

## DINAMIKA KONFLIK ORGANISASI DALAM AKUISISI PERUSAHAAN TEKNOLOGI: ANALISIS KASUS *WHATSAPP* DAN *FACEBOOK*

Dhifa Nabila<sup>1</sup>, Kusumajanti<sup>2</sup>

Universitas Pembangunan Negeri Veteran Jakarta<sup>1,2</sup>

[dhnabila01@gmail.com](mailto:dhnabila01@gmail.com)<sup>1</sup>

### ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dinamika konflik dan kolaborasi antara *WhatsApp* dan *Facebook* dalam konteks akuisisi perusahaan serta implikasinya terhadap organisasi dan masyarakat. Metode yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan studi literatur dan analisis dokumen terkait konflik organisasi, kebijakan privasi, dan proses integrasi perusahaan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konflik dipicu oleh perbedaan nilai organisasi, terutama terkait monetisasi platform dan perlindungan privasi pengguna, yang berdampak pada perubahan struktur organisasi, keluarnya pendiri *WhatsApp*, serta menurunnya kepercayaan publik. Penelitian ini menyimpulkan bahwa keselarasan visi strategis dan nilai organisasi menjadi faktor penting dalam keberhasilan kolaborasi pasca akuisisi perusahaan teknologi.

**Kata Kunci:** Akuisisi, Konflik, *WhatsApp* dan *Facebook*.

### ABSTRACT

*This study aims to analyze the dynamics of conflict and collaboration between WhatsApp and Facebook in the context of a corporate acquisition and its implications for organizations and society. The method used is a qualitative approach with literature review and document analysis related to organizational conflict, privacy policies, and the corporate integration process. The results show that the conflict was triggered by differences in organizational values, particularly regarding platform monetization and user privacy protection, which resulted in changes in organizational structure, the departure of WhatsApp's founder, and a decline in public trust. This study concludes that the alignment of strategic vision and organizational values is a critical factor in the success of collaboration after a technology company acquisition.*

**Keywords:** Acquisition, Conflict, *WhatsApp* and *Facebook*.

## PENDAHULUAN

Platform online pada jejaring sosial seperti sebuah kebutuhan bagi masyarakat. Menjadi hal yang lumrah jika platform online jejaring sosial dapat mengiringi kehidupan bagi orang-orang di setiap harinya untuk berbagi informasi, cerita, pengalaman, berbagi berkas seperti foto, video atau file lainnya. Sebagai contoh di sebuah lapangan pekerjaan, sudah selayaknya bahwa pegawai pada perusahaan wajib memiliki platform *WhatsApp* agar tetap mengetahui perkembangan dan situasi yang ada di pekerjaannya. Sehingga platform *WhatsApp* dapat dikatakan penting untuk dimiliki dan diakses bagi seluruh lapisan masyarakat.

Seperti salah satu contohnya adalah *WhatsApp* yang merupakan aplikasi berbasis online dengan berbagai fitur yang dapat mendukung aktivitas dari para penggunanya (Rahartri, 2019). Tersedianya fitur-fitur yang disediakan *WhatsApp* dapat memudahkan penggunaannya hanya dengan mengunduh secara gratis melalui *smartphone* dan bahkan saat ini dapat digunakan melalui komputer atau laptop. *WhatsApp* sendiri juga diketahui sebagai media alternatif yang memberikan kefleksibilitasnya dengan menyesuaikan penggunaan sinyal bagi para penggunanya, terlebih tidak ada gangguan iklan yang diterima saat menggunakan aplikasinya (Koten et al., 2022).

*WhatsApp* didirikan pertama kali oleh Jan Koum dan Brian Acton pada 2009 (Hidayat, 2019). Kedua sekawan tersebut merupakan bagian dari media lain yang terkenal pada masanya, yaitu *Yahoo*. Kedua *founder* ini memiliki keinginan yang sama untuk mencapai sebuah kesederhanaan dan efisiensi pada suatu alat komunikasi yang mereka ciptakan dengan penggunaan yang mudah. Perkembangan yang sangat pesat di awal tahun pada saat *WhatsApp*

didirikan, keberadaannya cukup menarik para pengguna di dunia. Terlebih dengan adanya sistem tidak dipungut biaya dan hanya mengandalkan kuota pada jejaring online pada ponsel, merupakan keunggulan utama yang dapat diminati bagi seluruh lapisan masyarakat (BPMPP UMA, 2023). Kemudian *WhatsApp* juga dikenal sebagai media sosial dengan capaian informasi yang *real-time* yang merupakan aplikasi perpesanan secara instan (Wijnberg, 2021). Sehingga dapat dikatakan bahwa *WhatsApp* merupakan platform yang bisa menjangkau dimensi dari kemutakhiran, bermanfaat dan beradab (Rahartri, 2019).

Pada tahun 2014, muncul pemberitaan bahwa *WhatsApp* diakuisisi oleh *Facebook* dan masuk ke grup Meta. Berdasarkan data statistika di bawah, menginformasikan bahwa pengguna *WhatsApp* memiliki kenaikan yang signifikan dari kuartal satu pada tahun 2012 hingga kuartal tiga tahun 2022. Setidaknya terdapat kenaikan sekitar 200 juta orang per tahunnya yang menggunakan *WhatsApp*. Dengan popularitas yang dimiliki oleh *WhatsApp*, maka hal tersebut membuat Mark Zuckerberg, pendiri *Facebook*, tertarik untuk mengakuisisi *WhatsApp*.

Pertumbuhan pengguna *WhatsApp* secara global menunjukkan tren peningkatan signifikan dalam satu dekade terakhir. Sejak awal 2010-an hingga awal 2020-an, jumlah pengguna aktif terus meningkat hingga mencapai miliaran pengguna di seluruh dunia. Peningkatan ini menunjukkan posisi *WhatsApp* sebagai salah satu platform komunikasi digital paling dominan yang mendorong ketertarikan perusahaan teknologi besar untuk mengintegrasikannya dalam strategi bisnis mereka.

*Facebook* sendiri merupakan media sosial berbasis online yang dapat diakses dimanapun dan kapan pun. *Facebook* adalah platform pertemanan yang mana penggunanya dapat berteman dengan pengguna lain dari negara yang berbeda tanpa halangan walaupun dengan perbedaan waktu. Platform yang didirikan pada tahun 2004 oleh Mark Zuckerberg tersebut awalnya hanya sebuah media sosial yang digunakan oleh mahasiswa di Universitas Harvard saja (Amiman et al., 2022). Kemudian diperluas hingga ke kampus lain, lalu menjadi platform media sosial yang dapat digunakan tidak hanya oleh mahasiswa di Amerika, namun digunakan oleh seluruh lapisan masyarakat di dunia.

Kemunculan *Facebook* juga merupakan awalan dari berdirinya Meta Platform Inc. pada tahun 2004. Meta merupakan perusahaan teknologi multinasional yang mengiringi adanya perkembangan era digital. Meta hadir sebagai perusahaan pemenuhan kebutuhan sosial untuk para penggunanya di dunia (Mustikadara, 2023).

