

**HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA
SOSIAL DENGAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL PADA
REMAJA DI SMK NEGERI 1 PERCUT SEI TUAN**

Diajukan sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana di Fakultas Psikologi

SKRIPSI

Universitas Medan Area

OLEH:

LAILATUL HASANAH MANIK

15.860.0214



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
MEDAN**

2019

UNIVERSITAS MEDAN AREA

.....
© Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang
.....

i

Document Accepted 10/21/19

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya ini tanpa mencantumkan sumber
2. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian dan penulisan karya ilmiah
3. Dilarang memperbanyak sebagian atau seluruhnya karya ini tanpa izin Universitas Medan Area

Access from repository.uma.ac.id

HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL DENGAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL PADA REMAJA DI SMK NEGERI 1 PERCUT SEI TUAN

Oleh

Lailatul Hasanah Manik

158600214

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal pada remaja. Subjek dalam penelitian ini adalah remaja. Teknik pengumpulan data penelitian ini dilakukan dengan cara menyebarkan angket pada sampel sebanyak 77 responden. Dalam penelitian pengukuran intensitas penggunaan media sosial menggunakan skala intensitas penggunaan media sosial, sedangkan komunikasi interpersonal menggunakan skala komunikasi interpersonal. Teknik analisa data dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi Pearson Product Moment. Hasil penelitian menunjukkan ada hubungan negatif antara intensitas penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal pada remaja di SMK Negeri 1 Percut Sei Tuan dengan koefisien korelasi (r_{xy}) sebesar - 0.482 dan signifikansi sebesar 0,000 ($p < 0,05$). Koefisien determinan (r^2) 0,232 yaitu 23,2% artinya sumbangan intensitas penggunaan media sosial terhadap komunikasi interpersonal sebesar 23,2% dan masih terdapat 76,8% dari faktor lain dari komunikasi interpersonal yang tidak dijelaskan dan tidak terlihat dalam penelitian ini. Diketahui pula bahwa para remaja di SMK Negeri 1 Percut Sei Tuan, memiliki intensitas penggunaan media sosial yang tinggi (mean empirik 116,99 > mean hipotetik 97,5 dimana selisih kedua mean melebihi bilangan SD 9,354) dan komunikasi interpersonal pada remaja di SMK Negeri 1 Percut Sei Tuan tergolong rendah (mean empirik 100,27 < mean hipotetik 107,5 dimana selisih kedua mean melebihi bilangan SD 6,168).

Kata kunci: Intensitas Penggunaan Media Sosial, Komunikasi Interpersonal, Remaja.

**THE RELATIONSHIP BETWEEN INTENSITY OF USING SOCIAL
MEDIA WITH ADOLESCENT INTERPERSONAL COMMUNICATION IN
SMK NEGERI 1 PERCUT SEI TUAN**

By

Lailatul Hasanah Manik

158600214

ABSTRACT

The purpose of this study was to determine relationship between intensity of using social media with adolescent interpersonal communication in SMK Negeri 1 Percut Sei Tuan. Research subjects in this study were adolescent. Data collection techniques in this study conducted by distributing questionnaires at sample consisted of 77 respondents. In this study to measure intensity of using social media using intensity of using Social Media Scale, while measurement of interpersonal communication using interpersonal communication Scale. Data analysis techniques in this study used the Pearson Product Moment correlation test. The results showed a negative relationship between intensity of using social media with adolescents interpersonal communication in SMK Negeri 1 Percut Sei Tuan with a correlation coefficient (r_{xy}) - 0.482 and a significance of 0,000 ($p < 0.05$). The determinant coefficient (r^2) 0.232 is 23.2% which means that the contribution intensity of using social media to interpersonal communication is 23.2% and there are still 76.8% of other factors of interpersonal communication that are not explained and not seen in this study. It is also known that adolescents in SMK Negeri 1 Percut Sei Tuan, have a high intensity of using social media (empirical mean 116.99 > hypothetical mean 97.5 where the difference between the two means exceeds the SD number 9,354) and adolescents interpersonal communication in SMK Negeri 1 Percut Sei Tuan is relatively low (empirical mean 100.27 < hypothetical mean 107.5 where the difference between the two means exceeds SD number 6.168).

Keyword: The intensity of Using Social Media, Interpersonal Communication, Adolescent.

KATA PENGANTAR

بِسْمِ اللَّهِ الرَّحْمَنِ الرَّحِيمِ

Segala puji bagi Allah Tuhan Semesta Alam yang telah memberikan begitu banyak rahmat, taufik dan hidayahnya, karena telah memberikan kesempatan kepada peneliti untuk bisa menyelesaikan skripsi yang berjudul “Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Komunikasi Interpersonal Pada Remaja di SMK Negeri 1 Percut Sei Tuan”

Peneliti menyadari bahwa dalam proses penulisan skripsi ini mengalami kendala, namun berkat bantuan, bimbingan, kerjasama dari berbagai pihak dan berkah dari Allah SWT sehingga kendala-kendala yang dihadapi tersebut dapat diatasi. Untuk itu peneliti menyampaikan ucapan terima kasih kepada bapak Kamaruddin Manik, S. Pd dan Ibu Nurdini Tumangger selaku kedua orangtua tercinta yang selalu mendukung, memberikan motivasi dan semangat untuk menyelesaikan pendidikan ini. Semoga Allah memberikan kesehatan dan umur yang panjang kepada kalian dan semoga Allah membalas jasa kalian. Aamiin.

Selanjutnya ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada:

1. Yayasan Haji Agus Salim Universitas Medan Area.
2. Prof. Dr. Dadan Ramdan, M. Eng, MSc selaku rektor Universitas Medan Area.
3. Prof. Dr. Abdul Munir, M.Pd selaku dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.

4. Bapak Hasanuddin, Ph.D selaku kepala bagian bidang pendidikan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
5. Terima kasih kepada bapak Azhar Aziz, S.Psi, MA selaku pembimbing I dan ibu Nini Sri Wahyuni, S.Psi, M.Pd, M.Psi selaku pembimbing II yang telah dengan sabar, tulus, dan ikhlas meluangkan waktu, tenaga dan pikiran memberikan bimbingan, motivasi, arahan, dan saran-saran yang sangat berharga kepada peneliti selama menyusun skripsi.
6. Terima kasih kepada ibu Nurmaida Irawani S.Psi, M.Si selaku ketua sidang meja hijau yang telah menyediakan waktunya untuk dapat hadir dan saran-sarannya untuk peneliti agar karya tulis ini menjadi lebih baik.
7. Terima kasih kepada bapak Drs. Mulia Siregar M.Psi selaku sekretaris sidang meja hijau yang telah menyediakan waktunya untuk dapat hadir dan saran-sarannya untuk peneliti agar karya tulis ini menjadi lebih baik.
8. Terima kasih kepada dosen-dosen ku dari semester 1 sampai 8 yang telah mengajari ku ketika di dalam kelas semoga kalian semua diberikan kesehatan dan umur yang panjang sehingga bisa terus menebar ilmu untuk mahasiswa-mahasiswa masa depan.
9. Terima kasih kepada kedua kakak ku tersayang Nur Asiah Manik, S.Pd, dan Sri Rezeki Manik, S.Pd, serta kedua adikku tersayang Siti Fatmah Manik, dan Aditya Putri Ramandha Manik yang telah mendukung peneliti dalam segala hal, semoga kita tetap akur, sukses bersama, dan kita bisa membanggakan dan membahagiakan kedua orangtua kita. Aamiin.
10. Terima kasih kepada TYAMIIONA teman sekaligus sahabat terbaikkku Chintya Oktavianta Nainggolan, S.Psi, Nurul Azmi Nasution S.Psi, dan Tio

Septina Turnip S.Psi yang selalu ada dari awal masuk kuliah hingga sekarang, terimakasih atas semua dukungan dan bantuannya, terima kasih karena selalu menemani dan tidak pernah meninggalkan, terima kasih karena sudah mengerti aku.. semoga kita tetap berteman baik. Aamiin.

11. Terima kasih kepada seluruh teman-teman kelas C Psikologi stambuk 2015. Saya harap pertemanan kita akan tetap terjalin. Aamiin.
12. Terima kasih kepada siswa/siswi SMK Negeri 1 Percut Sei Tuan yang telah meringankan tangannya untuk mengisi pernyataan dalam penelitian karya tulis ini.
13. Terima kasih kepada Emi Aulia Hasibuan, S.Psi, Fahira Khairani Siregar, S.Psi, Ira Khairani, S.Psi yang telah membantu menyemangati dan memberikan solusi kepada saya dalam proses pengerjaan karya tulis ini.
14. Terima kasih untuk para pembaca. Semoga dengan membaca karya tulis ini dapat menambah wawasan dan inspirasi untuk karya tulis kalian selanjutnya, serta dapat mengembangkan karya tulis saya ini.

Medan, 28 September 2019

Lailatul Hasanah Manik

NPM 15.860.0214

DAFTAR ISI

	Halaman
HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
SURAT PERNYATAAN	iv
MOTTO	v
PERSEMBAHAN	vi
KATA PENGANTAR	vii
DAFTAR ISI	x
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR LAMPIRAN	xiv
ABSTRAK	xv
ABSTRACT	xvi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Identifikasi Masalah	8
C. Batasan Masalah	9
D. Rumusan Masalah	9
E. Tujuan Penelitian	10
F. Manfaat Penelitian	10
BAB II TINJAUAN PUSTAKA	11
A. Remaja Madya (15-18 Tahun)	11
1. Pengertian Remaja Madya	11
2. Tugas-tugas Perkembangan Masa Remaja	12
3. Karakteristik Umum Perkembangan Remaja	13
B. Komunikasi Interpersonal	15
1. Pengertian Komunikasi Interpersonal	15
2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Komunikasi Interpersonal	16

3. Ciri-ciri Komunikasi Interpersonal Tinggi	19
4. Aspek-aspek Komunikasi Interpersonal	23
5. Tipe-tipe Komunikasi Interpersonal	26
6. Tujuan Komunikasi Interpersonal	28
C. Intensitas Penggunaan Media Sosial	30
1. Pengertian Intensitas Penggunaan Media Sosial.....	30
2. Faktor-faktor Yang Mempengaruhi Intensitas Penggunaan Media Sosial	31
3. Aspek-aspek Intensitas Penggunaan Media Sosial	32
4. Karakteristik Media Sosial	33
5. Jenis-jenis Media Sosial	36
D. Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Komunikasi Interpersonal	38
E. Kerangka Konseptual	41
F. Hipotesis	41
BAB III METODE PENELITIAN	42
A. Tipe Penelitian	42
B. Identifikasi Variabel Penelitian.....	42
C. Definisi Operasional Variabel Penelitian	43
D. Populasi dan Sampel	44
1. Populasi	44
2. Sampel.....	44
E. Teknik Pengambilan Sampel	45
F. Teknik Pengumpulan Data	45
G. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur.....	47
1. Validitas Alat Ukur	48
2. Reliabilitas Alat Ukur	48
H. Analisis Data.....	49
BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	51
A. Orientasi Kacah dan Persiapan Penelitian	51
1. Orientasi Kacah	51
B. Persiapan Penelitian	53

