

**PENERIMAAN PESAN WHATSAPP TERHADAP PERUBAHAN PERILAKU  
(STUDI PENDAFTARAN CALON MAHASISWA BARU DI UNIVERSITAS  
ESA UNGGUL JAKARTA)**

**Abdurrohman 1**

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas  
Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia  
Email: abdur@student.uns.ac.id

**Prahastiwi Utari 2**

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas  
Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia  
Email: prahastiwi@staff.uns.ac.id

**Ignatius Agung Satyawan 3**

Program Studi Magister Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas  
Sebelas Maret, Surakarta, Indonesia  
Email: agungsatyawan@staff.uns.ac.id

**ABSTRAK**

Meningkatnya jumlah pendaftaran calon mahasiswa baru yang mendaftar menggunakan aplikasi *WhatsApp* saat melakukan registrasi selama empat tahun terakhir, membuat pergeseran pola pendaftaran calon mahasiswa baru di Universitas Esa Unggul Jakarta. Penelitian ini menyelidiki bagaimana pesan yang dikirim melalui *WhatsApp* mempengaruhi perilaku calon mahasiswa saat mendaftar di Universitas Esa Unggul di Jakarta. Penelitian ini menggunakan metode kualitatif, wawancara, dan analisis isi pesan untuk mengumpulkan data. Temuan menunjukkan bahwa pesan *WhatsApp* yang dikirimkan kepada calon mahasiswa berpengaruh dalam membentuk pemahaman dan perilaku calon mahasiswa dalam melakukan proses pembayaran dan pendaftaran. Temuan ini memberikan wawasan penting mengenai peran teknologi media digital dalam mengubah perilaku, khususnya di bidang pendidikan.

**Kata kunci:** Penerimaan Pesan, Teknologi, *WhatsApp*

**Pendahuluan**

Perkembangan pesat dalam media komunikasi, termasuk media online seperti cetak, elektronik, dan platform internet seperti situs web, menuntut perhatian besar dari masyarakat dan organisasi (Nefianto et al., 2016). Terutama, media sosial, sebagai bagian integral dari media online, menawarkan kemampuan unik dalam mengalihkan perhatian masyarakat secara eksklusif ke lingkungan media sosial, memungkinkan individu untuk berkomunikasi, berpartisipasi, berbagi, dan membentuk jaringan online serta menyebarkan informasi mereka dengan mudah (Nur, 2021).

Salah satu strategi teori komunikasi adalah penerimaan pesan. Teori Penerimaan Pesan, juga dikenal sebagai Reception Theory, adalah suatu konsep teoritis yang menitikberatkan pada peran audiens atau penonton dalam menerima pesan, daripada

fokus pada peran pengirim pesan. Makna pesan dipengaruhi oleh latar belakang budaya dan pengalaman hidup audiens itu sendiri. Salah satu aplikasi dalam penerimaan pesan adalah WhatsApp (Profilbaru.com/2022).

Aplikasi WhatsApp, sebagai salah satu platform media online yang digunakan untuk menyebarkan informasi melalui pesan broadcast, telah mengubah cara interaksi dan berbagi informasi di era digital ini (Sutjipto et al., 2022). Pesan broadcast di WhatsApp merupakan alat yang sangat efektif dalam menyebarkan informasi kepada sejumlah besar orang dalam waktu singkat, memungkinkan pengguna untuk mengirim pesan, gambar, atau video ke daftar kontak mereka atau grup tertentu hanya dengan beberapa kali klik (Trisnani, 2017). Dalam konteks perkembangan informasi, pesan broadcast di WhatsApp telah menjadi sarana yang digunakan oleh individu, organisasi, dan institusi untuk mempengaruhi opini dan tindakan masyarakat (Yahya & Dirgantara, 2022). Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang dampak pesan broadcast di WhatsApp terhadap perilaku masyarakat menjadi sangat penting dalam menghadapi dinamika komunikasi digital saat ini (Hidayat & Syaroh, 2019).

