

**PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI TELEGRAM TERHADAP
EFEKTIVITAS PENYEBARAN INFORMASI KOMUNITAS NOVO
CLUB BATCH 3**

(Studi pada Novo Rangers Region 9 Novo Club batch 3)

(Skripsi)

Oleh

**ISNAENI WULAN SAFITRI
2116031039**



**FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

ABSTRAK

PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI TELEGRAM TERHADAP EFEKTIVITAS PENYEBARAN INFORMASI KOMUNITAS NOVO CLUB BATCH 3 (Studi pada Novo Rangers Region 9 Novo Club batch 3)

Oleh

Isnaeni Wulan Safitri

Perkembangan teknologi komunikasi digital telah mendorong penggunaan aplikasi pesan instan sebagai sarana utama dalam penyebaran informasi. Telegram menjadi salah satu platform yang digunakan komunitas Novo Club Batch 3 untuk mendukung komunikasi internal. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh penggunaan aplikasi telegram terhadap efektivitas penyebaran informasi komunitas Novo Club Batch 3. Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori *uses and effect* dan teori medium. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif eksplanasi melalui kuesioner yang dianalisis menggunakan uji validitas, reliabilitas, regresi linier sederhana, koefisien determinasi, dan uji t dibantu dengan aplikasi SPSS versi 25.0. Berdasarkan hasil perhitungan melalui SPSS 25.0 didapat nilai sig $0,000 < 0,1$. Nilai tersebut diartikan bahwa H_0 ditolak dan H_1 diterima. Sehingga hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi telegram berpengaruh positif dan signifikan terhadap efektivitas penyebaran informasi komunitas Novo Club batch 3 dimana penggunaan aplikasi telegram memberikan pengaruh sebesar 36,9% terhadap efektivitas penyebaran informasi komunitas Novo Club Batch 3.

Kata kunci: Efektivitas Penyebaran Informasi, Komunikasi Digital, Novo Club, Penggunaan Aplikasi Telegram.

ABSTRACT

THE INFLUENCE OF TELEGRAM APPLICATION USAGE ON THE EFFECTIVENESS OF INFORMATION DISSEMINATION IN THE NOVO CLUB BATCH 3 COMMUNITY (Study on Novo Rangers Region 9 Novo Club Batch 3)

by

Isnaeni Wulan Safitri

The development of digital communication technology has driven the use of instant messaging applications as the primary means of information dissemination. Telegram has become one of the platforms used by the Novo Club Batch 3 community to support internal communication. This study aims to analyze the influence of Telegram application usage on the effectiveness of information dissemination within the Novo Club Batch 3 community. The theories used in this study are the Uses and Effect Theory and Medium Theory. This research employs an explanatory quantitative method using questionnaires, which are analyzed through validity and reliability tests, simple linear regression, the coefficient of determination, and t-tests, assisted by SPSS version 25.0. Based on the calculations using SPSS 25.0, the obtained significance value is $0.000 < 0.1$, indicating that H_0 is rejected and H_1 is accepted. Thus, the results show that Telegram application usage has a positive and significant influence on the effectiveness of information dissemination within the Novo Club Batch 3 community, where Telegram usage contributes 36.9% to the effectiveness of information dissemination.

Keywords: *Digital Communication, Effectiveness of Information Dissemination, Novo Club, Telegram Application Usage.*

**PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI TELEGRAM TERHADAP
EFEKTIVITAS PENYEBARAN INFORMASI KOMUNITAS NOVO CLUB
BATCH 3
(Studi pada Novo Rangers Region 9 Novo Club batch 3)**

Oleh

ISNAENI WULAN SAFITRI

Skripsi

**Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar
SARJANA ILMU KOMUNIKASI**

Pada

**Jurusan Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



**JURUSAN ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK
UNIVERSITAS LAMPUNG
BANDAR LAMPUNG
2025**

Judul Skripsi

**: PENGARUH PENGGUNAAN APLIKASI
TELEGRAM TERHADAP EFEKTIVITAS
PENYEBARAN INFORMASI KOMUNITAS
NOVO CLUB BATCH 3 (STUDI PADA
NOVO RANGERS REGION 9 NOVO CLUB
BATCH 3)**

Nama Mahasiswa

: Isnaien Wulan Safitri

Nomor Pokok Mahasiswa

: 2116031039

Program Studi

: Ilmu Komunikasi

Fakultas

: Ilmu Sosial dan Ilmu Politik



1. Komisi Pembimbing

**Dra. Ida Nurhaida, M.Si.
NIP. 196108071987032001**

2. Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi

**Agung Wibawa, S.Sos.I, M.Si.
NIP. 198109262009121004**

MENGESAHKAN

1. **Tim Penguji**

Ketua

Dr. Ida Nurhaida, M.Si.



Penguji Utama

Dr. Nina Yudha Aryanti, S.Sos., M.Si.

2. **Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik**



Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si.

NIP. 197608212000032001

Tanggal Lulus Ujian Skripsi : 05 Februari 2025

SURAT PERNYATAAN

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Isnaeni Wulan Safitri

NPM : 2116031039

Jurusan : Ilmu Komunikasi

Alamat : Jl. Garuda Blok C9 No. 18, Perumahan Wana Asri, Kemiling,
Bandar Lampung

No. Handphone : 0882-2726-6258

Dengan ini menyatakan bahwa skripsi saya yang berjudul **“Pengaruh Penggunaan Aplikasi Telegram Terhadap Efektivitas Penyebaran Informasi Komunitas Novo Club Batch 3 (Studi pada Novo Rangers Region 9 Novo Club batch 3)”** adalah benar-benar hasil karya ilmiah saya sendiri, bukan plagiat (milik orang lain) atau pun dibuat oleh orang lain.

Apabila dikemudian hari hasil penelitian atau tugas akhir saya ada pihak-pihak yang merasa keberatan, maka saya akan bertanggung jawab dengan peraturan yang berlaku dan siap untuk dicabut gelar akademik saya.

Demikian surat pernyataan ini saya buat dalam keadaan sadar dan tidak dalam keadaan tekanan dari pihak manapun.

Bandar Lampung, 26 Januari 2025

Yang membuat pernyataan,



Isnaeni Wulan Safitri

NPM 2116031039

RIWAYAT HIDUP



Penulis bernama lengkap Isnaeni Wulan Safitri, lahir pada tanggal 17 Desember 2002 di Purworejo, Jawa Tengah. Penulis merupakan anak kedua dari dua bersaudara, anak-anak dari Bapak Ahmadhi (Alm) dan Ibu Khasanah (Almh). Penulis menamatkan pendidikan sekolah dasar di SD Negeri Jogoboyo pada tahun 2015 kemudian melanjutkan pendidikan di SMP N 8 Purworejo hingga tahun 2018, dan menyelesaikan pendidikan di SMA N 1 Purworejo pada tahun 2021 sebelum akhirnya menjadi mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung pada tahun yang sama melalui jalur SBMPTN.

Selama menjalankan perkuliahan penulis aktif dalam berbagai organisasi dan kegiatan baik dalam dan luar universitas. Penulis menjadi PJ Divisi Research Bidang Research and Development HMJ Ilmu Komunikasi, Editor Grafis Universitas Lampung Tv, dan Vice Head of Region 9 Novo Club batch 2. Penulis percaya bahwa segala keputusan datang beriringan dengan konsekuensi serta tanggung jawab. Hal tersebut yang membuat penulis berhasil menjaga keseimbangan antara perkuliahan, organisasi, dengan pekerjaan yang penulis lakukan selama proses menyelesaikan perkuliahan.

PERSEMBAHAN

Dengan segala kerendahan dan ketulusan hati, kupersembahkan karya ini untuk:

Bapak (Alm. Ahmadhi) dan Ibu (Almh. Khasanah)

Dua sosok paling berharga dan panutan dalam hidupku.

Untuk sosok yang memberikan pelukan terhangat dan nasihat hidup penuh makna,
yang meski kini tak lagi tampak dalam nyata, namun tetap menjadi penguat langkahku
setiap hari.

Bapak dan Ibu, kupersembahkan skripsi ini sebagai wujud baktiku,
untuk segala upaya dan cinta yang kalian curahkan demi pendidikanku.

Terima kasih atas segalanya.

Walau raga kalian tak lagi bersamaku, doa ini tak pernah berhenti mengiringi,
Menghadirkan kehangatan kasih yang abadi.

MOTTO

"It does not matter how slowly you go as long as you do not stop."

-Confucius.

Allah tidak mengatakan hidup ini mudah. Tetapi Allah berjanji, bahwa sesungguhnya bersama kesulitan ada kemudahan

(QS. Al-Insyirah :5-6)

"Believe you can and you're halfway there."

- Theodore Roosevelt.

SANWACANA

Alhamdulillahirabbil`alaamiin. Puji syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa, Allah SWT yang selalu memberikan berkah dan rahmat-Nya sehingga penulisan skripsi dengan judul **Pengaruh Penggunaan Aplikasi Telegram Terhadap Efektivitas Penyebaran Informasi Komunitas Novo Club Batch 3** ini dapat terselesaikan yang berguna untuk pemenuhan syarat penulis menyelesaikan studi dan mendapatkan gelar sarjana Ilmu Komunikasi di Universitas Lampung. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada semua pihak yang banyak berjasa membantu dalam doa, materi, maupun semangat kepada penulis, yaitu:

1. Yang Maha Pengasih dan Maha Penyayang, Allah SWT atas segala hidayah-Nya yang kerap melimpahkan kemudahan, kesehatan dan inspirasi sepanjang masa penyelesaian skripsi.
2. Ibu Prof. Dr. Anna Gustina Zainal, S.Sos., M.Si., selaku Dekan Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
3. Bapak Agung Wibawa, S.Sos.I., M.Si., selaku Ketua Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Lampung.
4. Bapak Ahmad Rudy Fardiyana, S.Sos., M.Si., selaku Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi FISIP Universitas Lampung.
5. Ibu Dra. Ida Nurhaida, M.Si., selaku dosen pembimbing skripsi penulis. Terima kasih atas kesediaan dan keikhlasannya dalam memberikan pengarahan, bimbingan, serta ilmu dan pengetahuan baru sehingga skripsi ini dapat terselesaikan hingga akhir.
6. Ibu Dr. Nina Yudha Aryanti, S.Sos., M.Si., selaku dosen penguji dalam penelitian ini. Terima kasih atas bantuan, edukasi, kritik dan saran yang telah ibu berikan kepada penulis selama melaksanakan penelitian ini.

7. Bapak Ahmad Riza Faizal, S.Sos., IMDLL., selaku dosen pembimbing akademik penulis. Terimakasih atas segala bantuannya selama 3,5 tahun perkuliahan. Semoga Bapak dan keluarga diberikan kesehatan dan kebahagiaan selalu.
8. Seluruh dosen, staff, dan karyawan Jurusan Ilmu Komunikasi. Khususnya Mas Redy dan Bu Iis. Terima kasih banyak untuk bantuannya.
9. Kakak Sepupu Penulis (Nur Hanifah sekeluarga & Nurdin Arifin.), terima kasih sudah baik hati mengasuh penulis setelah kepergian Bapak dan Ibu. Semoga kebaikan kakak sekeluarga diberikan balasan oleh Allah Swt.
10. Budhe Rumanah, Om Sun, dan kakak-kakak sepupu lainnya dari keluarga besar Ibu. Terima kasih atas segala kebaikannya setelah kepergian Bapak dan Ibu.
11. Kakak tercintaku (Wachid Sodriawan) Terima kasih atas dukungan dan doa- doanya.
12. Mas Ardi, Siti Dasimah, keluarga, serta pihak lainnya yang sudah memberikan dukungan secara finansial dan nasihat untuk melanjutkan pendidikan meskipun tanpa Bapak dan Ibu. terselesaikannya pendidikan penulis tidak dapat terlepas dari bantuan kalian semua. Terima kasih yang sebesar-besarnya.
13. Sahabat-sahabat kuliah ku, Ica dan Dinda, yang telah banyak berkontribusi selama perkuliahan dan penyusunan skripsi. Terima kasih banyak, beneran deh kalo nggak ada kalian nggak tau gimana jadinya. Semoga kalian sehat dan sukses selalu ya.
14. Kak Nday, Kak Tiya, Kak Hani dan kakak-kakak senior Jurusan Ilmu Komunikasi lainnya yang sudah banyak memberikan bimbingan dan masukan selama menyusun skripsi.
15. Teman-teman jurusan Ilmu Komunikasi angkatan 2021 khususnya Evi, Inggrid, dan Sofia. Terima kasih sudah banyak membantu penulis selama proses perkuliahan.

16. Kepada pemilik NPM 1921020493, yang telah menemani proses penyusunan skripsi penulis. Terima kasih banyak, telah menjadi pendengar dan pendukung penulis selama ini. Semoga kedepannya hal-hal baik selalu menyertai dirimu ya.
17. *Last but no least, I wanna thank me. I wanna thank me for believing in me. I wanna thank me for doing all this hard work. I wanna thank me for having no days off. I wanna thank me for never quitting. I wanna thank me for always being a giver and trying.* Terimakasih tetap hidup setelah banyak hiruk pikuk yang menerjang. Semoga menjadi pribadi yang semakin baik kedepannya. *One day, I hope you are always surrounded by good people, love.*

Bandar Lampung, 20 Januari 2025

Yang Membuat Pernyataan

Isnaeni Wulan Safitri

DAFTAR ISI

	Halaman
DAFTAR ISI	i
DAFTAR TABEL	iv
DAFTAR GAMBAR	vii
BAB I PENDAHULUAN	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah.....	7
1.3 Tujuan Penelitian	8
1.4 Manfaat Penelitian	8
1.5 Kerangka Pikir	9
1.6 Hipotesis	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
2.1 Penelitian Terdahulu	11
2.2 Landasan Teori.....	13
2.2.1 <i>Konsep Komunikasi Digital</i>	13
2.2.2 <i>Aplikasi Telegram sebagai Media Komunikasi</i>	16
2.2.3 <i>Efektivitas Penyebaran Informasi</i>	18
2.2.4 <i>Pengaruh Teknologi Komunikasi terhadap Komunitas</i>	20
2.2.5 <i>Komunitas Novo Club Batch 3</i>	22
2.2.6 <i>Penetrasi Internet Region 9</i>	25
2.2.7 <i>Key Performance Indicator</i>	27
2.2.8 <i>Teori Uses and Effect</i>	28
2.2.9 <i>Teori Medium</i>	29
BAB III METODE PENELITIAN	31
3.1 Jenis Penelitian.....	31

