

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Aktivitas Komunikasi

Aktivitas Merupakan suatu tindakan atau kegiatan yang dilakukan oleh individu maupun kelompok dalam beranekaragam konteks dan tujuan. Aktivitas ialah suatu keaktifan atau kegiatan-kegiatan yang terjadi secara fisik-maupun non-fisik (Mulyono, A. M, 2001).

Berdasarkan definisi diatas dapat diartikan jika aktivitas ialah kegiatan atau keaktifan yang dilakukan secara fisik dan non fisik, Suatu kebutuhan yang dapat dirasakan seperti kebutuhan akan suatu hal dalam konteks ini kebutuhan manusia akan komunikasi. Salah satu kebutuhan manusia paling mendasar yakni komunikasi, Dimana manusia melakukan sebuah aktivitas yang membutuhkan keaktifan dan kecakapan dalam memberikan pesan serta menerimanya baik secara verbal maupun non verbal. Dalam proses terjadinya komunikasi terdapat berbagai hal pokok yang menjadi cikal bakal terciptanya komunikasi seperti, Menyampaikan pesan, Mendengarkan, Memahami serta merespons pesan berasal dari komunikator kepada komunikan.

Adapun berbagai Aktivitas dalam berkomunikasi seperti pembicaraan tatap muka antara individu kepada individu lain maupun individu kepada kelompok. Tujuan aktivitas dalam konteks komunikasi antara lain tersampainya pesan yang berasal dari kegiatan penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan secara efektif. Di zaman Modern terdapat berbagai sarana maupun fasilitas untuk menunjang ke efektifan manusia untuk melakukan aktivitas komunikasi salah satunya dalam bentuk aplikasi, Dalam konteks penelitian ini Aktivitas komunikasi PLN Mobile.

2.2 Definisi, unsur dan bentuk Komunikasi

Pertukaran sebuah pesan antar satu individu dengan individu lain merupakan bentuk mendasar dari Komunikasi. Seseorang berbicara dan orang lain dan menerima pesan dari apa yang disampaikan oleh orang lain bentuk

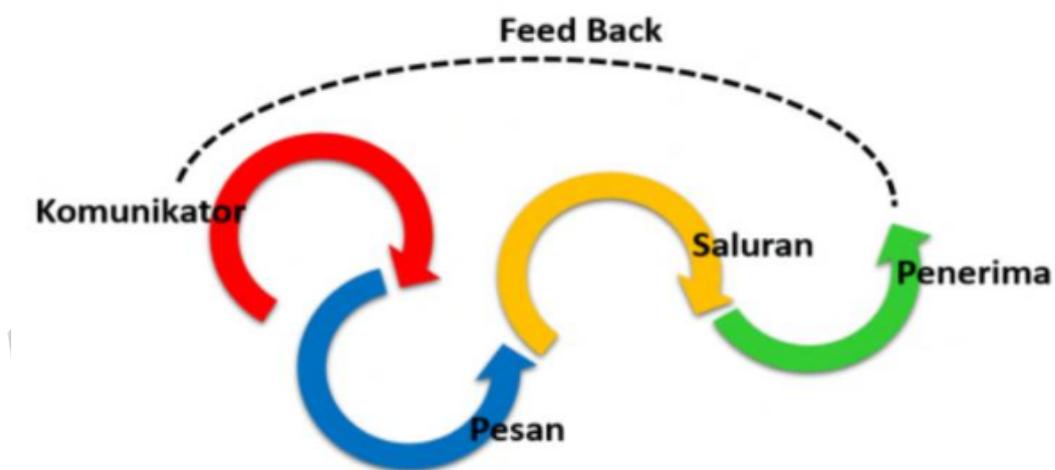
komunikasi yang sering dijumpai pada kehidupan sehari-hari. Pada umumnya Komunikasi bisa diartikan sebagai suatu bentuk penyampaian informasi berupa, pesan, gagasan dan ide bersumber dari satu pihak ke pihak lain. Komunikasi bisa disampaikan dapat berupa verbal dan non verbal dimana adanya pemahaman antara pemberi pesan dan penerima pesan. Menurut Shannon dan Weaver Komunikasi ialah proses interaksi manusia yang saling mempengaruhi satu sama lain baik sengaja maupun tidak sengaja, baik itu verbal maupun non verbal berupa ekspresi wajah, seni, dan teknologi (Wiryanto, 2004) . Sebuah komunikasi yang terjadi melalui teknologi salah satunya PLN Mobile. Didalam terjadinya komunikasi adanya aktivitas yang melatarbelakangi terjadinya komunikasi.

