e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025

Efektivitas Komunikasi Grup *Whatsapp* Organisasi Mahasiswa di Sekolah Vokasi IPB

Angelina Pebriani Sitorus[1)], David Rizar Nugroho[2)], Enden Darjatul Ulya[3)], Mulyono[4)]
[1, 3, 4)] IPB University
[2)] Universitas Pakuan
Email: 24.jelangelangelina@apps.ipb.ac.id; davidrizarnugroho@unpak.ac.id; endenulya@gmail.com; mulyonomul@apps.ipb.ac.id.

Diterima:	Diterima Setelah Revisi:	Dipublikasikan:
26 November 2025	28 November 2025	28 November 2025

Abstrak

Penelitian ini bertujuan menganalisis hubungan karakteristik individu dan proses komunikasi berdasarkan model SMCR dengan efektivitas komunikasi anggota organisasi mahasiswa melalui WhatsApp Group di Sekolah Vokasi IPB. Pendekatan yang digunakan adalah kuantitatif dengan desain korelasional, melibatkan 143 responden yang dipilih menggunakan teknik cluster sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring berskala Likert 1–5, diuji validitasnya dengan korelasi Product Moment dan reliabilitasnya dengan Alpha Cronbach, lalu dianalisis secara deskriptif dan inferensial menggunakan uji korelasi Spearman Rank. Hasil menunjukkan bahwa karakteristik individu (usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pekerjaan) serta unsur SMCR (source, message, channel, receiver) berada pada kategori Baik dan berkorelasi positif dengan pengetahuan, sikap, dan perilaku komunikasi anggota. WhatsApp Group terbukti efektif sebagai media utama koordinasi dan pertukaran informasi, sehingga membentuk komunikasi organisasi yang partisipatif dan adaptif di lingkungan pendidikan vokasi.

Kata Kunci: Efektivitas komunikasi, WhatsApp Group, organisasi mahasiswa, karakteristik individu, model SMCR.

Abstract

This study aims to analyze the relationship between individual characteristics and the communication process based on the SMCR model with the effectiveness of communication among student organization members through WhatsApp Groups at Vocational School IPB. A quantitative approach with a correlational design was employed, involving 143 respondents selected using cluster sampling technique. Data were collected through an online Likert-scale questionnaire (1–5), validated using Product Moment correlation and reliability tested with Cronbach's Alpha. Descriptive and inferential analyses were conducted using Spearman Rank correlation. The results indicate that individual characteristics (age, gender, education, and occupation) as well as SMCR components (source, message, channel, receiver) are categorized as Good and positively correlate with members' knowledge, attitudes, and communication behaviors. WhatsApp Group proved to be an effective primary medium for coordination and information exchange, fostering participatory and adaptive organizational communication within the vocational education environment.

Keywords: *Communication effectiveness, WhatsApp Group, student organization, individual characteristics, SMCR model.*

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025

1 PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital secara signifikan mengubah pola komunikasi di lingkungan organisasi mahasiswa. WhatsApp Group kini menjadi media utama penyebaran informasi, diskusi agenda, dan koordinasi internal karena dinilai cepat, praktis, dan mudah diakses lintas ruang serta waktu. Berbagai temuan menunjukkan bahwa WhatsApp mendukung kolaborasi dan membantu proses pengambilan keputusan di ranah akademik maupun organisasi, tetapi pada saat yang sama memunculkan kelelahan digital, beban informasi, dan penurunan keterlibatan ketika pesan yang beredar terlalu banyak dan sulit dikelola oleh anggota.

Dalam praktik organisasi mahasiswa, penggunaan WhatsApp Group sering menghadapi masalah pesan penting yang terlewat, dominasi anggota pasif (silent reader), dan miskomunikasi akibat pesan yang kurang jelas atau tidak direspons secara merata. Studi dalam beberapa tahun terakhir menegaskan bahwa overload informasi, ketimpangan partisipasi, serta perbedaan kebiasaan dan literasi digital antaranggota dapat menghambat efektivitas koordinasi dan menurunkan kualitas keputusan kelompok. Kondisi ini memperlihatkan bahwa keberhasilan komunikasi digital tidak hanya bergantung pada ketersediaan media, tetapi juga pada cara pesan dikelola dan sejauh mana karakteristik individu mempengaruhi proses penerimaan dan respons.

Penelitian terdahulu banyak menyoroti pemanfaatan WhatsApp Group untuk pembelajaran, koordinasi akademik, atau komunikasi dosen–mahasiswa, serta dampaknya terhadap partisipasi, kepercayaan diri, dan performa akademik. Kajian lain menekankan munculnya kelelahan media sosial, kejenuhan komunikasi, dan overload informasi di kalangan mahasiswa pengguna platform digital, tetapi belum secara spesifik mengaitkan fenomena tersebut dengan proses komunikasi organisasi berbasis model SMCR di lingkungan organisasi mahasiswa. Masih terbatas kajian yang secara komprehensif mengulas keterkaitan karakteristik individu (usia, jenis kelamin, status pernikahan), unsur SMCR (sumber, pesan, saluran, penerima), dan efektivitas komunikasi (pengetahuan, perilaku, sikap) dalam penggunaan WhatsApp Group pada organisasi mahasiswa, khususnya di pendidikan vokasi.

Observasi awal di Sekolah Vokasi IPB menunjukkan bahwa WhatsApp Group telah menjadi kanal utama komunikasi organisasi. Meski demikian, masih ditemukan pesan penting yang tidak terbaca, ketidakseimbangan keaktifan antaranggota, serta perbedaan penafsiran isi pesan ketika intensitas komunikasi meningkat. Situasi ini mengindikasikan adanya persoalan yang belum terselesaikan, yakni bagaimana variasi karakteristik individu dan kualitas proses komunikasi menurut model SMCR berhubungan dengan efektivitas komunikasi anggota dalam satu grup yang sama.