Universitas Esa Unggul Jakarta memanfaatkan pesan broadcast untuk menyebarkan informasi mengenai calon mahasiswa baru secara efisien dan efektif. Melalui pesan broadcast ini, universitas dapat dengan mudah mengomunikasikan detail, persyaratan, dan jadwal penting kepada calon mahasiswa baru, memungkinkan mereka membuat keputusan yang tepat mengenai pendaftaran dan persiapan akademik. Pemanfaatan media sosial dan aplikasi pesan seperti ini mencerminkan relevansi dan keberhasilan teknologi digital dalam memperkuat komunikasi di dunia pendidikan. Selain itu, penggunaan pesan broadcast juga menunjukkan bagaimana institusi pendidikan dapat lebih responsif terhadap kebutuhan calon mahasiswa, memberikan informasi terbaru tentang program studi, fasilitas, beasiswa, dan peluang lainnya secara cepat. Pendekatan ini tidak hanya mempermudah akses informasi, tetapi juga membantu calon mahasiswa membuat keputusan cerdas mengenai pendidikan masa depan mereka (Haqiqi et al., 2022).

Penggunaan pesan broadcast oleh Universitas Esa Unggul Jakarta dan institusi pendidikan serupa mencerminkan perubahan komunikasi dalam era digital saat ini. Media sosial dan aplikasi pesan menjadi alat tak tergantikan untuk menyebarkan informasi dan mempengaruhi perilaku (Atika et al., 2023). Dengan pemanfaatan teknologi ini,

universitas memudahkan calon mahasiswa memahami proses pendidikan dan membuat keputusan berdasarkan informasi yang akurat. Pesan broadcast juga menunjukkan komitmen universitas untuk beradaptasi dengan perubahan zaman dan meningkatkan aksesibilitas informasi pendidikan.

### **Teori dan Metodologi**

Penelitian ini mengadopsi Teori Penerimaan Pesan Struat Hall, suatu kerangka konseptual dalam komunikasi yang bertujuan menjelaskan bagaimana orang menerima dan merespons pesan dari berbagai sumber (Profilbaru.com/2022) Dalam konteks teori ini, "decoding" mengacu pada proses dimana penerima pesan mencoba memahami makna pesan yang disampaikan oleh pengirim. Metode yang diterapkan adalah penelitian kualitatif, di mana peneliti berperan sebagai instrumen utama. Dalam pendekatan ini, peneliti mengandalkan penggunaan teknik purposive/judgmental sampling untuk memilih narasumber yang terlibat langsung dengan fenomena yang diteliti, khususnya mereka yang terpengaruh oleh pesan broadcast calon mahasiswa baru di Universitas Esa Unggul Jakarta. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara semi-terstruktur dengan pertanyaan yang telah disiapkan sebelumnya, memungkinkan fleksibilitas untuk pertanyaan tambahan yang relevan (Lincoln & Guba, 2018). Pendekatan ini juga melibatkan penggunaan data sekunder yang diperoleh dari sumber-sumber seperti internet, perpustakaan, dan dokumen-dokumen terkait (Miles & Huberman, 2019).

### **Hasil dan Pembahasan**

#### **1. Pandangan Masyarakat mengenai Pesan Broadcast Universitas Esa Unggul Jakarta**

Pandangan masyarakat terhadap penggunaan pesan broadcast oleh Universitas Esa Unggul Jakarta sangat relevan dalam konteks pendidikan dan komunikasi digital. Banyak orang melihatnya sebagai langkah positif untuk mempermudah akses informasi pendidikan. Pesan broadcast memberikan informasi terkini tentang program studi, persyaratan pendaftaran, dan peluang universitas. Masyarakat mengakui pentingnya integrasi teknologi dalam pendidikan tinggi, memandangnya sebagai langkah sesuai dengan tuntutan zaman (Yanto Rukmana & Wirawan, 2023). Dalam era globalisasi, inisiatif ini meningkatkan daya tarik Universitas Esa Unggul Jakarta, menarik mahasiswa potensial dari berbagai latar belakang dan generasi (Harliantara, 2018). Orangtua juga menunjukkan minat besar terhadap pesan broadcast ini, menganggapnya sebagai sumber

informasi yang membantu mereka memahami proses pendidikan anak-anak mereka dengan lebih baik. Seperti yang disampaikan oleh salah satu orangtua/wali, menyebutkan bahwa:

*“menurut saya pesan broadcast universitas esa unggul menarik dan membuat saya tertarik untuk memasukkan anak saya kedalam universitas karena pesan broadcastnya juga mudah dipahami bagi kaum awam seperti saya” (wawancara 30 Agustus 2023).*

