahan memakai WhatsApp sebagai alat komunikasi kerja dengan skor rata-rata 4,35, diikuti dengan kesesuaian konten pesan dengan kebutuhan pekerjaan sebesar 4,26, serta kecepatan menerima informasi, kemudahan memahami kebijakan, kemampuan memberi tanggapan langsung, dan kepuasan penggunaan yang masing-masing mendapatkan skor rata-rata 4,22. Temuan penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden memberikan tanggapan yang positif terhadap pemanfaatan WhatsApp dalam mendukung komunikasi organisasi, koordinasi kerja, dan penyampaian kebijakan perusahaan. Namun, terdapat beberapa aspek yang perlu dicermati, yaitu indikator rendahnya kesalahpahaman terhadap kebijakan perusahaan yang mendapatkan skor rata-rata terendah yaitu 3,57, komunikasi dua arah sebesar 3,87, dan efektivitas kerja sebesar 3,91.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa WhatsApp memiliki peran signifikan sebagai alat komunikasi internal yang efisien di PT B-Stars Pedia Indonesia, meskipun masih ada kesempatan untuk memperbaiki kejelasan pengiriman kebijakan dan interaksi timbal balik antara manajemen dan karyawan.

DAFTAR PUSTAKA

Andini, N. (2026). Efektivitas Komunikasi Internal Terhadap Produktivitas Kerja. *Anthronomics: Jurnal Manajemen Sumber Daya Manusia*, *3*(1), 69–74.

Arung, A.L, A., & Sari, W. P. (2022). Analisis Komunikasi Internal dalam Membangun Kinerja yang Baik. *Kiwari*, *1*(2), 350–355.

Dennis, A. R., & Valacich, J. S. (1999). Rethinking media richness: Towards a theory of media synchronicity. *Proceedings of the 32nd Annual Hawaii International Conference on Systems Sciences. 1999. HICSS-32. Abstracts and CD-ROM of Full Papers*, 10-pp.

Gusmarani, K., & Rajiyem, R. (2022). Strategi komunikasi internal dalam perubahan organisasi di masa transisi tahun 2019-2020. *Jurnal Manajemen Komunikasi*, *6*(2), 137–162.

Hurbean, L., Dospinescu, O., Munteanu, V., & Danaiata, D. (2022). *Effects of Instant Messaging Related Technostress on Work Performance and Well-Being. Electronics 2022, 11, 2535*. s Note: MDPI stays neutral with regard to jurisdictional claims in published ….

Wijaya, C., Siregar, E. R., Barus, R. A. B., Zahraini, A., Della My, F., & Munawaroh, S. (2022). Pengaruh Komunikasi Internal dalam Membangun Budaya Organisasi. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *6*(2), 13310–13318.

Zuhri, A., Putra, H. R., Fazri, A., & Miftahurrahmah, M. (2022). Aplikasi pesan instan accessible di era komunikasi kontemporer tahun 2022 bagi digital natives Indonesia. *Komuniti: Jurnal Komunikasi Dan Teknologi Informasi*, *14*(2), 165–189.