Fokus penelitian ini berkisar pada dua hal utama. Pertama, menelaah bagaimana karakteristik individu dan pola komunikasi berbasis SMCR di WhatsApp Group membentuk tingkat pengetahuan, perilaku, dan sikap anggota organisasi mahasiswa. Kedua, menganalisis hubungan antara karakteristik individu serta unsur komunikasi SMCR dengan efektivitas komunikasi digital di organisasi mahasiswa Sekolah Vokasi IPB. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan karakteristik individu dan pola komunikasi digital dalam organisasi mahasiswa, sekaligus menguji keterkaitan unsur-unsur SMCR dengan efektivitas komunikasi meliputi pengetahuan, perilaku, dan sikap di WhatsApp Group. Temuan yang dihasilkan diharapkan menjadi pijakan strategis bagi pengembangan praktik komunikasi digital yang lebih adaptif dan partisipatif di organisasi mahasiswa pendidikan vokasi.

2 KAJIAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Digital dalam Organisasi Mahasiswa

Transformasi pola komunikasi mahasiswa terjadi seiring pesatnya perkembangan teknologi informasi. WhatsApp Group dipilih sebagai media utama pertukaran informasi, diskusi agenda, dan

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025

koordinasi pekerjaan di organisasi kemahasiswaan. Dinamika komunikasi digital membawa efisiensi sekaligus tantangan pengelolaan arus informasi serta variasi keterlibatan anggota.

2.2 Konsep dan Dinamika Komunikasi Kelompok

Interaksi kelompok memerlukan tujuan bersama dan keterhubungan antara individu. WhatsApp Group menyediakan ruang virtual untuk membentuk solidaritas serta dukungan internal antaranggota organisasi mahasiswa. Karakter kelompok dan relasi in-group maupun out-group menjadi bagian penting dalam memahami proses komunikasi kelompok organisasi.

2.3 Model Komunikasi SMCR

Model SMCR yang dikembangkan oleh Berlo merepresentasikan empat elemen utama proses komunikasi, yaitu sumber, pesan, saluran, dan penerima sebagai satu rangkaian linear antara pengirim dan penerima pesan. Meskipun WhatsApp Group menyediakan ruang komunikasi yang bersifat interaktif, dua arah, dan multidireksional, SMCR tetap relevan digunakan untuk menganalisis komunikasi digital karena mampu mengidentifikasi fungsi setiap komponen sebelum mengamati peran dinamis anggota dalam pertukaran pesan. Penelitian lain turut menegaskan bahwa penerapan SMCR pada media digital memudahkan penilaian terkait kejelasan sumber, struktur dan isi pesan, kecocokan saluran, serta kemampuan penerima dalam memahami sekaligus merespons informasi di percakapan online (Idris, 2017; Sabrinah, 2017; Putri, 2021; Suryanto, 2015).

2.4 Efektivitas Komunikasi Digital

Efektivitas komunikasi tercermin pada capaian aspek pengetahuan, sikap, dan perilaku anggota organisasi. WhatsApp Group dapat menunjang pertukaran gagasan, diskusi aktif, serta membangun sikap positif dalam organisasi. Pentingnya analisis efektivitas terlihat dari kualitas interaksi dan seberapa jauh tujuan kelompok dapat dicapai.

2.5 Peran Karakteristik Individu

Gaya komunikasi dan tingkat partisipasi dalam grup digital sangat dipengaruhi oleh usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pekerjaan anggota. Usia berhubungan dengan kenyamanan menggunakan teknologi, pilihan platform, dan seberapa sering terlibat dalam percakapan, sedangkan jenis kelamin dan pendidikan kerap memengaruhi pilihan gaya bahasa, cara merespons pesan, serta keberanian menyampaikan pendapat di ruang digital.

Keberagaman demografis ini menjadi tantangan sekaligus peluang dalam merancang strategi komunikasi yang adaptif di organisasi mahasiswa, karena tiap kelompok memiliki pola akses informasi, intensitas penggunaan media, dan pola respons yang berbeda. Dengan memahami karakteristik tersebut, pengurus dapat menyesuaikan format pesan, waktu pengiriman, dan bentuk interaksi di WhatsApp Group sehingga perilaku komunikasi digital anggota mulai dari membaca, memahami, hingga menindaklanjuti pesan dapat dimaksimalkan.

2.6 Penelitian Terdahulu

Stephanie (2021), Aprilianingsih (2023), dan Sri Wulandari (2021) melaporkan kontribusi WhatsApp Group pada peningkatan efektivitas komunikasi organisasi. Respons dan keaktifan anggota meningkat, namun aspek integrasi model SMCR dan karakteristik individu belum sepenuhnya dikaji secara menyeluruh. Kebutuhan riset lebih lanjut tetap relevan demi optimalisasi strategi komunikasi digital dalam organisasi mahasiswa.

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025

3 METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional untuk menguji hubungan antara karakteristik individu dan proses komunikasi berdasarkan model SMCR (Source, Message, Channel, Receiver) terhadap efektivitas komunikasi dalam organisasi mahasiswa di Sekolah Vokasi Institut Pertanian Bogor. Sampel diambil dari anggota organisasi mahasiswa aktif dengan teknik cluster sampling, menggunakan rumus Slovin untuk menetapkan jumlah responden dengan margin of error 8%.