1. Persiapan Administrasi	53
2. Persiapan Alat Ukur Penelitian.....	54
3. Hasil Uji Coba Alat Ukur	58
C. Pelaksanaan Penelitian	61
D. Analisis Data dan Hasil Penelitian.....	62
1. Uji Asumsi	62
a. Uji Normalitas Sebaran	62
b. Uji Linearitas Hubungan	63
2. Hasil Perhitungan Analisis Korelasi <i>Product Moment</i>	64
3. Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Mean Empirik	66
a. Mean Hipotetik	66
b. Mean Empirik	66
c. Kriteria	67
E. Pembahasan	69
BAB V SIMPULAN DAN SARAN	73
A. Simpulan	73
B. Saran	74
DAFTAR PUSTAKA	76

DAFTAR TABEL

Tabel 4.1	Distribusi Penyebaran Butir-butir Pernyataan Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial sebelum uji coba	56
Tabel 4.2	Distribusi Penyebaran Butir-butir Pernyataan Skala Komunikasi Interpersonal sebelum uji coba	57
Tabel 4.3	Distribusi Penyebaran Butir-butir Pernyataan Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial setelah uji coba	59
Tabel 4.4	Distribusi Penyebaran Butir-butir Pernyataan Skala Komunikasi Interpersonal setelah uji coba	60
Tabel 4.5	Hasil Uji Normalitas Sebaran	63
Tabel 4.6	Hasil Uji Perhitungan Linearitas Hubungan	64
Tabel 4.7	Hasil Perhitungan Analisis Korelasi	65
Tabel 4.8	Hasil Perhitungan Nilai Rata-rata Hipotetik dan Nilai Rata-rata Empirik	67

DAFTAR LAMPIRAN

- A. Lembar Screening
- B. Skala Penelitian
- C. Data Penelitian
- D. Uji Validitas dan Reliabilitas
- E. Uji Asumsi
 - E-1 Uji Normalitas
 - E-2 Uji Linieritas
- F. Surat Keterangan Penelitian



BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Sekolah merupakan lembaga pendidikan formal yang secara sistematis melaksanakan program bimbingan, pengajaran, dan latihan dalam rangka membantu siswa agar mampu mengembangkan potensinya, baik yang menyangkut aspek moral-spiritual, intelektual, emosional maupun sosial. Mengenai peranan sekolah dalam mengembangkan kepribadian anak, Hurlock (dalam Ali dan Asrori, 2014) mengemukakan bahwa sekolah merupakan faktor penentu bagi perkembangan kepribadian anak (siswa), baik dalam cara berpikir, bersikap, maupun cara berperilaku.

Remaja merupakan masa transisi atau peralihan dari masa anak menuju masa dewasa. Pada masa ini individu mengalami berbagai perubahan, baik fisik maupun psikis. Perubahan yang tampak jelas adalah perubahan fisik, di mana tubuh berkembang pesat sehingga mencapai bentuk tubuh orang dewasa yang disertai pula dengan berkembangnya kapasitas reproduktif. Selain itu remaja juga berubah secara kognitif dan mulai mampu berpikir abstrak seperti orang dewasa. Pada periode ini pula remaja mulai melepaskan diri secara emosional dari orangtua dalam rangka menjalankan peran sosialnya yang baru sebagai orang dewasa Clarke-Stewart & Friedman, Ingersoll (dalam Ali dan Asrori, 2014).

Menurut Sarwono (2011) Remaja Madya 15-18 tahun. Pada masa ini, remaja sangat membutuhkan kawan-kawan. Ia senang kalau banyak teman yang menyukainya. Ada kecenderungan “narcistic”, yaitu mencintai diri sendiri, dengan

menyukai teman-teman yang punya sifat-sifat yang sama dengan dirinya. Remaja ini berada dalam kebingungan karena ia tidak tahu harus memilih yang mana, peka atau tidak peduli, ramai-ramai atau sendiri. Pada masa ini terjadi pembebasan diri dari *Oedipoes Complex* dan *Ekstra Complex* (remaja pria lebih dekat dengan ibu sebaliknya remaja wanita lebih dekat dengan ayah). Pada usia ini, umumnya anak sedang duduk di bangku sekolah menengah menurut Hurlock (dalam Ali dan Asrori, 2014).

Dalam sebuah hubungan diperlukan komunikasi antar satu dan yang lainnya. Komunikasi apabila diaplikasikan dengan benar akan mampu mencegah konflik dan memperbaiki hubungan sekaligus menciptakan suasana yang menyenangkan dan menciptakan hubungan yang harmonis baik antar pribadi, antar kelompok, dan antar bangsa.

Menurut Devito (dalam AW Suranto, 2011) komunikasi interpersonal adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan peluang untuk memberikan umpan balik segera. Trenholm dan Jensen (dalam AW Suranto, 2011) mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai komunikasi antara dua orang yang berlangsung secara tatap muka (komunikasi diadik).

Littlejohn (dalam AW Suranto, 2011) memberikan definisi komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara individu-individu. Agus M Hardjana (dalam AW Suranto, 2011) mengatakan, komunikasi interpersonal adalah interaksi tatap muka antar dua atau beberapa orang, di mana pengirim dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula.

Komunikasi interpersonal memungkinkan orang untuk menyampaikan pesan secara langsung dan mendapatkan umpan balik dari penerima pesan secara langsung pula. Selain menekankan pada penyampaian dan penerimaan pesan, komunikasi interpersonal juga dapat membentuk hubungan yang lebih intim antar komunikator sehingga terwujudlah komunikasi yang efektif.

Dengan melakukan hubungan komunikasi interpersonal dengan baik akan menghasilkan umpan balik yang baik pula. Komunikasi interpersonal diperlukan untuk mengatur tata krama pergaulan antar manusia, sebab dengan melakukan komunikasi interpersonal dengan baik akan memberikan pengaruh langsung pada struktur seseorang dalam kehidupannya (Cangara, 2013).

Komunikasi interpersonal juga bertujuan untuk mengungkapkan perhatian kepada orang lain, menentukan diri sendiri, menemukan dunia luar, membangun dan memelihara hubungan yang harmonis, mempengaruhi sikap dan tingkah laku, mencari kesenangan atau sekedar menghabiskan waktu, menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi, dan memberikan bantuan bagi orang lain yang memerlukan (AW Suranto, 2011).

Fenomena yang berhasil peneliti dapatkan dilapangan, bahwasanya banyak remaja di SMK Negeri 1 Percut Sei Tuan yang cenderung tidak melakukan komunikasi interpersonal dengan teman yang ada di sekitarnya, ketika tidak ada jam pelajaran berlangsung, peneliti melihat beberapa remaja yang sedang duduk bersamaan ketika sedang bercerita dengan temannya, remaja tersebut tidak memberikan respon timbal balik terhadap lawan bicaranya dan mengabaikan temannya tersebut, tak hanya itu, di beberapa kelas pun peneliti melihat remaja juga tidak menjalin relasi dengan teman lain yang ada disekitarnya, seakan tidak

mau melakukan komunikasi secara langsung. Hal ini dilihat ketika remaja yang sedang berada di dekat temannya cenderung cuek, menyendiri, dan tidak terlibat dengan teman lainnya.

Jika dilihat dari jumlah perilaku yang ditunjukkan oleh remaja di SMK Negeri 1 Percut Sei Tuan ini sangat banyak dibandingkan dengan remaja yang berkomunikasi secara langsung (*face to face*). Hal tersebut menunjukkan adanya komunikasi interpersonal yang rendah.

Salah satu faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal menurut AW Suranto (2011) yaitu tidak digunakan media yang tepat, pilihan penggunaan media yang tidak tepat dapat menyebabkan pesan yang disampaikan sukar dipahami oleh komunikan. Seperti Media baru yaitu internet, dipercaya memberikan pengaruh terhadap cara berkomunikasi, bahkan secara negatif mengubah praktik dan ruang komunikasi yang sebelumnya dipelihara secara demokratis. Internet telah menggeser daya fokus, kecepatan mengatasi ruang, keteraturan menjadi tidak teratur, waktu bergerak secara standar, masyarakat kehilangan pusat dan nilai-nilai yang mengatur masyarakat. Menganggap bahwa tatanan masyarakat menjadi terpecah, bahkan mengisolasi interaksi satu sama lain, serta telah terjadinya fragmentasi akibat komunikasi yang tidak langsung dan termediasi oleh media (Mc Luhan dalam Nasrullah, 2017).

Media sosial adalah kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial sendiri merupakan bentuk pelayanan berbasis web yang memungkinkan individu untuk membuat

profil pribadi dan mengunjungi profil orang-orang yang terdaftar dalam koneksinya Boyd (dalam Nasrullah, 2017). Adapun jenis-jenis media sosial yang ada di kalangan masyarakat seperti: *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Line*, dan *Whatsapp* (Sisrazeni, 2017).

Berdasarkan survey awal terhadap 142 remaja di SMK Negeri 1 Percut Sei Tuan dengan menggunakan screening, didapatkan 77 remaja menggunakan media sosial, yaitu *instagram*, *facebook*, dan *whatsapp*. Dengan pengguna aktif dalam mengakses media sosial lebih dari 4 kali dengan durasi lebih dari 3 jam perhari. Selebihnya remaja hanya menggunakan salah satu akun media sosial. Dan mengakses media sosial kurang dari 4 kali dengan durasi kurang dari 3 jam perhari. Dari hasil wawancara dengan salah satu remaja di SMK Negeri 1 Percut Sei Tuan, mengaku melakukan aktivitas bermedia sosial ketika sedang berada di dekat teman-temannya. Subjek menyatakan kurang suka bercerita dengan teman secara langsung apalagi ketika sedang menggunakan media sosial, subjek lebih menyukai melakukan perbincangan di dalam media sosial dengan orang-orang melalui dunia maya, menuliskan status-status di media sosial, menceritakan keluh kesah ketika berada disekolah, dan mencurahkan isi perasaan-perasaannya di dalam akun media sosial yang dimilikinya yaitu *instagram*, dan *facebook* (Wawancara personal, N 16 Tahun 28 Februari 2019).

Pergeseran komunikasi interpersonal secara tatap muka menjadi komunikasi melalui media ini menjadi hal yang penting untuk diperhatikan ketika intensitas penggunaannya melebihi batas normal. Menurut Chaplin J.P (2011) intensitas merupakan kekuatan yang mendukung suatu pendapat atau suatu sikap, dimana didalamnya terlibat minat dan perhatian yang disertai kesadaran yang

menyertai suatu aktivitas atau pengalaman seseorang. Ketika dihubungkan dengan media sosial, konteks intensitas merujuk pada bentuk ukuran kekuatan dalam bentuk minat dan perhatian yang dilakukan seseorang dalam beraktivitas menggunakan media sosial.