Sesuai dengan informasi yang disampaikan sebelumnya bahwa *WhatsApp* memiliki kepopuleritasan yang tinggi, membuat *Facebook* menginginkan akuisisi *WhatsApp*. Sehingga pada tahun 2014, terjadilah akuisisi *WhatsApp* sehingga menjadi bagian dari Meta. Mark Zuckerberg menyatakan bahwa mengambil langkah akuisisi dengan *WhatsApp* merupakan jalur agar dapat meraih lebih dari satu miliar pengguna dan agar dapat terbuka serta terhubung satu sama lain di antara penggunanya di dunia (Prima, 2014). Adapun alasan lain agar *WhatsApp* dapat menggantikan *Facebook* Messenger, dimana *Facebook* notabene hanya sebuah platform media sosial. Dengan kata lain, *WhatsApp* memiliki apa yang

yang tidak dimiliki *Facebook* sehingga keduanya dapat bergabung untuk saling melengkapi. Adanya keinginan yang kuat dan agar tercapainya keuntungan yang besar untuk Meta. Melalui akuisisi tersebut, diharapkan dapat membuat bagian-bagian di dunia yang belum terhubung menjadi terhubung.

Namun kenyataannya, bergabungnya *WhatsApp* dengan *Facebook* tidak semulus yang diharapkan. Perselisihan sering terjadi antara pendiri *WhatsApp*, yaitu Jan Koum dan Brian Acton, dengan pihak *Facebook*, yaitu Mark Zuckerberg serta Sheryl Sandberg (Chief Operating Officer dari *Facebook*). Memiliki konsep bisnis yang tidak sesuai dari kedua belah pihak membuat pendiri *WhatsApp* merasa tidak sejalan dengan *Facebook*.

Adapun permasalahan yang dimiliki bukan hanya dari permasalahan besar, namun juga dari permasalahan kecil seperti penggunaan kursi dari karyawan *WhatsApp* yang nampaknya kurang sesuai dengan kantor *Facebook* pada waktu itu (Grind, 2018). Kemudian adanya perbedaan prinsip dimana pihak Zuckerberg ingin melakukan monetisasi pada penggunaan *WhatsApp*, yaitu menampilkan iklan di aplikasi pertukaran pesan tersebut dan adanya penjualan alat bisnis (Kannen, 2024). Sebagai pendiri aplikasi yang sangat menghargai privasi penggunanya, Jan Koum dan Brian Acton keberatan dengan ide tersebut. Dengan adanya ide monetisasi tersebut, maka Koum dan Acton harus merelakan privasi yang dimiliki oleh penggunanya. Sesungguhnya Koum dan Acton juga tidak menyukai adanya iklan yang tayang di suatu platform. Namun seperti yang diketahui bahwa *Facebook* adalah media sosial yang juga merupakan jaringan periklanan di dunia.

Kebaruan penelitian ini terletak pada analisis konflik organisasi pasca akuisisi perusahaan teknologi dengan mengintegrasikan perspektif konflik nilai, budaya organisasi, dan implikasi terhadap kepercayaan publik dalam konteks platform digital global. Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa konflik pasca akuisisi sering terjadi akibat perbedaan budaya organisasi dan strategi bisnis digital. Menurut penelitian Dieste (2022) dan Murthy (2024), integrasi dalam perusahaan teknologi global kerap menimbulkan konflik yang berdampak signifikan terhadap perubahan struktur organisasi. Konflik tersebut muncul akibat berbagai tantangan, seperti integrasi budaya, penyelarasan proses bisnis, serta harmonisasi sistem teknologi yang kompleks selama proses merger maupun transformasi digital. Oleh karena itu, dibutuhkan strategi manajemen perubahan yang matang disertai komunikasi yang efektif untuk meminimalkan dampak konflik tersebut.

Penelitian lain oleh Quach, (2022). menegaskan bahwa isu privasi menjadi sumber ketegangan utama dalam perusahaan platform digital, terutama karena proliferasi data dan kekhawatiran konsumen terhadap pengelolaan data pribadi mereka. Ketegangan ini muncul dari interaksi antara perusahaan dan konsumen yang difasilitasi oleh teknologi digital, yang memicu perubahan regulasi dan perilaku protektif pengguna terhadap privasi. Penelitian Chatterjee, (2024) menekankan bahwa keselarasan nilai (value alignment) antara perusahaan yang melakukan merger teknologi sangat penting untuk keberhasilan integrasi dan penciptaan nilai pasca-merger. Keselarasan ini mencakup harmonisasi infrastruktur teknologi, penyatuan platform data, serta penyelarasan operasional yang dapat

memaksimalkan sinergi dan efisiensi bisnis.

Penelitian sebelumnya lebih banyak membahas aspek ekonomi dan strategi bisnis, sementara kajian mengenai dinamika konflik nilai dan dampaknya terhadap kepercayaan publik dalam kasus *WhatsApp* dan *Facebook* masih terbatas. Dari adanya konflik yang timbul antara pihak *WhatsApp* dan *Facebook*, membuat pendiri hubungan antara pendiri-pendirinya merenggang. Tidak hanya pendirinya saja, namun ternyata konflik juga terjadi antar karyawan dari keduanya. Dikarenakan konflik yang semakin memanas antara kedua pihak, membuat Brian Acton lebih dulu mengundurkan diri dari *Facebook* pada September 2017. Kemudian disusul dengan pengumuman dari Jan Koum yang mengabarkan pengunduran dirinya pada 1 Mei 2018.

Berdasarkan penjelasan di atas, maka penulis ingin membahas terkait timbulnya konflik dalam lingkungan tenaga kerja yang terjadi dari adanya kolaborasi antara dua platform, yaitu *WhatsApp* dengan *Facebook*. Dari pemberitaan terkait konflik yang terjadi, maka dari penulisan ini akan mengetahui bagaimana media globalisasi dapat berperan pada konflik antara *WhatsApp* dan *Facebook*. Kemudian untuk menganalisis dampak dari adanya konflik yang terjadi terhadap pembangunan, seperti dampak ekonomi, sosial dan budaya dari pihak yang terkait.

## **METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif melalui studi literatur dan analisis dokumen. Data diperoleh dari artikel jurnal, laporan industri, berita kredibel, dan publikasi resmi terkait akuisisi *WhatsApp* oleh *Facebook*. Teknik analisis dilakukan dengan mengidentifikasi aktor konflik,

kronologi peristiwa, serta dampak yang muncul. Data dianalisis secara tematik untuk menarik kesimpulan mengenai dinamika konflik organisasi.

Penulis menggunakan studi literatur yang diperoleh dari jurnal, buku maupun website dari penulisan yang dipublikasikan secara online. Menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menginformasikan secara menyeluruh dari data yang telah dikumpulkan. Kemudian penelitian ini juga memperoleh informasi dari wawancara yang dilakukan pada suatu platform konten berbasis audio dari pembahasan yang ditulis.