Dalam wawancara tersebut, orangtua dan wali menganggap pesan broadcast dari Universitas Esa Unggul Jakarta sangat menarik dan mudah dipahami, bahkan bagi mereka yang tidak ahli dalam teknologi. Ini mendorong minat mereka untuk mendaftarkan anak-anak ke universitas tersebut. Mereka merasa pesan broadcast membantu mereka lebih terlibat dalam pendidikan anak-anak, memberikan gambaran komprehensif. Dalam era transparansi dan aksesibilitas informasi, pandangan positif ini menjadi aset berharga bagi universitas, membangun hubungan kuat dengan masyarakat dan calon mahasiswa (Koten et al., 2022). Ini juga mencerminkan peran kunci teknologi dalam pendidikan modern, memudahkan akses informasi pendidikan dan membuat proses pendaftaran lebih transparan dan efisien, membantu calon mahasiswa membuat keputusan pendidikan yang cerdas (nwabuze, 2023; Atmaja & Marta Br Sagala, 2023). Pandangan positif ini mengkonfirmasi pentingnya pesan broadcast sebagai jembatan antara universitas dan masyarakat, memandu calon mahasiswa membuat keputusan pendidikan yang informasional dan cerdas. Dalam konteks penerimaan pesan, selain isi pesan yang mudah dipahami oleh penerima pesan, Konteks budaya seseorang memiliki dampak yang signifikan terhadap cara pesan diterima dan ditafsirkan. Budaya, termasuk nilai, norma, bahasa dan konvensi komunikasi, dapat mempengaruhi pemahaman makna pesan. Selain itu Konteks sosial, seperti status sosial, latar belakang ekonomi, dan kelompok sosial yang menjadi identitas seseorang, dapat memengaruhi cara pesan didekodekan. Individu mungkin memahami pesan dengan cara yang berbeda tergantung pada identitas sosial mereka.

## 2. Perubahan perilaku Masyarakat dengan adanya pesan broadcast Universitas Esa Unggul Jakarta

Dalam era digital yang berkembang, penggunaan pesan broadcast oleh Universitas Esa Unggul Jakarta menarik perhatian banyak pihak. Perubahan perilaku masyarakat,

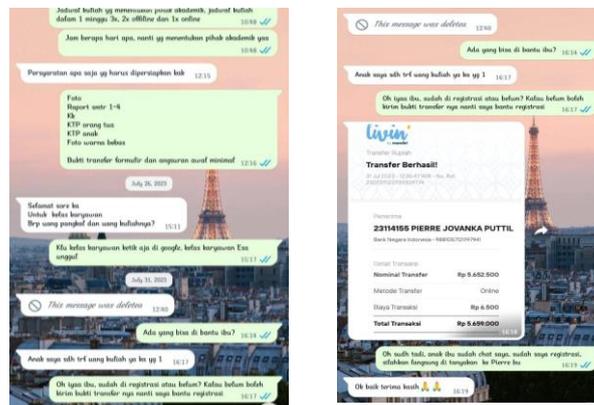
## Penerimaan Pesan Whatsapp Terhadap Perubahan Perilaku (Studi Pendaftaran Calon Mahasiswa Baru Di Universitas Esa Unggul Jakarta)

khususnya dalam proses pendaftaran calon mahasiswa yang dilakukan melalui WhatsApp, menjadi sorotan utama. Pesan broadcast dari tim marketing Universitas Esa Unggul Jakarta telah menciptakan perubahan dalam efisiensi dan kenyamanan. Berikut adalah beberapa contoh pesan broadcast yang dikirimkan oleh universitas ini:



**Gambar 1 Pesan Broadcast Whatsapp**

Pesan broadcast WhatsApp dari tim pemasaran Universitas Esa Unggul Jakarta mempengaruhi keputusan pendidikan calon mahasiswa dan orang tua. Mereka kini memiliki akses yang lebih baik ke informasi yang diperlukan untuk membuat keputusan pendidikan tinggi, seperti contoh pesan yang diterima oleh orang tua/wali yang mendaftarkan anaknya ke universitas ini.