3.2	Variabel Penelitian.....	31
3.3	Definisi Konseptual	33
3.4	Definisi Operasional	34
3.5	Populasi dan Sampel.....	38
3.5.1	<i>Populasi</i>	38
3.5.2	<i>Sampel</i>	38
3.6	Sumber Data.....	40
3.6.1	<i>Data Primer</i>	40
3.6.2	<i>Data Sekunder</i>	40
3.7	Skala Pengukuran.....	41
3.8	Teknik Pengolahan Data	41
3.9	Teknik Pengumpulan Data.....	42
3.9.1	<i>Kuesioner (Angket)</i>	42
3.9.2	<i>Studi Kepustakaan</i>	43
3.10	Uji Asumsi Klasik.....	43
3.11	Teknik Analisis Data.....	44
3.11.1	<i>Regresi Linier Sederhana</i>	44
3.11.2	<i>Interval Data</i>	45
3.12	Teknik Pengujian Instrumen	46
3.12.1	<i>Uji Validitas</i>	46
3.12.2	<i>Uji Reliabilitas</i>	47
3.13	Pengujian Hipotesis	48
3.13.1	<i>Uji T</i>	48
3.13.2	<i>Koefisien Determinasi (R^2)</i>	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN		50
4.1	Hasil Pengujian Instrumen Penelitian	50
4.1.1	<i>Uji Validitas</i>	50
4.1.2	<i>Uji Reliabilitas</i>	52
4.2	Hasil Uji Data	54
4.2.1	<i>Identitas Responden</i>	54

4.2.2	<i>Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Penggunaan Aplikasi Telegram(X)</i>	55
4.2.3	<i>Distribusi Frekuensi Jawaban Responden Variabel Efektivitas Penyebaran Informasi (Y)</i>	71
4.2.4	<i>Kategori Persentase Nilai Kumulatif Variabel X dan Y</i>	88
4.2.5	<i>Rata-Rata Persentase Skala Likert (Dimensi)</i>	93
4.3	Uji Prasyarat Analisis Data.....	95
4.3.1	<i>Hasil Uji Normalitas</i>	95
4.4	Hasil Analisis Data	96
4.4.1	<i>Uji Regresi Linier Sederhana</i>	97
4.5	Pengujian Hipotesis	99
4.5.1	<i>Uji T</i>	99
4.5.2	<i>Uji Koefisien Determinasi</i>	100
4.6	Pembahasan	102
4.6.1	<i>Penggunaan Aplikasi Telegram</i>	103
4.6.2	<i>Efektivitas Penyebaran Informasi Komunitas Novo Club batch 3</i>	106
4.6.3	<i>Pengaruh Penggunaan Aplikasi Telegram Terhadap Efektivitas Penyebaran Informasi Komunitas Novo Club batch 3</i>	109
4.6.4	<i>Konfirmasi Temuan dengan Teori</i>	111
4.6.5	<i>Hasil Observasi</i>	115
	BAB V SIMPULAN DAN SARAN	118
5.1	Simpulan	118
5.2	Saran	118
	DAFTAR PUSTAKA	120
	LAMPIRAN	124

DAFTAR TABEL

Tabel	Halaman
Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu.....	11
Tabel 2.2 Interpretasi Efektivitas.....	27
Tabel 3.1 Definisi Operasional.....	35
Tabel 3.2 Rekapitulasi Jumlah Novo Rangers Setiap Provinsi	38
Tabel 4.1 Uji Validitas Variabel X.....	51
Tabel 4.2 Uji Validitas Variabel Y.....	51
Tabel 4.3 Daftar Interpretasi Koefisien	52
Tabel 4.4 Hasil Uji Reliabilitas	53
Tabel 4.5 Rekapitulasi Jawaban Responden Berdasarkan Jenis Kelamin, Usia, Jenjang Pendidikan, dan Provinsi	54
Tabel 4.6 Distribusi Pertanyaan Variabel Penggunaan Aplikasi Telegram	55
Tabel 4.7 Pertanyaan Nomor 1.....	56
Tabel 4.8 Pertanyaan Nomor 2.....	58
Tabel 4.9 Pertanyaan Nomor 3.....	59
Tabel 4.10 Pertanyaan Nomor 4.....	60
Tabel 4.11 Pertanyaan Nomor 5.....	61
Tabel 4.12 Pertanyaan Nomor 6.....	62
Tabel 4.13 Rekapitulasi Jawaban Dimensi Frekuensi.....	64
Tabel 4.14 Pertanyaan Nomor 7.....	66
Tabel 4.15 Pertanyaan Nomor 8.....	67
Tabel 4.16 Pertanyaan Nomor 9.....	68
Tabel 4.17 Rekapitulasi Jawaban Dimensi Durasi	69
Tabel 4.18 Distribusi Pertanyaan Variabel Efektivitas Penyebaran Informasi	71
Tabel 4.19 Pertanyaan Nomor 10.....	72

Tabel 4.20 Pertanyaan Nomor 11.....	73
Tabel 4.21 Rekapitulasi Jawaban Dimensi Relevansi Informasi dengan Penerima.....	73
Tabel 4.22 Pertanyaan Nomor 12.....	75
Tabel 4.23 Pertanyaan Nomor 13.....	75
Tabel 4.24 Rekapitulasi Jawaban Dimensi Kemudahan dalam Memahami Isi Informasi	76
Tabel 4.25 Pertanyaan Nomor 14.....	77
Tabel 4.26 Pertanyaan Nomor 15.....	78
Tabel 4.27 Pertanyaan Nomor 16.....	78
Tabel 4.28 Pertanyaan Nomor 17.....	79
Tabel 4.29 Rekapitulasi Jawaban Dimensi Ketepatan Media Komunikasi.....	79
Tabel 4.30 Pertanyaan Nomor 18.....	81
Tabel 4.31 Pertanyaan Nomor 19.....	82
Tabel 4.32 Rekapitulasi Jawaban Dimensi Ketepatan Format Informasi	82
Tabel 4.33 Pertanyaan Nomor 20.....	84
Tabel 4.34 Pertanyaan Nomor 21	84
Tabel 4.35 Rekapitulasi Jawaban Dimensi Kredibilitas Sumber Informasi.....	85
Tabel 4.36 Pertanyaan Nomor 22.....	86
Tabel 4.37 Pertanyaan Nomor 23.....	87
Tabel 4.38 Rekapitulasi Jawaban Dimensi Ketepatan Waktu.....	87
Tabel 4.39 Kategori Data Persentase Nilai Setiap Variabel pada Tiap Item Pertanyaan	90
Tabel 4.40 Penilaian Instrumen pada Variabel X.....	90
Tabel 4.41 Penilaian Instrumen pada Variabel Y.....	91
Tabel 4.42 Rata-Rata Persentase Skala Likert	93
Tabel 4.43 Interpretasi Efektivitas.....	94
Tabel 4.44 Uji Normalitas.....	96
Tabel 4.45 Output Uji Regresi Linier Sederhana.....	97

Tabel 4.46 Hasil Uji T.....	99
Tabel 4.47 Hasil Output Uji Koefisien Determinasi	101

DAFTAR GAMBAR

Gambar	Halaman
Gambar 1.1 Kerangka Pikir (<i>Sumber: Diolah oleh peneliti, 2024</i>).....	9
Gambar 4.1 Grafik Uji Normalitas (<i>Sumber: Diolah Oleh Peneliti dengan SPSS Versi 25.0 (November, 2024)</i>).....	95

I. PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, platform digital telah menjadi alat yang sangat penting dalam penyebaran informasi (Tabrani dkk,2023). Aplikasi pesan instan seperti telegram telah muncul sebagai salah satu solusi yang menawarkan berbagai fitur seperti channel yang mampu memfasilitasi komunikasi dengan cepat, efisien, dan terstruktur dalam berbagai kelompok masyarakat. Selain itu, menurut data perusahaan yang dikutip dari backlinko.com, telegram memiliki 900 juta pengguna aktif bulanan pada tahun 2024 dimana hal ini menunjukkan bahwa pengguna aktif telegram meningkat 12,5% dibandingkan tahun 2023.

Telegram sendiri dikenal dengan fitur-fiturnya yang mendukung komunikasi dalam kelompok besar, seperti grup dan *channel*, yang memungkinkan penyebaran informasi secara luas dan efektif (Puti Nova,2018). Grup di telegram dapat menampung hingga 200.000 anggota, memungkinkan diskusi dan kolaborasi yang dinamis dalam skala besar. Hal tersebut sangat berguna bagi komunitas yang memerlukan ruang untuk berdiskusi, berbagi ide, dan berkolaborasi dalam proyek-proyek tertentu. Selain itu, *channel* di telegram memungkinkan penyebaran informasi satu arah dari administrator ke anggota tanpa batasan jumlah anggota, yang ideal untuk menyebarkan pengumuman, berita, dan informasi penting kepada audiens yang sangat besar tanpa risiko diskusi yang mengganggu alur informasi. Telegram juga menawarkan tingkat keamanan dan privasi yang tinggi, dimana hal ini sangat penting bagi komunitas untuk menangani informasi sensitif.

Enkripsi *end-to-end* yang disediakan oleh telegram memastikan bahwa hanya pengirim dan penerima yang dapat membaca pesan tersebut. Selain itu, pengaturan privasi yang fleksibel memungkinkan pengguna untuk mengontrol siapa saja yang dapat melihat nomor telepon mereka, menambah mereka ke grup, atau mengirim pesan langsung, memberikan kendali lebih kepada pengguna atas interaksi mereka dalam platform telegram. Selain keamanan dan privasi, telegram mendukung pengiriman berbagai jenis file hingga 1,5 GB, termasuk dokumen, gambar, video, dan audio, yang memudahkan pengguna untuk berbagi konten multimedia dengan cepat dan efisien. Telegram juga menyediakan platform bagi pengembang untuk membuat bot yang dapat melakukan berbagai tugas otomatis, seperti menjawab pertanyaan, mengirim pengingat, dan mengelola tugas-tugas rutin.

Efisiensi dan kecepatan komunikasi di telegram juga menjadi salah satu keunggulannya. Pesan dikirim dan diterima dalam hitungan detik, dan semua percakapan dapat disinkronkan secara otomatis di semua perangkat pengguna, memastikan bahwa pengguna selalu memiliki akses ke percakapan terbaru, di mana pun mereka berada. Mode hemat data yang ditawarkan telegram memungkinkan pengguna dengan koneksi internet yang terbatas untuk tetap berkomunikasi tanpa mengalami penurunan kualitas yang signifikan. Dengan fitur-fitur yang kaya dan beragam, telegram menawarkan solusi komunikasi yang komprehensif untuk berbagai kebutuhan komunitas. Keamanan, privasi, kemampuan untuk menangani kelompok besar, dan integrasi yang luas menjadikan telegram sebagai alat yang sangat berguna dalam menyebarkan informasi.

Penggunaannya dalam komunitas hobi dan profesional menunjukkan fleksibilitas dan keandalan platform ini dalam mendukung komunikasi modern di era digital. Dalam konteks komunitas, efektivitas penyebaran informasi memegang peranan yang sangat penting untuk memastikan bahwa setiap anggota mendapatkan informasi yang akurat dan tepat waktu. Efektivitas ini sangat dipengaruhi oleh media yang digunakan untuk

menyampaikan informasi tersebut. Novo Club batch 3 merupakan komunitas yang terdiri dari anggota-anggota yang memerlukan penyebaran informasi yang cepat dan efisien untuk mendukung berbagai aktivitas mereka. Penggunaan aplikasi telegram menjadi sangat krusial dalam mendukung komunikasi internal komunitas ini.

Meskipun telegram menyediakan berbagai fitur unggul untuk berkomunikasi, terutama dalam konteks komunitas, banyak perdebatan yang muncul pada awal tahun 2024, tepatnya di bulan Februari, pada kalangan anggota yang baru bergabung di komunitas Novo Club batch 3 terutama mengenai pemilihan aplikasi ini dibandingkan dengan aplikasi lain. Anggota komunitas mempertanyakan alasan di balik pemilihan telegram sebagai media utama untuk komunikasi internal. Keberadaan aplikasi lain yang juga menawarkan fitur-fitur serupa memicu pertanyaan tentang penggunaan telegram dalam penyebaran informasi. Beberapa anggota meragukan apakah telegram benar-benar dapat meningkatkan kecepatan dan akurasi penyampaian informasi dalam komunitas. Selain itu, ada kekhawatiran mengenai apakah fitur-fitur yang ditawarkan telegram, seperti grup dan *channel*, benar-benar memenuhi kebutuhan spesifik komunitas Novo Club dalam mengelola dan mendistribusikan informasi. Keraguan lainnya mencakup aspek keamanan dan privasi, serta sejauh mana telegram dapat diandalkan dalam menjaga kerahasiaan informasi yang dibagikan di dalam komunitas. Pertanyaan-pertanyaan ini mencerminkan kebutuhan anggota komunitas untuk mendapatkan kejelasan dan bukti empiris mengenai manfaat dan keunggulan telegram sebagai alat komunikasi utama dalam komunitas Novo Club.

Novo Club merupakan sebuah komunitas yang secara khusus dirancang bagi mahasiswa aktif dan dibangun oleh Paragon Corp. Komunitas ini berfungsi sebagai laboratorium pengembangan diri bagi mahasiswa, dengan tujuan utama mendorong budaya inovasi dan kolaborasi di kalangan anggotanya. Paragon Corp, sebagai pencetus, memanfaatkan Novo Club untuk menanamkan salah satu nilai inti perusahaan yaitu

inovasi, ke dalam diri mahasiswa. Dalam komunitas ini, inovasi tidak hanya sekadar slogan, melainkan diterapkan dalam berbagai aktivitas dan program yang dirancang untuk menggali dan mengembangkan pemikiran brilian, ide-ide kebaruan, dan rasa penasaran yang tinggi, yang umumnya dimiliki oleh anak muda. Novo Club menyediakan platform bagi mahasiswa untuk mengekspresikan kreativitas mereka, berinovasi, dan berkolaborasi dengan rekan-rekan sebaya yang memiliki visi dan semangat yang sama.

Novo Club menciptakan berbagai kesempatan bagi anggotanya untuk berpartisipasi dalam kegiatan yang mendukung pengembangan diri, seperti workshop, seminar, dan *sharing session* yang dihadiri oleh para ahli dan profesional di berbagai bidang. Selain itu, ada juga proyek kolaboratif yang mendorong anggota untuk bekerja sama dalam tim, mengembangkan ide-ide inovatif, dan mencari solusi kreatif untuk berbagai tantangan. Novo Club tidak hanya berfokus pada pengembangan keterampilan teknis dan pengetahuan akademis, tetapi juga pada pengembangan soft skills seperti kepemimpinan, kerjasama tim, dan manajemen waktu. Melalui berbagai kegiatan yang terstruktur, komunitas ini berusaha menciptakan lingkungan yang mendukung pertumbuhan pribadi dan profesional anggotanya, membantu mereka menjadi individu yang lebih baik dan siap menghadapi tantangan masa depan.

Dalam upaya menciptakan budaya inovasi, Novo Club juga mengadakan kompetisi yang memungkinkan mahasiswa untuk menantang diri mereka sendiri, menguji batasan kreativitas mereka, dan menghasilkan solusi yang inovatif. Hal ini tidak hanya untuk memupuk semangat kompetisi yang sehat, tetapi juga mempersiapkan mereka untuk berkontribusi secara signifikan di dunia profesional. Novo Club merupakan perwujudan dari nilai-nilai Paragon Corp dalam mendorong inovasi dan kolaborasi di kalangan anak muda. Melalui komunitas Novo Club, Paragon Corp berharap dapat menginspirasi dan memberdayakan mahasiswa untuk menjadi agen perubahan yang kreatif dan inovatif.