Penelitian ini menggunakan analisis konflik, dimana dapat memberikan gambaran tahapan saat konflik terjadi, yaitu diawali dari adanya pra-konflik, kemudian konfrontasi, krisis serta pasca konflik. Adapun tujuan dari adanya gambaran tahap konflik, agar dapat melihat siklus yang terjadi saat situasi konflik berlangsung. Dengan adanya penahapan konflik, maka diharapkan agar pembaca dapat mengerti apa yang terjadi dari pengunduran diri kedua pendiri WhatsApp dari Facebook (Meta).

## HASIL PENELITIAN

Hasil analisis menunjukkan bahwa terdapat perbedaan kebijakan strategis antara kedua perusahaan terkait monetisasi layanan dan penggunaan data pengguna. Setelah akuisisi, terjadi perubahan kebijakan yang mendorong integrasi data dan pengembangan model bisnis berbasis iklan. Ketegangan internal meningkat seiring tekanan terhadap integrasi kebijakan tersebut. Pengunduran diri pendiri WhatsApp terjadi setelah meningkatnya perbedaan pandangan mengenai arah pengembangan platform. Selain itu, muncul penurunan kepercayaan publik yang terlihat dari diskursus media dan

meningkatnya perhatian terhadap isu privasi data. Konflik juga berdampak pada perubahan strategi komunikasi dan pengembangan produk perusahaan.

Penelitian ini menemukan bahwa konflik antara aktor utama dalam proses integrasi *WhatsApp* dan *Facebook* muncul terutama pada perbedaan pandangan terkait kebijakan pemanfaatan data pengguna dan arah monetisasi layanan. Teridentifikasi adanya dinamika hubungan antara aktor kunci yang mempengaruhi proses pengambilan keputusan strategis.

Selain itu, terjadi perubahan dalam struktur organisasi yang ditandai dengan keluarnya beberapa pendiri dan penyesuaian peran manajerial. Peta konflik menunjukkan adanya hubungan langsung dan tidak langsung antar aktor yang berkontribusi terhadap eskalasi konflik selama periode integrasi.

Temuan lain memperlihatkan bahwa kebijakan perusahaan induk berdampak pada operasional dan strategi pengembangan platform, serta memunculkan ketegangan internal yang berpengaruh pada keberlanjutan kolaborasi antar tim.

## PEMBAHASAN

Pengunduran diri CEO *WhatsApp*, yaitu Jan Koum dan Brian Acton dari *Facebook*, tidak terlalu membuat terkejut bagi sebagian orang yang mengetahui akuisisinya ke *Facebook*. Salah satunya adalah ucapan dari Kirsten Grind, seorang jurnalis *The Wall Street Journal* yang mengatakan “*Mereka benar-benar sangat berbeda. Jadi Facebook, cara operasinya berdasarkan penggunaan data untuk memonetisasi produknya. Sedangkan WhatsApp justru sebaliknya.*” (Keane, 2021). Konflik yang muncul tidak akan bisa dibendung dari adanya asal-muasal perbedaan dari keduanya. Dengan adanya perbedaan latar belakang, maka membuat sebagian

orang justru bertanya-tanya bagaimana bisa dua platform berbeda tersebut bergabung.

Konflik sendiri adalah suatu perwujudan dari adanya interaksi antar individu atau kelompok dengan kelompok, yang memiliki tujuan yang tidak sejalan satu sama lain sehingga dapat menimbulkan adanya perlambatan perwujudan (Nurasizah, 2020). Melalui perbedaan pemikiran dan pandangan yang terjadi di antara dua atau beberapa individu dan kelompok, maka akan membuat situasi memanas. Dimana perbedaan pemikiran dan pandangan yang dimaksud dapat dari berbagai hal, sebagai contoh dari adanya perbedaan budaya, perbedaan latar belakang serta perbedaan cara pandang untuk menuju satu tujuan.

Seperti halnya yang dikatakan Kirsten Grind bahwa *Facebook* dan *WhatsApp* itu berbeda dari segi operasinya. *Facebook* yang nampaknya ingin mendapatkan banyak keuntungan, memilih untuk menjadi platform pertemanan yang juga platform periklanan. Bahkan saat ini tampilan periklanan yang tampil di platform lain bernama Instagram, dirancangannya berasal dari *Facebook* Meta. Diketahui bahwa Instagram juga salah satu platform yang tergabung dengan *Facebook* di bawah Meta Inc. Sedangkan *WhatsApp* yang dari awal merupakan media per pesan antar individu atau grup, cukup memiliki khas yang minimalis namun penggunaannya cukup masif dan berkembang cukup pesat dari tahun ke tahun. Terlebih yang sebelumnya hanya dapat digunakan di smartphone dengan sistem iOS, saat ini bisa digunakan di sistem Android dan bahkan dapat digunakan pula di Windows dan Web Browser.

Ralf Dahrendorf mengatakan pada Teori Konfliknya, bahwa orang-orang bukan sebagai suatu konsensus dan keteraturan, namun juga sebagai konflik atas dasar distribusi dari suatu kekuasaan yang berlangsung. Menurut Dahrendorf, setiap asosiasi sarat akan konflik dengan ketegangan yang terjadi dari orang-orang yang berada dalam struktur kekuasaan (Zulfiani et al., 2022). Melalui pemikiran yang Dahendrof ciptakan, dapat disimpulkan bahwa perubahan struktur dan dinamika terjadi saat konflik berlangsung sebagai suatu peran sentral. Selain itu adanya konsensus yang melahirkan konflik dari orang-orang yang memiliki berbagai kepentingan, namun tidak disepakati oleh beberapa pihak.

Seperti halnya konflik yang terjadi pada *WhatsApp* dan *Facebook*, dimana pendiri *Facebook* menginginkan adanya keuntungan lebih dari *WhatsApp*. Kemudian *WhatsApp* yang ternyata lebih dilirik oleh masyarakat di dunia, memiliki kepopuleritasan yang lebih tinggi dibandingkan *Facebook*, sehingga Zuckerberg merasa adanya peluang yang seharusnya dijalankan. Seperti *Facebook* yang meraup keuntungan dari iklan, menurutnya *WhatsApp* dapat dimonetisasikan juga. Dengan adanya konsensus yang dilahirkan oleh Mark Zuckerberg dengan COOnya, yaitu Sheryl Sandberg, justru membuat pendiri *WhatsApp* terheran. Pendirinya sangat menghargai privasi penggunanya. Apabila monetisasi *WhatsApp* dengan cara menyiarkan iklan gambar di dalamnya, maka akan terkesan *norak* menurut pendirinya. Laporan terbaru menunjukkan bahwa konflik internal perusahaan teknologi sering berkaitan dengan perbedaan strategi monetisasi dan perlindungan data pengguna (Kuan, 2019)

Sesuai dengan yang dikatakan oleh Ralf Dahrendorf, bahwa memang konflik dapat terjadi dari adanya suatu konsensus yang sebenarnya tidak disepakati bagi orang-orang yang berada di struktur kekuasaan. Seperti *WhatsApp* dan *Facebook* yang sudah terlihat di publik bahwa sudah tidak sejalan semenjak tahun 2017, saat Brian Acton mundur dari *Facebook* (Meta). Pada pengunduran dirinya, Acton bahkan rela meninggalkan 900 juta dolar saham yang belum diinvestasikan (Kuan, 2019)

Konflik yang terjadi pada *WhatsApp* dan *Facebook* dapat dikategorikan dari munculnya suatu ide, perbedaan identitas, norma dan kepentingan, persepsi serta adanya dinamika kekuasaan yang didominasi oleh *Facebook*. Seperti halnya pada Teori Konstruktivisme yang digagaskan oleh Alexander Wendt. Menurut Wendt, identitas dan kepentingan dari aktor yang mempunyai tujuan, dibangun oleh ide-ide bersama, bukan diberikan oleh alam (Hutabarat, 2022).