**Gambar 2 Pesan Whatsapp pendaftaran Universitas Esa Unggul Jakarta**

Penggunaan pesan broadcast WhatsApp oleh tim pemasaran Universitas Esa Unggul Jakarta juga menciptakan perubahan perilaku dalam hal keterbukaan terhadap teknologi komunikasi digital. Selain itu, penggunaan pesan broadcast WhatsApp oleh Universitas Esa Unggul Jakarta juga menciptakan perubahan dalam tingkat partisipasi masyarakat terhadap proses pendaftaran dan interaksi dengan universitas Dengan

Penerimaan Pesan Whatsapp Terhadap Perubahan Perilaku (Studi Pendaftaran Calon Mahasiswa Baru Di Universitas Esa Unggul Jakarta)

perubahan ini, pesan broadcast WhatsApp telah berhasil mengubah perilaku masyarakat dalam hal partisipasi aktif dalam proses pendaftaran dan interaksi dengan institusi pendidikan tinggi. Seperti yang disebutkan oleh salah satu orangtua/wali, menyebutkan bahwa,

*“enak si dengan adanya whatsapp ini jadi lebih mudah interaksi ke universitasnya dan juga mudah kalau mau mendaftarkan tanpa harus ke universitas”.*

Dalam wawancara tersebut, disebutkan bahwa orangtua/wali memberikan respon positif terhadap pesan broadcast karena mereka merasa bahwa akses ke informasi menjadi lebih mudah dan praktis. Dalam era di mana informasi berperan sangat penting, pesan broadcast memberikan akses yang lebih luas kepada calon mahasiswa dan orang tua mereka untuk mendapatkan informasi terkini tentang program studi, syarat pendaftaran, dan berbagai peluang yang ditawarkan oleh Universitas Esa Unggul Jakarta. Seperti yang disampaikan oleh salah satu orangtua/wali, menyebutkan bahwa :

*“dengan adanya pesan broadcast ini saya jadi lebih mengetahui mengenai informasi terbaru mengenai universitas supaya tidak salah Langkah dalam memilihkan universitas yang bagus untuk anak saya”*

Dalam wawancara tersebut, diungkapkan bahwa orangtua/wali merasa tertarik dengan pesan broadcast karena mereka merasa lebih mendapatkan informasi terbaru tentang universitas. Pengalaman pribadi seseorang, termasuk pengalaman masa lalu, pendidikan, dan interaksi sebelumnya, dapat mempengaruhi cara seseorang memahami pesan . Pengalaman-pengalaman ini membentuk kerangka acuan individu. Penggunaan pesan broadcast WhatsApp oleh tim pemasaran Universitas Esa Unggul Jakarta telah menciptakan perubahan yang signifikan dalam perilaku calon mahasiswa dan keluarga mereka. Dalam era digital yang terus berkembang, pesan broadcast tersebut tidak hanya memfasilitasi proses pendaftaran yang lebih efisien, tetapi juga mempengaruhi cara mereka mengakses informasi, mengambil keputusan pendidikan, dan berinteraksi dengan teknologi komunikasi digital. Dengan demikian, pesan broadcast WhatsApp bukan hanya merupakan alat komunikasi, tetapi juga instrumen yang mampu menciptakan perubahan positif dalam masyarakat, terutama dalam konteks pendidikan tinggi.

## Simpulan

Dalam penelitian mengenai "Penerimaan Pesan WhatsApp Terhadap Perubahan Perilaku (Studi Pendaftaran Calon Mahasiswa Baru di Universitas Esa Unggul Jakarta)", dapat disimpulkan bahwa penggunaan pesan broadcast melalui WhatsApp oleh Universitas Esa Unggul Jakarta memiliki dampak signifikan terhadap perubahan perilaku masyarakat dalam hal ini calon mahasiswa baru di Universitas Esa Unggul Jakarta yang melakukan proses registrasi yang difasilitasi oleh aplikasi WhatsApp dengan segala kemudahan dalam prosesnya, khususnya dalam konteks pendaftaran calon mahasiswa baru. Perubahan perilaku juga dipengaruhi oleh beberapa hal seperti latar belakang budaya, konteks sosial, pengalaman pribadi sang penerima pesan. Saran untuk kedepannya adalah supaya universitas dapat melakukan pemantauan dan evaluasi, penting untuk terus memantau dan mengevaluasi efektivitas pesan broadcast. Lakukan analisis reguler terhadap tingkat keterbacaan, respons, dan konversi dari pesan-pesan tersebut. Berdasarkan data tersebut, lakukan penyesuaian strategi komunikasi untuk meningkatkan dampaknya.