Novo Club sendiri memiliki 11 region yang tersebar luas di seluruh Indonesia. Dalam penelitian ini peneliti ingin meneliti region 9 yang terletak di Sumatra Bawah. Region 9 terdiri dari 5 provinsi yaitu Provinsi Lampung, Provinsi Sumatera Selatan (Palembang), Provinsi Jambi, Provinsi Bangka Belitung dan terakhir Provinsi Bengkulu. Peneliti sendiri merupakan bagian dari komunitas Novo Club ini yang awalnya menjadi anggota hingga sekarang telah menjadi Vice Head of Region 9, sehingga peneliti melihat dan merasakan sendiri bagaimana penyebaran informasi yang dilakukan dalam komunitas tersebut. Oleh karena itu, peneliti ingin melihat efektivitas penyebaran informasi dalam komunitas Novo Club batch 3.

Telah banyak literatur yang menyimpulkan bahwa kesempurnaan media penyampaian informasi memiliki pengaruh yang positif terhadap keberlangsungan komunikasi dalam komunitas. Konstruk 'Kesempurnaan' merepresentasikan kualitas dari komunitas itu sendiri. Sarana penyampaian informasi yang tepat menunjukkan bahwa teknologi informasi dan komunikasi yang tepat, sesuai dengan teori medium dan teori *uses and effect* yang dikemukakan oleh Sven Windahl (1979), akan menjadi alat yang bermanfaat untuk mempermudah koordinasi dan meningkatkan kinerja anggota komunitas (Sugeng Cahyono,2016). Teori *uses and effect* menyatakan bahwa media yang tepat, akan membawa individu kepada keputusan untuk menggunakan isi media massa. Dengan demikian, kesempurnaan sarana penyampaian informasi tidak hanya mencerminkan kualitas komunitas tetapi juga meningkatkan interaksi dan kinerja anggota melalui media komunikasi yang efektif.

Teori *uses and effect* dan teori medium mengidentifikasi media yang paling tepat dalam hal "kegunaan" untuk situasi komunikasi tertentu dengan mempertimbangkan audiens dan efek penggunaan medianya (Widyatama dkk,2016). Penerapan teori *uses and effect* dan teori medium dalam penelitian tentang penggunaan aplikasi pesan instan telegram dalam komunitas dapat membantu mengevaluasi seberapa tepat media tersebut

dalam menyampaikan informasi dan mengurangi ketidakjelasan. Telegram, dengan fitur-fiturnya dapat dianggap sebagai media yang cukup bermanfaat dalam konteks komunikasi digital. Kemampuan telegram untuk menyediakan umpan balik cepat, berbagai bentuk komunikasi (teks, audio, video), dan privasi yang tinggi memungkinkan aplikasi ini dapat mengurangi ketidakpastian dan meningkatkan kejelasan informasi dalam komunitas.

Penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Wanda Lestari Ningsih dengan judul penelitiannya “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Komunikasi Interpersonal pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan tahun 2020 IAIN Ponorogo” pada tahun 2023 menunjukkan bahwa penggunaan media yang tepat dapat meningkatkan efektivitas interaksi dan komunikasi dalam suatu kelompok seperti organisasi dan komunitas. Dalam konteks komunitas Novo Club batch 3, penggunaan telegram dapat meningkatkan koordinasi dan kinerja anggota dengan menyediakan platform komunikasi yang sesuai. Evaluasi empiris terhadap penggunaan telegram berdasarkan teori *uses and effect* dan teori medium dapat memberikan wawasan lebih lanjut tentang bagaimana aplikasi ini memfasilitasi penyebaran informasi dan mengurangi ambiguitas dalam komunikasi komunitas.

Penelitian ini akan membatasi ruang lingkupnya pada pengaruh penggunaan aplikasi telegram terhadap efektivitas penyebaran informasi dalam komunitas Novo Club batch 3. Melalui penelitian ini, variabel-variabel seperti relevansi informasi dengan penerima, kemudahan dalam memahami isi informasi, ketepatan media komunikasi, ketepatan format informasi, kredibilitas sumber informasi, dan ketepatan waktu akan dievaluasi untuk memahami seberapa besar pengaruh penggunaan telegram terhadap efektivitas penyebaran informasi. Selain itu, frekuensi dan durasi penggunaan fitur-fitur yang digunakan dalam aplikasi telegram akan dianalisis untuk mengetahui sejauh mana aplikasi ini digunakan dan dioptimalkan oleh anggota komunitas.

Penelitian ini dilakukan sebagai upaya peneliti yang merupakan staf dari komunitas Novo Club untuk membantu pengelola Novo Club melakukan pemilihan media komunikasi yang tepat dikarenakan anggota komunitas Novo Club yang cukup banyak. Jika media komunikasi yang digunakan komunitas ini tepat tentunya akan meningkatkan kualitas dari komunitas Novo Club serta anggotanya yang merupakan mahasiswa ini. Selain itu, penelitian ini juga dapat meningkatkan pemahaman pengelola komunitas (*employer branding* Paragon Corp) mengenai apakah aplikasi telegram dapat meningkatkan atau justru menghambat manajemen komunikasi, sehingga kedepannya pengelola dapat mengambil langkah-langkah strategis untuk meningkatkan komunikasi komunitas secara keseluruhan.

Oleh karena itu, peneliti mengangkat judul penelitian “Pengaruh Penggunaan Aplikasi Telegram terhadap Efektivitas Penyebaran Informasi Komunitas Novo Club batch 3” dikarenakan adanya kekhawatiran anggota mengenai penggunaan aplikasi telegram dalam penyebaran informasi meskipun memiliki fitur yang bermanfaat, dari sebab tersebut peneliti akan mengkaji penelitiannya dengan menggunakan teori *uses and effect* dan teori medium .

1.2 Rumusan Masalah

Berdasar pada latar belakang yang telah disusun, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Apakah terdapat pengaruh antara penggunaan aplikasi telegram terhadap efektivitas penyebaran informasi komunitas Novo Club batch 3?
2. Seberapa besar pengaruh antara penggunaan aplikasi telegram terhadap efektivitas penyebaran informasi komunitas Novo Club batch 3?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah ditentukan, penelitian ini memiliki beberapa tujuan, sebagai berikut :

1. Untuk mengetahui dan menganalisis pengaruh penggunaan aplikasi telegram terhadap efektivitas penyebaran informasi komunitas Novo Club batch 3.
2. Untuk mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh penggunaan aplikasi telegram terhadap efektivitas penyebaran informasi komunitas Novo Club batch 3.

1.4 Manfaat Penelitian

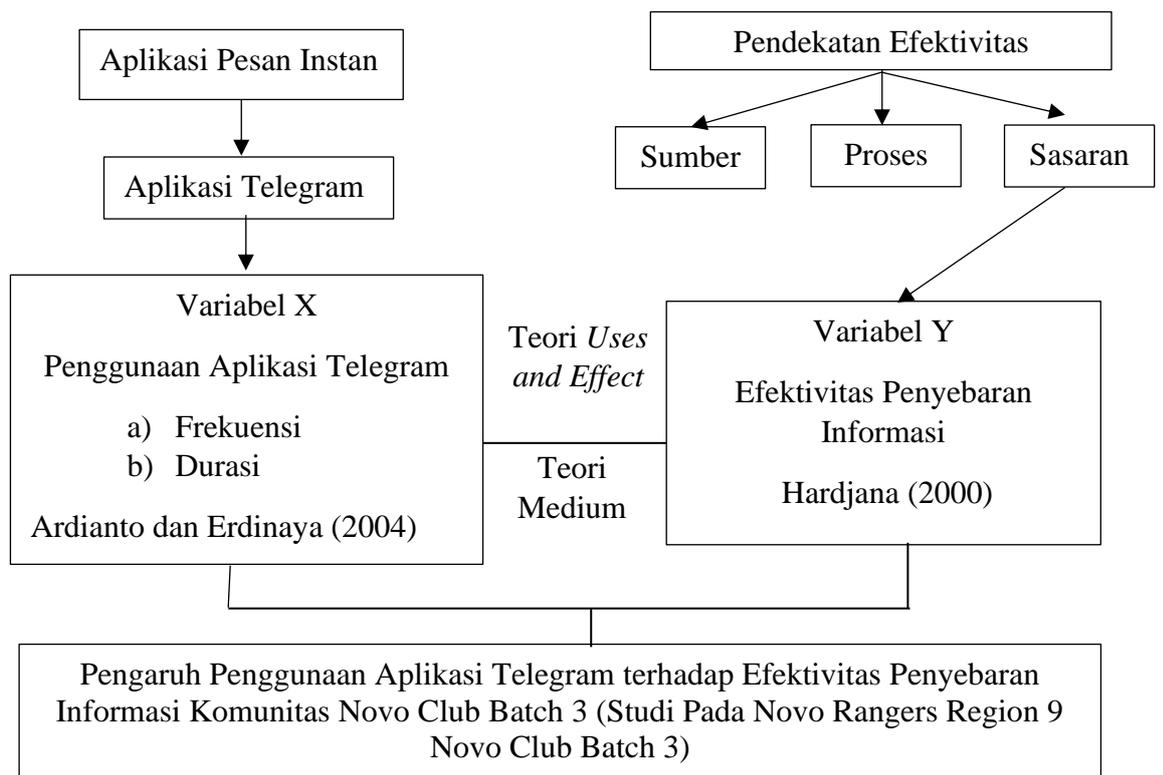
Penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara teoritis maupun praktis yang akan diuraikan menjadi:

1. Manfaat Teoritis
 - a) Mengisi kesenjangan pengetahuan dalam literatur akademis tentang pengaruh penggunaan aplikasi pesan tertentu, dalam hal ini telegram, terhadap efektivitas penyebaran informasi di dalam konteks komunitas tertentu.
 - b) Menambah pemahaman tentang teori komunikasi dalam konteks digital, khususnya dalam penggunaan aplikasi pesan instan, serta implikasinya terhadap dinamika komunikasi di dalam komunitas.
 - c) Memberikan kontribusi pada pengembangan teori komunikasi digital dengan memperluas pemahaman tentang faktor-faktor yang memengaruhi efektivitas penyebaran informasi di dalam komunitas yang menggunakan telegram sebagai alat komunikasi utama.
2. Manfaat Praktis
 - a) Memahami lebih dalam tentang penggunaan aplikasi telegram dalam konteks komunikasi dan pertukaran informasi di dalam komunitas Novo Club batch 3, yang dapat membantu meningkatkan efisiensi komunikasi internal dalam komunitas tersebut.

- b) Memberikan wawasan yang berharga kepada anggota komunitas Novo Club batch 3 khususnya region 9 tentang pentingnya penggunaan aplikasi telegram sebagai alat komunikasi serta cara untuk meningkatkan penerimaan informasi di dalam komunitas.
- c) Memberikan masukan praktis bagi pengelola komunitas Novo Club batch 3 untuk merancang strategi komunikasi yang lebih efektif melalui penggunaan aplikasi telegram, sehingga dapat meningkatkan keterlibatan dan partisipasi anggota komunitas.

1.5 Kerangka Pikir

Penelitian ini akan meneliti bagaimana kegunaan dari aplikasi telegram mempengaruhi efektivitas penyebaran informasi dalam komunitas Novo Club batch 3. Berikut rumusan kerangka berpikir:



Gambar 1.1 Kerangka Pikir (Sumber: Diolah oleh peneliti, 2024)

1.6 Hipotesis

Langkah berikutnya setelah mengembangkan kerangka berpikir adalah melakukan pengujian terhadap variabel yang ada melalui analisis statistik deskriptif. Statistik deskriptif adalah cabang statistik yang berfokus pada penyajian, ringkasan, dan interpretasi data secara deskriptif. Tujuan utama statistik deskriptif adalah untuk menggambarkan dan meringkas data sehingga dapat lebih mudah dipahami dan diinterpretasikan. Hipotesis merupakan jawaban sementara yang didapat dari hubungan antar variabel yang nantinya akan diuji dan dibuktikan dengan data empiris. Berikut hipotesis dalam penelitian ini:

H₀: Tidak terdapat pengaruh antara penggunaan aplikasi telegram terhadap efektivitas penyebaran informasi komunitas Novo Club batch 3.

H₁: Terdapat pengaruh antara penggunaan aplikasi telegram terhadap efektivitas penyebaran informasi komunitas Novo Club batch 3.

II. TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Untuk dijadikan referensi, peneliti memerlukan penelitian terdahulu untuk menjadi salah satu landasannya dalam mengerjakan penelitiannya. Penelitian terdahulu menyediakan dasar yang kuat untuk penelitian baru yang dapat membantu peneliti untuk memahami konsep, teori, dan temuan yang telah ada sebelumnya. Dengan meninjau penelitian terdahulu, peneliti dapat mengidentifikasi area yang belum banyak diteliti atau pertanyaan yang belum terjawab, sehingga dapat mengarahkan penelitian baru ke arah yang lebih relevan. Selain itu, peneliti juga dapat mencegah dupikasi yang tidak perlu dan memastikan bahwa penelitiannya menawarkan kontribusi baru. Berikut akan dijabarkan beberapa penelitian terdahulu yang akan dijadikan referensi oleh peneliti :

Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
1.	Ali Akbar (Prodi Komunikasi dan Penyiaran Islam - Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Ar-Raniry), 2018	Efektivitas Youtube sebagai Media Penyebaran Informasi (Studi pada Serambi on TV)	Menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan fokus pada efektivitas penyebaran informasi.	Penelitian ini berfokus pada YouTube sebagai media penyebaran informasi dengan objek penelitiannya adalah Serambi on TV, sedangkan peneliti ingin membahas penggunaan aplikasi telegram dengan targetnya adalah komunitas yaitu Novo Club batch 3.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
2.	Aprilia Dwi Wijayati (Prodi Komunikasi Penyiaran Islam – FDIK UIN Syarif Hidayatullah), 2021	Pengaruh Penggunaan Aplikasi Telegram Terhadap Peningkatan Pengetahuan Keagamaan	Mengkaji pengaruh penggunaan telegram terhadap suatu fenomena	Penelitian terdahulu ini berfokus pada pengaruh penggunaan telegram terhadap peningkatan pengetahuan keagamaan dengan menggunakan teori efek komunikasi massa oleh Schramm dan Roberts. Peneliti sendiri berfokus pada pengaruh penggunaan telegram terhadap efektivitas penyebaran informasi di suatu komunitas dengan teori yang digunakan untuk mengujinya ialah teori <i>uses and effect</i> .
3.	Novi Aditya Sari, Muhammad Ramdhani, Weni A. Arindawati (Program Studi Ilmu Komunikasi - FISIP, Universitas Singaperbangsa Karawang), 2023	Pengaruh Penggunaan Aplikasi Telegram pada Grup Discountfess terhadap Pemenuhan Informasi Promosi	Menggunakan pendekatan kuantitatif yang berfokus pada bagaimana penggunaan media untuk memenuhi kebutuhan informasi.	Penelitian ini berfokus pada pemenuhan informasi promosi dalam grup telegram discountfess. Peneliti disisi lain akan meneliti penyebaran informasi secara umum dalam suatu komunitas.
4.	Intan Puspita Sari, Petrus Ana Andung, Muhammad Aslam – (Program Studi Ilmu Komunikasi- FISIP Universitas Nusa Cendana), 2022	Perilaku Bermedia Sosial Mahasiswa Pengguna Telegram (Studi Kasus pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Undana)	Sama-sama membahas penggunaan aplikasi telegram serta sama-sama mengkaji dampak penggunaan telegram terhadap tujuan tertentu.	Penelitian terdahulu ini menjelaskan tentang rutinitas dan perilaku mahasiswa dalam menggunakan telegram untuk berbagai tujuan pribadi. Peneliti sendiri berusaha berfokus pada pengaruh penggunaan aplikasi telegram terhadap efektivitas penyebaran informasi dalam komunitas Novo Club Batch 3.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Persamaan	Perbedaan
5.	Ismi Adnin (Prodi FKIP Universitas Sriwijaya), 2022	Pengaruh Penggunaan Aplikasi Telegram Terhadap Tingkat Pemahaman Materi PPKn Saat Belajar Online Pada Siswa Kelas XI UPT SMA Negeri 1 Ogan Ilir	Mengkaji pengaruh penggunaan aplikasi telegram terhadap suatu fenomena.	Penelitian ini menjelaskan bagaimana pengaruh aplikasi telegram dalam pembelajaran online pada jenjang SMA dengan jenis penelitian pre experimental design bentuk one-group pretest-posttest design. Sedangkan peneliti berusaha untuk mengkaji penggunaan telegram terhadap efektivitas penyebaran informasi dalam suatu komunitas yang dikaji menggunakan teori <i>uses and effect</i> .