Adanya perbedaan identitas dari *WhatsApp* dan *Facebook*, memperlihatkan bahwa adanya budaya yang berbeda pula yang berlangsung sebelum *WhatsApp* berdiri sendiri, dengan saat *WhatsApp* sudah bergabung dengan *Facebook*. Bukan hanya pendiri *WhatsApp* yang masih terbilang kaget dengan adanya perbedaan identitasnya, namun juga dari sisi pekerja atau karyawan *WhatsApp* yang berbeda budaya kerjanya dengan karyawan *Facebook*. Mulai dari keterkejutan karyawan *Facebook* dengan penggunaan meja karyawan *WhatsApp* yang tergolong terlalu besar di kantornya, kemudian latar kantor *Facebook* yang seperti Disneyland dan kurang cocok dengan karyawan *WhatsApp*, serta karyawan *Facebook* yang cenderung lebih ceria dan berisik dibandingkan karyawan *WhatsApp* yang lebih sunyi

(Kuan, 2019) Konflik antar karyawan tersebut terjadi saat kantor *WhatsApp* berpindah ke kantor pusat *Facebook* di Menlo Park pada 2017.

Norma yang dijalankan oleh *WhatsApp* sebelumnya adalah terkait privasi pengguna. Zuckerberg sendiri yang mengingkari janji yang dibuat oleh para pendiri *WhatsApp* yang mengatakan: “*WhatsApp akan tetap otonom dengan beroperasi secara independen dan tanpa adanya iklan yang mengganggu komunikasi Anda*”. Namun hal tersebut diingkari oleh *Facebook* dengan awalan membagikan kontak pengguna *WhatsApp* ke *Facebook*, dengan tujuan agar *Facebook* dapat merekomendasikan pertemanan melalui nomor ponsel yang digunakan pada *WhatsApp*. Dengan berat hati, akhirnya Koum dan Acton menyetujuinya dan dengan kata lain mereka merelakan prioritas privasi pengguna *WhatsApp* setelah diakuisisi *Facebook*.

Dari adanya akuisisi dan konflik yang terjadi antara *Facebook* dan *WhatsApp*, maka semakin terlihat bahwa dinamika kekuasaan di Meta memang didominasi oleh *Facebook*. Otoritas yang lebih tinggi secara struktural yang dimiliki oleh Mark Zuckerberg, membuat Jan Koum dan Brian Acton terpaksa mengurungkan norma privasi yang dijalankan sebelumnya. Dengan adanya perbedaan identitas, perubahan norma privasi, perubahan budaya dan adanya dominasi tinggi yang dimiliki pihak *Facebook* yang selalu menginginkan monetisasi *WhatsApp*, membuat Koum dan Brian akhirnya mengundurkan diri dari *Facebook* (Meta).

Dalam kode etik jurnalistik dan juga pemasaran, Mark Zuckerberg dianggap telah melanggar kode etik, terkait dengan adanya penyebaran berita yang menyebutkan bahwa telah bocor email yang dikirimkan dari Mark

Zuckerberg kepada beberapa karyawan IT-nya untuk dapat membobol *system encryption* dari *WhatsApp*, agar dapat membobol beberapa data pengguna dari *WhatsApp*, sehingga dapat digunakan untuk trial dalam menyisipkan ADS/Advertisement di sela-sela chat.

Bagi para petinggi seperti Mark Zuckerberg, media yang seharusnya menjadi tempat penyampaian berita/informasi yang benar sudah bukanlah lagi tujuannya, mereka sudah tidak lagi peka dengan tuntutan informasi yang benar, karena bagi mereka, pasar informasi (News business), bagi mereka yang terpenting adalah mencari suatu keuntungan, tidak boleh terlambat apalagi didahului oleh Perusahaan pesaing yang lainnya. Mereka berpikir jangan sampai audience mereka berpindah kelain hati sehingga memberikan efek penurunan bagi intensitas penggunaannya mereka, sehingga demi mencapai tujuan inilah mereka rela mengorbankan profesionalisme mereka demi memonopoli keuntungan diri mereka sendiri (Haryatmoko, 2020)

Tidak hanya itu, hal ini didukung dengan faktor yang sangat memungkinkan bagi Mark, dikarenakan pada pemilihan presiden Amerika beberapa tahun lalu, yaitu Donald Trump, yang membantu dalam Upaya penyebaran berita-berita hoax yang diperuntukkan untuk kepentingan Donald Trump, Sehingga jika berkaca pada Riset Aliansi Jurnalis Independen (AJI) bahwa budaya ini terjadi dikarenakan sering adanya pemahaman kabur tentang “amplop” itu sendiri, hal ini menunjukkan juga bahwa kentalnya budaya “amplop mengamplop” ini, dibentuk karena pejabat yang biasa memberikan “amplop” (Heryanto, 2024; Syah, 2025)

### **Pemetaan dan Penahapan Konflik**

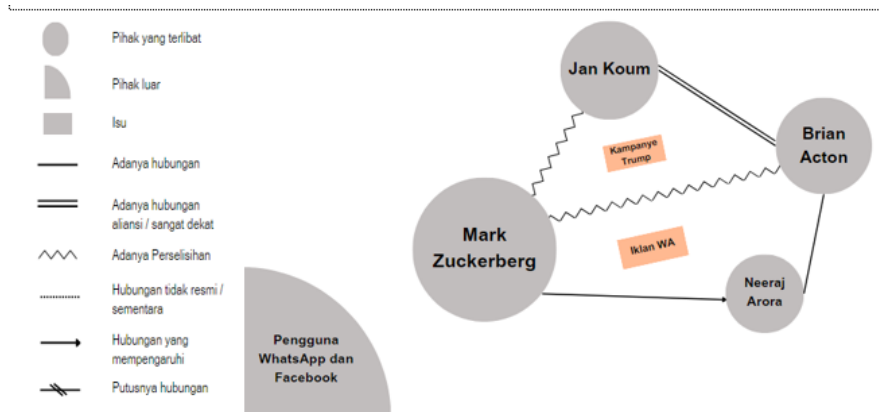
Konflik yang terjadi antara *Facebook* dengan *WhatsApp* sebenarnya dapat dilihat dari siapa saja yang terlibat, sehingga persenggangan tersebut muncul. Seperti yang diinformasikan sebelumnya bahwa konflik terjadi dengan asal-muasal dari pendiri-pendirinya, yakni Mark Zuckerberg sebagai pendiri *Facebook* serta Jan Koum dan Brian Acton sebagai pendiri *WhatsApp*. Dengan adanya perselisihan yang terjadi mulai dari perbedaan pemikiran, budaya dan tujuan dari kedua belah pihak, muncul lah hal memanasakan keduanya sehingga Jan Koum dan Brian Acton memutuskan untuk keluar dari *Facebook* atau Meta Inc.