Komunikasi terdiri dari *Source* (pengirim), *Message* (Pesan), *Channel* (Media), Dan *Receiver* (Penerima) atau biasa disebut *SMCR* (Berlo, 1960).

Adapun unsur-unsur penunjang terjadinya komunikasi menurut (Oktarina & Abdullah, 2017) ialah :

1. **Pengirim:** Individu atau entitas yang menghasilkan dan mengirimkan pesan kepada penerima. Pengirim memiliki tanggung jawab untuk menyampaikan pesan dengan jelas dan efektif.
2. **Pesan:** Informasi, gagasan yang ingin disampaikan oleh pengirim kepada penerima. Pesan dapat disampaikan melalui berbagai cara, termasuk yang bersifat verbal, tertulis, atau melalui ekspresi non-verbal.
3. **Saluran atau media (*Channel*) :** Media atau sarana yang digunakan untuk mengirimkan pesan dari pengirim ke penerima. Saluran komunikasi dapat berupa lisan, tulisan, visual, atau elektronik, tergantung pada konteks dan preferensi komunikasi.
4. **Penerima:** Individu atau entitas yang menerima pesan yang disampaikan oleh pengirim. Penerima memiliki tanggung jawab untuk mendengarkan, membaca, atau menafsirkan pesan dengan benar.
5. **Umpan balik (*Feedback*):** Tanggapan atau respon yang diberikan oleh penerima sebagai reaksi terhadap pesan yang diterima. Feedback penting untuk memastikan pemahaman yang tepat antara pengirim dan penerima.

6. **Lingkungan:** Lingkungan atau situasi di mana komunikasi terjadi. Konteks mencakup faktor-faktor seperti budaya, latar belakang sosial, waktu, tempat, dan situasi komunikasi yang mempengaruhi pemahaman pesan.



Gambar 1.1 Komunikasi 2 Arah (Suherman, 2020)

Berdasarkan gambar diatas merupakan bentuk komunikasi 2 arah . Komunikasi 2 arah ini juga terjadi dalam konteks Komunikasi antara PLN melalui PLN Mobile kepada pelanggan dimana PLN Melalui PLN Mobile sebagai Komunikator kepada pelanggan sebagai penerima pesan dan memberikan timbal balik pesan ke komunikator. Komunikasi Dua arah merupakan komunikasi yang bersifat timbal balik antara komunikator dan komunikan (Priyono, 2022).

2.3 New Media

Media secara umum merupakan sebuah sarana atau saluran yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada komunikan. Jika dikaji secara harfiah bahwa, *New* berarti baru, Sedangkan *Media* berarti alat yang dipakai komunikator untuk mengirim pesan kepada komunikan. Maka dari itu, *New Media* merupakan alat baru yang dipakai oleh komunikator untuk menyampaikan sebuah

pesan kepada komunikan. New Media akan merubah cara pandang hidup manusia, Bekerja, Dan berkomunikasi (Negroponte, 1995).

Berangkat dari media secara tradisional menggunakan surat kabar, Majalah, tabloid, Televisi, Radio dimana beberapa alat tersebut digunakan komunikator untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Namun bentuk media baru mencakup teknologi komunikasi yang bisa dilakukan secara digital, Seperti Telepon seluler, Internet, Aplikasi. *New Media* merupakan media yang memanfaatkan jaringan internet berbasis online, fleksibel dan memiliki potensi lebih efektif dan interaktif (Ginting, R., Yulistiyono, A., 2021).

Pengguna akan mendapatkan akses penuh atas seluruh informasi yang dibutuhkan dan diinginkan jika memiliki akses internet. Dari internet pengguna New Media tidak hanya disodorkan informasi yang dibutuhkan, Namun fasilitas untuk melakukan interaksi dengan teknologi seperti halnya Aplikasi, Seperti contoh Aplikasi PLN Mobile.