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2024

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Konsep Komunikasi Digital

Komunikasi diambil dari Bahasa Inggris yaitu "*communication*". Istilah ini berasal dari Bahasa Latin "*communicare*". Komunikasi ialah suatu cara menyampaikan pesan kepada orang lain menggunakan media tertentu hingga maksud dan tujuan diantara keduanya terpenuhi (Edi Harapan dkk, 2014) . Aktivitas komunikasi terjadi ketika seorang komunikator berniat menyampaikan pesan kepada komunikan untuk mencapai tujuan tertentu. Proses ini dapat berlangsung secara langsung, memungkinkan umpan balik segera dari komunikan, atau secara tidak langsung, di mana umpan balik tidak dapat diterima secara langsung. Pilihan antara komunikasi langsung dan tidak langsung sangat dipengaruhi oleh media yang digunakan dalam proses tersebut.

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah dinamika interaksi manusia, memungkinkan komunikasi tidak lagi terbatas pada pertemuan tatap muka. Saat ini, komunikasi dapat terjadi meskipun komunikator dan komunikan terpisah oleh jarak dan waktu. Komunikasi digital, yang memanfaatkan perangkat elektronik dan jaringan internet, menjadi sarana utama yang menghubungkan kedua pihak. Keunggulan komunikasi digital terletak pada kemampuannya mendukung komunikasi dua arah serta fleksibilitasnya untuk berlangsung secara sinkron (*synchronous*) atau asinkron (*asynchronous*). Komunikasi sinkron memungkinkan interaksi real-time, seperti dalam obrolan teks atau panggilan video, sementara komunikasi asinkron memungkinkan pesan dikirim dan diterima dengan jeda waktu, seperti dalam email atau forum diskusi.

Komunikasi digital memegang peranan krusial dalam era modern, mencerminkan transformasi signifikan dalam cara manusia berinteraksi dan bertukar informasi. Dengan memanfaatkan perangkat teknologi berbasis elektronik serta jaringan internet, komunikasi digital menawarkan fleksibilitas yang memungkinkan interaksi terjadi tanpa batasan waktu dan tempat. Hal ini berbeda secara fundamental dengan komunikasi tradisional yang mengandalkan pertemuan fisik atau medium cetak, di mana pengiriman dan penerimaan pesan kerap membutuhkan waktu lebih lama. Menurut Ni'amah dan Putri (2019), perkembangan teknologi digital telah mengintegrasikan interaksi manusia dalam ruang virtual, menghilangkan hambatan geografis dan temporal yang sebelumnya menjadi kendala utama.

Fleksibilitas komunikasi digital tercermin dalam kemampuannya untuk mendukung berbagai format komunikasi, baik secara sinkron (*real-time*) maupun asinkron. Sinkronisasi memungkinkan interaksi langsung, seperti dalam rapat daring melalui aplikasi seperti Zoom atau Microsoft Teams, di mana komunikator dan komunikan dapat bertukar pesan secara simultan. Sebaliknya, komunikasi asinkron, seperti email atau pesan singkat, memberikan kebebasan bagi penerima untuk merespons

pesan sesuai dengan ketersediaan waktu mereka. Studi oleh Budiarto (2020) menegaskan bahwa fleksibilitas semacam ini berkontribusi pada peningkatan efisiensi dalam pengelolaan komunikasi, baik dalam konteks personal, pendidikan, maupun profesional.

Selain fleksibilitas, komunikasi digital juga menghadirkan efisiensi yang belum pernah terbayangkan sebelumnya. Penggunaan perangkat digital memungkinkan penyampaian pesan dalam hitungan detik, mengurangi kebutuhan akan media fisik, dan meminimalkan biaya operasional. Dalam konteks bisnis, misalnya, media sosial telah menjadi alat yang sangat efektif untuk menjangkau konsumen secara luas dengan biaya yang relatif rendah (Puspitarini & Nuraeni, 2019). Hal ini juga berlaku dalam dunia pendidikan, di mana platform pembelajaran daring memberikan akses kepada siswa dan pendidik untuk berbagi sumber daya tanpa batasan fisik.

Komunikasi digital menciptakan dinamika interaksi yang lebih responsif dan adaptif. Kecepatan dalam menerima dan memberikan umpan balik membuat hubungan antara komunikator dan komunikan menjadi lebih interaktif. Misalnya, penggunaan fitur komentar pada platform digital memungkinkan audiens untuk langsung memberikan tanggapan terhadap informasi yang disampaikan, menciptakan dialog yang konstruktif. Menurut Pratama (2022), responsivitas semacam ini tidak hanya meningkatkan keterlibatan audiens tetapi juga membangun hubungan yang lebih erat dan saling menguntungkan antara pihak yang berkomunikasi.

Menurut McQuail (2010), komunikasi digital juga memungkinkan penyebaran informasi yang lebih cepat dan luas dibandingkan dengan komunikasi tradisional. Fleksibilitas dan kecepatan komunikasi digital mempermudah individu dan organisasi untuk berinteraksi tanpa batasan waktu dan lokasi, menjadikannya alat yang efektif untuk mencapai audiens yang lebih besar dalam waktu singkat. Efektivitas komunikasi digital memiliki peran yang signifikan dalam mendukung interaksi dan

kolaborasi dalam komunitas *online*. Platform digital seperti forum, grup media sosial, dan aplikasi pesan instan memungkinkan anggota komunitas untuk berkomunikasi secara *real-time*, berbagi informasi, dan bekerja sama dalam berbagai proyek. Rheingold (2000) menyatakan bahwa komunikasi digital memperkuat hubungan sosial dengan memungkinkan individu untuk tetap terhubung meskipun terpisah oleh jarak geografis. Dalam konteks komunitas *online*, komunikasi digital tidak hanya memfasilitasi pertukaran informasi tetapi juga membangun rasa kebersamaan dan solidaritas di antara anggotanya. Hal ini penting dalam suatu komunitas seperti Novo Club, di mana kolaborasi dan inovasi merupakan nilai intinya.

Selain itu, aksesibilitas teknologi juga mempengaruhi efektivitas penyebaran informasi dalam komunikasi digital. *Digital divide* atau kesenjangan digital dapat menghambat akses informasi bagi mereka yang tidak memiliki akses ke teknologi atau internet. Oleh karena itu, komunikasi digital telah merevolusi cara individu dan organisasi berinteraksi, menawarkan kecepatan, fleksibilitas, dan aksesibilitas yang tidak tertandingi oleh media tradisional. Namun, efektivitasnya tergantung pada bagaimana teknologi ini digunakan dan diakses oleh pengguna.

2.2.2 Aplikasi Telegram sebagai Media Komunikasi

Media komunikasi memiliki peran penting dalam komunitas *online* contohnya dalam komunitas Novo Club. Salah satu fungsi media komunikasi dalam komunitas *online*, yaitu agar segala informasi yang disampaikan pengelola komunitas dapat dipahami dengan baik oleh anggota komunitas. Perkembangan komunitas saat ini terjadi dengan sangat cepat dan masif yang mengharuskan pengelola komunitas memutakhirkan teknologi setiap saat. Oleh karena itu, pemahaman mendalam tentang media dan teknologi serta pemanfaatannya merupakan kebutuhan mendesak (Yaumi & Damopoli, 2015).

Salah satu bentuk pemutkhiran yang dilakukan oleh pengelola Novo Club yaitu pada media yang digunakan untuk penyebaran informasi dimana pada batch 3 ini pengelola Novo Club memutuskan untuk menggunakan aplikasi telegram untuk media komunikasi utamanya dengan anggota komunitas Novo Club batch 3. Telegram sendiri diluncurkan pada tahun 2013 oleh Pavel dan Nikolai Durov sebagai aplikasi pesan instan yang menekankan pada kecepatan dan keamanan. Awalnya dikembangkan sebagai alternatif yang lebih aman dibandingkan aplikasi pesan lainnya, Telegram dengan cepat mendapatkan popularitas di seluruh dunia karena fitur-fitur inovatifnya dan komitmennya terhadap privasi pengguna. Menurut KrispCall (2024), telegram telah menjadi alat komunikasi penting dengan berbagai fitur yang mendukung interaksi dalam komunitas besar dan kecil. Telegram terus berkembang dengan penambahan fitur-fitur baru yang menarik, seperti kemampuan untuk mengirim pesan yang dapat menghapus sendiri dan pengenalan video grup. Perkembangan ini menunjukkan komitmen telegram dalam menjawab kebutuhan pengguna yang terus berubah dan memastikan bahwa platform ini tetap relevan dan kompetitif di pasar aplikasi pesan instan.

Telegram menawarkan berbagai fitur yang membuatnya menonjol sebagai alat komunikasi. Salah satu fitur utama adalah grup, yang memungkinkan hingga 200.000 anggota untuk berpartisipasi dalam satu grup, menjadikannya ideal untuk komunitas besar. *Channel* adalah fitur lain yang penting, di mana pengguna dapat menyiarkan pesan kepada audiens yang tidak terbatas tanpa interaksi dua arah. Bot, yang dapat dikustomisasi untuk berbagai fungsi seperti menjawab pertanyaan pengguna atau mengelola tugas tertentu, menambah dimensi interaktif pada platform. Selain itu, telegram menyediakan fitur polling, yang memungkinkan pengguna untuk membuat jajak pendapat dalam grup atau *channel* serta dapat memfasilitasi pengambilan keputusan kolektif. Fitur-fitur ini menunjukkan fokus telegram pada fleksibilitas dan fungsionalitas, menjadikannya alat yang kuat untuk komunikasi modern.

Telegram memiliki beberapa kelebihan yang membuatnya populer di kalangan pengguna. Keamanan adalah salah satu aspek yang paling menonjol, dengan enkripsi *end-to-end* dan opsi *secret chats* yang memberikan lapisan perlindungan tambahan. Kecepatan dan keandalan telegram juga menjadi nilai plus, dengan kemampuan untuk mengirim pesan dan file dengan cepat bahkan di jaringan yang lambat. Selain itu, fleksibilitas dalam ukuran grup dan *channel* membuat telegram cocok untuk berbagai keperluan, dari obrolan pribadi hingga komunikasi dalam komunitas besar. Namun, telegram juga memiliki beberapa kekurangan. Misalnya, enkripsi *end-to-end* tidak diaktifkan secara default untuk semua obrolan, yang dapat membingungkan pengguna yang kurang paham teknologi. Menurut Suminar dan Nugroho (2023), meskipun telegram menawarkan banyak fitur canggih, tantangan dalam hal antarmuka pengguna dan pengaturan keamanan dapat menghambat adopsi lebih luas.

Dengan berbagai fitur dan komitmen terhadap keamanan, telegram telah berhasil menempatkan dirinya sebagai salah satu media social yang banyak digunakan oleh kaum profesional. Namun, tantangan dalam penggunaan dan pengaturan keamanan menunjukkan bahwa masih ada ruang untuk perbaikan. Pengguna yang memahami dan memanfaatkan fitur-fiturnya dapat menikmati komunikasi yang cepat, aman, dan efektif melalui platform ini. Dalam penelitian ini, aplikasi telegram akan dikaji dari sudut pandang penggunaannya. Menurut Ardianto dan Erdinaya (2004), penggunaan media dapat dilihat dan diukur dari frekuensi dan durasi penggunaan media tersebut.

2.2.3 Efektivitas Penyebaran Informasi

Secara umum, efektif merupakan kata dasar dari kata efektivitas, yang berarti keberhasilan dalam mencapai tujuan yang telah ditentukan. Hubungan antara harapan dengan pencapaian sesungguhnya selalu terkait dengan efektivitas (Indriyani, 2021).

Sedangkan, penyebaran informasi sendiri merupakan proses penyebarluasan pesan kepada khalayak dengan tujuan memberikan pemahaman yang jelas dan akurat mengenai suatu topik atau isu tertentu. Menurut Ibrahim (1988), penyebaran informasi adalah tindakan penyebaran informasi serta inovasi yang dilakukan kepada khalayak. Dalam konteks komunitas, penyebaran informasi bertujuan agar anggota memperoleh informasi secara lengkap dan jelas sehingga nantinya dapat memanfaatkan informasi tersebut untuk kepentingan yang menunjang kualitas komunitas (Widiastuti, 2019).

Penyebaran informasi dapat dilakukan melalui berbagai metode, baik secara langsung maupun tidak langsung. Metode langsung melibatkan interaksi tatap muka, seperti penyuluhan atau sosialisasi, sementara metode tidak langsung memanfaatkan media massa, media online, atau publikasi cetak (Rahmawati, 2020). Pemilihan metode yang tepat sangat penting untuk memastikan informasi dapat diterima dan dipahami dengan baik oleh target audiens. Komunitas Novo Club sendiri menggunakan metode penyebaran informasi tidak langsung. Penyebaran informasi yang efektif memerlukan pemilihan media yang sesuai, dan penyampaian pesan yang jelas serta faktual, sehingga tujuan penyebaran informasi dapat tercapai dengan optimal (Santoso, 2021).

Dengan demikian, efektivitas penyebaran informasi adalah seberapa jauh informasi yang disebarkan melalui *channel* telegram Novo Club by Paragon Corp oleh pengelola komunitas Novo Club batch 3 sesuai dengan kebutuhan anggota komunitas Novo Club batch 3.