Pada wawancara yang berjudul *The Inside Story of Facebook's Biggest Acquisition* di saluran *podcast* Apple bernama *The Closer FM* dihadiri oleh Aimee Keane dan Kirsten Grind yang merupakan jurnalis, serta Neeraj Arora yang merupakan mantan Chief Business di *WhatsApp*, mengungkapkan tahapan-tahapan konflik yang terjadi dari akuisisi terbesar di dunia antara *WhatsApp* ke *Facebook*. Arora sendiri merupakan aktor penting dalam negosiasi harga yang diberikan *WhatsApp* sebesar 22 miliar dolar ke *Facebook*. Arora juga menceritakan bagaimana permulaan dari adanya akuisisi *WhatsApp* ke *Facebook* yang justru membuatnya menyesal pada keputusan tersebut, sehingga menimbulkan konflik yang berujung peninggalan kedua pendiri *WhatsApp* dan juga dirinya pada November 2018.

Dalam hal ini, maka dapat dilakukan pemetaan konflik dalam rangka menggambarkan aktor-aktor dengan hubungannya satu sama lain (Dermawan, 2017). Dengan membuat peta konflik dan menginformasikan hubungan aktor-aktornya, maka akan mengetahui siapa saja yang berkaitan

pada kerja sama *Facebook* dengan *WhatsApp* dan memahami konflik yang terjadi antara keduanya. Pemetaan konflik juga dapat merepresentasikan

dengan jelas posisi dari aktor-aktor yang terlibat pada kepentingan dan keputusan mereka (Tiwana et al., 2010)



**Gambar 1.** Peta Konflik pada Aktor *Facebook* dan *WhatsApp* & Peta Konflik Aktor dalam Kasus *WhatsApp* dan *Facebook*  
 Sumber: Diolah oleh penulis (2024)

Terdapat empat aktor yang terlibat atas adanya konflik yang terjadi dari *Facebook* dan *WhatsApp*. Melalui pemetaan di atas, terlihat bahwa Neeraj Arora menghubungkan relasi antara *Facebook* dengan *WhatsApp*. Panah yang diarahkan dari Mark Zuckerberg ke Neeraj Arora menyatakan bahwa Neeraj lah yang penghubung dari relasi yang terjadi. Hubungan Jan Koum dan Brian Acton ditandai dengan dua garis yang berarti memiliki hubungan yang erat, dikarenakan keduanya merupakan pendiri *WhatsApp* yang berasal dari perusahaan yang sama, yaitu *Yahoo*. Terdapat dua kotak berwarna merah yang berada di antara Mark Zuckerberg dengan Jan Koum dan Brian Acton. Dua kotak tersebut adalah isu, yaitu adanya iklan di *WhatsApp* dan adanya isu bahwa *Facebook* ikut serta dalam kampanye Trump dengan memberikan akses kepada tim kampanye Trump untuk menggali informasi dari pengguna *Facebook*. Dua kotak isu tersebut menimbulkan konflik yang membuat Brian Acton yang pertama meninggalkan *Facebook*, kemudian diikuti oleh Jan Koum setelah adanya isu

kampanye Trump. Kedua kotak tersebut menghasilkan hubungan yang tidak baik, sehingga tanda garis bergerigi yang berarti bahwa adanya konflik antar aktor.

Adapun analisis selanjutnya pada kasus *WhatsApp* dan *Facebook* menggunakan konsep dari Simon Fisher yang membagi tahapan dari adanya dinamika konflik, yaitu pra-konflik, kemudian konfrontasi, krisis serta pasca konflik (Wulandari, 2017). Pra-konflik merupakan suatu peristiwa yang terjadi sebagai awal mula dari adanya konflik. Munculnya suatu ketidaksesuaian antar pihak sehingga menimbulkan suasana yang menegang. Sedangkan konfrontasi merupakan tahap dimana konflik mulai terbuka, sehingga pertikaian mulai terjadi antar pihak. Kemudian tahap krisis atau puncak konflik, yaitu timbulnya aksi yang dilakukan. Melalui tahapan tersebut, maka dapat ditampilkan ke dalam kolom berikut:

**Tabel 1.** Tahapan Dinamika Konflik Akuisisi dari *WhatsApp* ke *Facebook*

Tahapan Konflik	Waktu	Peristiwa
Pra-konflik	2014	1. Setelah akuisisi, Koum dan Acton menjawab kekhawatiran masyarakat akan privasinya pada suatu blog, “ <i>WhatsApp akan tetap otonom dan beroperasi secara independent. Anda tetap dapat mengandalkan kami tanpa adanya iklan yang mengganggu komunikasi anda</i> ”.
Konfrontasi	2016	1. <i>Facebook</i> meminta <i>WhatsApp</i> untuk mengubah persyaratan dari layanannya dengan memberikan akses dari latar belakang pengguna <i>WhatsApp</i> , seperti perangkat atau apa yang digunakan oleh penggunanya. Kemudian meminta <i>WhatsApp</i> mengizinkan <i>Facebook</i> untuk merekomendasikan kontak pengguna <i>WhatsApp</i> yang sudah berteman; 2. <i>Facebook</i> menarik beban biaya pengguna <i>WhatsApp</i> yang sebelumnya menarifkan 99 sen per tahun; 3. <i>Facebook</i> menekan pendiri Koum dan Acton untuk memonetisasikan <i>WhatsApp</i> dengan menampilkan iklan
	2017	4. Eksekutif <i>Facebook</i> meminta <i>WhatsApp</i> untuk memindahkan kantornya pada Januari 2017 ke kantor <i>Facebook</i> yang bertempat di Menlo Park; 5. Banyak negosiasi dari karyawan <i>WhatsApp</i> seperti permintaan meja yang lebih besar dengan membawa meja yang ada di kantor sebelumnya, menegosiasikan toilet yang lebih bagus dari toilet yang dimiliki <i>Facebook</i> . 6. Ketidakcocokan karyawan <i>WhatsApp</i> dengan adanya kemeriahan kantor <i>Facebook</i> , dikarenakan terdapat restoran, toko es krim, permainan seperti di Disneyland.
Krisis	2017	1. Konflik antar karyawan <i>WhatsApp</i> dan <i>Facebook</i> yang saling mengolok-olok karena adanya perbedaan budaya dari cara bekerja kedua pihak; 2. Pihak <i>Facebook</i> menekan Koum dan Acton untuk menampilkan iklan di <i>WhatsApp</i> dan melonggarkan kembali enkripsinya; 3. Karena sangat menjunjung tinggi privasi pengguna, Brian Acton mengundurkan diri pada September 2017, namun tidak diketahui masyarakat; 4. Pada Maret 2018, terdapat issue bahwa perusahaan Cambridge Analytica telah mengakses informasi pribadi dari 50 juta pengguna <i>Facebook</i> tanpa seizin pemiliknya. Cambridge Analytica diketahui sebagai konsultan kampanye Donald Trump;
	2018	5. Dari isu politik tersebut, terdapat tagar #DeleteFacebook di platform Twitter (saat ini dikenal sebagai X) yang dipublikasikan pula oleh Brian Acton; 6. Masyarakat akhirnya mengetahui bahwa Brian Acton keluar dari <i>Facebook</i> (Meta) setelah tweetnya populer; 7. Jan Koum menyusul Brian Acton untuk mengundurkan diri dari <i>Facebook</i> .
Pasca Konflik	2018	1. Acton menyumbangkan 50 juta dolar ke pesaing <i>WhatsApp</i> yang bernama Signal. Menjadi awal mula bergabungnya Acton ke platform tersebut; 2. Aksi undur diri Koum dan Acton membuat adanya reputasi buruk bagi <i>Facebook</i> yang dipandang terlalu komersil. Dengan keluarnya pendiri <i>WhatsApp</i> justru membuat stigma ketidakpastian dan tujuan masa depan <i>WhatsApp</i> ; 3. Dengan keluarnya pendiri <i>WhatsApp</i> dikarenakan konflik terkait privasi, membuat adanya pengaruh terhadap penggunanya yang khawatir akan privasi yang dimilikinya.