Menurut Negroponte dalam bukunya "*Being digital*" terdapat konsep kunci dalam *New Media* seperti:

1. Migrasi dunia analog menuju digital

mengacu pada perpindahan atau transisi media dari bentuk tradisional ke bentuk digital. Ide ini dikemukakan oleh Nicholas Negroponte untuk menjelaskan bagaimana media secara bertahap beralih dari koran cetak, majalah, buku, dan media tradisional lainnya menuju bentuk digital seperti situs web, blog, platform media sosial, dan aplikasi. Migrasi media memberikan pemahaman tentang perubahan besar yang terjadi dalam dunia media, Dimana teknologi digital menjadi pemegang kendali utama dalam pergeseran dari media tradisional menuju media digital. Perubahan itu memberikan dampak pada cara berinteraksi dengan suatu informasi yang berasal dari internet, seperti contoh aplikasi.

2. Personalisasi dan Adaptasi

Kemampuan teknologi digital untuk menyediakan pengalaman yang disesuaikan dengan individu kepada pengguna, Serta kemampuan sistem untuk beradaptasi dengan preferensi dan perilaku pengguna.

Personalisasi mengacu pada kemampuan sistem komputer dan platform digital untuk menyajikan konten atau informasi yang disesuaikan dengan preferensi, Minat dan perilaku pengguna secara individu. Sedangkan adaptasi merujuk pada kemampuan pada sistem untuk melakukan penyesuaian dengan perubahan dalam perilaku (*Behavioral*), Preferensi, ataupun lingkungan pengguna. Keterlibatan algoritma dan teknologi untuk memantau respons secara dinamis terhadap interaksi pengguna.

3. Pengaruh Telephone Cerdas (*Smartphone*) dalam keseharian.

Sebuah inovasi yang sangat memberikan dampak yang sangat signifikan terhadap kehidupan manusia ialah, terciptanya *smartphone*. Dengan adanya *Smartphone* memberikan efek yang beranekaragam seperti, Akses terhadap informasi yang luas dan cepat dengan adanya internet dan aplikasi, Koneksi sosial yang terjadi secara terus menerus melalui sosial media. Dibalik efek-efek yang ditimbulkan melalui *smartphone* dalam kehidupan sehari-hari menurut teori *new media* menggambarkan perangkat ini mengubah cara berinteraksi manusia dengan lingkungan disekitarnya secara fundamental. Mempengaruhi cara mengakses informasi, Berkomunikasi, dan mengonsumsinya dalam keseharian.

2.4 *Uses and gratifications*

Uses and Gratifications merupakan pendekatan yang menekankan bahwa individu menggunakan media untuk memenuhi berbagai kebutuhan, keinginan, dan motivasi pribadi mereka. Dalam teori ini, individu dianggap sebagai pengguna yang aktif dalam pemilihan dan penggunaan media, bukan hanya sebagai penerima pasif dari informasi yang disampaikan oleh media. Individu tidak hanya sebagai penerima pasif dari pesan media, tetapi sebagai pengguna aktif yang memilih media berdasarkan kebutuhan dan preferensi mereka. Mereka menggunakan media untuk mencapai tujuan tertentu atau untuk memuaskan kebutuhan tertentu yang mereka miliki (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1974).

Adapun pilar utama dalam Teori *uses and gratifications* menurut Elihu Katz :