Berkaitan dengan pendekatan efektivitas, Lubis dan Husseini menyebutkan ada 3 (tiga) pendekatan utama dalam pengukuran efektivitas (Sanjaya, 2020), yaitu:

1. Pendekatan sasaran : pendekatan ini mengukur efektivitas dengan sudut pandang audiens atau penerima informasi.

2. Pendekatan proses: pendekatan ini mengukur efektivitas yang berfokus pada kondisi internal organisasi secara keseluruhan.
3. Pendekatan sumber: pendekatan ini fokus mengukur efektivitas pada organisasi atau pengelola.

Berdasarkan latar belakang yang telah dijabarkan dalam penelitian ini bahwa permasalahan muncul dari kritikan anggota komunitas Novo Club batch 3. Sehingga efektivitas dalam penelitian ini menggunakan pendekatan sasaran, dimana efektivitas penyebaran informasi dilihat dari sudut pandang anggota komunitas Novo Club batch 3 dengan fokus utamanya adalah seberapa baik telegram memenuhi kebutuhan informasi anggota komunitas Novo Club batch 3. Efektivitas dalam penyebaran informasi sangat penting, terutama dalam komunitas *online* karena membantu memastikan bahwa pesan yang dikirimkan tidak hanya sampai tetapi juga dipahami dengan benar oleh audiens. Namun, efektivitas ini juga bergantung pada kemampuan komunitas dalam memanfaatkan media tersebut secara optimal (Magdalena,2021).

Menurut Hardjana, efektivitas penyebaran informasi dapat diukur dengan enam kriteria (2000:30-40) yakni relevansi informasi dengan penerima, kemudahan dalam memahami isi informasi, ketepatan media komunikasi, ketepatan format informasi, kredibilitas sumber informasi, dan ketepatan waktu (A. Basuni dkk, 2021). Dengan mempertimbangkan berbagai indikator tersebut dan menggunakan metode pengukuran yang tepat, penyebaran informasi dapat dioptimalkan untuk mencapai tujuan komunikasi yang diinginkan.

2.2.4 Pengaruh Teknologi Komunikasi terhadap Komunitas

Teknologi komunikasi adalah segala hal yang terkait dengan penggunaan alat, sistem, atau perangkat yang memungkinkan proses pengolahan, transmisi, dan pertukaran data atau informasi antara dua atau lebih pihak (Huda,2020).

Teknologi ini mencakup berbagai jenis perangkat keras dan perangkat lunak yang memungkinkan pertukaran informasi dalam bentuk teks, suara, gambar, maupun video. Dengan kata lain, teknologi komunikasi adalah sarana yang memfasilitasi pengiriman pesan atau data, baik dalam bentuk analog maupun digital, dari satu titik ke titik lain melalui berbagai media dan saluran komunikasi. Teknologi komunikasi telah membawa perubahan signifikan dalam interaksi sosial di berbagai komunitas. Menurut McLuhan (1964), media teknologi bukan hanya alat penyampai pesan, tetapi juga memperluas cara kita berinteraksi dengan dunia di sekitar kita (Griffin dkk,2023).

Dalam komunitas, teknologi komunikasi seperti media sosial, aplikasi pesan instan, dan platform kolaborasi telah memungkinkan anggota untuk berinteraksi tanpa batasan waktu dan tempat. Teknologi ini memungkinkan komunikasi *real-time* yang memperkuat hubungan interpersonal dan mendukung kolaborasi yang lebih efektif. Namun, beberapa ahli, seperti Turkle (2011), berpendapat bahwa meskipun teknologi mendekatkan orang secara virtual, ada risiko bahwa interaksi tatap muka dapat berkurang, yang dapat mempengaruhi kedalaman dan kualitas hubungan sosial.

Teknologi komunikasi memainkan peran penting dalam meningkatkan partisipasi dan keterlibatan anggota komunitas (Rahman,2022). Dengan menyediakan berbagai alat komunikasi yang mudah diakses dan digunakan, teknologi memungkinkan anggota komunitas untuk terlibat lebih aktif dalam diskusi, pengambilan keputusan, dan kegiatan komunitas lainnya. Misalnya, aplikasi seperti telegram menyediakan fitur grup dan *channel* yang memfasilitasi diskusi dan penyebaran informasi secara cepat dan efisien. Menurut Rheingold (2000), teknologi ini membantu menciptakan ruang publik *virtual* yang memperkuat partisipasi anggota komunitas dengan cara yang tidak mungkin dilakukan sebelumnya.

Beberapa studi kasus menunjukkan bagaimana teknologi komunikasi dapat digunakan secara tepat dalam suatu komunitas. Misalnya, dalam sebuah penelitian yang dilakukan Muchtar (2020) menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi komunikasi digital dalam pendidikan jarak jauh dapat meningkatkan keterlibatan dan partisipasi siswa, serta memfasilitasi penyampaian materi pembelajaran secara efektif. Dalam konteks bisnis, dapat dilihat pada penelitian Ardhika Pramudia (2020) yang menunjukkan bahwa penggunaan aplikasi komunikasi seperti telegram dapat meningkatkan efisiensi dan efektivitas komunikasi dalam organisasi bisnis, yang pada gilirannya meningkatkan produktivitas dan kepuasan karyawan. Teknologi komunikasi memiliki dampak yang mendalam pada interaksi sosial dan partisipasi anggota komunitas. Dengan memanfaatkan teknologi ini secara tepat, komunitas dapat memperkuat ikatan sosial, meningkatkan partisipasi, dan mencapai tujuan kolektif dengan lebih efisien. Namun, penting juga untuk mempertimbangkan potensi dampak negatif dan mencari keseimbangan antara interaksi *virtual* dan tatap muka.

2.2.5 Komunitas Novo Club Batch 3

Novo Club merupakan komunitas bagi mahasiswa aktif yang dibentuk oleh Paragon Corp sebagai laboratorium pengembangan diri untuk mahasiswa. Tujuan utama pendirian Novo Club adalah untuk mendorong budaya inovasi dan kolaborasi di kalangan mahasiswa. Komunitas ini didirikan dengan dasar nilai-nilai yang dianut oleh Paragon Corp, khususnya nilai inovasi yang tercermin dalam nama "Novo" dikutip dari Novoclub.id. Nilai ini merepresentasikan pemikiran brilian, ide-ide kebaruan, dan rasa penasaran tinggi yang dimiliki oleh anak muda. Novo Club berusaha menjadi wadah di mana anggota dapat mengembangkan keterampilan kepemimpinan, meningkatkan kemampuan berinovasi, dan bekerja sama dalam berbagai proyek yang berdampak positif bagi komunitas dan masyarakat luas.

Sejak didirikan yaitu pada tahun 2022, Novo Club telah menjadi platform penting bagi mahasiswa untuk belajar, bertukar ide, dan berkontribusi secara nyata melalui berbagai kegiatan yang diselenggarakan. Aktivitas yang dilakukan oleh Novo Club batch 3 sangat beragam, mulai dari workshop, seminar, hingga proyek kolaboratif yang melibatkan anggota dari berbagai latar belakang. Workshop yang diselenggarakan seringkali bertujuan untuk meningkatkan keterampilan teknis dan soft skills anggota, seperti keterampilan komunikasi, manajemen waktu, dan berpikir kritis. Seminar biasanya mengundang pembicara yang berpengalaman untuk berbagi pengetahuan dan inspirasi. Selain itu, proyek kolaboratif menjadi ajang bagi anggota untuk mengimplementasikan ide-ide inovatif mereka dalam bentuk nyata, seperti mengadakan *event* atau mengembangkan produk yang bermanfaat bagi masyarakat. Aktivitas-aktivitas ini dirancang untuk menciptakan lingkungan belajar yang dinamis dan mendukung pengembangan potensi maksimal setiap anggota.

Novo Club memiliki beragam aktivitas solid yang berfungsi untuk mendukung anggota dalam mencapai tujuan bersama. Namun, komunitas ini menghadapi beberapa tantangan besar, terutama dalam hal penyebaran informasi secara efektif. Salah satu tantangan utama yang dihadapi adalah proses *trial and error* dalam menentukan sarana atau aplikasi yang paling cocok untuk mendistribusikan informasi. Komunitas ini terus-menerus bereksperimen dengan berbagai platform komunikasi untuk menemukan aplikasi apa yang paling efektif dalam menyampaikan informasi kepada seluruh anggotanya. Tantangan ini timbul karena setiap anggota memiliki preferensi dan kebiasaan yang berbeda-beda dalam menerima informasi. Beberapa anggota mungkin lebih responsif terhadap pesan melalui aplikasi perpesanan instan seperti telegram, sementara yang lain lebih menyukai email atau platform media sosial.

Kesulitan dalam menemukan aplikasi yang tepat seringkali menyebabkan informasi penting tidak tersampaikan secara merata. Hal ini bisa mengakibatkan beberapa anggota tidak menerima informasi penting tepat waktu, yang pada akhirnya mempengaruhi partisipasi dan keterlibatan mereka dalam kegiatan komunitas. Selain itu, perbedaan dalam tingkat pemahaman teknologi dan literasi digital di antara anggota juga menambah kompleksitas masalah ini. Dalam upaya mengatasi tantangan ini, peneliti melakukan berbagai evaluasi dan pengujian untuk mengidentifikasi aplikasi yang mampu memenuhi kebutuhan komunikasi komunitas secara keseluruhan. Proses ini melibatkan analisis *feedback* dari anggota, pengujian fungsi dan fitur aplikasi, serta pemantauan efektivitas penyebaran informasi. Tujuannya adalah untuk menemukan solusi komunikasi yang tidak hanya mudah diakses oleh semua anggota tetapi juga memastikan bahwa informasi dapat dipahami dengan jelas dan disampaikan dengan tepat waktu kepada seluruh lapisan anggota komunitas.

Hingga saat ini komunitas Novo Club masih menggunakan multi media sosial dalam penyebarannya yaitu telegram sebagai media sosial utama dan dua media sosial pendukung penyebaran informasi yaitu instagram dan whatsapp. Yang pertama, telegram seperti yang telah dijabarkan oleh peneliti diatas bahwa telegram banyak digunakan oleh kaum profesional mulai dari komunitas, grup dengan hobi yang sama bahkan sampai dunia pendidikan. Hal ini tentunya dikarenakan kelebihanannya yang dapat menampung lebih dari 200.000 orang , tingkat keamanannya yang tinggi dan kelebihanannya yang dapat mengirimkan file hingga ukuran 1,5 GB. Yang kedua, whatsapp merupakan media sosial yang sudah tidak asing lagi terutama bagi warga Indonesia dengan jumlah pengguna sebanyak 181,57 juta dikutip dari Databoks. Aplikasi whatsapp memiliki keunggulan dalam tampilan dan fitur-fiturnya yang cukup sederhana sehingga dapat digunakan oleh semua kalangan.

Yang terakhir instagram, media sosial ini tentunya digunakan oleh Novo Club untuk memperkuat branding komunitasnya selain itu aplikasi ini juga populer digunakan oleh generasi muda karena fitur visualnya yang kuat sehingga cocok untuk menunjang penyebaran informasi komunitas Novo Club yang memiliki anggota mahasiswa di seluruh Indonesia.

2.2.6 Penetrasi Internet Region 9

Penetrasi internet adalah ukuran yang menunjukkan seberapa besar proporsi penduduk suatu wilayah yang menggunakan atau memiliki akses terhadap internet. Angka ini biasanya dinyatakan dalam persentase dan menjadi indikator penting untuk menilai tingkat adopsi teknologi digital dalam suatu masyarakat. Menurut Onno W. Purbo, penetrasi internet berkaitan dengan kemampuan masyarakat untuk mengakses dan memanfaatkan teknologi digital dalam sehari-hari (Onno W. Purbo, 2016). Berikut adalah pemaparan penetrasi internet beberapa wilayah di region 9 yang didapatkan peneliti dari survei penetrasi internet indonesia tahun 2024 oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) dikutip dari apjii.or.id, diantaranya adalah sebagai berikut :

1. Provinsi Lampung

Provinsi Lampung memiliki tingkat penetrasi internet sebesar 77,75% dengan jumlah pengguna internet di Lampung berkontribusi sebesar 3,27% dari total pengguna internet di Indonesia. Selain itu Lampung memiliki pengaruh yang cukup besar di Sumatera, hal ini ditunjukkan dengan hampir 15,44% pengguna internet di Sumatera berasal dari provinsi ini yang menunjukkan bahwa populas Lampung relative besar dibandingkan provinsi lain di pulau tersebut.

2. Provinsi Sumatera Selatan (Palembang)

Provinsi Sumatera Selatan memiliki tingkat penetrasi internet sebesar 74,62%. Dengan jumlah penduduk yang cukup besar, Sumsel berkontribusi sebesar 2,94% dari total pengguna internet di Indonesia. Sumsel memberikan kontribusi signifikan terhadap penggunaan internet di Sumatera yaitu sebesar 13,91%, meskipun penetrasinya lebih rendah dibanding provinsi lain seperti Jambi atau Bangka Belitung.

3. Provinsi Bengkulu

Provinsi Bengkulu memiliki tingkat penetrasi internet sebesar 82,67% sehingga masuk dalam kategori tinggi dibandingkan Lampung dan Sumsel. Walaupun penetrasi internetnya tinggi, kontribusi Bengkulu terhadap total pengguna internet nasional sangat kecil yaitu sebesar 0,78%. Hal ini disebabkan oleh jumlah penduduk Bengkulu yang relatif kecil. Di tingkat regional atau Pulau Sumatera, Bengkulu berkontribusi sebesar 3,68% pengguna internet di Sumatera.

4. Provinsi Jambi

Jambi memiliki tingkat penetrasi internet tertinggi di antara provinsi yang ada di regional 9, yaitu sebesar 85,91%. Walaupun tingkat penetrasinya tinggi, Jambi hanya berkontribusi 1,43% dari total pengguna internet di Indonesia, menunjukkan populasinya yang tidak terlalu besar. Dalam Pulau Sumatera, Jambi memberikan kontribusi 6,74% cukup besar meskipun bukan yang tertinggi.

5. Provinsi Bangka Belitung

Penetrasi internet di Bangka Belitung sangat tinggi yaitu sebesar 84,83% mendekati angka Jambi. Hal ini menunjukkan akses internet yang baik di provinsi ini.

Kontribusi Bangka Belitung terhadap Indonesia masuk dalam kategori terkecil di region 9 yaitu sebesar 0,58%. Hal ini disebabkan karena provinsi ini memiliki populasi yang sangat kecil. Selain itu, kontribusi terhadap Pulau Sumatera juga relatif kecil karena populasi yang terbatas yaitu 2,73%.