Data primer dikumpulkan melalui kuesioner daring berbasis skala Likert (1–5), yang mencakup indikator: karakteristik individu (usia, jenis kelamin, pendidikan, pekerjaan), proses komunikasi (SMCR), dan efektivitas komunikasi (pengetahuan, perilaku, sikap). Validitas instrumen diuji dengan korelasi Product Moment dan reliabilitasnya diuji menggunakan koefisien Alpha Cronbach.

Data dianalisis secara deskriptif dan inferensial. Analisis inferensial menggunakan uji korelasi non-parametrik Spearman Rank, sesuai untuk data ordinal dan distribusi non-normal, dibantu aplikasi SPSS. Uji hipotesis dilakukan untuk menilai kekuatan serta arah hubungan antarvariabel penelitian, dengan kriteria keputusan berdasarkan signifikansi statistik.

4 HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Data Karakteristik Responden

Penelitian ini melibatkan 143 anggota WhatsApp Group dari organisasi mahasiswa di Sekolah Vokasi IPB, dengan mayoritas responden berusia 19–21 tahun, kebanyakan dari angkatan 2020–2021, serta hampir semuanya bebas dari pekerjaan sampingan dan banyak yang berlatar belakang Program Studi Komunikasi. Komposisi seperti ini menggambarkan kelompok digital native yang punya waktu luang, semangat tinggi, dan kenyamanan dengan teknologi, faktor yang membuat komunikasi di grup berjalan cepat dan penuh partisipasi. Akibatnya, anggota cenderung lebih sigap merespons pesan, memanfaatkan fitur aplikasi dengan baik, dan tetap on track dengan jadwal organisasi.

Soal gender, keseimbangan antara laki-laki dan perempuan dengan perempuan sedikit lebih unggul yang menciptakan ruang diskusi yang adil dan minim prasangka. Partisipasi merata ini memungkinkan pandangan berbeda saling bertukar, sehingga pola komunikasi organisasi jadi lebih terbuka dan bekerja sama. Tak ketinggalan, variasi program studi yang luas menambah nilai: latar belakang pengetahuan beragam ini bisa memperkaya obrolan grup dan solusi praktis, asal alur komunikasinya tetap lancar dan efektif.

Dari kacamata teori, temuan ini selaras dengan gagasan komunikasi kelompok dan organisasi yang menyoroti heterogenitas anggota sebagai pendorong utama yang memperkaya konten informasi, membuka wawasan bersama, dan membuat grup lebih tangguh menghadapi perubahan. Konsep inklusi serta keterbukaan, seperti yang dibahas dalam demokratisasi komunikasi era digital, sangat pas di sini, karena WhatsApp Group memungkinkan jaringan pesan yang adil dan efisien. Variasi demografis responden tak hanya memperlancar alur informasi dan rasa kebersamaan, tapi juga menyederhanakan pengambilan keputusan sambil mengurangi isu seperti kesenjangan usia atau literasi digital yang sering bikin organisasi mahasiswa macet. Intinya, keragaman ini jadi pondasi solid bagi strategi komunikasi digital yang sukses di kalangan mahasiswa.

4.2 Hasil Analisis Deskriptif Variabel Karakteristik Individu dan Proses Komunikasi berdasarkan SMCR

Analisis deskriptif digunakan untuk membaca kecenderungan penilaian responden terhadap dua kelompok variabel, yakni karakteristik individu dan proses komunikasi di WhatsApp Group organisasi mahasiswa Sekolah Vokasi IPB. Nilai mean pada tiap indikator menunjukkan sejauh mana

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025

responden merasa bahwa latar belakang pribadi dan unsur-unsur komunikasi (source, message, channel, receiver) mendukung kelancaran interaksi di dalam grup. Semakin tinggi nilai rata-rata, semakin positif persepsi responden terhadap peran indikator tersebut dalam praktik komunikasi digital organisasi.

4.2.1 Variabel Karakteristik Individu

Seluruh indikator karakteristik individu (usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pekerjaan) berada pada kategori "Baik" dengan mean total 3,65. Secara substantif, hal ini menunjukkan bahwa responden menilai faktor-faktor demografis yang mereka miliki tidak menjadi hambatan, melainkan modal yang ikut mendukung kelancaran komunikasi di WhatsApp Group. Usia dan pendidikan yang bernilai baik menggambarkan kesiapan kognitif dan literasi digital untuk memahami informasi organisasi, sedangkan pekerjaan dan jenis kelamin juga dinilai cukup mendukung partisipasi, meskipun jenis kelamin memiliki skor relatif paling rendah dibanding indikator lain.

Tabel 1. Skala Rata-rata Karakteristik Individu

No	Indikator	Mean	Keterangan
1	Usia	3.88	Baik
2	Jenis Kelamin	4,02	Baik
3	Pendidikan	3.81	Baik
4	Pekerjaan	3.89	Baik
TOTAL		3,65	Baik

Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan kajian komunikasi digital yang menyatakan bahwa karakteristik demografis berperan membentuk gaya komunikasi, intensitas partisipasi, dan kenyamanan menggunakan media. Keragaman usia, gender, latar pendidikan, dan status pekerjaan dalam kelompok justru dapat memperkaya pertukaran perspektif selama dikelola dengan pola komunikasi yang terbuka. Dalam kerangka komunikasi organisasi, profil karakteristik individu yang "baik" ini dapat dipandang sebagai prasyarat bagi terciptanya arus informasi yang adaptif, partisipatif, dan relatif bebas hambatan di dalam WhatsApp Group.