1. **Kebutuhan dan Motivasi:** Individu menggunakan media untuk memenuhi berbagai jenis kebutuhan psikologis dan sosial, seperti kebutuhan akan informasi, hiburan, interaksi sosial, identitas, dan pemecahan masalah. Motivasi individu dalam menggunakan media bisa bervariasi dari satu orang ke orang lainnya, tergantung pada preferensi pribadi, minat, dan keadaan sosial.
2. **Kepuasan kebutuhan:** Penggunaan media memberikan kepuasan atau "gratifikasi" kepada individu dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Gratifikasi ini bisa berupa hiburan, pengetahuan baru, rasa persahabatan, atau perasaan kepuasan lainnya yang diperoleh melalui interaksi dengan media.
3. **Gratifikasi:** Penggunaan media memberikan kepuasan atau "gratifikasi" kepada individu dengan memenuhi kebutuhan dan keinginan mereka. Gratifikasi ini bisa berupa hiburan, pengetahuan baru, rasa persahabatan, atau perasaan kepuasan lainnya yang diperoleh melalui interaksi dengan media.
4. **Pemilihan Media:** Individu secara aktif memilih media yang mereka anggap dapat memenuhi kebutuhan mereka. Pemilihan media dipengaruhi oleh preferensi pribadi, minat, kebutuhan informasi, dan tujuan tertentu yang ingin dicapai oleh individu.
5. **Interaksi dengan Media:** Individu berinteraksi dengan media tidak hanya sebagai penerima pasif, tetapi juga sebagai pengguna aktif yang terlibat dalam proses pemilihan, interpretasi, dan pemanfaatan informasi yang mereka terima dari media.

2.5 Aktivitas Penggunaan Teknologi Pada Era Digital

Disaat individu atau kelompok menggunakan layanan, produk maupun jasa yang berkaitan dengan teknologi secara tidak langsung mereka terlibat dalam berbagai aktivitas yang ada baik secara sadar maupun tidak sadar. Jika dikaji secara harfiah aktivitas penggunaan teknologi pada era digital adalah serangkaian kegiatan yang dilakukan oleh individu menggunakan platform digital untuk

berbagai tujuan dalam kehidupan sehari-hari. Aktivitas ini mencakup beragam kegiatan, Mulai dari komunikasi, Hiburan hingga pembelajaran dan produktivitas. Salah satu bentuk aktivitas dalam sehari-hari yang tidak dapat terlepas dari manusia yaitu komunikasi digital. Pada dasarnya komunikasi digital merujuk pada pengguna menggunakan teknologi digital untuk berkomunikasi, Berinteraksi dengan orang lain melalui pesan teks, *E-mail*, Panggilan suara, dan *video call*. Dari aktivitas tersebut pengguna merasakan keterhubungan dengan dunia secara praktis dan dapat dilakukan kapan saja. Dari aktivitas komunikasi digital yang sangat dibutuhkan pada era moderen saat ini tidak terlepas dari kegiatan apa saja yang dilakukan melalui aktivitas penggunaan media digital oleh masyarakat zaman modern ini. Secara umum aktivitas penggunaan ialah segala tindakan yang dilakukan oleh individu atau kelompok dalam menggunakan suatu layanan, produk atau teknologi dalam kehidupan sehari-hari. Seperti halnya PLN Mobile, Sebuah wujud dari perkembangan teknologi berupa aplikasi yang diperuntukkan pelanggan PT.PLN Persero. Dalam penelitian ini peneliti mencari tahu tentang keterlibatan pelanggan ULP Singosari Kabupaten Malang dalam menggunakan aplikasi *PLN Mobile*.

Suatu teknologi digunakan, Diadopsi dan diinterpretasikan oleh individu dalam Kehidupan sehari-hari (Suchman, 1987). Dalam teori tersebut peneliti menyoroti tentang tindakan situasi atau (*Situated Action*). Tindakan situasi tidak hanya dipengaruhi oleh faktor internal, Tetapi juga faktor eksternal seperti konteks situasional dimana tindakan tersebut terjadi. Seperti halnya pada PLN Mobile, sebuah rumah mengalami gangguan kelistrikan yang diakibatkan oleh angin puting beliung, Maka pemilik rumah harus melaporkan gangguan tersebut kepada kantor PLN disekitar agar gangguan segera teratasi. kejadian yang diluar kendali seringkali menjadi pendorong manusia untuk memanfaatkan layanan. Peneliti menentukan indikator yang dapat diteliti berdasarkan teori aktivitas menurut (Suchman, 1987). Indikator-indikator tersebut ialah :

1. Interaksi antara manusia dengan teknologi

Interaksi Manusia dengan teknologi merupakan suatu koneksi antara manusia dengan berbagai bentuk teknologi yang digunakan

dalam berbagai aspek kehidupan. Ini melibatkan segala jenis hubungan antara individu dan perangkat keras seperti komputer, smartphone, atau perangkat elektronik, serta perangkat lunak seperti aplikasi, program, atau sistem, untuk berbagai tujuan seperti komunikasi, pendidikan, pekerjaan, hiburan, dan sebagainya.