2.2.7 *Key Performance Indicator (KPI)*

Key Performance Indicator (KPI) adalah alat ukur yang digunakan untuk menilai sejauh mana suatu organisasi atau proses mencapai tujuan strategis yang telah ditetapkan (Damayanti dkk,2022). KPI menjadi instrumen penting dalam evaluasi kinerja, terutama dalam konteks komunikasi dan penyebaran informasi. KPI bertujuan untuk memberikan gambaran yang jelas dan terukur mengenai pencapaian tujuan komunikasi yang melibatkan audiens tertentu. Dalam penelitian ini untuk mengetahui efektif atau tidaknya penyebaran informasi komunitas Novo Club batch 3 maka peneliti mencantumkan ukuran capaian efektivitas menurut pengelola komunitas Novo Club batch 3 yang akan disajikan pada tabel dibawah ini :

Tabel 2.2 Interpretasi Efektivitas

Kelas	Kriteria Interpretasi Skor	Kategori
1	80,6% - 100%	Sangat Efektif
2	60,6% - 80,5%	Efektif
3	40,6% - 60,5%	Cukup Efektif
4	20,6% - 40,5%	Kurang Efektif
5	0% - 10.5%	Sangat Kurang Efektif

Sumber : Dokumen dari pengelola komunitas Novo Club batch 3, 2025

2.2.8 Teori *Uses and Effect*

Teori *uses and effect* pertama kali diperkenalkan oleh McQuail dan Windahl pada tahun 1997, sebagai hasil dari penggabungan dua teori utama dalam studi komunikasi, yaitu teori *Uses and Gratifications* dan teori efek media. Teori ini menekankan pentingnya memahami bagaimana media digunakan oleh audiens, karena penggunaan tersebut dapat memberikan wawasan mendalam tentang dampak yang dihasilkan oleh komunikasi melalui media tertentu. Konsep "use" dalam teori ini menjadi kunci utama dalam menganalisis hubungan antara media dan audiensnya (Sendjaja, 2004). Teori ini tidak hanya berfokus pada pesan yang disampaikan oleh media, tetapi juga pada peran aktif audiens dalam mengakses, dan memanfaatkan media sesuai dengan kebutuhan mereka. Teori *uses and effect* ini memperkuat pandangan bahwa dampak media bukanlah hasil pasif dari eksposur, melainkan tergantung pada interaksi dinamis antara pengguna dan media yang digunakan.

Faktor-faktor seperti frekuensi dan durasi juga mempengaruhi penggunaan media menurut teori ini (Ardianto dan Erdinaya, 2004). Teori ini menggarisbawahi peran aktif pengguna media dalam memilih media yang sesuai dengan kebutuhan mereka, baik dari segi isi informasi maupun karakteristiknya. Selain itu, perhatian teori ini tidak hanya tertuju pada aktivitas yang dilakukan pengguna, tetapi juga pada dampak yang dihasilkan oleh media tersebut. Sehingga hubungan antara pengguna dan isi media yang mereka akses menjadi sangat penting (Burhan, 2006).

Teori ini mengasumsikan bahwa penggunaan media memiliki efek pada audiens, dengan pengguna dianggap sebagai aktor yang aktif dan memiliki kebebasan dalam memilih media yang mereka gunakan. Dalam konteks penelitian, teori ini diterapkan pada penggunaan aplikasi telegram oleh komunitas Novo Club batch 3 yang berisi segala informasi mengenai seluruh rangkaian kegiatan komunitas tersebut.

2.2.9 Teori Medium

Selama bertahun-tahun, media seperti televisi, film, radio, koran dan internet telah menjadi objek studi bagi banyak ahli, terutama peneliti dan pengamat komunikasi. Hal ini juga umum diketahui bahwa ketika para ahli membahas tentang media, sebagian besar dari mereka biasanya mengacu pada konten yang diberikan media atau peran media sebagai sebuah industri. Di sisi lain, sedikit media yang diamati sebagai diri mereka, padahal media sebagai lingkungan dapat menjadi kekuatan sosial yang signifikan. Croteau dan Hoynes (2003) dalam Windah (2012) bahkan mendukung ini dengan menyatakan bahwa "sifat medium dapat menjadi kunci untuk dampak sosial" dalam perkembangan peradaban manusia. Karena gagasan ini, maka penting untuk menilai media sebagai diri mereka sendiri, bahwa media adalah bagian penting dari proses komunikasi (Hartley, 2002 sebagai dikutip dalam Hikmah, 2011). Selanjutnya, jenis media juga mempengaruhi efektivitas penyebaran informasi, dalam arti masing-masing media memiliki karakteristik yang berbeda yang mungkin akan menghasilkan dampak yang berbeda (Meyrowitz 1994, dalam Windah 2012). Teori Medium berakar pada konsep keberadaan media sebagai sebuah lingkungan yang mampu membawa pengaruh dan perubahan pada kehidupan manusia (Windah, 2012).

Dalam era sekarang ini, sosial media mendominasi cara seseorang untuk berkomunikasi satu sama lain. Beberapa juga mengatakan kehadiran sosial media dapat digunakan untuk memproduksi dan membagikan sebuah informasi yang dapat berpengaruh pada kehidupan sosial (Brodsky, 2010; Singh, 2010; Stutzman, 2009).

Sehingganya, peran sosial media dalam teori medium ini dibagi menjadi 2 aspek, yakni:

- a. Memungkinkan terciptanya jaringan yang memperluas komunikasi manusia
- b. Media sosial dengan penyebaran informasi yang cepat, mendukung adanya interaksi yang cepat pula.

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan Teori Medium yang digunakan untuk menganalisis penggunaan aplikasi telegram sebagai medium penyebaran informasi dalam meningkatkan efektivitas penyebaran informasi komunitas Novo Club batch 3. Teori ini digunakan untuk menganalisis bagaimana aplikasi telegram dapat membuat efektivitas penyebaran informasi meningkat yang dapat dipengaruhi oleh relevansi informasi dengan penerima, kemudahan dalam memahami isi informasi, ketepatan media komunikasi, ketepatan format informasi, kredibilitas sumber informasi, dan ketepatan waktu (Hardjana, 2000).

III. METODE PENELITIAN

3.1 Jenis Penelitian

Jenis penelitian yang digunakan dalam studi ini adalah penelitian kuantitatif eksplanasi (*explanatory*). Penelitian kuantitatif eksplanasi adalah metode penelitian yang digunakan untuk menguji apakah suatu variabel dipengaruhi atau tidak oleh variabel lainnya (Mulyadi, 2011). Dalam konteks penelitian ini, tujuan utamanya adalah untuk menganalisis apakah terdapat pengaruh antara penggunaan aplikasi telegram terhadap efektivitas penyebaran informasi dalam komunitas Novo Club batch 3 atau tidak. Melalui pendekatan kuantitatif, peneliti dapat mengukur berbagai variabel yang relevan secara objektif, seperti frekuensi penggunaan telegram dan durasi penggunaan telegram oleh anggota komunitas terhadap efektivitas penyebaran informasi.

3.2 Variabel Penelitian

Variabel adalah konsep yang digunakan dalam penelitian untuk mengukur atau menggambarkan suatu fenomena atau atribut tertentu yang dapat bervariasi atau berubah. Dalam konteks penelitian, variabel-variabel ini digunakan untuk menguji hipotesis, memahami hubungan antarfenomena, dan mengumpulkan data yang relevan untuk analisis. Cooper dan Schindler (2014) menjelaskan bahwa variabel adalah segala sesuatu yang dapat diukur atau dikontrol dalam proses penelitian.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan 2 macam variabel sebagai berikut :

a) Variabel Independen (Variabel Bebas)

Variabel independen adalah variabel yang mempengaruhi atau menjadi penyebab perubahan dalam variabel dependen. Variabel ini merupakan faktor atau kondisi yang diatur oleh peneliti untuk mengamati efeknya terhadap variabel dependen. Dalam konteks penelitian ini, variabel independen adalah penggunaan aplikasi telegram oleh anggota komunitas Novo Club batch 3. Penggunaan aplikasi telegram sebagai variabel independen dalam penelitian ini memiliki signifikansi yang besar karena telegram menawarkan berbagai fitur yang dapat mendukung efektivitas penyebaran informasi. Frekuensi dan durasi dari fitur yang digunakan oleh anggota komunitas dapat memberikan wawasan tentang bagaimana aplikasi ini digunakan sebagai alat komunikasi dan seberapa berpengaruh aplikasi tersebut dalam efektivitas penyebaran informasi.

b) Variabel Dependen (Variabel Terikat)

Variabel dependen adalah variabel yang dipengaruhi atau diukur untuk melihat efek dari variabel independen. Dalam penelitian ini, variabel dependen adalah efektivitas penyebaran informasi dalam komunitas Novo Club batch 3. Efektivitas penyebaran informasi ini mengacu pada seberapa jauh informasi yang disebarkan melalui *channel* telegram Novo Club by Paragon Corp oleh pengelola komunitas Novo Club batch 3 sesuai dengan kebutuhan anggota komunitas Novo Club batch 3

3.3 Definisi Konseptual

Definisi konseptual adalah pemikiran dari konsep yang digunakan sehingga akan memudahkan peneliti untuk mengoperasionalkan konsep tersebut di lapangan. Definisi konsep dalam penelitian ini adalah penggunaan aplikasi telegram dan penyebaran informasi.

1. Penggunaan aplikasi telegram adalah tindakan memanfaatkan fitur-fitur dalam aplikasi telegram pada saat mengakses *channel* Novo Club by Paragon Corp yang terdiri atas frekuensi dan durasi. Beberapa fitur utama telegram yang akan dikaji dalam penelitian ini mencakup:
 - a) Fitur pengiriman pesan dalam bentuk teks dan foto.
 - b) Fitur *channel* untuk menyebarkan pesan ke audiens yang lebih luas tanpa interaksi dua arah.
 - c) Fitur sinkronisasi pesan di berbagai perangkat melalui akun telegram.
 - d) Fitur polling yang memfasilitasi pengambilan keputusan kolektif.
 - e) Fitur stiker dan emoji yang membuat anggota dengan mudah menanggapi ketika malas mengetik panjang.
2. Efektivitas penyebaran informasi adalah seberapa jauh informasi yang disebarkan melalui channel telegram Novo Club by Paragon Corp oleh pengelola komunitas Novo Club batch 3 sesuai dengan kebutuhan anggota komunitas Novo Club batch 3 yang terdiri atas: relevansi informasi dengan penerima, kemudahan dalam memahami isi informasi, ketepatan media komunikasi, ketepatan format informasi, kredibilitas sumber informasi, dan ketepatan waktu.

3.4 Definisi Operasional

Menurut Arikunto (2010), definisi operasional variabel mengacu pada sekumpulan nilai yang berupa tanda atau konsep objek penelitian yang dapat diukur dan diamati. Dalam upaya memfasilitasi penelitian tentang pengaruh penggunaan aplikasi telegram terhadap penyebaran informasi komunitas Novo Club batch 3 dalam bentuk operasional. Adapun definisi operasional dalam penelitian ini dapat dijelaskan sebagai berikut:

a. Penggunaan Aplikasi Telegram (Variabel X) :

1. Frekuensi penggunaan telegram adalah seberapa sering pengguna mengakses dan berinteraksi dengan fitur-fitur aplikasi telegram pada saat mengakses *channel* Novo Club by Paragon Corp dalam periode waktu tertentu.
2. Durasi penggunaan telegram adalah adalah seberapa lama pengguna menghabiskan waktu untuk berinteraksi dengan aplikasi telegram terutama fitur pesan teks dan komentar pada aplikasi telegram saat mengakses *channel* Novo Club by Paragon Corp.

b. Efektivitas Penyebaran Informasi (Variabel Y) :

1. Relevansi informasi dengan penerima adalah tanggapan anggota komunitas Novo Club batch 3 terhadap kesesuaian informasi dengan peran dan kegiatan yang dilakukan oleh anggota komunitas Novo Club batch 3.
2. Kemudahan dalam memahami isi informasi adalah tanggapan anggota komunitas Novo Club Batch 3 terhadap kejelasan dan keterbacaan informasi yang disebarkan oleh pengelola Novo Club melalui *channel* telegram Novo Club by Paragon Corp, sehingga memungkinkan anggota untuk dengan cepat dan tepat memahami isi informasi yang disampaikan.

3. Ketepatan media komunikasi adalah tanggapan anggota komunitas Novo Club Batch 3 terhadap fitur dan kemampuan telegram dalam menyampaikan informasi dengan cepat, efisien, serta mendukung kemudahan akses informasi dalam komunikasi kelompok besar.
4. Ketepatan format informasi adalah tanggapan anggota komunitas Novo Club Batch 3 terhadap kesesuaian bentuk penyajian dan penyusunan informasi dengan kebutuhan anggota dalam memahami informasi.
5. Kredibilitas sumber informasi adalah tanggapan anggota komunitas Novo Club Batch 3 terhadap sumber informasi yang menyampaikan pesan, berdasarkan reputasi, dan keahlian sumber tersebut dalam memberikan informasi yang akurat dan relevan dengan kebutuhan mereka sebagai anggota.
6. Ketepatan waktu adalah tanggapan anggota komunitas Novo Club Batch 3 terhadap kesesuaian waktu dengan kebutuhan informasi anggota dan kesigapan pengelola Novo Club dalam memberikan respon, sehingga memungkinkan anggota untuk mengakses informasi yang relevan dan bermanfaat secara tepat waktu untuk mendukung kegiatan mereka.

Indikator pengukuran variabel penelitian adalah sebagai berikut:

Tabel 3.1 Definisi Operasional

Variabel	Konsep	Dimensi	Indikator	Skala
Penggunaan Aplikasi (X)	Penggunaan Aplikasi Telegram dalam mengakses channel Novo Club by Paragon Corp dan grup region 9	Frekuensi	<p>a. Frekuensi penggunaan fitur pesan teks dan emoji.</p> <p>b. Frekuensi penggunaan fitur channel.</p>	Likert

Variabel	Konsep	Dimensi	Indikator	Skala
			<ul style="list-style-type: none"> c. Frekuensi penggunaan fitur sinkronisasi pesan d. Frekuensi penggunaan fitur polling e. Frekuensi keterlibatan dalam diskusi grup f. Frekuensi pengecekan notifikasi 	Likert
		Durasi	<ul style="list-style-type: none"> a. Durasi penggunaan fitur pesan teks. b. Durasi penggunaan aplikasi telegram setiap harinya. c. Durasi pemberian respon anggota di fitur komentar setelah pemberian informasi . 	
Efektivitas Penyebaran Informasi (Y)	Efektivitas penyebaran informasi dalam komunitas novo club batch 3	Relevansi informasi dengan penerima	<ul style="list-style-type: none"> a. Informasi membantu anggota dalam menjalankan perannya. b. Informasi membantu anggota dalam mengikut kegiatan yang ada 	

Variabel	Konsep	Dimensi	Indikator	Skala
		Kemudahan dalam memahami isi informasi	<ul style="list-style-type: none"> a. Informasi jelas dan mudah dipahami b. Informasi menggunakan bahasa singkat dan tidak bertele-tele 	Likert
		Ketepatan media komunikasi	<ul style="list-style-type: none"> a. Fitur pin mempermudah anggota menemukan informasi penting b. Kecepatan akses lebih baik dibandingkan aplikasi lain c. Fitur pencarian membantu anggota d. Komunikasi lebih lancar dalam grup besar 	
		Ketepatan format informasi	<ul style="list-style-type: none"> a. Bentuk penyajian b. Penyusunan informasi 	
		Kredibilitas sumber informasi	<ul style="list-style-type: none"> a. Reputasi sumber b. Keahlian sumber 	
		Ketepatan Waktu	<ul style="list-style-type: none"> a. Tidak mengalami keterlambatan b. Pengelola sigap menjawab. 	