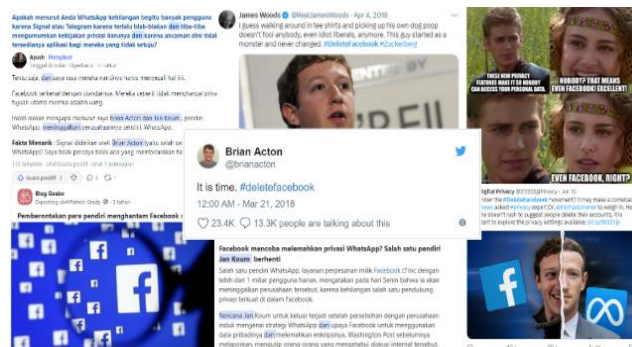
Sumber: Data Diolah oleh penulis (2024)

## Peranan Media Globalisasi dan Implikasi Konflik

Media dan internet merupakan suatu hal yang dapat digunakan secara besar-besaran dalam bermasyarakat. Di era modernisasi seperti sekarang ini, dengan mudahnya masyarakat memperoleh isu-isu yang ada. Melalui internet pula, maka dapat menghubungkan berbagai lapisan seperti organisasi pendidikan, komersial, militer dan perorangan melalui ratusan ribu jaringan penghubung (Muqsyith, 2021). Dengan adanya kemajuan tersebut maka masyarakat tidak akan tertinggal dan mengikuti adanya perubahan yang bersifat dinamis (Jasad, 2018). Terlebih media-media masa kini memiliki karakter penyampaian informasi yang

penyebarannya cepat tanpa harus menunggu publikasinya (Reynata, 2022). Maka dengan adanya media dan internet, semua masyarakat dapat mengetahui apa saja yang sedang terjadi di dunia.

Adanya konflik yang terjadi khususnya yang memuncak pada tahun 2018, setidaknya menarik banyak masyarakat akan keingintahuannya dalam konflik tersebut. Berdasarkan isu-isu yang didapatkan dari internet, bahkan masyarakat dapat menyimpulkan apa yang terjadi. Selain itu masyarakat juga dapat membuat forum obrolan dengan memberikan pendapat atas isu tersebut. Dengan adanya media pula, masyarakat bisa memberikan aspirasinya melalui tulisan, gambar bahkan suara.



Gambar 2. Publikasi Isu Konflik *WhatsApp* dan *Facebook* dalam Berbagai Media  
Sumber: Platform X (Twitter) dan Quora

Sesuai dengan gambar di atas, bahkan Brian Acton pun mempublikasikan cuitannya di X (atau lebih dikenal Twitter) sehingga menimbulkan pertanyaan bagi masyarakat. Brian Acton tentunya diketahui sebagai salah satu bagian dari *Facebook* karena adanya akuisisi *WhatsApp*. Namun cuitannya tersebut selayaknya mengindahkan rumor bahwa hubungan *WhatsApp* dan *Facebook* memang retak pada waktu itu. Selain di X, ada pula informasi-informasi lain yang menyebar di platform Quora yang merupakan platform forum mengobrol. Terdapat bahasan yang mempertanyakan

hasil dari keretakan *WhatsApp* dan *Facebook* dengan bergabungnya Brian Acton ke aplikasi Signal yang diketahui sebagai platform per pesanan pula, sama seperti *WhatsApp*. Pengguna Quora bahkan terang-terangan memberitahukan bahwa akan berpindah aplikasi dari *WhatsApp* ke Signal demi mempertahankan privasinya dalam penggunaan media.

Dengan adanya pemberitaan-pemberitaan terkait isu *WhatsApp* dan *Facebook* juga menimbulkan kreativitas masyarakat yang dituangkan dalam bentuk gambar, atau yang biasa disebut *meme*. *Meme* sendiri merupakan gambar

yang diberikan teks yang memiliki suatu makna (Nugraha et al., 2015). Adanya *meme* merupakan suatu ekspresi yang dibuat sebagai pesan dari pembuatnya. Meme terkait hal ini, khususnya *Facebook* yang tidak menjaga privasi enggunanya, sering kali ditemukan di internet. Seperti contoh pada gambar di atas yang menggambarkan suatu pertanyaan apakah benar semua orang tidak akan mengetahui privasi yang dimilikinya, termasuk *Facebook*. Guyonan dalam bentuk *meme* tersebut bahkan dapat ditemukan secara mudah dengan menekan mencari di Google dengan kata kunci "*Facebook privacy meme*".

Berdasarkan informasi, obrolan dan guyonan dalam bentuk *meme* yang tersebar luas di internet serta media sosial lainnya, maka dapat dikatakan bahwa media globalisasi berperan penting dalam konflik yang terjadi pada *WhatsApp* dan *Facebook*. Media-media tersebut menjadi penghubung antara audiens dengan aktor dalam lingkup konflik, sehingga terjadi pula penyebarluasan. Bahkan dengan adanya media, masyarakat yang memiliki kreativitas dalam membuat suatu seni dapat tersalurkan walaupun dengan tujuan untuk berguyon dengan nada menyindir salah satu pihak. Seperti yang dikatakan McLuhan (1994) bahwa "*medium is the message*". Dalam konteks ini memiliki arti bahwa media mempunyai andil untuk mengubah dan berkontribusi dari cara berpikir dan berperilaku dari penggunanya (Luik, 2020).