## Referensi

- Atika, Chandrabuwono, A. B., & Nadila. (2023). Penggunaan Media untuk Kebutuhan Informasi. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 21(01), 34–44. <https://doi.org/10.46937/21202341977>
- Atmaja, D. R., & Marta Br Sagala, H. (2023). Analysis of the Relationship Between E-Learning Service Quality and Student Trust, Student Satisfaction, and Student Loyalty. In *Majalah Ilmiah Bijak* (Vol. 20, Issue 1). <http://ojs.stiami.ac.id>
- Haqiqi, P., Nursyifa, Z., & Putri, S. S. (2022). Analisis Broadcast Message Aplikasi Whatsapp Sebagai Sumber Informasi Bagi Generasi Baby Boomer Di Jakarta. 7(6).
- Harliantara. (2018). Conventional Media of Communication Broadcast Integration and The Internet to Private Broadcast Radio. *Commed: Jurnal Komunikasi Dan Media*, 3(1).
- Hidayat, S., & Syaroh, M. (2019). Pengaruh Aplikasi WhatsApp Terhadap Penyebaran Informasi Kepada Pegawai Dinas Pekerjaan Umum Kecamatan Medan Kota (Studi Kasus di Unit Pelayanan Tugas Pekerjaan Umum Medan Kota). *Jurnal Network Media*, 2(2).
- Koten, F. P. N., Jufriansah, A., & Hikmatiar, H. (2022). Analisis Penggunaan Aplikasi Whatsapp sebagai Media Informasi dalam Pembelajaran: Literature Review. *Jurnal Ilmu Pendidikan (JIP) STKIP Kusuma Negara*, 14(1), 72–84. <https://doi.org/10.37640/jip.v14i1.1409>
- Lincoln, Y. S., & Guba. (2018). *Naturalistic Inquiry*. Sage Publications.

- Miles, M. B., & Huberman, M. (2019). *Qualitative data analysis: An Expanded Sourcebook. Second Edition*. SAGE Publications.
- Nefianto, T., Wijayanto, J., & Sinisuka, M. (2016). Jurnal Pertahanan The Effect of Disaster Information in Online Media. *Nasionalism & Integrity*, 2(2).
- Nur, E. (2021). Peran Media Massa Dalam Menghadapi Serbuan Media Online The Role Of Mass Media In Facing Online Media Attacks. *Majalah Ilmiah Semi Populer Komunikasi Massa*.
- Profil baru. (2022). Teori Penerimaan Pesan. [https://profilbaru.com/Teori\\_penerimaan\\_pesannya](https://profilbaru.com/Teori_penerimaan_pesannya). Diakses pada 30 Agustus 2023.
- Nwabuze. (2023). *Perception of the Broadcast Media Promotion of Skill Acquisition In Edo State*. <https://doi.org/10.13140/Rg.2.2.31204.76166>
- Sutjipto, V. W., Arviani, K. D., & Putri, Kinkin Y. S. (2022). The Influence of Whatsapp Social Media On The Dissemination Of Learning Information. *Jurnal Komunikasi Ikatan Sarjana Komunikasi Indonesia*, 7(1), 165–175. <https://doi.org/10.25008/Jkiski.V7i1.527>
- Trisnani. (2017). *Pemanfaatan Whatsapp Sebagai Media Komunikasi Dan Kepuasan Dalam Penyampaian Pesan Dikalangan Tokoh Masyarakat* (Vol. 6).
- Yahya, A., & Dirgantara, P. (2022). *Efektivitas Penggunaan Whatsapp Sebagai Media Komunikasi Organisasi Program Ptsl Di Lingkungan Pegawai Dinas Atr/Bpn Kota Palembang*. 10(1), 409–420.
- Yanto Rukmana, A., & Wirawan, R. (2023). Penggunaan Teknologi dalam Pendidikan: Analisis Literatur Mengenai Efektivitas dan Implementasi Article Info ABSTRAK. In *Jurnal Pendidikan West Science* (Vol. 01, Issue 07).