Sumber : Diolah oleh peneliti, 2024

3.5 Populasi dan Sampel

3.5.1 Populasi

Populasi mewakili area yang dapat digeneralisasi menjadi objek atau tema yang darinya dapat ditarik kesimpulan berdasarkan karakteristik dan keistimewaan tertentu, dan yang dapat diidentifikasi dan diorganisasikan dengan cara yang dapat dipelajari (Sugiyono, 2013: 80). Tujuan penelitian ini yaitu untuk mengetahui pengaruh penggunaan aplikasi telegram terhadap efektivitas penyebaran informasi komunitas Novo Club batch 3. Populasi penelitian ini adalah anggota komunitas (novorangers) Novo Club batch 3 Region 9 sebanyak 4325 mahasiswa berdasarkan data base internal Region 9 dengan rekapitulasi setiap provinsi adalah sebagai berikut:

Tabel 3.2 Rekapitulasi Jumlah Novorangers Setiap Provinsi

Provinsi	Jumlah
Lampung	1272
Palembang	1526
Bengkulu	509
Jambi	762
Bangka Belitung	255
Jumlah	4325

Sumber: Data Base Internal Reg 9 (September, 2024)

3.5.2 Sampel

Sampel adalah bagian dari populasi yang diperoleh dengan cara tertentu, mempunyai ciri-ciri tertentu, dan dianggap sebagai representasi yang jelas dan lengkap dari populasi tersebut (Hasan, Iqbal M, 2002:58). Untuk representasi tersebut maka dilakukan teknik pengambilan sampel *simple random sampling*, dimana populasi yang memiliki peluang untuk dijadikan sampel

ditentukan secara acak. Untuk menarik sampel dari jumlah populasi yang telah diketahui, peneliti menggunakan rumus Slovin untuk menghitung ukuran sampel yang diperlukan (Maimunah,2020). Rumus slovin membantu dalam penarikan sampel dengan perhitungan sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1 + N (e^2)}$$

Keterangan:

n : Ukuran sampel yang dicari

N : Ukuran populasi

e : Margin of error (pada penelitian ini ditentukan 10% = 0,1)

Adapun penarikan jumlah sampelnya adalah sebagai berikut :

$$n = \frac{4325}{1 + 4325 (0,1^2)}$$

$$n = \frac{4325}{1 + 43,25}$$

$$n = \frac{4325}{1 + 43,25}$$

$$n = \frac{4325}{44,25}$$

$$n = 97,74$$

$$n \approx 98$$

Berdasarkan rumus tersebut, diperoleh ukuran sampel sebesar 97,74 yang dibulatkan menjadi 98 dengan tingkat kepercayaan 90% dan tingkat kesalahan 10%.

3.6 Sumber Data

3.6.1 Data Primer

Data primer menurut Kurniawan dan Puspitaningtyas (2016 dalam Nabilaturrahmah & Siregar, 2022:44) adalah data yang diperoleh dari sumber pertama tanpa perantara langsung. Penelitian ini menggunakan metode pengumpulan data sebagai berikut :

- a. Kuesioner : mengumpulkan data mengenai penggunaan aplikasi telegram, frekuensi penggunaan, durasi penggunaan, dan tanggapan anggota terhadap efektivitas penyebaran informasi
- b. Observasi: memantau secara langsung aktivitas komunikasi di grup atau *channel* telegram komunitas untuk memahami dinamika interaksi dan penyebaran informasi.

3.6.2 Data Sekunder

Data sekunder yakni data yang tidak dikumpulkan langsung dari responden. Data sekunder memiliki sifat mendukung data asli atau data primer. (Kriyantono 2012:88). Penelitian ini menggunakan data sekunder sebagai berikut : laporan penelitian terdahulu, artikel media, buku teks, dokumen lembaga dan literatur dapat memberikan panduan yang komprehensif untuk penelitian.

3.7 Skala Pengukuran

Skala Likert adalah skala yang digunakan untuk mengukur pendapat, sikap, dan persepsi individu dan kelompok tentang suatu fenomena (Sugiyono 2013:93). Penelitian ini menggunakan skala likert 5 sebagai berikut :

Skor 1 = Sangat tidak setuju

Skor 2 = Tidak setuju

Skor 3 = Netral

Skor 4 = Setuju

Skor 5 = Sangat setuju

3.8 Teknik Pengolahan Data

Data yang dikumpulkan dari berbagai sumber tersebut kemudian dianalisa. Menurut Nazir (1998:419), mengemukakan analisa adalah kegiatan mengelompokkan, membuat suatu urutan, serta meningkatkan suatu data sehingga mudah dibaca. Dalam pengolahan datanya peneliti menggunakan aplikasi SPSS versi 25.0. Setelah data dari hasil penelitian dikumpulkan tahap berikutnya adalah :

1. Tahap *Editing*

Editing adalah pemeriksaan data yang diperoleh dari kuesioner yang telah disebarkan guna menghindari kekeliruan dan kesalahan.

2. Tahap *Coding*

Coding adalah cara untuk mengklasifikasikan jawaban-jawaban dari informasi menurut kelompoknya dengan menerjemahkan skala likert jawaban responden.

3. Tahap Tabulasi

Tabulasi ialah menyusun data ke dalam bentuk tabel yang telah diproses dan disusun kedalam suatu pola tertentu agar sesuai dengan tujuan penelitian yang telah terlibat agar tersusun secara berurutan, rapi dan lebih mudah diakses.

3.9 Teknik Pengumpulan Data

3.9.1 Kuesioner (Angket)

Menurut Sugiyono (2013:142), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Berikut adalah proses pengumpulan data dengan kuesioner:

1. Perencanaan dan desain : tahap pertama dalam pengumpulan data dengan kuesioner adalah merancang pertanyaan yang akan diajukan. Pertanyaan harus jelas, relevan dengan tujuan penelitian, dan tidak membingungkan.
2. Pengujian awal (*Pilot testing*) : sebelum kuesioner disebarkan ke seluruh sampel, penting untuk melakukan pengujian awal dengan sejumlah kecil responden untuk memastikan bahwa pertanyaan dipahami dengan benar dan untuk mengidentifikasi masalah potensial dalam desain kuesioner.
3. Distribusi kuesioner : kuesioner dapat didistribusikan melalui berbagai metode, tergantung pada populasi target dan sumber daya yang tersedia. Metode distribusi pada penelitian ini adalah kuesioner online.
4. Pengumpulan data : setelah kuesioner disebarkan, peneliti mengumpulkan jawaban dari responden.

5. Pengolahan dan analisis data : data yang terkumpul kemudian dibersihkan dari kesalahan atau data yang tidak lengkap. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan teknik statistik yang sesuai dengan tujuan penelitian.

3.9.2 Studi Kepustakaan

Teknik pengumpulan data dengan studi pustaka melibatkan pengumpulan data tambahan dari berbagai referensi tertulis yang relevan dengan topik penelitian. Studi pustaka adalah metode yang sistematis untuk mengidentifikasi, meninjau, dan menganalisis literatur yang ada untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang subjek penelitian. Proses ini mencakup berbagai sumber, termasuk buku, jurnal, arsip, dokumen, laporan penelitian, artikel ilmiah, dan sumber-sumber lainnya yang berkaitan.

3.10 Uji Asumsi Klasik

Uji asumsi klasik adalah serangkaian langkah analisis statistik yang dilakukan dalam model regresi linier untuk memastikan bahwa model yang digunakan valid dan menghasilkan estimasi yang tidak bias, konsisten, serta efisien (Wahyuni,2020). Dalam penelitian ini peneliti menggunakan uji normalitas sebagai uji asumsi klasiknya. Proses uji normalitas dilakukan pada serangkaian data yang telah diperoleh dengan tujuan untuk mengetahui apakah populasi data tersebut berdistribusi normal atau tidak. Jika data berdistribusi normal, maka hasil perhitungan statistik dapat digeneralisasikan untuk populasi penelitian. Oleh karena itu sebelum pengujian hipotesis dilakukan, maka terlebih dahulu akan dilakukan pengujian normalitas data. Analisis normalitas data menggunakan rumus Kolmogorov Smirnov dengan bantuan aplikasi SPSS versi 25.0.

3.11 Teknik Analisis Data

Dalam melakukan penelitian, tahap analisis data dilakukan setelah semua data dan informasi yang berupa data kuantitatif yang terkumpul. Data tersebut diperoleh dari penyebaran kuesioner dan nantinya diolah secara statistik menggunakan bantuan SPSS versi 25.0.

3.11.1 Regresi Linier Sederhana

Peneliti menggunakan metode dasar pengolahan data regresi linier sederhana dalam penelitian ini. Regresi linier sederhana merupakan suatu metode yang digunakan untuk mengukur besarnya pengaruh variabel bebas terhadap variabel terikat dan memprediksi variabel terikat dengan menggunakan variabel bebas. Persamaan regresi linier sederhana secara matematik dituliskan sebagai berikut:

$$Y = \alpha + bX$$

Keterangan:

Y= nilai variabel bebas yang diramalkan

α = konstanta

b = koefesien regresi dari x

x = nilai variabel terikat yang diramalkan

Nilai dari α dan b dicari dengan menggunakan rumus sebagai berikut:

$$\alpha = \frac{(\sum y) (\sum x^2) - ((\sum x)(\sum xy))}{n (\sum x^2) (\sum x)^2}$$

$$b = \frac{n [\sum xy - (\sum x)(\sum y)]}{n (\sum x^2) - (\sum x)^2}$$

Keterangan:

Y= jumlah skor variabel terikat

X= jumlah skor akhir variabel bebas

n = jumlah sampel (Sugiyono, 2015:221)

3.11.2 Interval Data

Dalam penelitian ini, efektivitas penyebaran informasi di komunitas Novo Club yang berperan sebagai variabel Y diukur menggunakan enam indikator utama: relevansi informasi dengan penerima, kemudahan dalam memahami isi informasi, ketepatan media komunikasi, ketepatan format informasi, kredibilitas sumber informasi, dan ketepatan waktu. Masing-masing aspek ini diukur menggunakan skala likert, dan skor rata-ratanya dihitung untuk mendapatkan gambaran umum mengenai kualitas penyebaran informasi dalam komunitas.

Selanjutnya, hasil dari skor rata-rata skala likert ini dicocokkan dengan *key performance indicators* (KPI) yang terdiri atas interval data yang diberikan oleh pengelola Novo Club. KPI ini digunakan sebagai ukuran objektif untuk menilai efektivitas penyebaran informasi. Dengan mencocokkan skor rata-rata variabel Y dengan capaian KPI, penelitian ini dapat mengidentifikasi sejauh mana kualitas informasi yang diterima oleh anggota komunitas selaras dengan efektivitas penyebaran informasi yang diukur secara kuantitatif. Jika skor rata-rata

variabel Y tinggi dan sejalan dengan capaian KPI yang baik, maka dapat disimpulkan bahwa informasi yang disebarakan melalui aplikasi telegram tidak hanya dinilai efektif oleh anggota komunitas tetapi juga terbukti memiliki dampak yang nyata berdasarkan indikator yang ditetapkan oleh pengelola. Namun, jika terdapat ketidaksesuaian antara kualitas informasi dan pencapaian KPI, maka hal ini dapat menunjukkan adanya faktor lain yang mempengaruhi efektivitas komunikasi.

Melalui analisis ini, pengelola Novo Club dapat mengevaluasi efektivitas strategi komunikasi mereka dan melakukan perbaikan jika diperlukan. Dengan demikian, penelitian ini memberikan wawasan komprehensif mengenai efektivitas penyebaran informasi komunitas, baik dari sisi kualitas informasi yang diterima maupun pencapaian objektif berdasarkan KPI yang telah ditetapkan.

3.12 Teknik Pengujian Instrumen

3.12.1 Uji Validitas

Dalam penelitian ini, pengukuran valid atau tidaknya kuesioner yang dibagikan kepada responden disebut uji validitas (Sugiyono, 2013:267). Validitas ini dapat diterapkan pada kuesioner, di mana uji validitas digunakan untuk menentukan sejauh mana kuesioner tersebut sah dan valid (Ghozali, 2009). Dalam hal ini, kuesioner dikatakan valid jika pertanyaan yang terdapat di dalamnya dapat memunculkan tanggapan dari subjek yang relevan dengan tujuan penelitian yang ingin diukur oleh peneliti.

Metode yang digunakan dalam penelitian ini untuk memberikan penilaian terhadap tingkat validitas kuesioner sebagai instrumen penelitian adalah korelasi produk momen (*Moment Product Correlation / Pearson Correlation*) antara skor tiap butir pernyataan dengan skor total.

Adapun kriteria pengujian validitas menggunakan taraf signifikan(α) sebesar 5%. Kriteria dalam mengukur validitas suatu kuesioner yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Jika r hitung $>$ r tabel maka instrumen tersebut valid.
2. Jika r hitung $<$ r tabel maka instrumen tersebut tidak valid.

Uji validitas dapat menggunakan rumus produk momen dari Karl Pearson, yaitu:

$$r_{xy} = \frac{N \sum xy - (\sum x)(\sum y)}{\sqrt{\{N \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{N \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi

$\sum x$ = Jumlah skor butir

$\sum y$ = Jumlah skor total

N = Jumlah sampel

3.12.2 Uji Reliabilitas

Sugiyono (2013:268) menyimpulkan reliabilitas berkenaan dengan konsistensi dan stabilitas data. Dalam penelitian kuantitatif, jika suatu alat ukur dipakai dua kali untuk mengukur suatu gejala yang sama dan memiliki hasil pengukuran yang relatif konsisten atau sama, maka alat pengukur tersebut dapat dikatakan reliabel.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan dengan menggunakan uji statistik *Cronbach Alpha*, menggunakan program SPSS versi 25.0 dengan kriteria berikut:

- 1) Jika nilai koefisien reliabilitas $> 0,6$ maka instrumen memiliki reliabilitas yang baik dan dapat dipercaya.
- 2) Jika nilai koefisien reliabilitas $< 0,6$ maka instrumen tidak memiliki reliabilitas yang baik dan tidak dapat dipercaya.

Kuesioner dinyatakan reliabel apabila mempunyai nilai Cronbach Alpha $> 0,6$. rumus yang digunakan yaitu:

$$r_i = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum \sigma b^2}{\sigma t^2} \right]$$

Keterangan:

r_i = Reliabilitas instrument

k = Banyaknya butir pertanyaan atau banyaknya soal

$\sum \sigma b^2$ = Jumlah varian butir

$\sum t$ = Varian total

3.13 Pengujian Hipotesis

3.13.1 Uji T

Pengujian hipotesis digunakan untuk dapat mengetahui adakah pengaruh variabel X terhadap variabel Y. Rumus yang digunakan untuk melakukan pengujian hipotesis yaitu:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = hasil uji signifikasi

r = nilai korelasi

n = besaran sampel

Hipotesis uji t dinyatakan:

- a. Apabila nilai $t_{hitung} > t_{tabel}$ atau nilai signifikan $< 0,1$, maka aplikasi telegram memiliki pengaruh terhadap penyebaran informasi komunitas Novo Club batch 3.
- b. Apabila nilai $t_{hitung} < t_{tabel}$ atau nilai signifikan $> 0,1$, maka aplikasi telegram tidak memiliki pengaruh terhadap penyebaran informasi komunitas Novo Club batch 3.