Dari adanya media yang mempengaruhi masyarakat, maka memberikan dampak pula dalam 4 aspek mencakup ekonomi, sosial, psikologis dan budaya. Dengan adanya pemberitaan tersebut, maka pastinya ada perubahan yang memberikan dampak dari keempat aspek tersebut. Perubahan yang ada

tentunya bukan perubahan positif bagi *Facebook* atau Meta, justru merupakan suatu penurunan elektabilitas dari kedua platform di bawah naungan Meta tersebut dan juga keloyalatan masyarakat terhadap pemakaian *WhatsApp* dan *Facebook*.

Pertama, dampak ekonomi yang timbul dari adanya isu tersebut adalah terdapat perubahan dinamika pasar, di mana penggunanya dapat berpindah ke platform lain. Seperti yang ditunjukkan pada postingan Quora dari masyarakat yang menuangkan obrolannya bahwa mereka tidak segan-segan berpindah ke platform Signal atas dasar kepercayaan mereka akan privasi yang dijaga oleh Signal. Dampak ekonomi lain yakni pengurangan pendapatan iklan, di mana pengurangan tersebut terjadi karena adanya tagar *#deleteFacebook* yang banyak dikampanyekan sehingga membuat masyarakat terpengaruh untuk tidak menggunakan *Facebook* lagi dan membuat pendapatan *Facebook* menurun.

Kedua, dampak sosial yang terjadi adalah penurunan kepercayaan pengguna *WhatsApp* dan *Facebook* akan privasi data yang mereka berikan sebagai penggunaannya. Dengan isu yang beredar, terlebih keluarnya Jan Koum dan Brian Acton menimbulkan krisis kepercayaan terhadap Meta. Kemudian aplikasi lain yang sudah menunggu masyarakat untuk berpindah haluan, nampaknya lebih menarik karena mereka melabeli dirinya sebagai aplikasi yang akan terus mempertahankan privasi penggunanya.

Ketiga, dampak psikologis tentu menjadi akibat dari isu konflik yang terjadi. Masyarakat sebagai penggunanya, pastinya menjadi khawatir akan privasi dan keamanan data milik mereka. Hal tersebut bisa saja mengganggu kesehatan mental, seperti kecemasan dan panik yang berlebihan atas

kekhawatirannya. Kekhawatiran tersebut juga membuat penggunanya menjadi bingung apakah harus bertahan dengan segala kenyamanan yang telah dimiliki, atau berpindah platform saja.

Keempat, dampak budaya yang dapat terjadi adalah adanya perubahan konsumsi media karena *WhatsApp* yang ditinggalkan oleh kedua pendirinya. Walaupun masih tetap menjadi pengguna *WhatsApp*, pastinya terdapat fitur-fitur yang berbeda yang dikembangkan oleh *Facebook* yang sebenarnya sudah tidak seminimalis sebelumnya. Kemudian adanya adaptasi baru dari yang sebelumnya menggunakan *WhatsApp*, dengan yang sudah tidak menggunakan *WhatsApp* dan berpindah ke platform lain. Walaupun dengan masih menggunakan *WhatsApp* juga harus mengalami peradaptasian baru karena banyak hal yang baru setelah peninggalan pendirinya.

## SIMPULAN

Konflik antara *WhatsApp* dan *Facebook* menunjukkan bahwa proses akuisisi dalam industri teknologi tidak hanya berkaitan dengan integrasi aset dan strategi bisnis, tetapi juga melibatkan penyesuaian nilai organisasi, budaya kerja, dan orientasi jangka panjang perusahaan. Perbedaan pandangan terkait monetisasi layanan dan perlindungan privasi pengguna menjadi faktor utama yang memicu ketegangan internal, yang kemudian berdampak pada perubahan struktur organisasi serta keluarnya aktor kunci dari perusahaan. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan integrasi pasca akuisisi sangat dipengaruhi oleh kemampuan organisasi dalam menyelaraskan visi strategis dan mengelola perbedaan kepentingan secara efektif.

Selain itu, konflik yang terjadi memberikan implikasi yang lebih luas terhadap ekosistem digital dan persepsi publik terhadap platform teknologi. Isu privasi dan transparansi menjadi perhatian utama yang mempengaruhi tingkat kepercayaan pengguna serta legitimasi perusahaan di mata masyarakat. Oleh karena itu, perusahaan teknologi perlu mengembangkan mekanisme tata kelola yang adaptif, komunikasi yang terbuka, serta strategi manajemen perubahan yang mampu mengantisipasi potensi konflik. Pembelajaran dari kasus ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi organisasi lain dalam merancang proses akuisisi yang lebih berkelanjutan dan berorientasi pada keseimbangan antara kepentingan bisnis dan perlindungan pengguna.

## DAFTAR PUSTAKA

- Amiman, R., Mokal, B., & Tumengkol, S. (2022). Peran Media Sosial Facebook Terhadap Kehidupan Masyarakat di Desa Lalue Kecamatan Essang Kabupaten Kepulauan Talaud. *Jurnal Ilmiah Society*, 2(3). <https://ejournal.unsrat.ac.id/v2/index.php/jurnalilmiahociety/article/view/42061>
- BPMPP UMA. (2023, June 13). Sejarah dan Kegunaan WhatsApp: Revolusi Aplikasi Pesan Instan. Universitas Medan Area. <https://bpmpp.uma.ac.id/2023/06/13/sejarah-dan-kegunaan-WhatsApp-revolusi-aplikasi-pesan-instan/#:~:text=Sejarah%20WhatsApp%20didirikan%20pada,lebih%20rendah%20atau%20bahkan%20gratis>
- Chatterjee, A. (2025). Strategic Technology Integration in M and A: From Due Diligence to Value Realization. *International Journal*