Nilai mean yang konsisten di kategori "Baik" juga mengindikasikan bahwa anggota mampu beradaptasi dengan ritme komunikasi digital organisasi, baik dalam peran sebagai pengirim maupun penerima pesan. Kondisi ini memperkuat dugaan bahwa efektivitas komunikasi di level berikutnya yang diukur melalui pengetahuan, sikap, dan perilaku tidak terlepas dari dukungan karakteristik individu yang kompatibel dengan tuntutan komunikasi berbasis platform digital. Variabel karakteristik individu terdiri dari 4 indikator yang didalamnya berisi 3 pernyataan pada masing-masing indikator. Hasil dari respon responden adalah sebagai berikut:

1) Usia
   Indikator usia merupakan indikator pertama pada variabel karakteristik individu. Berikut data distribusi frekuensi:

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025

Tabel 2. Frekuensi Indikator Usia

No	Pernyataan	Rata-rata	STS	TS	N	S	SS	Keterangan
1	Saya merasa cara komunikasi yang saya lakukan di WhatsApp Group dipengaruhi oleh usia saya	3.89	2	5	27	82	27	Baik
2	Perbedaan usia anggota grup memengaruhi proses berbagi informasi	3.99	0	6	30	67	40	Baik
3	Saya mudah memahami pesan dari anggota dengan usia lebih muda/tua	3.76	0	6	49	61	27	Baik
Rata-rata		3.88						Baik

2) Jenis Kelamin
Indikator jenis kelamin merupakan indikator kedua pada variabel karakteristik individu. Berikut data distribusi frekuensi:

Tabel 3. Frekuensi Indikator Jenis Kelamin

No	Pernyataan	Rata-rata	STS	TS	N	S	SS	Keterangan
1	Saya merasa diperlakukan sama dalam komunikasi grup WhatsApp tanpa memandang jenis kelamin	3.94	0	6	27	79	31	Baik
2	Anggota semua jenis kelamin aktif berkontribusi dalam komunikasi di grup WhatsApp organisasi	3.95	1	5	32	67	38	Baik
3	Saya terbuka menerima pendapat dari anggota lain dengan jenis kelamin berbeda	4.16	1	0	24	68	50	Baik
Rata-rata		4,02						Baik

3) Pendidikan
Indikator pendidikan merupakan indikator ketiga pada variabel karakteristik individu. Berikut data distribusi frekuensi:

Tabel 4. Frekuensi Indikator Pendidikan

No	Pernyataan	Rata-rata	STS	TS	N	S	SS	Keterangan
1	Latar belakang program studi saya membantu memahami topik diskusi di WhatsApp Group organisasi	3.85	5	4	33	66	35	Baik
2	Tingkat semester saya memengaruhi cara saya berpartisipasi dalam diskusi grup	3.76	2	4	27	67	43	Baik
3	Pendidikan saya memperluas wawasan untuk menanggapi berbagai isu dalam WhatsApp Group organisasi	3.83	0	1	30	69	43	Baik
Rata-rata		3.81						Baik

4) Pekerjaan
Indikator pekerjaan merupakan indikator ketiga pada variabel karakteristik individu. Berikut data distribusi frekuensi:

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025

Tabel 5. Frekuensi Indikator Pekerjaan

No	Pernyataan	Rata-rata	STS	TS	N	S	SS	Keterangan
1	Pengalaman kerja paruh waktu memperkaya kemampuan komunikasi saya di grup WhatsApp organisasi mahasiswa	3.94	3	3	30	71	36	Baik
2	Saya tetap berpartisipasi aktif dalam komunikasi grup meskipun memiliki pekerjaan/magang/wirausaha	3.82	3	3	43	62	32	Baik
3	Magang meningkatkan kompetensi komunikasi digital saya sebagai anggota organisasi mahasiswa	3.90	1	3	40	64	35	Baik
Rata-rata		3.89						Baik

4.2.2 Variabel Proses Komunikasi berdasarkan SMCR

Seluruh indikator proses komunikasi SMCR memiliki nilai mean di atas 3,96 dengan rata-rata total 4,04, yang menempatkannya pada kategori "Baik". Temuan ini menunjukkan bahwa responden menilai alur komunikasi di WhatsApp Group mulai dari siapa yang menyampaikan pesan, bagaimana pesan disusun, media yang dipakai, hingga cara anggota merespons telah berjalan efektif dan mendukung kebutuhan koordinasi organisasi. Skor tertinggi pada indikator channel (4,10) menegaskan bahwa WhatsApp Group dipersepsikan sebagai saluran utama yang paling praktis dan dapat diandalkan untuk menyebarkan informasi organisasi secara cepat dan merata.

Tabel 6. Skala Rata-rata Proses Komunikasi

No	**Indikator**	**Mean**	**Keterangan**
1	*Source*	3.96	Baik
2	*Message*	3.98	Baik
3	*Channel*	4,1	Baik
4	*Receiver*	3,97	Baik
TOTAL		4,04	Baik

Indikator *source*, *message*, dan *receiver* yang juga berada pada kategori "Baik" menggambarkan bahwa sumber pesan dianggap cukup kredibel dan mudah dikenali, isi pesan relatif jelas dan tidak banyak memunculkan multitafsir, serta anggota cenderung responsif terhadap informasi yang diterima. Secara teoritis, hasil ini sejalan dengan model komunikasi SMCR Berlo yang menekankan pentingnya keselarasan antara sumber, pesan, saluran, dan penerima agar proses encoding dan decoding pesan berjalan optimal. Ketika keempat komponen ini bekerja secara sinergis, komunikasi tidak hanya mengalir, tetapi lebih berpeluang menghasilkan pemahaman bersama dan mendorong tindakan yang sesuai di tingkat organisasi. Dalam konteks komunikasi organisasi digital, nilai mean yang tinggi pada seluruh unsur SMCR menunjukkan bahwa WhatsApp Group telah berfungsi sebagai sistem komunikasi yang relatif utuh: mampu menyalurkan pesan pengurus ke anggota secara efisien, memfasilitasi diskusi, dan memperkuat partisipasi aktif dalam aktivitas organisasi. Variabel proses komunikasi terdiri dari 4 indikator yang didalamnya berisi beberapa pernyataan pada masing-masing indikator. Hasil dari respon responden adalah sebagai berikut:

1) *Source*
   Indikator *source* merupakan indikator pertama pada variabel proses komunikasi. Berikut data distribusi frekuensi:

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025

Tabel 7. Frekuensi Indikator Source

No	Pernyataan	Rata-Rata	STS	TS	N	S	SS	Keterangan
1	Sumber pesan di WAG organisasi mahasiswa jelas dan mudah dikenali	4,03	0	2	28	76	37	Baik
2	Sumber informasi organisasi memberikan penjelasan yang akurat di WAG	3.97	0	3	35	69	36	Baik
3	Anggota senior sering menjadi sumber kredibel dalam komunikasi organisasi	3.87	0	2	44	68	29	Baik
Rata-rata		3.96						Baik

2) *Message*
Indikator *message* merupakan indikator kedua pada variabel proses komunikasi. Berikut data distribusi frekuensi:

Tabel 8. Frekuensi Indikator Message

No	Pernyataan	Rata-Rata	STS	TS	N	S	SS	Keterangan
1	Pesan yang disampaikan di WAG organisasi bersifat jelas dan mudah dipahami	4.10	0	3	20	80	40	Baik
2	Informasi penting selalu disampaikan secara ringkas dalam WAG organisasi	3.99	0	3	34	68	38	Baik
3	Pesan organisasi tidak sering menimbulkan multitafsir bagi anggota grup	3.83	0	7	39	69	28	Baik
Rata-rata		3.98						Baik

3) *Channel*
Indikator *channel* merupakan indikator ketiga pada variabel proses komunikasi. Berikut data distribusi frekuensi:

Tabel 9. Frekuensi Indikator Channel

No	Pernyataan	Rata-Rata	STS	TS	N	S	SS	Keterangan
1	WAG merupakan saluran utama komunikasi organisasi mahasiswa	4.19	0	5	16	69	53	Baik
2	Saya merasa WAG lebih efektif dibanding saluran komunikasi lain	4,04	0	5	27	68	43	Baik
3	Saluran digital memudahkan koordinasi kelompok di organisasi mahasiswa	4,08	0	1	36	57	49	Baik
Rata-rata		4,1						Baik

4) *Receiver*
Indikator *receiver* merupakan indikator keempat pada variabel proses komunikasi. Berikut data distribusi frekuensi:

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025

Tabel 10. Frekuensi Indikator Receiver

No	Pernyataan	Rata-Rata	STS	TS	N	S	SS	Keterangan
1	Saya memahami dengan baik informasi yang diterima dari WAG organisasi	4,06	1	2	22	80	38	Baik
2	Semua anggota organisasi selalu mendapatkan pesan yang jelas dari grup WAG	3.99	0	3	34	68	38	Baik
3	Saya responsif terhadap pesan yang dikirim organisasi melalui WAG	3.85	3	4	40	61	35	Baik
Rata-rata		3,97						Baik

4.2.3 Hasil Analisis Deskriptif Efektivitas Komunikasi (Y)

Seluruh indikator efektivitas komunikasi yaitu pengetahuan, sikap, dan perilaku memiliki nilai mean di atas 3,99 dengan rata-rata total 4,03 sehingga secara umum tergolong "Baik". Secara substantif, hasil ini menunjukkan bahwa anggota WhatsApp Group organisasi mahasiswa mampu memahami pesan yang beredar di grup, bersikap terbuka, dan terlibat aktif dalam diskusi maupun kegiatan organisasi. Nilai pengetahuan yang tinggi mengindikasikan arus informasi di grup berjalan efektif sehingga anggota merasa selalu mengikuti perkembangan organisasi, sedangkan skor sikap dan perilaku yang positif menggambarkan bahwa komunikasi digital melalui WhatsApp berujung pada dukungan nyata dan tindakan konkret, bukan sekadar membaca pesan tanpa tindak lanjut.

Tabel 11. Skala Rata-rata Efektivitas Komunikasi

No	Indikator	Mean	Keterangan
1	Pengetahuan	4,05	Baik
2	Sikap	4,05	Baik
3	Perilaku	3,99	Baik
TOTAL		4,03	Baik

Secara teoritis, temuan ini selaras dengan konsep efektivitas komunikasi yang menekankan keterkaitan tiga dimensi utama: pengetahuan, sikap, dan perilaku sebagai dasar perubahan nyata dalam organisasi. Dalam konteks komunikasi digital berbasis WhatsApp Group, efektivitas tidak hanya tercermin dari keberhasilan penyampaian informasi, tetapi juga dari terbentuknya sense of belonging, kekompakan kolektif, dan pola interaksi yang partisipatif di antara anggota. Temuan tersebut menguatkan bahwa pemanfaatan WhatsApp Group dapat mentransformasi komunikasi organisasi menjadi lebih interaktif dan adaptif terhadap kebutuhan era digital, sekaligus mendukung pencapaian tujuan organisasi serta mempererat solidaritas mahasiswa. Variabel efektivitas komunikasi terdiri dari tiga indikator yang didalamnya berisi tiga pernyataan pada masing-masing indikator. Hasil dari respon responden adalah sebagai berikut:

1) Pengetahuan
   Indikator pengetahuan merupakan indikator pertama pada variabel efektivitas komunikasi. Berikut data distribusi frekuensi:

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025

Tabel 12. Frekuensi Indikator Pengetahuan

No	Pernyataan	Rata-Rata	STS	TS	N	S	SS	Keterangan
1	Saya memperoleh pengetahuan terbaru tentang organisasi dari WhatsApp Group	4.13	0	1	19	83	40	Baik
2	Pengetahuan tentang kegiatan organisasi meningkat berkat komunikasi WhatsApp	4,07	0	0	27	79	37	Baik
3	Saya memahami sistem kerja organisasi melalui informasi di WhatsApp Group	3.95	0	1	44	59	39	Baik
Rata-rata		4,05						Baik

2) Sikap
Indikator sikap merupakan indikator kedua pada variabel efektivitas komunikasi. Berikut data distribusi frekuensi:

Tabel 12. Frekuensi Indikator Sikap

No	Pernyataan	Rata-Rata	STS	TS	N	S	SS	Keterangan
1	Saya memiliki sikap positif terhadap penggunaan WhatsApp Group dalam organisasi	4,03	1	3	20	86	33	Baik
2	Komunikasi di WhatsApp Group menumbuhkan semangat kebersamaan dalam organisasi	4,02	0	1	31	75	36	Baik
3	Saya terbuka terhadap pendapat anggota lain di WhatsApp Group organisasi	4.10	0	0	28	73	42	Baik
Rata-rata		4,05						Baik

3) Perilaku
Indikator perilaku merupakan indikator ketiga pada variabel efektivitas komunikasi. Berikut data distribusi frekuensi:

Tabel 13. Frekuensi Indikator Perilaku

No	Pernyataan	Rata-Rata	STS	TS	N	S	SS	Keterangan
1	Saya aktif terlibat dalam diskusi dan kegiatan organisasi melalui WhatsApp Group	4.00	0	3	30	74	36	Baik
2	Informasi dari WhatsApp Group segera saya tindaklanjuti dalam aktivitas organisasi	3.94	0	2	38	69	34	Baik
3	Saya menjalankan tugas organisasi sesuai instruksi di grup WhatsApp	4,04	0	3	30	68	42	Baik
Rata-rata		3,99						Baik

4.3 Hubungan Karakteristik Individu dengan Efektivitas Komunikasi Anggota Organisasi Mahasiswa pada WhatsApp Group Sekolah Vokasi IPB

Hubungan karakteristik individu dengan efektivitas komunikasi anggota organisasi mahasiswa dalam WhatsApp Group Sekolah Vokasi IPB menunjukkan keterkaitan yang saling melengkapi pada tiap indikator. Setiap aspek, yaitu usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pekerjaan, memberikan kontribusi spesifik terhadap pengetahuan, sikap, serta perilaku komunikasi digital di lingkungan organisasi.

Hubungan karakteristik individu dengan efektivitas komunikasi anggota organisasi mahasiswa dalam WhatsApp Group Sekolah Vokasi IPB menunjukkan keterkaitan yang saling menguatkan pada setiap indikator. Setiap dimensi, meliputi usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pekerjaan,

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025

memberikan kontribusi berbeda terhadap pengetahuan, sikap, dan perilaku komunikasi digital di lingkungan organisasi.

Tingkat korelasi tertinggi terdapat pada pendidikan dengan pengetahuan (0,517) dan perilaku (0,550). Secara substantif, nilai ini menggambarkan bahwa peningkatan tingkat pendidikan beriringan dengan pemahaman yang lebih baik terhadap pesan dan norma komunikasi organisasi serta kecenderungan lebih tinggi untuk terlibat aktif dan patuh dalam diskusi grup. Anggota dengan pendidikan lebih tinggi cenderung menjadi rujukan informasi dan penggerak utama dalam pertukaran pengetahuan di WhatsApp Group. Secara teoritis, hasil tersebut sejalan dengan pandangan bahwa pendidikan memperkuat literasi informasi dan kemampuan mengelola pesan sehingga individu lebih siap memainkan peran sebagai komunikator maupun komunikan yang efektif dalam organisasi.

Korelasi pekerjaan dengan sikap (0,520) menunjukkan bahwa pengalaman kerja di luar perkuliahan berkontribusi pada pembentukan sikap komunikasi yang lebih terbuka, bertanggung jawab, dan adaptif terhadap dinamika interaksi kelompok. Individu dengan pengalaman kerja cenderung lebih cepat merespons pesan dan lebih mampu menerima perbedaan pendapat secara konstruktif. Secara teoritis, temuan ini mendukung kajian komunikasi organisasi yang menempatkan pengalaman praktis sebagai faktor penting dalam pembentukan kedewasaan sosial dan kemampuan regulasi diri dalam interaksi profesional.

Usia dan jenis kelamin tetap berpengaruh meskipun nilai korelasinya tidak setinggi pendidikan dan pekerjaan. Usia yang berkorelasi dengan sikap (0,486) menunjukkan bahwa kematangan individu berkaitan dengan empati, kemampuan menyikapi perbedaan, dan penerimaan terhadap keragaman informasi di organisasi. Jenis kelamin yang berkorelasi dengan pengetahuan (0,441) mengisyaratkan bahwa akses informasi di grup relatif terbuka bagi seluruh gender sehingga tidak tampak dominasi satu pihak. Secara teoritis, pola ini menegaskan bahwa faktor demografis berperan dalam membentuk preferensi, gaya, dan intensitas komunikasi dalam kelompok, bukan sekadar atribut latar belakang.