Dari hasil penelitian Manumpil, Ismanto, dan Onibala (2015) menyebutkan bahwa terdapat 18 subjek dari 41 subjek yang menggunakan *gadget* lebih dari 11 jam perhari. Selama 11 jam tersebut para subjek menggunakan *gadget* mereka untuk mengakses berbagai media sosial yang ada, sehingga mengakibatkan subjek menjadi sulit untuk melakukan komunikasi interpersonal.

Gapsiso & Wilson (2015) dalam studinya menemukan bahwa penggunaan media sosial memiliki dampak pada komunikasi tatap muka antara remaja dan teman-temannya. Penggunaan ini juga memperlemah hubungan yang ada antara remaja dengan orang tua dan remaja dengan teman. Alasan mereka memilih komunikasi melalui media sosial karena dirasa lebih menarik dibandingkan berkomunikasi langsung secara tatap muka. Mereka merasa berkomunikasi melalui media sosial membawa mereka lebih dekat dengan teman dan membantu dalam mendapatkan teman baru. Hal itu yang membuat para remaja telah mengurangi waktu yang seharusnya bisa mereka habiskan untuk berkomunikasi tatap muka dengan teman-teman dan keluarga menjadi lebih banyak dihabiskan dengan berkomunikasi lewat media sosial.

Dalam hal pertumbuhan penggunaan media sosial, Indonesia merupakan Negara ketiga terbesar dengan tingkat pertumbuhan mencapai 23% atau 24 juta pengguna dalam satu tahun terakhir. Dalam segi lama durasi menggunakan sosial media, Indonesia menempati peringkat tertinggi dengan durasi 3 jam 23 menit

dalam satu hari, durasi ini bila dibandingkan dengan jumlah rata-rata penggunaan internet orang Indonesia, maka orang Indonesia mengalokasikan hampir 30% waktunya untuk menggunakan media sosial.

Keberadaan media sosial di tengah-tengah masyarakat menjadi daya tarik tersendiri bagi remaja khususnya. Hasil kajian lima mahasiswa Fakultas Keperawatan Universitas Airlangga dalam proposal penelitian Program Kreativitas Mahasiswa-Penelitian Sosial Humaniora (PKMP Soshum) Menyebutkan bahwa sebanyak 83% remaja usia 13-25 tahun tidak bisa lepas dari *gadget*-nya walau hanya sehari saja. kemudian 57% responden menyatakan pernah dicuekin “tidak diperhatikan” oleh teman terdekatnya gara-gara asik bermain media sosial di *gadget* nya. Interaksi yang ada ketika berkumpul pun lebih banyak sibuk dengan interaksi melalui media sosial masing-masing. Padahal ketika media sosial belum mengisi segala lini kehidupan manusia, ketika sedang berkumpul bersama teman maupun keluarga waktu seakan kurang untuk bertukar informasi atau cerita. (<https://kabar24.bisnis.com>).

Kemunculan situs media sosial memiliki dampak positif bagi penggunanya, terutama bagi siswa. Keberadaan media sosial siswa bisa menambah ilmunya atau mencari informasi yang berkaitan dengan pendidikan, dan menambah pertemanan dengan orang lain meski tanpa tatap muka secara langsung. Sedangkan dampak negatif bagi penggunanya terutama bagi siswa yang tidak dapat mengontrol penggunaan media sosial. Siswa seharusnya lebih hati-hati serta benar-benar harus bisa memanfaatkan media sosial dengan baik dan benar seperti kurangnya sosialisasi dengan lingkungan, ini dampak terlalu sering dan terlalu lama bermain media sosial. Hal ini cukup mengkhawatirkan perkembangan

kehidupan sosial si anak. Mereka yang seharusnya belajar sosialisasi dengan lingkungan justru lebih banyak menghabiskan waktu di dunia maya (Khoirotnun, 2014).

Berdasarkan uraian diatas maka peneliti tertarik meneliti di SMK Negeri 1 Percut karena anak remaja khususnya di sekolah tersebut mempunyai komunikasi langsung (*face to face*) yang sangat minim antar remaja dan temannya ketika berada di tempat yang sedang bersamaan. Dengan fenomena yang muncul dilapangan, serta wawancara yang peneliti lakukan, maka peneliti akan mengkaji lebih dalam tentang “Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Komunikasi Interpersonal Pada Remaja Di SMK Negeri 1 Percut Sei Tuan”.

B. Identifikasi Masalah

Deddy Mulyana (dalam AW Suranto, 2011) bahwa komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal.

Indriyo Gitosudarmo dan Agus Mulyono (dalam AW Suranto, 2011) memaparkan, komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang berbentuk tatap muka, interaksi orang ke orang, dua arah, verbal non verbal, serta saling berbagi informasi dan perasaan antara individu dengan individu antar individu di dalam kelompok kecil.

Sikap yang ditunjukkan remaja di SMK Negeri 1 Percut Sei Tuan yaitu, remaja sudah tidak lagi membaur dengan teman-temannya. Setelah munculnya media sosial perilaku dan komunikasi secara langsung tersebut langsung tergantikan disebabkan oleh terlalu sibuknya remaja dengan media sosial yang dimilikinya. Kebiasaan berbicara dengan teman telah digantikan dengan kesibukan menggunakan media sosial.

C. Batasan Masalah

Penelitian ini hanya memfokuskan pada komunikasi interpersonal sebagai variabel terikat dan intensitas penggunaan media sosial sebagai variabel bebasnya. Dan sampel penelitiannya pada remaja di SMK Negeri 1 Percut Sei Tuan. Sampel penelitian ini adalah siswa kelas X di SMK Negeri 1 Percut Sei Tuan.

Peneliti membatasi sampel yang dikategorikan pada usia remaja 16 tahun, karena sesuai dengan apa yang menjadi tujuan dari penelitian ini yaitu Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Komunikasi Interpersonal Pada Remaja Di SMK Negeri 1 Percut Sei Tuan.

D. Rumusan Masalah

Berdasarkan identifikasi dan batasan masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut : "Apakah Ada Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Komunikasi Interpersonal Pada Remaja Di SMK Negeri 1 Percut Sei Tuan?".

E. Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah di atas dapat disimpulkan bahwa tujuan dalam penelitian ini adalah: Untuk mengetahui Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Komunikasi Interpersonal Pada Remaja Di SMK Negeri 1 Percut Sei Tuan.

F. Manfaat Penelitian

1. Secara Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan teoritis bagi perkembangan disiplin ilmu psikologi, terutama psikologi pendidikan dengan memberikan masukan mengenai hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal pada remaja. Semoga penelitian ini dapat dijadikan acuan atau referensi untuk penelitian selanjutnya.

2. Secara Praktis

Kegunaan praktis penelitian ini membuat saran untuk intensitas pengguna media sosial di dunia maya agar dapat menggunakan media sosial dengan lebih bijak dan bagi orangtua yang mempunyai anak remaja lebih dapat meluangkan waktu untuk mengawasi remaja, berbicara soal teknologi yang sesuai dengan umur mereka dan bangunlah dengan rasa saling percaya sehingga ketika ada persoalan, mereka akan bicara dengan orangtua.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. Remaja Madya (15-18 Tahun)

1. Pengertian Remaja Madya

Remaja merupakan masa transisi atau peralihan dari masa anak menuju masa dewasa. Pada masa ini individu mengalami berbagai perubahan, baik fisik maupun psikis. Perubahan yang tampak jelas adalah perubahan fisik, di mana tubuh berkembang pesat sehingga mencapai bentuk tubuh orang dewasa yang disertai pula dengan berkembangnya kapasitas reproduktif. Selain itu remaja juga berubah secara kognitif dan mulai mampu berpikir abstrak seperti orang dewasa. Pada periode ini pula remaja mulai melepaskan diri secara emosional dari orangtua dalam rangka menjalankan peran sosialnya yang baru sebagai orang dewasa Clarke-Stewart & Friedman, Ingersoll (dalam Ali dan Asrori, 2014).

Menurut Hurlock istilah *adolescence* sesungguhnya memiliki arti yang luas, mencakup kematangan mental, emosional, sosial, dan fisik, (Ali dan Asrori, 2014). Pandangan ini didukung oleh Piaget yang mengatakan bahwa secara psikologis, remaja adalah suatu usia di mana anak tidak merasa bahwa dirinya berada di bawah tingkat orang yang lebih tua melainkan merasa sama, atau paling tidak sejajar Piaget (dalam Ali dan Asrori, 2014).

Menurut Sarwono (2011) Remaja madya 15-18 tahun. Pada masa ini, remaja sangat membutuhkan kawan-kawan. Ia senang kalau banyak teman yang menyukainya. Ada kecenderungan “narcistic”, yaitu mencintai diri sendiri, dengan menyukai teman-teman yang punya sifat-sifat yang sama dengan dirinya. Remaja

ini berada dalam kebingungan karena ia tidak tahu harus memilih yang mana, peka atau tidak peduli, ramai-ramai atau sendiri. Pada masa ini terjadi pembebasan diri dari *Oedipoes Complex* dan *Ekstra Complex* (remaja pria lebih dekat dengan ibu sebaliknya remaja wanita lebih dekat dengan ayah).

2. Tugas-tugas Perkembangan Masa Remaja

Tugas Perkembangan masa remaja difokuskan pada upaya meninggalkan sikap dan perilaku kekanak-kanakan serta berusaha untuk mencapai kemampuan bersikap dan berperilaku secara dewasa. Adapun tugas-tugas perkembangan masa remaja, menurut Hurlock (dalam Ali dan Asrori, 2014) adalah:

1. Mampu menerima keadaan fisiknya.
2. Mampu menerima dan memahami peran seks usia dewasa.
3. Mampu membina hubungan baik dengan anggota kelompok yang berlainan jenis.
4. Mencapai kemandirian emosional.
5. Mencapai kemandirian ekonomi.
6. Mengembangkan konsep dan keterampilan intelektual yang sangat diperlukan untuk melakukan peran sebagai anggota masyarakat.
7. Memahami dan menginternalisasikan nilai-nilai orang dewasa dan orangtua.
8. Mengembangkan perilaku tanggung jawab sosial yang diperlukan untuk memasuki dunia dewasa.
9. Mempersiapkan diri untuk memasuki perkawinan.
10. Memahami dan mempersiapkan berbagai tanggung jawab kehidupan keluarga.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa tugas-tugas perkembangan fase remaja amat berkaitan dengan perkembangan kognitifnya, yaitu fase operasional formal. Kematangan pencapaian fase kognitif akan sangat membantu kemampuan dalam melaksanakan tugas-tugas perkembangannya itu dengan baik. Agar dapat memenuhi dan melaksanakan tugas-tugas perkembangan, diperlukan kemampuan kreatif remaja. Kemampuan kreatif ini banyak diwarnai oleh perkembangan kognitifnya.