3.13.2 Koefisien Determinasi (R^2)

Menurut Sugiyono (2016:286) koefisien determinasi adalah cara untuk melakukan pengukuran seberapa jauh kemampuan yang dimiliki suatu model didalam melakukan penerangan atas variabel terikat (Wijiastutik,2021). Koefisien determinasi memiliki nilai diantara nol dan satu. Koefisien determinasi dipergunakan dalam mengukur besaran dari pengaruh atau kontribusi variabel bebas terhadap variabel terikat. Rumus koefisien determinasi adalah sebagai berikut:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = koefisien determinasi

R^2 = kuadrat koefisien korelasi

Nilai koefisien determinasi $R^2 = 0$ atau mendekati nol, sehingga kemampuan dari variabel bebas untuk memberikan penjelasan variabel terikat sangat terbatas, sementara itu apabila nilai koefisien determinasi $R^2 = 1$ atau mendekati satu, maka variabel bebas memiliki kemampuan untuk memberikan penjelasan dan memberikan informasi yang berguna dalam memprediksi variabel terikat (Sugiyono, 2014:258).

V. SIMPULAN DAN SARAN

5.1 Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan yang telah dipaparkan, maka peneliti dapat membuat simpulan sebagai berikut:

1. Berdasarkan uji hipotesis, diperoleh hasil bahwa T hitung lebih besar dari pada T tabel dengan demikian H_1 diterima dan H_0 ditolak, artinya terdapat pengaruh antara variabel X terhadap variabel Y . Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa terdapat pengaruh antara penggunaan aplikasi telegram terhadap efektivitas penyebaran informasi komunitas Novo Club batch 3.
2. Berdasarkan hasil hitung statistik dengan rumus uji koefisien determinasi, penggunaan aplikasi telegram berpengaruh cukup kuat, yakni sebesar 36,9% terhadap efektivitas penyebaran informasi komunitas Novo Club batch 3. Sedangkan sisanya 63,1% efektivitas penyebaran informasi komunitas Novo Club batch 3 dipengaruhi oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

5.2 Saran

Berdasarkan hasil penelitian yang diperoleh dan kesimpulan yang didapat oleh peneliti, maka terdapat beberapa saran yang diberikan peneliti yang dapat diperhatikan yakni:

1. Bagi peneliti lain, peneliti menyarankan untuk dapat meneliti faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti, seperti kecepatan penyebaran, fitur-fitur lain, serta media sosial pendukung penyebaran informasi lain yang digunakan Novo Club seperti instagram dan whatsapp.

Dengan demikian dapat dilihat pengaruh apa yang paling besar mempengaruhi variabel terikat, yaitu efektivitas penyebaran informasi.

2. Bagi pengelola komunitas Novo Club, diharapkan untuk lebih memaksimalkan penggunaan fitur-fitur aplikasi telegram untuk mendukung penyampaian informasi yang lebih terorganisasi. Selain itu, disarankan juga untuk melakukan evaluasi berkala terhadap efektivitas penyebaran informasi melalui telegram dengan mengadakan survey atau diskusi terbuka untuk meningkatkan manajemen komunikasi komunitas.

DAFTAR PUSTAKA

Jurnal dan Skripsi

- Adnin, I. (2021). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Telegram Terhadap Tingkat Pemahaman Materi Ppkn Saat Belajar Online Pada Siswa Kelas Xi Upt Sma Negeri 1 Ogan Ilir*. Universitas Sriwijaya.
- Afizah. (2023). *Pengaruh Marshel Widiyanto Sebagai Brand Ambassador Terhadap Minat Beli Produk Ms Glow For Men Di Bandar Lampung*. Universitas Lampung.
- Agus Suci Ningtias, F. (2024). *Analisis Penerapan Technology Acceptance Model (Tam) Terhadap Penggunaan Media Sosial Oleh Stakeholder Pariwisata Kopi Rigin Lampung Barat*. Lampung.
- Aisyah, S. (2021). *Survey Hambatan Komunikasi Kuliah Dalam Jaringan Mahasiswa Iain Parepare*. Iain Parepare.
- Ananda, R., & Junaidi, A. (2023). *Pemanfaatan Telegram Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Akademik Mahasiswa Pemanfaatan Telegram Dalam Memenuhi Kebutuhan Informasi Akademik Mahasiswa*.
- Azzahra, R. (2024). *Pengaruh Aksesibilitas Website Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung Terhadap Persepsi Penerimaan Teknologi Mahasiswa*. Universitas Lampung.
- Dary, I., Putra, G. L., & Prisma2, E. (2022). Implementasi Technology Acceptance Model 3 (Tam 3) Terhadap Kepuasan Pengguna Aplikasi Investasi Dan Trading Saham (Studi Kasus: Aplikasi Mobile Ipot). *Jeisbi*, 03.
https://www.ksei.co.id/files/statistik_publik_juni_2021.pdf,
- Dwi Wijayati, A. (2021). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Telegram Terhadap Peningkatan Pengetahuan Keagamaan*. UIN Syarif Hidayatullah.
- Elko Prasetyo, M. R. B. (2019). *Efektivitas Media Massa Dalam Memperkenalkan Objek Wisata (Studi Pada Persepsi Mahasiswa Pencinta Alam Di Universitas Sriwijaya Tentang Program Siaran My Trip My Adventure Trans Tv)*. Universitas Sriwijaya.

- Fahlevi, P., Octaviani, A., & Dewi, P. (2019). Analisis Aplikasi Ijateng Dengan Menggunakan Teori Technology Acceptance Model (Tam). *Ilmu Perpustakaan, Vol.8no.2*.
- Faradiba Indrayana, T., Romadhan, M. I., & Pradana, B. C. S. A. (N.D.). *Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Sarana Eksistensi Organisasi Pemuda Berkain Surabaya*.
- Fitria Sari, A. (2018). *Telegram Sebagai Media Internal (Studi Kebutuhan Informasi Karyawan Pt.Telkom Witel Sulteng)* (Vol. 5, Issue 3).
- Ghalisthan, A. R. (2023). *Efektivitas Penggunaan Fitur Reels Di Instagram Dalam Meningkatkan Brand Recognition (Studi Pada Followers Instagram @Luxxestudio)*. Universitas Lampung.
- Gustifa Adinda, R. (2024). *Pengaruh Konten Instagram @Leonavictoria_Ahligizi Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Makanan Sehat Pencegahan Stunting*. Universitas Lampung.
- Irawan, W. (2013). *Kekayaan Media (Media Richness), Penerimaan Pengguna (User Acceptance) Dan Kehadiran Sosial Bersama (Social Copresence) Pada Video Conference*. Universitas Indonesia.
- Irawan, W. (2018). User Acceptance Dan Media Richness Pada Video Conference Dalam Kehadiran Bersama Secara Sosial (Social Co-Presence). *Jurnal Komunikasi Indonesia, 4(1)*. <https://doi.org/10.7454/jki.v4i1.8875>
- Ismail Muhammad Faher, D. (2023). *Pengaruh Personalized Ads Terhadap Minat Beli Pengguna Sosial Media Facebook (Studi Pada Masyarakat Bandar Lampung)*. Universitas Lampung.
- Jamilatul Qomariah, T. (2022). *Analisis Penerimaan Pengguna Menggunakan Metode Teknologi Acceptance Model (Tam)*. UIN Syarif Hidayatullah Jakarta.
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010), "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media," *Business Horizons*, Vol. 53, No. 1, pp. 59-68.
- Kosasi, S. B., & Endri, E. P. (2022). *New Media : Instagram @Bolalobfootball Sebagai Media Informasi Sepakbola Masyarakat Kota Tangerang. 13(1)*, 108–117. <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/index>
- Kosasi, S. B., Endri, E. P., Munir, A. L., Komunikasi, J., & Islam, P. (2022). *New Media : Instagram @Bolalobfootball Sebagai Media Informasi Sepakbola Masyarakat Kota Tangerang. 13(1)*, 108–117. <https://ejournal.uinib.ac.id/jurnal/index.php/almunir/index>
- Muchtar, N. (2020), "Pemanfaatan Aplikasi Telegram Sebagai Media Komunikasi Dalam Pendidikan Jarak Jauh," *Jurnal Teknologi Pendidikan*, Vol. 22, No. 3, pp. 157-167.

- Nadya Rahayu, M., Fitriana Poerana, A., Fardiah Oktariani Lubis, Dan, Singaperbangsa Karawang, U., & Barat, J. (2020). Pemanfaatan Instagram Dalam Menjaga Hubungan Baik Pt. Pupuk Kujang Dengan Stakeholders. *Jurnal Ilmiah Ilmukomunikasi*, 19(2), 186–201.
- Natalia, K. (2017). *Analisa Penerimaan User Terhadap Aplikasi Laporan Penilaian Jaminan (Lpj) Menggunakan Technology Acceptance Model (Tam) Pada Pt Bank Artha Graha Tbk*. Stmik Nusa Mandiri Jakarta.
- Oktarin Kurnia. (2024). *Pengaruh Terpaan Iklan Konten Video Review Produk Home Living Pada Akun Tiktok @Natasha.Surya Dan Kredibilitas Digital Marketer Natasha Surya Terhadap Minat Beli Followers (Survei Pada Followers Akun Tiktok Natasha Surya)*. Universitas Lampung.
- Pratama, H., & Sari, D. (2019). Analisis Pemanfaatan Aplikasi Telegram untuk Komunikasi Organisasi. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 3(2), 88-97.
- Pujiyanti, R., & Suyanto, S. (2019), "Analisis Pemanfaatan Telegram dalam Mendukung Komunikasi di Lingkungan Pendidikan," *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Vokasional*, Vol. 1, No. 2, pp. 85-95.
- Purnoto, F. S. B. (2024). Persepsi Kegunaan, Kemudahan Pengguna, Dan Penerimaan Pengguna Bot Telegram Untuk Mengakses Informasi Penerbangan. *Indonesian Journal Of Aviation Science And Engineering*, 1(3), 11. <https://doi.org/10.47134/Pjase.V1i3.2864>
- Rahardjo, M., & Nugroho, A. (2020). Penggunaan Telegram dalam Meningkatkan Efektivitas Komunikasi di Lingkungan Akademik. *Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*, 2(1), 45-54.
- Riyadh, A. (2023). *Pengaruh Penggunaan Akun Instagram @Giladiskonn Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Followers (Studi Pada Followers @Giladiskonn)*. Universitas Lampung.
- Sabekti, R. (2019). *Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial (Jejaring Sosial) Dengan Kecenderungan Narsisme Dan Aktualisasi Diri Remaja Akhir*. Universitas Airlangga.
- Safira Qatrunnada, N. (2024). *Pengaruh Aktivitas Mahasiswa Mengakses Website Jurusan Terhadap Perceived Ease Of Use Dari Website Jurusan Ilmu Komunikasi Universitas Lampung*. Universitas Lampung.
- Santika, H. (2023). *Pengaruh Persepsi Kemudahan Pengguna terhadap Niat Menggunakan Uang Elektronik Shopeepay Dengan Sikap Penggunaan Sebagai Variabel Mediasi Di Bandar Lampung*. Universitas Lampung.
- Santoso, B., & Widodo, A. (2021). Implementasi Teknologi Komunikasi dalam Peningkatan Partisipasi Komunitas. *Jurnal Teknologi dan Komunikasi*, 5(1), 101-110.
- Saputra Jaya, I. (2016). *Pengaruh Penggunaan Website Www.Digilib.Unila.Ac.Id Terhadap Kepuasan Dalam Pemenuhan Kebutuhan Informasi Mengenai Skripsi Bagi Mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Fisip Universitas Lampung*. Universitas Lampung.

- Sara Hosa, I. (2022). *Pengaruh Penggunaan Aplikasi Telegram Terhadap Efektivitas Pembelajaran Online Dimasa Pandemi Covid-19 Pada Siswa Di Sman 3 Cikampek*. Ums.
- Sari, I. P., Andung, A., & Aslam, M. (2022). Perilaku Bermedia Sosial Mahasiswa Pengguna Telegram (Studi Kasus Pada Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Undana). In *Jurnal Mahasiswa Komunikasi* (Vol. 2, Issue 1).
- Sariudin, J. (2019). *Pengaruh Efektivitas Penggunaan Aplikasi Mobile Dalam Meningkatkan Efisiensi Pengiriman Barang Pada Perusahaan Informa Furnishing Cabang Living Plaza Pasir Kaliki Bandung*. Universitas Sangga Buana Ypkp.
- Soerono, A. N., Tjahjono, M. E. S., & Sutjipto, H. (2019). Pengaruh Media Richness Terhadap User Trust Dan Persepsi Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi : Kajian Ilmiah Akuntansi (Jak)*, 6(1), 20. <https://doi.org/10.30656/Jak.V6i1.944>
- Soerono, A. N., Tjahjono, M. E. S., & Sutjipto, H. (2019). Pengaruh Media Richness Terhadap User Trust Dan Persepsi Corporate Social Responsibility. *Jurnal Akuntansi : Kajian Ilmiah Akuntansi (Jak)*, 6(1), 20. <https://doi.org/10.30656/Jak.V6i1.944>
- Wardhana, C. (2015). *Analisis Penggunaan E-Learning Edmodo Dengan Menggunakan Pendekatan Technology Acceptance Model (Tam) Pada Mata Pelajaran Simulasi Digital Kelas X Rpl Di Smk Muhammadiyah 1 Bantul*. Universitas Negeri Yogyakarta.
- Zima Ramadani, A. A. (2023). *Pengaruh Perceived Usefulness, Perceived Ease Of Use, Dan Trust Terhadap Adopsi Sosial Media Instagram Pada Pelaku Umkm Di Kota Makassar*. Universitas Hasanuddin.

Buku

- Prijana Hadi, I., Wahjudianata, M., & Inggrit Indrayani, I. (2021). *Komunikasi Massa* (N. Fahmi Hariyanto & D. Nurvita Loka, Eds. Cetakan pertama. Cv.Penerbit Qiara Media.

Internet

- “Cara Mengirim File Besar Dengan Telegram” Filemile.com, <https://www.filemail.com/id/blog/kirim-file-besar/cara-mengirim-file-besar-dengan-telegram?utm/>. Diakses pada 17 Agustus 2024.
- “How Many People Use Telegram? 55 Telegram Stats” Backlinko.com. <https://backlinko.com/telegram-users> Diakses pada 17 Agustus 2024.
- “Apa itu Novo Club?” Novoclub.id. <https://www.novoclub.id> Diakses pada 17 Agustus 2024.