Tabel 13. Korelasi Karakteristik Individu dengan Efektivitas Komunikasi

Karakteristik Individu (X1)	Efektivitas Komunikasi (Y)		
	Y1	Y2	Y3
Usia (X1.1)	.385**	.486**	.440**
Jenis Kelamin (X1.2)	.441**	.392**	.388**
Pendidikan (X1.3)	.517**	.465**	.550**
Pekerjaan (X1.4)	.409**	.520**	.364**

Keseluruhan temuan mengarah pada simpulan bahwa keberagaman karakteristik individu merupakan modal strategis bagi efektivitas komunikasi organisasi. Optimalisasi variasi pendidikan, pengalaman kerja, rentang usia, dan kesetaraan gender berpotensi melahirkan pola komunikasi yang lebih adaptif terhadap tuntutan era digital, dengan tingkat partisipasi dan kohesivitas yang lebih kuat di antara mahasiswa Sekolah Vokasi IPB.

4.4 Hubungan Unsur SMCR dengan Efektivitas Komunikasi Anggota Organisasi Mahasiswa pada WhatsApp Group Sekolah Vokasi IPB

Hubungan unsur SMCR dengan efektivitas komunikasi anggota organisasi mahasiswa di WhatsApp Group Sekolah Vokasi IPB menunjukkan bahwa keempat komponen yaitu source, message, channel, dan receiver sama-sama berperan dalam meningkatkan pengetahuan, membentuk sikap, dan mengarahkan perilaku anggota. Secara substantif, pola korelasi ini menggambarkan bahwa keberhasilan komunikasi tidak cukup ditopang oleh satu elemen saja, melainkan ditentukan oleh bagaimana pesan disusun, disalurkan, dan direspons secara utuh di dalam grup.

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025

Unsur source memiliki korelasi tinggi dengan pengetahuan (r = 0,612) dan perilaku (r = 0,624). Secara substantif, hasil ini menunjukkan bahwa sumber pesan yang jelas, kredibel, dan dipercaya anggota memperkuat pemahaman terhadap informasi organisasi sekaligus mendorong tindakan konkret, seperti mengikuti instruksi, hadir dalam kegiatan, dan menjaga kedisiplinan komunikasi di grup. Secara teoritis, temuan ini konsisten dengan model SMCR yang menekankan kualitas sumber dari sisi keahlian, kejelasan, dan kepercayaan sebagai titik awal krusial dalam proses encoding dan penerimaan pesan yang efektif.

Unsur message menunjukkan korelasi paling kuat dengan perilaku (r = 0,634) dan juga berkorelasi positif dengan pengetahuan (r = 0,593) serta sikap (r = 0,496). Secara substantif, angka ini mengindikasikan bahwa pesan yang ringkas, terstruktur, dan relevan dengan kebutuhan anggota mendorong partisipasi yang lebih ajeg serta perilaku komunikasi yang lebih bertanggung jawab, misalnya tidak mengabaikan informasi penting dan tidak menimbulkan multitafsir. Secara teoritis, hasil ini menguatkan pandangan bahwa pesan merupakan inti proses komunikasi dalam model SMCR; pengelolaan pesan yang baik menjadi jembatan antara tujuan organisasi dan perubahan perilaku yang diharapkan pada anggota.

Unsur channel memiliki korelasi cukup tinggi dengan perilaku (r = 0,563) dan pengetahuan (r = 0,513). Secara substantif, kondisi ini menunjukkan bahwa WhatsApp Group sebagai saluran utama benar-benar mampu menyalurkan informasi dengan cepat dan merata sehingga anggota merasa mudah mengakses, meninjau ulang, dan menindaklanjuti pesan. Secara teoritis, temuan ini sejalan dengan pemikiran bahwa pemilihan saluran yang sesuai ditinjau dari kecepatan, jangkauan, dan kemudahan interaksi akan meningkatkan efektivitas penyampaian pesan dalam konteks komunikasi organisasi digital.

Unsur receiver memiliki korelasi kuat dengan perilaku (r = 0,599) dan pengetahuan (r = 0,541). Secara substantif, hal ini menggambarkan bahwa kemampuan anggota dalam membaca, memahami, dan mengolah pesan menjadi faktor penentu apakah komunikasi organisasi berujung pada tindakan yang diharapkan, seperti menyelesaikan tugas, terlibat dalam diskusi, atau mematuhi kebijakan organisasi. Secara teoritis, temuan ini menegaskan posisi penerima dalam model SMCR bukan sebagai pihak pasif; kualitas decoding dan kesiapan psikologis audiens menjadi elemen penting dalam keberhasilan keseluruhan proses komunikasi.

Tabel 14. Korelasi Proses Komunikasi dengan Efektivitas Komunikasi

Karakteristik Individu (X2)	Efektivitas Komunikasi (Y)		
	Pengetahuan (Y1)	Sikap (Y2)	Perilaku (Y3)
Source (X2.1)	.612**	.545**	.624**
Message (X2.2)	.593**	.496**	.634**
Channel (X2.3)	.513**	.479**	.563**
Receiver (X2.4)	.541**	.452**	.599**

Keseluruhan pola korelasi antar unsur SMCR menegaskan pentingnya sinergi antara sumber yang kredibel, pesan yang terkelola dengan baik, saluran yang sesuai dengan karakteristik anggota, serta penerima yang aktif dan kompeten. Optimalisasi keempat elemen tersebut berpotensi meningkatkan pengetahuan, menumbuhkan sikap positif, dan mendorong perilaku komunikasi yang selaras dengan tujuan organisasi, sehingga WhatsApp Group dapat berfungsi sebagai sistem komunikasi yang efektif bagi mahasiswa Sekolah Vokasi IPB.