3. Karakteristik Umum Perkembangan Remaja

Masa remaja seringkali dikenal dengan masa mencari jati diri, oleh Erickson disebut dengan identitas ego (ego identity), Bischof (Ali dan Asrori, 2014). Ini terjadi karena masa remaja merupakan peralihan antara masa kehidupan anak-anak dan masa kehidupan orang dewasa. Ditinjau dari segi fisiknya, mereka sudah bukan anak-anak lagi melainkan sudah seperti orang dewasa, tetapi jika mereka diperlukan sebagai orang dewasa, ternyata belum dapat menunjukkan sikap dewasa.

Oleh karena itu, ada sejumlah sikap yang sering ditunjukkan oleh remaja, yaitu sebagai berikut:

1. Kegelisahan

Sesuai dengan fase perkembangannya, remaja mempunyai banyak idealism, angan-angan, keinginan yang hendak diwujudkan di masa depan. Namun, sesungguhnya remaja belum memiliki banyak kemampuan yang memadai untuk mewujudkan semua itu. Seringkali angan-angan dan keinginannya jauh lebih besar dibandingkan dengan kemampuannya.

2. Pertentangan

Sebagai individu yang sedang mencari jati diri, remaja berada pada situasi psikologis antara ingin melepaskan diri dari orangtua dan perasaan masih mampu untuk mandiri.

3. Mengkhayal

Keinginan untuk menjelajah dan bertualang tidak semuanya tersalurkan. Biasanya hambatannya dari segi keungan atau biaya. Sebab, menjelajah lingkungan sekitar yang luas akan membutuhkan biaya yang banyak.

4. Aktivitas berkelompok

Berbagai macam keinginan para remaja seringkali tidak dapat terpenuhi karena bermacam-macam kendala, dan yang sering terjadi adalah tidak tersedianya biaya.

5. Keinginan mencoba segala sesuatu

Pada umumnya, remaja memiliki rasa ingin tahu yang tinggi (high curiosity). Karena didorong oleh rasa ingin tahu yang tinggi, remaja cenderung ingin bertualang, menjelajah segala sesuatu, dan mencoba segala sesuatu yang belum pernah dialaminya.

Yang amat penting bagi remaja adalah memberikan bimbingan agar rasa ingin tahunya yang tinggi dapat terarah kepada kegiatan-kegiatan yang positif, kreatif, dan produktif, misalnya ingin menjelajah alam sekitar untuk kepentingan penyelidikan dan ekspedisi.

Berdasarkan uraian diatas dapat disimpulkan bahwa karakteristik umum dari perkembangan remaja yaitu kegelisahan, pertentangan, mengkhayal, aktivitas berkelompok, dan keinginan untuk mencoba segala sesuatu.

B. Komunikasi Interpersonal

1. Pengertian Komunikasi Interpersonal

Menurut Agus M Hardjana (2003) Komunikasi berasal dari kata latin *cum* yaitu kata depan yang berarti dengan, bersama dengan, dan *unus* yaitu kata bilangan yang berarti satu. Dari kedua kata itu terbentuk kata benda *cummunio* yang dalam bahasa inggris menjadi *communion* dan berarti kebersamaan, persatuan, persekutuan, gabungan, pergaulan, bubungan. Karena untuk ber-*communio* diperlukan usaha dan kerja, dari kata itu dibuat kata kerja *communicare* yang berarti membagi sesuatu dengan seseorang, memberikan sebagian kepada seseorang, tukar-menukar, membicarakan sesuatu dengan seseorang, memberitahukan kepada seseorang, bercakap-cakap, bertukar pikiran, berhubungan, berteman. Salah satu bentuk komunikasi yang paling sering dijumpai dalam kehidupan sehari-hari adalah komunikasi interpersonal.

Menurut Devito (dalam AW Suranto, 2011) komunikasi interpersonal adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan peluang untuk memberikan umpan balik segera. Trenholm dan Jensen (dalam AW Suranto, 2011) mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai komunikasi antara dua orang yang berlangsung secara tatap muka (komunikasi diadik). Littlejohn (dalam AW Suranto, 2011) memberikan definisi komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara individu-individu. Agus M Hardjana (dalam AW Suranto, 2011) mengatakan, komunikasi interpersonal adalah interaksi tatap muka antar dua atau beberapa orang, di mana pengirim dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula.

Pendapat senada dikemukakan oleh Deddy Mulyana (dalam AW Suranto, 2011) bahwa komunikasi interpersonal atau komunikasi antar pribadi adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Selanjutnya Indriyo Gitosudarmo dan Agus Mulyono (dalam AW Suranto, 2011) memaparkan, komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang berbentuk tatap muka, interaksi orang ke orang, dua arah, verbal non verbal, serta saling berbagi informasi dan perasaan antara individu dengan individu antar individu di dalam kelompok kecil.

Berdasarkan uraian dari beberapa para ahli diatas maka dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang berlangsung antara pengirim dan penerima pesan secara tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik verbal maupun non verbal terhadap pesan yang disampaikan.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Komunikasi Interpersonal

Menurut AW Suranto (2011) Faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal adalah sebagai berikut:

a. Kredibilitas komunikator rendah

Komunikator yang tidak berwibawa di hadapan komunikan, menyebabkan berkurangnya perhatian komunikan dan komunikator.

b. Kurang memahami latar belakang sosial dan budaya

Nilai-nilai sosial budaya yang berlaku di suatu komunitas atau di masyarakat harus diperhatikan, sehingga komunikator dapat menyampaikan pesan dengan baik, tidak bertentangan dengan nilai-nilai sosial budaya yang berlaku. Sebaliknya, antara pihak-pihak yang berkomunikasi perlu menyesuaikan diri dengan kebiasaan yang berlaku.

c. Kurang memahami karakteristik komunikan

Karakteristik komunikan meliputi tingkat pendidikan, usia jenis kelamin, dsb. Perlu dipahami oleh komunikator apabila komunikator kurang memahami, cara komunikasi yang dipilih mungkin tidak sesuai dengan karakteristik komunikan dan hal yang dipilih mungkin tidak sesuai dengan karakteristik komunikan dan hal ini dapat menghambat komunikasi karena dapat menimbulkan kesalah pahaman.

d. Prasangka buruk

Prasangka negatif antara pihak-pihak yang terlibat komunikasi harus dihindari, karena dapat mendorong ke arah sikap apatis dan penolakan.

e. Verbalistis

Komunikasi yang hanya berupa penjelasan verbal berupa kata-kata saja akan membosankan dan mengaburkan komunikan dalam memahami makna pesan.

f. Komunikasi satu arah

Komunikasi berjalan satu arah, dari komunikator kepada komunikan terus-menerus dari awal sampai akhir, menyebabkan hilangnya kesempatan komunikan untuk meminta penjelasan dari awal sampai akhir, menyebabkan hilangnya kesempatan komunikan untuk meminta penjelasan terhadap hal-hal yang belum dimengerti.

g. Tidak digunakan media yang tepat

Pilihan penggunaan media yang tidak tepat dapat menyebabkan pesan yang disampaikan sukar dipahami oleh komunikan. Seperti Media baru yaitu internet, dipercaya memberikan pengaruh terhadap cara berkomunikasi, bahkan secara negatif mengubah praktik dan ruang komunikasi yang sebelumnya dipelihara secara demokratis. Internet telah menggeser daya fokus, kecepatan mengatasi ruang, keteraturan menjadi tidak teratur, waktu bergerak secara standar, masyarakat kehilangan pusat dan nilai-nilai yang mengatur masyarakat. Menganggap bahwa tatanan masyarakat menjadi terpecah, bahkan mengisolasi interaksi satu sama lain, serta telah terjadinya fragmentasi akibat komunikasi yang tidak langsung dan termediasi oleh media (Mc Luhan dalam Nasrullah, 2017).

h. Perbedaan bahasa

Perbedaan bahasa menyebabkan terjadinya perbedaan penafsiran terhadap simbol-simbol tertentu. Bahasa yang kita gunakan untuk berkomunikasi dapat berubah menjadi penghambat bila dua orang mendefinisikan kata, frasa, atau kalimat tertentu secara berbeda.

i. Perbedaan persepsi

Apabila pesan yang dikirimkan oleh komunikator dipersepsi sama oleh komunikan, maka keberhasilan komunikasi menjadi lebih baik. Namun perbedaan latar belakang sosial budaya, seringkali mengakibatkan perbedaan persepsi, karena semakin besar perbedaan latar belakang budaya, semakin besar pula pengalaman bersama.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal adalah kredibilitas komunikator rendah, kurang memahami latar belakang sosial dan budaya, prasangka buruk, verbalistis, komunikasi satu arah, tidak digunakan media yang tepat, perbedaan bahasa, dan perbedaan persepsi.

1. Ciri-Ciri Komunikasi Interpersonal Tinggi

Menurut AW Suranto (2011) komunikasi interpersonal merupakan jenis komunikasi yang frekuensi terjadinya cukup tinggi dalam kehidupan sehari-hari. Maka dapat dikemukakan ciri-ciri dari komunikasi interpersonal adalah sebagai berikut:

a. Arus pesan dua arah

Komunikasi interpersonal menempatkan sumber pesan dan penerima dalam posisi yang sejajar, sehingga memicu terjadinya pola penyebaran pesan mengikuti dua arah. Artinya komunikator dan komunikan dapat berganti peran secara cepat. Seorang sumber pesan, dapat berubah peran

sebagai penerima pesan, begitu pula sebaliknya. Arus pesan secara dua arah ini berlangsung secara berkelanjutan.

b. Suasana nonformal

Komunikasi interpersonal biasanya berlangsung dalam suasana nonformal. Dengan demikian, apabila komunikasi itu berlangsung antara para pejabat di sebuah instansi, maka para pelaku komunikasi itu tidak secara kaku berpegang pada hierarki jabatan dan prosedur birokrasi, namun lebih memilih pendekatan secara individu yang bersifat pertemanan. Relevan dengan suasana nonformal tersebut, pesan yang dikomunikasikan biasanya bersifat lisan, bukan tertulis. Disamping itu, forum komunikasi yang dipilih biasanya juga cenderung bersifat nonformal, seperti percakapan intim bukan forum seperti rapat.

c. Umpan balik segera

Oleh karena komunikasi interpersonal biasanya mempertemukan para pelaku komunikasi secara bertatap muka, maka umpan balik dapat diketahui dengan segera. Seorang komunikator dapat segera memperoleh balikan atas pesan yang disampaikan komunikan, baik secara verbal maupun nonverbal.

d. Peserta komunikasi berada dalam jarak dekat

Komunikasi interpersonal merupakan metode komunikasi antar individu yang menuntut agar peserta komunikasi berada dalam jarak dekat, baik jarak dalam arti fisik maupun psikologis. Jarak yang dekat dalam arti fisik,

artinya para pelaku saling bertatap muka, berada pada satu lokasi tempat tertentu. Sedangkan jarak yang dekat secara psikologis menunjukkan keintiman hubungan antar individu.

- e. Peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal.