2. Konteks Situasi

Konteks situasi merupakan suatu keadaan maupun peristiwa yang tengah dihadapi oleh manusia yang dimana harus ada tindak lanjut atas peristiwa yang tengah terjadi. Situasi menjadi menjadi suatu hal yang berpengaruh untuk melakukan interaksi. Dalam konteks ini pelanggan senantiasa melakukan interaksi didasari keadaan yang sedang dialami oleh pelanggan.

2.6 Penelitian Terdahulu

Peneliti 1

Sasaran Penelitian	Penelitian Terdahulu
Nama Peneliti	Muhammad Raihan Datau
Judul	PENGARUH KOMUNIKASI <i>CUSTOMER RELATIONSHIP MANAGEMENT</i> MELALUI APLIKASI PLN MOBILE TERHADAP KEPUASAN PELANGGAN PT. PLN DI KOTA GORONTALO
Tahun Penelitian	2023

Hasil Penelitian	Berdasarkan Hasil uji t menunjukkan bahwa variabel customer relationship management (X) memiliki pengaruh signifikan terhadap Pada pelanggan (Y) dengan nilai signifikansi sebesar 0,000, yang lebih kecil dari 0,05. Selain itu, nilai t Hitung sebesar 8,041 juga melebihi nilai t Tabel sebesar 1,660, menandakan adanya pengaruh positif dan signifikan dari customer relationship management terhadap Pada pelanggan. Pada pelanggan. Dengan hasil ini membuat teori <i>customer relationship management</i> merupakan solusi yang tepat untuk meningkatkan Pada pelanggan (Buttle, 2006)
Persamaan	Lembaga yang diteliti sama-sama PLN
Perbedaan	Lokasi penelitian dan metode penelitian yang digunakan peneliti saat ini menggunakan Kualitatif.

Peneliti 2

Sasaran Penelitian	Penelitian Terdahulu
Nama Peneliti	Vira Indar Nevyra, Sori Monang, Abdul Karim Batubara
Judul	PENGUNAAN INSTAGRAM SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI

Tahun Penelitian	2021
Hasil Penelitian	<p>Hasil penelitian Ini menjabarkan penggunaan media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi di kalangan mahasiswa cukup efektif. Kelebihan media sosial Instagram menurut kebanyakan mahasiswa adalah aplikasinya gratis, menarik dan mudah digunakan, memiliki banyak fitur-fitur menarik, memiliki filter yang banyak dan menarik, sebagai wadah untuk mengembangkan kreatifitas, memiliki fitur story sebagai tempat berbagi segala kegiatan sehari-hari. Sedangkan kekurangan media sosial Instagram menurut kebanyakan mahasiswa adalah boros kuota internet, mudahnya penyebaran berita bohong (hoaks), mudah terjadi kegiatan bullying, sistem terkadang eror, dan pengiriman pesan yang kadang lambat hingga pending. Dampak positif penggunaan Instagram menurut kebanyakan mahasiswa adalah memperoleh banyak wawasan dan informasi dari segala bidang di dunia, menjadikan penggunanya kreatif, dapat melihat dunia luar melalui foto dan video, mempertemukan mereka dengan teman lama maupun orang baru di seluruh dunia, dan memberikan banyak keuntungan untuk pelaku usaha. Sedangkan dampak negatif yang dirasakan adalah membuat kecanduan pada Instagram dan boros dalam menggunakan kuota internet.</p>

Persamaan	<p>-Sama-sama menggunakan teori Used and Gratifications sebagai rujukan penelitian.</p> <p>-sama-sama merujuk pada aplikasi sebagai media.</p>
Perbedaan	<ul style="list-style-type: none"> - penelitian sebelumnya menggunakan sosial media sedangkan peneliti teliti PLN Mobile dimana fungsional dan kegunaanya berbeda. - tidak ada Aktivitas komunikasi yang dilakukan mahasiswa - Tidak ada konsep new media