- of Scientific Research in Computer Science, Engineering and Information Technology*.  
<https://doi.org/10.32628/cseit251112339>
- Dermawan, I., & Abidin, Z. (2017). Pemetaan Konflik Sosial Masyarakat Di Aceh Selatan (Studi Deskriptif Konflik Sosial Masyar. *Jurnal Ilmiah Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial & Ilmu Politik*, 2(1). 1–16.
- Dieste, M., Sauer, P., & Orzes, G. (2022). Organizational tensions in industry 4.0 implementation: A paradox theory approach. *International Journal of Production Economics*.  
<https://doi.org/10.1016/j.ijpe.2022.108532>
- Grind, K., & Seetharaman, D. (2018, June 5). Behind the Messy, Expensive Split Between Facebook and WhatsApp's Founders. *The Wall Street Journal*.  
<https://www.wsj.com/articles/behind-the-messy-expensive-split-between-facebook-and-whatsapps-founders-1528208641>
- Haryatmoko, Dr. (2020). *Etika Komunikasi (19th ed.)*. Yogyakarta. Percetakan Kanisius.
- Heryanto, G., Zamroni, M., & Astuti, Y. (2024). Disinformation Unveiled: Tracking Media Hoaxes to Build Public Literacy for Indonesia's 2024 Elections. *Studies in Media and Communication*.  
<https://doi.org/10.11114/smc.v12i4.6931>
- Hidayat, S., & Lubis, M. S. I. (2019). Pengaruh Aplikasi WhatsApp Terhadap Penyebaran Informasi Kepada Pegawai Dinas Pekerjaan Umum Kecamatan Medan Kota (Studi Kasus di Unit Pelayanan Tugas Pekerjaan Umum Medan Kota). *Jurnal Network Media*, 2(2).  
<https://doi.org/10.46576/jnm.v2i2.565>
- Hutabarat, L. F. (2022). Perspektif Konstruktivisme dalam Diplomasi Indonesia pada Indo-Pacific Economic Framework (IPEF).  
<http://repository.uki.ac.id/11942/>
- Jasad, U., & Halik, A. (2018). Fenomena Facebook Sebagai Media Komunikasi Baru. *Jurnal Diskursus Islam*, 06(1).  
<https://doi.org/10.24252/jdi.v6i1.6759>
- Kannen, C., Sindermann, C., & Montag, C. (2024). On the Willingness to Pay for social media/messenger services taking into account personality and sent/received messages among WhatsApp users. *Heliyon*, 10.  
<https://doi.org/10.1016/j.heliyon.2024.e28840>
- Keane, A., & Walsh, B. (2021, February 20). Episode 3: The Inside Story of Facebook's Biggest Acquisition. *The Closer FM*.  
<https://www.thecloser.fm/episode-3-the-inside-story-of-Facebooks-biggest-acquisition/>
- Koten, F. P. N., Jufriansah, A., & Hikmatiar, H. (2022). Analisis Penggunaan Aplikasi WhatsApp sebagai Media Informasi dalam Pembelajaran: Literature Review. *Jurnal Ilmu Pendidikan (JIP) STKIP Kusuma Negara*, 14(1), 72–84.  
<https://doi.org/10.37640/jip.v14i1.1409>
- Kuan, Jennifer W. and Lee, Gwendolyn K. (August 19, 2019). Governance Strategy for Digital Platforms: Differentiation Through Information Privacy. Available at SSRN:  
<https://ssrn.com/abstract=3991243>  
or

- <http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3991243>
- Luik, J. (2020). *Media Baru: Sebuah Pengantar*. Kencana.
- McLuhan, M. (1994). *Understanding Media: The Extensions of Man* (L. H. Lapbam, Ed.). MIT Press.
- Muqsith, M. A. (2021). Perkembangan Digital Media di Dunia. *Adalah: Buletin Hukum Dan Keadilan*, 5(4). <https://doi.org/10.15408/adalah.v5i4.17931>
- Murthy, K., Jain, A., & Goel, O. (2024). Navigating Mergers and Demergers in the Technology Sector: A Guide to Managing Change and Integration. *Darpan International Research Analysis*. <https://doi.org/10.36676/dira.v12.i3.86>
- Mustikadara, I. S., & Irfansyah, F. (2023). Fenomena Meta, Sinergi 3 Platform Media Sosial. *Jurnal Komunikasi Visual Wimba*, 14(1). <https://doi.org/10.5614/jkvw.2023.14.1.1>
- Nugraha, A., Sudrajat, R. H., & Putri, B. P. S. (2015). Fenomena Meme di Media Sosial: Studi Etnografi Virtual Posting Meme pada Pengguna Media Sosial Instagram. *Jurnal Sositologi*, 14(3). <https://doi.org/10.5614/sostek.itbj.2015.14.3.3>
- Nurasizah, A. (2020). Pengaruh Konflik Internal Pegawai Terhadap Kinerja Pegawai Pada Kantor Dinas Ketenagakerjaan Pemerintah Kota Makassar. S1 thesis, Universitas Negeri Makassar. <https://eprints.unm.ac.id/17884/>
- Prima, E. (2014, February 20). Ini Alasan Facebook Akuisisi WhatsApp. *Tempo*. <https://tekno.tempo.co/read/556108/ini-alasan-Facebook-akuisisi-WhatsApp>
- Quach, S., Thaichon, P., Martin, K., Weaven, S., & Palmatier, R. (2022). Digital technologies: tensions in privacy and data. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 50, 1299 - 1323. <https://doi.org/10.1007/s11747-022-00845-y>
- Rahartri, R. (2019). “WhatsApp” Media Komunikasi Efektif Masa Kini (Studi Kasus Pada Layanan Jasa Informasi Ilmiah di Kawasan Puspipstek). *Visi Pustaka*, 21(2). 147-156. <https://doi.org/10.37014/visipustaka.v21i2.552>
- Reynata, A. V. E. (2022). Penerapan Youtube Sebagai Media Baru dalam Komunikasi Massa. *Komunikologi: Jurnal Ilmiah Ilmu Komunikasi*, 19(2), 96–101. <https://komunikologi.esaunggul.ac.id/index.php/KM/article/view/514/254>
- Syah, R., Ekawati, E., Azanda, S., Syafarani, T., Ayunda, W., Zulkifli, M., Rahma, N., & Kusumawardani, A. (2025). Hoax and Election: The Role of Social Media and Challenges for Indonesian Government Policy. *Studies in Media and Communication*. <https://doi.org/10.11114/smc.v13i2.7486>
- Tiwana, A., Konsynski, B. and Bush, A.A. (2010) Platform Evolution: Coevolution of Platform Architecture, Governance, and Environmental Dynamics. *Information Systems Research*, 21, 675-687. <https://doi.org/10.1287/isre.1100.0323>
- Wijinberg, D., & Le-Khac, N.-A. (2021). Identifying Interception Possibilities for WhatsApp Communication. *Forensic Science International: Digital Investigation*.

38. *Supplement.*

<https://doi.org/10.1016/j.fsidi.2021.301132>

Wulandari, F., & Hanum, F. (2017).  
Dinamika Konflik Dusun Wuni dan  
Dusun Gabug di Desa Giricahyo. *E-  
Societas: Jurnal Pendidikan  
Sosiologi*, 6(6).  
[https://journal.student.uny.ac.id/ojs/  
index.php/societas/article/view/912  
9](https://journal.student.uny.ac.id/ojs/index.php/societas/article/view/9129)

Zulfiani, N. Y., Farhana, N., &  
Oktavianingrum, W. (2022).  
Relevansi Teori Karl Marx dan Ralf  
Dahrendorf dalam Implementasi  
Omnibus Law Cipta Lapangan  
Kerja Sebagai Alat Perwujudan  
Revolusi Industri 4.0. *Jurnal  
Dialektika Hukum*, 4(1).  
[https://ejournal.fisip.unjani.ac.id/in  
dex.php/jurnal-dialektika-  
hukum/article/view/756](https://ejournal.fisip.unjani.ac.id/index.php/jurnal-dialektika-hukum/article/view/756)