Untuk meningkatkan keefektifan komunikasi interpersonal, peserta komunikasi dapat memberdayakan pemanfaatan kekuatan pesan verbal maupun nonverbal secara simultan. Peserta komunikasi berupaya saling meyakinkan, dengan mengoptimalkan penggunaan pesan verbal maupun nonverbal secara simultan. Peserta komunikasi berupaya saling meyakinkan, dengan mengoptimalkan penggunaan pesan verbal maupun nonverbal secara bersamaan, saling mengisi, saling memperkuat sesuai tujuan komunikasi. Misalnya untuk menegaskan bahwa seseorang merasa bahagia dengan pertemuan yang baru saja terjadi, dapat diungkapkan secara verbal maupun nonverbal. Secara verbal diungkapkan dengan ucapan atau kata-kata, seperti: senang sekali bertemu anda. Sedangkan secara nonverbal dapat dilakukan dengan berbagai isyarat: bersalaman, berpelukan, tersenyum, dsb.

Sementara itu Judy C. Pearson (dalam AW Suranto, 2011) menyebutkan enam karakteristik komunikasi interpersonal adalah sebagai berikut:

- a. Komunikasi interpersonal dimulai dengan diri pribadi (*self*)

Artinya bahwa segala bentuk proses penafsiran pesan maupun penilaian mengenai orang lain, berangkat dari diri sendiri.

b. Komunikasi interpersonal bersifat transaksional

Terlihat dari kenyataan bahwa komunikasi interpersonal bersifat dinamis, merupakan pertukaran pesan secara timbal balik dan berkelanjutan.

c. Komunikasi interpersonal menyangkut aspek isi pesan dan hubungan antar pribadi

Maksudnya bahwa efektivitas komunikasi interpersonal tidak hanya ditentukan oleh kualitas pesan, melainkan juga kadar hubungan antar individu.

d. Komunikasi interpersonal mensyaratkan adanya kedekatan fisik antara pihak-pihak yang berkomunikasi

Dengan kata lain, komunikasi interpersonal akan lebih efektif manakala antara pihak-pihak yang berkomunikasi saling tatap muka.

e. Komunikasi interpersonal menempatkan kedua belah pihak yang berkomunikasi saling tergantung satu dengan yang lainnya.

f. Komunikasi interpersonal tidak dapat diubah maupun diulang

Artinya ketika seseorang sudah terlanjur mengucapkan sesuatu kepada orang lain, maka ucapan itu sudah tidak dapat diubah atau diulang, karena sudah terlanjur diterima oleh komunikan.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa ciri-ciri komunikasi interpersonal yang tinggi adalah arus pesan dua arah, suasana nonformal, umpan balik segera, peserta komunikasi berada dalam jarak yang dekat, komunikasi interpersonal bersifat transaksional, komunikasi interpersonal

mensyaratkan adanya kedekatan fisik antara pihak-pihak yang berkomunikasi peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun nonverbal.

4. Aspek-Aspek Komunikasi Interpersonal

Devito (dalam AW Suranto, 2011) menyatakan agar komunikasi berlangsung dengan efektif, maka ada beberapa aspek yang harus diperhatikan oleh para pelaku komunikasi interpersonal tersebut, adalah sebagai berikut:

a. Keterbukaan (*Openness*)

Keterbukaan ialah sikap dapat menerima masukan dari orang lain, serta berkenan menyampaikan informasi penting kepada orang lain. Hal ini tidak lah berarti bahwa orang harus dengan segera membukakan semua riwayat hidupnya, tetapi rela membuka diri ketika orang lain menginginkan informasi yang diketahuinya. Dengan kata lain, keterbukaan ialah kesediaan untuk membuka diri mengungkapkan informasi ini tidak bertentangan dengan asas kepatutan. Sikap keterbukaan ditandai adanya kejujuran dalam merespon stimuli komunikasi. Tidak berkata bohong, dan tidak menyembunyikan informasi yang sebenarnya. Dalam proses komunikasi interpersonal, keterbukaan menjadi salah satu sikap yang positif. Hal ini disebabkan, dengan keterbukaan, maka komunikasi interpersonal akan berlangsung secara adil, transparan, dua arah, dan dapat diterima oleh semua pihak yang berkomunikasi.

b. Empati (*Empathy*)

Empati adalah kemampuan seseorang untuk merasakan kalau seandainya menjadi orang lain, dapat memahami sesuatu yang sedang dialami orang lain, dapat merasakan apa yang dirasakan orang lain, dan dapat memahami sesuatu persoalan dari sudut pandang orang lain, melalui kaca mata orang lain. Orang yang berempati mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka. Serta harapan dan keinginan mereka.

c. Sikap mendukung (*Supportiveness*)

Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan di mana terdapat sikap mendukung (*supportiveness*). Artinya masing-masing pihak yang berkomunikasi memiliki komitmen untuk mendukung terselenggaranya interaksi secara terbuka. Oleh karena itu respon yang relevan adalah respon yang bersifat spontan dan lugas, bukan respon bertahan dan berkelit. Pemaparan gagasan bersifat deskriptif naratif, bukan bersifat evaluatif. sedangkan pola pengambilan keputusan bersifat akomodatif, bukan intervensi yang disebabkan rasa percaya diri yang berlebihan.

d. Sikap positif (*Positiveness*)

Sikap positif (*positiveness*) ditunjukkan dalam bentuk sikap dan perilaku. Dalam bentuk sikap, maksudnya adalah bahwa pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi interpersonal harus memiliki perasaan dan pikiran positif, bukan prasangka dan curiga. Dalam bentuk perilaku, artinya bahwa tindakan yang dipilih adalah yang relevan dengan tujuan komunikasi

interpersonal, yaitu secara nyata melakukan aktivitas untuk terjalinnya kerjasama.

e. Kesetaraan (*Equality*)

Kesetaraan (*equality*) ialah pengakuan bahwa kedua belah pihak memiliki kepentingan, kedua belah pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan saling memerlukan. Memang secara ilmiah ketika dua orang berkomunikasi secara interpersonal, tidak pernah tercapai suatu situasi yang menunjukkan kesetaraan atau kesamaan secara utuh di antara keduanya. Pastilah yang satu lebih kaya, lebih pintar, lebih muda, lebih berpengalaman, dsb. Namun kesetaraan yang dimaksud di sini adalah berupa pengakuan atau kesadaran, serta kerelaan untuk menempatkan diri setara (tidak ada yang superior ataupun inferior) dengan partner komunikasi.

Sedangkan menurut AW Suranto (2011) aspek-aspek komunikasi interpersonal dapat dilakukan secara lisan maupun tertulis yaitu:

- a. Munculnya umpan segera (*instan feedback*), artinya penerima pesan dapat dengan segera member tanggapan atas pesan-pesan yang kita sampaikan.
- b. Keuntungan dari komunikasi lisan adalah kecepatannya, dalam arti ketika kita melakukan tindak komunikasi dengan orang lain, pesan dapat dilakukan segera. Aspek kecepatan ini akan bermakna kalau waktu menjadi persoalan yang esensial.

- c. Memberi kesempatan kepada pengirim pesan mengendalikan situasi, dalam arti *sender* dapat melihat keadaan penerima pesan pada saat berlangsungnya tindak komunikasi tersebut.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek dalam komunikasi interpersonal adalah keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan, munculnya umpan segera, kecepatannya dan mengendalikan situasi.

5. Tipe-tipe Komunikasi Interpersonal

AW Suranto (2011) menyatakan bahwa tipe-tipe komunikasi interpersonal adalah sebagai berikut:

a. Komunikasi dua orang

Komunikasi dua orang atau komunikasi diadik mencakup segala jenis hubungan antar pribadi, antar satu orang dengan orang lain, mulai dari hubungan yang paling singkat (kontak) biasa, sampai hubungan yang bertahan lama dan mendalam. Contoh: Komunikasi diadik adalah suami-isteri, guru-murid, pimpinan-bawahan, dan sebagainya. Ciri komunikasi diadik adalah pihak-pihak yang terlibat komunikasi berada dalam jarak yang dekat. Kontak merupakan tipe komunikasi dua orang yang berlangsung singkat, karena di antara dua orang itu barangkali hanya saling memandang, tegur sapa, tersenyum, dan sebagainya. Namun demikian, kontak dapat berlanjut pada terjadinya komunikasi dua orang yang lebih mendalam, seperti persahabatan dan kerjasama.

b. Wawancara

Wawancara adalah salah satu tipe komunikasi interpersonal di mana dua orang terlibat dalam percakapan yang berupa tanya jawab. Misalnya seorang pimpinan mewawancarai karyawan yang menjadi bawahannya untuk mencari informasi mengenai pelaksanaan suatu pekerjaan. Dalam komunikasi interpersonal tipe wawancara ini, arah distribusi pesan bersifat relatif tetap. Pewawancara bertindak sebagai perancang dan pencipta berbagai pertanyaan, dan selanjutnya menyampaikan jawaban atau umpan balik.

c. Komunikasi kelompok kecil

Komunikasi kelompok kecil merupakan salah satu tipe komunikasi interpersonal, di mana beberapa orang terlibat dalam suatu pembicaraan, percakapan, diskusi, musyawarah, dan sebagainya. Istilah “kelompok kecil” memiliki tiga makna: 1). Jumlah anggota kelompok itu memang hanya sedikit orang, 2). Diantara para anggota kelompok itu saling mengenal dengan baik, dan, 3). Pesan yang dikomunikasikan bersifat unik, khusus, dan terbatas bagi anggota sehingga tidak sembarang orang dapat bergabung dalam kelompok itu.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat diketahui bahwa tipe-tipe komunikasi interpersonal adalah komunikasi dua orang, wawancara, dan komunikasi kelompok kecil.

6. Tujuan Komunikasi Interpersonal

Adapun tujuan dari komunikasi interpersonal menurut AW Suranto (2011) adalah sebagai berikut:

- a. Mengungkapkan perhatian kepada orang lain

Pada prinsipnya komunikasi interpersonal hanya dimaksudkan untuk menunjukkan adanya perhatian kepada orang lain dan untuk menghindarkan kesan dari orang lain sebagai pribadi yang tertutup, dingin, dan cuek.

- b. Menentukan diri sendiri

Seseorang melakukan komunikasi interpersonal karena ingin mengetahui dan mengenali karakteristik pribadi berdasarkan informasi yang didapat dari orang lain.

- c. Menemukan dunia luar

Dengan melakukan komunikasi interpersonal maka akan memperoleh kesempatan untuk mengetahui berbagai kejadian di dunia luar berdasarkan informasi yang penting dan aktual dari orang lain.