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025

5 SIMPULAN

5.1 Simpulan

Efektivitas komunikasi organisasi mahasiswa di Sekolah Vokasi IPB melalui WhatsApp Group tercapai karena adanya kontribusi positif dari karakteristik individu anggota. Variabel usia, jenis kelamin, pendidikan, dan pekerjaan masing-masing berperan dalam mendukung pertukaran pengetahuan, pembentukan sikap kolaboratif, dan pengembangan perilaku komunikatif yang adaptif terhadap dinamika organisasi. Pemanfaatan karakteristik personal memberi penguatan pada budaya komunikasi terbuka dan responsif.

Unsur SMCR mendorong optimalisasi proses komunikasi digital organisasi mahasiswa secara simultan. Sumber pesan yang kredibel memperkuat pengetahuan dan perilaku organisasi. Kualitas pesan yang jelas dan komunikatif membentuk perilaku yang produktif serta sikap kooperatif anggota. WhatsApp Group berperan sebagai saluran distribusi informasi yang efisien dan menyediakan fitur kolaborasi yang memberi ruang partisipasi aktif. Penerima pesan yang mampu memahami dan mengelola informasi membentuk lingkungan komunikasi yang partisipatif, harmonis, dan konstruktif. Penguatan karakter individu serta sinergi unsur SMCR menghasilkan ekosistem komunikasi organisasi yang efektif, adaptif, dan mendukung realisasi tujuan serta solidaritas mahasiswa di era digital.

5.2 Saran

Pengurus organisasi mahasiswa perlu meningkatkan kemampuan komunikasi digital dan literasi informasi, serta memanfaatkan fitur inovatif pada WhatsApp Group secara optimal. Penyusunan sistem informasi dan konten internal harus memperhatikan kredibilitas sumber dan struktur pesan yang relevan dengan karakteristik anggota. Implementasi pelatihan komunikasi, literasi digital, serta manajemen komunikasi kelompok penting untuk menumbuhkan budaya diskusi yang produktif dan inklusif.

Penelitian selanjutnya dapat menyertakan variabel seperti gaya kepemimpinan, motivasi partisipasi, dan pengaruh media sosial lain terhadap efektivitas komunikasi organisasi mahasiswa. Studi lintas institusi serta penggunaan metode campuran berpotensi memperkaya pemetaan faktor-faktor pendukung komunikasi digital organisasi dan menghasilkan strategi pengelolaan komunikasi yang lebih komprehensif untuk masa depan.

DAFTAR PUSTAKA

Aprilianingsih E. 2023. Efektivitas WhatsApp sebagai media komunikasi organisasi terhadap keaktifan anggota. [skripsi]. Sidoarjo (ID): PAC IPNU-IPPNU Krian Sidoarjo.

Duli A. 2019. Implementasi skala Likert 1-5 pada survei komunikasi mahasiswa. Jurnal Sosial Humaniora 8(3):297–310.

Ghozali I. 2018. Aplikasi analisis multivariate dengan program IBM SPSS 25 (edisi 9). Semarang (ID): Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Hamdi M, Bahruddin. 2014. Pengukuran data Likert pada analisis persepsi mahasiswa melalui survei digital. Jurnal Penelitian Pendidikan 14(2):87–98.

Idris A. 2017. Penerapan model komunikasi Berlo pada kelompok mahasiswa digital native. Jurnal Komunikasi Modern 2(2):177–190.

Khairunnisa. 2021. Pengumpulan data survei komunikasi digital dalam organisasi mahasiswa di era pandemi. Jurnal Komunikasi Digital 7(2):112–121.

Puteri Stephanie M. 2021. Pengaruh penggunaan aplikasi Whatsapp terhadap efektivitas komunikasi organisasi unit kegiatan mahasiswa. [skripsi]. Yogyakarta (ID): Universitas Amikom Yogyakarta.

e-ISSN: 2597-5188
p-ISSN: 2598-0408
Volume 8 No. 2 November 2025

Priatna. 2023. Analisis data sekunder dalam penelitian komunikasi digital organisasi mahasiswa. Jurnal Ilmu Komunikasi Terapan 11(1):55–64.

Putri AR. 2021. Model komunikasi digital pada mahasiswa: studi penerapan SMCR dalam grup WhatsApp. Jurnal Media Komunikasi Pendidikan 6(4):355–370.

Sabrinah A. 2017. Efektivitas model komunikasi SMCR dalam pesan digital antar mahasiswa. Jurnal Komunikasi 9(2):144–157.

Sri Wulandari. 2021. Pemanfaatan media sosial WhatsApp Group dalam proses interaksi mahasiswa Fakultas Ekonomi dan Ilmu Sosial. [skripsi]. Universitas X.

Suryanto B. 2015. Analisis model linear SMCR dalam media sosial. Jurnal Kajian Komunikasi 3(1):81–92.

Sunyoto D. 2016. Karakteristik demografis mahasiswa dan hubungannya terhadap pola komunikasi organisasi di kampus. Jurnal Komunikasi Pendidikan 13(1):11–25.

Triaji B, Latan H, Temalangi R. 2021. Validitas dan reliabilitas instrumen survei di ranah komunikasi digital. Jurnal Ilmu Sosial Indonesia 18(2):45–62.

Widodo A, Purnamasari L, Herdiana D. 2023. Korelasi Spearman Rank dalam analisis data kuantitatif penelitian sosial. Jurnal Statistika Terapan 16(3):211–228.