- d. Membangun dan memelihara hubungan yang harmonis

Kebutuhan yang paling mendasar dalam diri manusia adalah kebutuhan untuk membentuk dan membina hubungan baik dengan orang lain.

e. Mempengaruhi sikap dan tingkah laku

Dalam prinsip komunikasi interpersonal adalah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain, yang mana pesan tersebut bertujuan untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat atau perilaku secara langsung maupun tidak langsung.

f. Mencari kesenangan atau sekedar menghabiskan waktu

Dalam beberapa suasana saat melakukan komunikasi interpersonal dapat memberikan suasana rileks dan mendatangkan kesenangan.

g. Menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi

Dengan melakukan komunikasi interpersonal yang baik maka dapat terjadi pendekatan secara langsung berbagai pesan yang rawan menimbulkan kesalahan interpretasi sehingga akan memiliki dampak baik bagi komunikasi maupun komunikator.

h. Memberikan bantuan (konseling)

Komunikasi interpersonal dapat digunakan sebagai proses kegiatan pemberian bantuan bagi orang lain yang memerlukan.

Dari teori diatas, dapat diketahui bahwa komunikasi interpersonal merupakan suatu kegiatan atau tindakan yang berorientasi pada tujuan tertentu ketika melakukan komunikasi.

C. Intensitas Penggunaan Media Sosial

1. Pengertian Intensitas Penggunaan Media Sosial

Chaplin J.P (2011) intensitas merupakan kekuatan yang mendukung suatu pendapat atau suatu sikap, dimana didalamnya terlibat minat dan perhatian yang disertai kesadaran yang menyertai suatu aktivitas atau pengalaman seseorang. (KBBI) Kamus Besar Bahasa Indonesia (2008), intensitas berasal dari bahasa latin yaitu intention yang merupakan suatu ukuran kekuatan, keadaan tingkatan atau ukuran intens seseorang.

Dapat diartikan bahwa intensitas merupakan ukuran kekuatan yang mendukung pendapat atau sikap dalam bentuk minat dan perhatian yang dilakukan seseorang dalam suatu aktivitas.

Media sosial adalah kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial sendiri merupakan bentuk pelayanan berbasis web yang memungkinkan individu untuk membuat profil pribadi dan mengunjungi profil orang-orang yang terdaftar dalam koneksinya Boyd (dalam Nasrullah 2017).

Media sosial adalah sebuah media online dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi. Berpartisipasi dalam arti seseorang akan dengan mudah berbagi informasi, menciptakan konten atau isi yang ingin disampaikan kepada orang lain, memberi komentar terhadap masukan yang diterimanya. Semua dapat dilakukan dengan cepat dan tak terbatas, media sosial juga disebutkan sebagai media online dimana dapat mewakili para penggunanya untuk

saling berinteraksi dengan sesamanya di dunia luar baik yang dikenal maupun tidak (Sisrazeni, 2017).

Dapat diartikan bahwa media sosial merupakan bentuk pelayanan berbasis web yang memungkinkan individu untuk membuat profil dan mengunjungi profil orang-orang, yang dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi dan berinteraksi tidak dibatasi oleh ruang dan waktu.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial adalah ukuran kekuatan yang mendukung pendapat atau sikap dalam bentuk minat dan perhatian yang dilakukan seseorang dalam suatu aktivitas yang memungkinkan individu untuk membuat profil dan mengunjungi profil orang-orang, dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi dan berinteraksi tidak dibatasi oleh ruang dan waktu.

2. Faktor-Faktor Yang Mempengaruhi Intensitas Penggunaan Media Sosial

Menurut Andarwati (2016), faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan media sosial adalah suasana emosional (mood), tingkat identifikasi khalayak dengan tokoh dalam media sosial, persepsi kepuasan, persepsi penggunaan, serta persepsi nilai informasi.

Berdasarkan uraian diatas maka dapat diketahui bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan media sosial adalah suasana emosional (mood), tingkat identifikasi khalayak dengan tokoh dalam media sosial, persepsi kepuasan, persepsi penggunaan, serta persepsi nilai informasi.

3. Aspek-Aspek Intensitas Penggunaan Media Sosial

Menurut Ajzen (dalam Naufi, 2018) mengemukakan bahwa aspek intensitas penggunaan media sosial adalah sebagai berikut:

a. Perhatian

Merupakan ketertarikan seseorang terhadap aktivitas yang sesuai dengan minatnya dan akan jauh lebih intensif daripada aktivitas yang lain yang tidak menimbulkan minat.

b. Penghayatan

Merupakan pemahaman dan penyerapan terhadap informasi adanya usaha seseorang untuk memahami, menikmati, menghayati, dan menyimpan sajian informasi maupun pengalaman yang didapat sebagai pengetahuan.

c. Durasi

Merupakan kebutuhan individu dalam selang waktu tertentu untuk melakukan perilaku yang menjadi target. Durasi adalah lamanya selang waktu atau lamanya sesuatu yang berlangsung. Ketika menggunakan media sosial kadangkala seseorang menjadi lupa waktu karena terlalu fokus menikmati. Durasi penggunaan media sosial yang tinggi dikategorikan jika lebih dari 3 jam per hari dan dikatakan rendah jika hanya menggunakan selama 1-3 jam per hari Juditha (dalam naufi, 2018).

d. Frekuensi

Merupakan banyaknya seseorang dalam melakukan pengulangan perilaku sengaja maupun tidak sengaja. Seseorang yang sudah menikmati

menggunakan media sosial seringkali tidak menyadari bahwa penggunaannya sudah dilakukan berulang kali dalam setiap harinya untuk berinteraksi sosial dengan teman-teman media sosialnya. Kategori frekuensi penggunaan media sosial dikatakan tinggi apabila lebih dari 4 kali per hari dan masuk dalam kategori rendah jika penggunaan penggunaannya hanya 1-4 kali per hari (Juditha, dalam naufi, 2018).

Sedangkan, menurut Andarwati (2016), menyatakan bahwa aspek-aspek intensitas penggunaan media sosial hanya mengacu pada:

- a. Frekuensi yang menyatakan satuan kurun waktu tertentu (per hari, per minggu, atau per bulan).
- b. Durasi yang menyatakan satuan kurun waktu tertentu (per menit atau per jam).

Berdasarkan uraian diatas maka dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek intensitas penggunaan media sosial adalah perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi.

2. Karakteristik Media Sosial

Karakteristik media sosial menurut Nasrullah (2017) adalah sebagai berikut:

- a. Jaringan (*network*)

Kata “jaringan” (*network*) bisa dipahami dalam terminology bidang teknologi seperti ilmu komputer yang berarti infrastruktur yang

menghubungkan antara komputer maupun perangkat keras (*hardware*) lainnya. Media sosial memiliki karakter jaringan sosial. Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Jaringan yang terbentuk antar pengguna (*users*) merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam, atau tablet.

b. Informasi (*information*)

Di media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antar pengguna itu sendiri. Dari kegiatan konsumsi inilah pengguna dan pengguna lain membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar atau tidak bermuara pada institusi masyarakat berjejaring (*network society*).

c. Arsip (*archive*)

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa diakses kapan pun dan melalui perangkat apapun. Kehadiran media sosial memberikan akses yang luar biasa terhadap penyimpanan. Pengguna tidak lagi terhenti pada memproduksi dan mengonsumsi informasi, tetapi juga informasi itu telah menjadi bagian dari dokumen yang tersimpan.

d. Interaksi (*interactivity*)

Karakter dasar dari media sosial adalah terbentuknya jaringan antar pengguna. Jaringan ini tidak sekedar memperluas hubungan pertemanan atau pengikut (*follower*) di internet semata, tetapi juga harus dibangun dengan interaksi antar pengguna tersebut. Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberi tanda seperti *like* jempol dsb.

b. Simulasi sosial (*simulation of society*)

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual. Media sosial memiliki keunikan dan pola yang dalam banyak kasus bisa berbeda dan tidak dijumpai dalam tatanan masyarakat yang real. Misalnya, pengguna media sosial bisa dikatakan sebagai warga Negara digital (*digital citizenship*) yang berlandaskan keterbukaan tanpa adanya batasan-batasan.

c. Konten oleh pengguna (*user generated content*)

Karakteristik media sosial lainnya adalah konten oleh pengguna atau lebih populer disebut dengan *user generated content* (UGC). UGC merupakan relasi simbiosis dalam budaya media baru yang memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi Lister (dalam Nasrullah, 2017). Term ini menunjukkan bahwa di media sosial konten sepenuhnya milik dan berdasarkan kontribusi pengguna atau pemilik akun.

Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwa karakteristik media sosial adalah jaringan (*network*), informasi (*information*), arsip (*archive*), interaksi (*interactivity*), simulasi sosial (*simulation of society*), konten oleh pengguna (*user generated content*).

3. Jenis-Jenis Media Sosial

Media sosial adalah teknologi informasi yang berbasis internet sebagai alat komunikasi maupun media promosi dalam bisnis. Adapun macam-macam media sosial (Sisrazeni, 2017) adalah sebagai berikut:

a. Facebook

Facebook adalah sebuah situs jejaring sosial yang dipakai manusia untuk berinteraksi dengan manusia lain dengan jarak yang jauh. *Facebook* memiliki berbagai macam aplikasi tambahan seperti *game*, *chatting*, *videochat*, halaman komunal, dan lain-lain.

b. Twitter

Twitter merupakan sebuah situs *web* yang dimiliki dan dioperasikan oleh *twitter*. Situs ini menawarkan jaringan sosial berupa *mikroblog* sehingga memungkinkan penggunaannya untuk mengirim dan membaca pesan yang disebut kicauan (*tweets*). Kicauan bisa dilihat secara bebas, namun pengirim dapat membatasi pengiriman pesan ke daftar teman-teman mereka saja. Pengguna dapat melihat kicauan penulis lain yang dikenal dengan sebutan pengikut atau *follower*.

c. Instagram

Instagram merupakan situs jejaring sosial yang di dalamnya fokus kepada berbagi foto penggunaannya. Nama *instagram* terdiri dari dua kata yaitu

“*insta*” dan “*gram*”. *Insta* berasal dari kata *instan*, yang dapat diartikan dengan kemudahan dalam mengambil dan melihat foto. *Gram* berasal dari kata *telegram*, yang dapat diartikan dengan mengirim sesuatu (foto) kepada orang lain.

d. *Line*

Line adalah sebuah aplikasi pengirim pesan instan gratis yang dapat digunakan pada berbagai platform seperti *smartphone*, *tablet*, dan komputer. *Line* difungsikan dengan menggunakan jaringan internet sehingga pengguna *line* dapat melakukan aktivitas seperti mengirim pesan teks, mengirim gambar, video, pesan suara dan lain-lain <https://id.m.wikipedia.org>.

e. *Whatsapp*

Whatsapp adalah aplikasi pesan lintas platform yang memungkinkan kita bertukar pesan tanpa biaya sms, karena whatsapp menggunakan paket data internet yang sama untuk *email*, *browsing web*. Dengan menggunakan *whatsapp*, kita dapat melakukan obrolan *online*, berbagi file, bertukar foto, dan lain-lain <https://id.m.wikipedia.org>.

Berdasarkan uraian di atas dapat diketahui bahwa jenis-jenis media sosial adalah aplikasi jejaring sosial yang memungkinkan pengguna berinteraksi maupun mencari sebuah informasi dengan menggunakan jaringan internet yang terdapat dalam situs jejaring sosial tersebut seperti: *Facebook*, *twitter*, *instagram*, *line*, dan *whatsapp*. Berbagai jenis media sosial yang sudah ada maka manusia bisa berkomunikasi dengan salah satu jenis media sosial tersebut atau bahkan bisa dengan semua jenis media sosial yang ada.

D. Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Komunikasi Interpersonal

Menurut Agus M Hardjana (2003) Komunikasi berasal dari kata latin *cum* yaitu kata depan yang berarti dengan, bersama dengan, dan *unus* yaitu kata bilangan yang berarti satu. Dari kedua kata itu terbentuk kata benda *cummunio* yang dalam bahasa inggris menjadi *communion* dan berarti kebersamaan, persatuan, persekutuan, gabungan, pergaulan, bubungan. Karena untuk ber-*communio* diperlukan usaha dan kerja, dari kata itu dibuat kata kerja *communicare* yang berarti membagi sesuatu dengan seseorang, memberikan sebagian kepada seseorang, tukar-menukar, membicarakan sesuatu dengan seseorang, memberitahukan kepada seseorang, bercakap-cakap, bertukar pikiran, berhubungan, berteman. Salah satu bentuk komunikasi yang paling sering dijumpai dalam kehidupan sehari-hari adalah komunikasi interpersonal.

Menurut Devito (dalam AW Suranto, 2011) komunikasi interpersonal adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan peluang untuk memberikan umpan balik segera. Trenholm dan Jensen (dalam AW Suranto, 2011) mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai komunikasi antara dua orang yang berlangsung secara tatap muka (komunikasi diadik).

Littlejohn (dalam AW Suranto, 2011) memberikan definisi komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi antara individu-individu. Agus M Hardjana (dalam AW Suranto, 2011) mengatakan, komunikasi interpersonal adalah interaksi tatap muka antar dua atau beberapa orang, di mana pengirim dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula.

Salah satu faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal menurut AW Suranto (2011) yaitu tidak digunakan media yang tepat, pilihan penggunaan media yang tidak tepat dapat menyebabkan pesan yang disampaikan sukar dipahami oleh komunikan. Seperti Media baru yaitu internet, dipercaya memberikan pengaruh terhadap cara berkomunikasi, bahkan secara negatif mengubah praktik dan ruang komunikasi yang sebelumnya dipelihara secara demokratis. Internet telah menggeser daya fokus, kecepatan mengatasi ruang, keteraturan menjadi tidak teratur, waktu bergerak secara standar, masyarakat kehilangan pusat dan nilai-nilai yang mengatur masyarakat. Menganggap bahwa tatanan masyarakat menjadi terpecah, bahkan mengisolasi interaksi satu sama lain, serta telah terjadinya fragmentasi akibat komunikasi yang tidak langsung dan termediasi oleh media (Mc Luhan dalam Nasrullah, 2017).

Media sosial adalah kumpulan perangkat lunak yang memungkinkan individu maupun komunitas untuk berkumpul, berbagi, berkomunikasi, dan dalam kasus tertentu saling berkolaborasi atau bermain. Media sosial sendiri merupakan bentuk pelayanan berbasis web yang memungkinkan individu untuk membuat profil pribadi dan mengunjungi profil orang-orang yang terdaftar dalam koneksinya Boyd (dalam Nasrullah, 2017). Adapun jenis-jenis media sosial yang ada di kalangan masyarakat seperti: *Facebook*, *Twitter*, *Instagram*, *Line*, dan *Whatsapp* (Sisrazeni, 2017).

Menurut Chaplin J.P (2011) intensitas merupakan kekuatan yang mendukung suatu pendapat atau suatu sikap, dimana didalamnya terlibat minat dan perhatian yang disertai kesadaran yang menyertai suatu aktivitas atau pengalaman seseorang. Ketika dihubungkan dengan media sosial, konteks

intensitas merujuk pada bentuk ukuran kekuatan dalam bentuk minat dan perhatian yang dilakukan seseorang dalam beraktivitas menggunakan media sosial.

Gapsiso & Wilson (2015) dalam studinya menemukan bahwa penggunaan media sosial memiliki dampak pada komunikasi tatap muka antara remaja dan teman-temannya. Penggunaan ini juga memperlemah hubungan yang ada antara remaja dengan orang tua dan remaja dengan teman. Alasan mereka memilih komunikasi melalui media sosial karena dirasa lebih menarik dibandingkan berkomunikasi langsung secara tatap muka. Mereka merasa berkomunikasi melalui media sosial membawa mereka lebih dekat dengan teman dan membantu dalam mendapatkan teman baru. Hal itu yang membuat para remaja telah mengurangi waktu yang seharusnya bisa mereka habiskan untuk berkomunikasi tatap muka dengan teman-teman dan keluarga menjadi lebih banyak dihabiskan dengan berkomunikasi lewat media sosial.

Hasil penelitian yang dilakukan oleh Nugroho (2019) yang menunjukkan ada hubungan negatif antara intensitas penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal pada mahasiswa program studi manajemen universitas sarjanawiyata taman siswa yang berarti semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial maka semakin rendah komunikasi interpersonal. Sebaliknya, semakin rendah intensitas penggunaan media sosial maka semakin tinggi komunikasi interpersonal.

E. Kerangka Konseptual



F. Hipotesis

Dalam penelitian ini diajukan sebuah hipotesis sebagai jawaban sementara dari permasalahan yang telah dikemukakan. Adapun hipotesis yang diajukan dalam penelitian adalah terdapat hubungan negatif antara intensitas penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal remaja. Dengan asumsi semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial maka semakin rendah komunikasi interpersonal. Sebaliknya, semakin rendah intensitas penggunaan media sosial maka semakin tinggi komunikasi interpersonal.

BAB III

METODE PENELITIAN

Metode merupakan unsur penting dalam penelitian ilmiah, karena metode yang digunakan dalam penelitian dapat menemukan apakah penelitian tersebut dapat dipertanggungjawabkan hasilnya. Bab ini akan menguraikan mengenai Tipe Penelitian, Identifikasi Variabel Penelitian, Definisi Operasional Variabel Penelitian, Populasi dan Sampel, Teknik Pengumpulan Data, Validitas dan Reliabilitas Alat ukur, dan Analisis data.

A. Tipe Penelitian

Tipe penelitian ini adalah penelitian kuantitatif, dalam usaha menguji hipotesis yang telah disusun. Dalam penelitian ini, proses penelitian banyak menggunakan angka mulai dari pengumpulan, penafsiran dan penyajian hasil.

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Adapun variabel penelitian yang dibahas dalam penelitian ini meliputi dua variabel, yaitu:

1. Variabel terikat/*dependent variable* (y)

Variabel dependen dalam penelitian ini adalah Komunikasi Interpersonal.

2. Variabel bebas/*independent variable* (x)

Variabel independen dalam penelitian ini adalah Intensitas Penggunaan Media sosial.

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang berlangsung antara pengirim dan penerima pesan secara tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik verbal maupun non verbal terhadap pesan yang disampaikan. Komunikasi interpersonal disusun dengan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Devito (dalam AW Suranto, 2011) yaitu keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*), dan kesetaraan (*equality*).

2. Intensitas Penggunaan Media Sosial

Intensitas penggunaan media sosial adalah ukuran kekuatan yang mendukung pendapat atau sikap dalam bentuk minat dan perhatian yang dilakukan seseorang dalam suatu aktivitas yang memungkinkan individu untuk membuat profil dan mengunjungi profil orang-orang, dimana para penggunanya dapat dengan mudah berpartisipasi dan berinteraksi tidak dibatasi oleh ruang dan waktu. Intensitas penggunaan media sosial disusun dengan aspek-aspek yang dikemukakan oleh Ajzen (dalam Naufi, 2018) yaitu perhatian, penghayatan, durasi, dan frekuensi.

D. Populasi dan Sampel

1. Populasi

Populasi adalah keseluruhan subyek penelitian. Apabila seseorang ingin meneliti semua elemen yang ada dalam wilayah penelitian, maka penelitiannya merupakan penelitian populasi. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas objek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya, (Sugiyono 2012).

Jumlah Populasi Siswa Pengguna Aktif Media Sosial

No.	Kelas	Jumlah Siswa
1.	X. T.GEO (Teknik Geomatika)	27 Siswa
2.	X. TKJ (Teknik Komputer Jaringan)	30 Siswa
3.	X. TPM (Teknik Pemesinan)	28 Siswa
4.	X. TAV (Teknik Audio Vidio)	28 Siswa
5.	X. DPIB (Desain Pemodelan dan Informasi Bangunan)	29 Siswa
	Jumlah:	142 Siswa

2. Sampel

Sampel adalah sebagian dari populasi atau sejumlah penduduk yang jumlahnya kurang dari jumlah populasi dan harus mempunyai paling sedikit satu sifat yang sama. Untuk mengetahui intensitas penggunaan media sosial digunakan screening (penyaringan).

Jumlah Sampel Siswa Pengguna Aktif Media Sosial

No.	Kelas	Jumlah Siswa
1.	X. T.GEO (Teknik Geomatika)	20 Siswa
2.	X. TKJ (Teknik Komputer Jaringan)	23 Siswa
3.	X. TAV (Teknik Audio Vidio)	18 Siswa
4.	X. DPIB (Desain Pemodelan dan Informasi Bangunan)	16 Siswa
	Jumlah:	77 Siswa

E. Teknik Pengambilan Sampel

Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah purposive sample adalah pengambilan subjek yang bukan didasari strata, random atau daerah tetapi didasarkan atas adanya tujuan tertentu dan menetapkan ciri khusus yang sesuai dengan tujuan peneliti inginkan. Karakteristiknya yaitu:

- a. Mempunyai akun media sosial *instagram*, *facebook*, dan *whatsapp*.
- b. Aktif dalam mengakses media sosial lebih dari 4 kali dengan durasi lebih dari 3 jam perhari.

F. Teknik Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data adalah cara yang dipakai oleh peneliti untuk memperoleh data yang akan diteliti. Dalam proses pengumpulan data penelitian ini, penelitian menggunakan skala. (Azwar 2005), menyatakan bahwa skala adalah daftar pernyataan yang akan mengungkap performansi yang menjadi karakter tipikal situasi yang dihadapi. Alasan memilih skala dalam penelitian ini didasarkan atas asumsi yang dikemukakan oleh (Hadi, 2004), yaitu:

- a. Subjek adalah orang yang paling tahu tentang dirinya sendiri.
- b. Apa yang dikatakan subjek kepada penyelidik adalah benar dan dapat dipercaya.
- c. Interpretasi subjek tentang pertanyaan yang diajukan sama dengan apa yang dimaksud peneliti.

Skala yang digunakan dalam penelitian ini mengacu pada skala model Likert yaitu metode penskalaan pernyataan individu yang menggunakan distribusi respon sebagai dasar penentu nilai skalanya (Azwar, 2005). Jawaban dari setiap item instrumen yang digunakan skala likert mempunyai gradasi dari sangat positif sampai sangat negatif (Sugiyono, 2012). Peneliti memperhatikan tujuan ukur, metode penskalaan dan format item yang dipilih, sehingga respon yang disajikan dalam skala adalah dalam bentuk pilihan jawaban.

Dalam penelitian ini menggambarkan 2 skala yaitu:

1. Skala Komunikasi Interpersonal

Skala ini bertujuan untuk mengukur komunikasi interpersonal pada subjek penelitian. Skala komunikasi interpersonal disusun berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Devito (dalam AW Suranto, 2011) yaitu keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*), dan kesetaraan (*equality*). Kriteria penilaian untuk pernyataan *favourable* berdasarkan skala *Likert* ini adalah nilai 4 untuk pilihan jawaban Sangat Sesuai (SS), nilai 3 untuk pilihan jawaban Sesuai (S), nilai 2 untuk pilihan jawaban Tidak Sesuai (TS) dan nilai 1 untuk pilihan jawaban Sangat Tidak

Sesuai (STS). Sedangkan untuk pernyataan *unfavourable*, nilai 1 untuk pilihan jawaban Sangat Sesuai (SS), nilai 2 untuk pilihan jawaban Sesuai (S), nilai 3 untuk pilihan jawaban Tidak Sesuai (TS), dan nilai 4 untuk pilihan jawaban Sangat Tidak Sesuai (STS).

2. Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

Skala ini bertujuan untuk mengukur intensitas penggunaan media sosial pada subjek penelitian. Skala intensitas penggunaan media sosial disusun berdasarkan teori yang dikemukakan oleh Ajzen (dalam Naufi, 2018) yaitu perhatian, penghayatan, durasi dan frekuensi. Kriteria penilaian untuk pernyataan *favourable* berdasarkan skala *Likert* ini adalah nilai 4 untuk pilihan jawaban Sangat Sesuai (SS), nilai 3 untuk pilihan jawaban Sesuai (S), nilai 2 untuk pilihan jawaban Tidak Sesuai (TS) dan nilai 1 untuk pilihan jawaban Sangat Tidak Sesuai (STS). Sedangkan untuk pernyataan *unfavourable*, nilai 1 untuk pilihan jawaban Sangat Sesuai (SS), nilai 2 untuk pilihan jawaban Sesuai (S), nilai 3 untuk pilihan jawaban Tidak Sesuai (TS), dan nilai 4 untuk pilihan jawaban Sangat Tidak Sesuai (STS).

G. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

Alat ukur yang digunakan dalam sebuah penelitian selayaknya adalah alat ukur yang baik. Alat ukur yang baik adalah alat ukur yang valid dan reliabilitas. Adapun pengertian valid dan reliable adalah sebagai berikut:

1. Validitas Alat Ukur

Validitas adalah menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur maupun mengukur apa yang ingin diukur (Syofian 2013). Syofian (2013) juga menyebutkan dalam suatu penelitian baik yang bersifat deskriptif, maupun eksplanatif yang melibatkan variabel/konsep yang tidak bisa diukur secara langsung, masalah validitas sederhana, didalamnya juga menyangkut penjabaran konsep dari tingkat teoritis sampai empirik, namun bagaimana tidak suatu instrumen penelitian harus valid agar hasilnya dapat dipercaya.

Menurut Syofian (2013) ada beberapa kriteria pengujian validitas yaitu :

- a. Jika koefisien korelasi *Product Moment* melebihi 0,3 ($>0,3$)
- b. Jika koefisien korelasi *Product Moment* $>$ r-tabel (α ; n-2), n = jumlah sampel
- c. Nilai Sig. $\leq \alpha$

Rumus yang digunakan untuk uji validitas konstruk dengan teknik *product moment*, yaitu :

$$r_{XY} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

2. Reliabilitas Alat Ukur

Menurut Syofian (2013) reliabilitas adalah untuk mengetahui sejauh mana hasil pengukuran tetap konsisten, apabila dilakukan pengukuran dua kali atau lebih terhadap gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama pula. Selain itu Syofian (2013) melanjutkan bahwa kriteria suatu instrumen penelitian dikatakan reliabel dengan menggunakan teknik ini, bila koefisien reliabel $> 0,8$.

Syofian (2010) juga menjelaskan tahapan perhitungan uji reliabilitas dengan menggunakan teknik *alpa cronbach* yaitu:

- i. Menentukan nilai varians setiap butir pertanyaan

$$S_1 = \frac{\sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n}}{n}$$

- ii. Menetapkan nilai varians total

$$S_1 = \frac{\sum X_1^2 - \frac{(\sum X_1)^2}{n}}{n}$$

- iii. Menentukan reliabilitas instrumen

$$r_{11} = \left[\frac{k}{k-1} \right] \left[1 - \frac{\sum S_1}{S_1} \right]$$

Keterangan :

r^{11} : Koefisien reliabilitas instrumen

$\sum S_1$: Jumlah varians skor tiap-tiap item

K : Jumlah aitem pertanyaan

S_1 : Varians skor tiap-tiap item

$\sum X_1^2$: Jumlah kuadrat aitem X_1

$(\sum X_1)^2$: Jumlah aitem X_1 di kuadratkan

n : Jumlah sampel

H. Analisis Data

Pengujian hipotesis dalam penelitian ini menggunakan uji korelasi *Person*

Product Moment yaitu suatu analisis untuk menguji hipotesis hubungan antara

satu variabel dependen (*Komunikasi Interpersonal*) dengan satu variabel independen (*Intensitas Penggunaan Media Sosial*) yang bersifat interval atau rasio. Untuk menghitung koefisien korelasi *Person Product Moment* digunakan rumus:

$$r_{XY} = \frac{n \sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{[n \sum X^2 - (\sum X)^2][n \sum Y^2 - (\sum Y)^2]}}$$

Keterangan :

r_{XY}	: Korelasi X dan Y
$\sum X$: Jumlah skor dalam sebaran x
$\sum Y$: Jumlah skor dalam sebaran y
$\sum XY$: Jumlah hasil kali skor x dengan skor y yang berpasangan
$\sum X^2$: Jumlah skor yang dikuadratkan dari x
$\sum Y^2$: Jumlah skor yang dikuadratkan dari y
n	: Banyaknya subjek skor x dan skor y yang berpasangan
X	: Variabel bebas
Y	: Variabel terikat

Sebelum dilakukan analisis data dengan teknik analisis *Product Moment*, maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi terhadap data penelitian yang meliputi:

- Uji Normalitas, yaitu untuk mengetahui apakah distribusi data penelitian masing-masing variabel telah menyebar secara normal.
- Uji linearitas, yaitu untuk mengetahui apakah data dari variabel bebas memiliki hubungan yang linear dengan variabel terikat.

BAB V

SIMPULAN DAN SARAN

Pada bab ini akan diuraikan simpulan dan saran-saran sehubungan dengan hasil yang diperoleh dari penelitian ini. Pada bagian pertama akan dijabarkan simpulan dari penelitian ini dan pada bagian berikutnya akan dikemukakan saran-saran yang mungkin dapat digunakan bagi para pihak terkait.

A. Simpulan

Berdasarkan hasil analisis dari pembahasan maka hal-hal yang dapat peneliti simpulkan sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan negatif yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal pada remaja di SMK Negeri 1 Percut Sei Tuan, dengan nilai $r_{xy} = -0,482$ dengan $p < 0,05$. Hal ini mengandung pengertian, semakin tinggi intensitas penggunaan media sosial maka semakin rendah komunikasi interpersonal dan sebaliknya jika semakin rendah intensitas penggunaan media sosial maka semakin tinggi pula komunikasi interpersonal.
2. Sumbangan efektif variabel intensitas penggunaan media sosial terhadap komunikasi interpersonal pada remaja adalah sebesar $0,232 \times 100 = 23,2\%$. Hal ini terlihat dari nilai R-Square (r^2) yang diperoleh dari hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal sebesar 0,232. Berdasarkan hasil penelitian ini, maka dapat diketahui bahwa masih terdapat 76,8% pengaruh dari faktor lain terhadap komunikasi interpersonal yang tidak terlihat dalam penelitian ini. Faktor

lain tersebut adalah kredibilitas komunikator rendah, kurang memahami latar belakang sosial dan budaya, kurang memahami karakteristik komunikasi, prasangka buruk, verbalisitis, komunikasi satu arah, perbedaan bahasa, dan perbedaan persepsi.

3. Berdasarkan penelitian ini diketahui bahwa secara umum, remaja pengguna media sosial di SMK Negeri 1 Percut Sei Tuan dinyatakan memiliki tingkat penggunaan media sosial yang cenderung tinggi sebab mean empirik (116,99) lebih besar dari mean hipotetik (97,5) dan nilai yang cenderung rendah ini menunjukkan komunikasi interpersonal yang cenderung rendah pula, sebab mean empiriknya (100,27) lebih rendah dari mean hipotetiknya (107,5).

B. Saran

Berdasarkan dengan simpulan diatas, maka berikut dapat diberikan beberapa saran diantaranya:

1. Bagi siswa

Diharapkan kepada remaja subjek penelitian ini, agar mampu untuk merendahkan intensitas penggunaan media sosial yang tergolong tinggi. Hal ini dapat dilakukan dengan mengurangi penggunaan media sosial agar tidak terjerumus kedalam pergaulan di dunia maya dan melupakan dunia nyata karena intensitas penggunaan media sosial dapat mempengaruhi komunikasi interpersonal kita.

2. Bagi Pihak Sekolah

Diharapkan untuk mengembangkan kemampuan komunikasi secara langsung pada remaja, dengan memberikan kebijakan berupa mewajibkan remaja untuk mengikuti ekstrakurikuler serta merutinkan layanan konseling ataupun bimbingan kelompok, dan membuat kebijakan dengan menggunakan media sosial jika ada tugas sekolah.

3. Bagi Peneliti Selanjutnya

Menyadari bahwa penelitian ini masih banyak kekurangan, maka disarankan bagi peneliti selanjutnya yang berminat untuk mengadakan penelitian yang sama untuk menambah subjek penelitian, dan penelitian selanjutnya juga dapat melakukan penelitian berdasarkan faktor-faktor lain yang berhubungan dengan komunikasi interpersonal (AW Suranto, 2011) yaitu kredibilitas komunikator rendah, kurang memahami latar belakang sosial dan budaya, kurang memahami karakteristik komunikan, prasangka buruk, verbalisitis, komunikasi satu arah, perbedaan bahasa, dan perbedaan persepsi.

DAFTAR PUSTAKA

- Agus M Hardjana. (2003). *Komunikasi intrapersonal dan interpersonal*. Yogyakarta: Kanisius.
- Ali M, & Asrori M. (2014). *Psikologi remaja*. Jakarta: PT. Bumi Aksara.
- Alyusi Dyah, S. (2016). *Media sosial*. Jakarta: Kencana.
- Andarwati, I. (2016). *Citra diri ditinjau dari intensitas penggunaan media sosial instagram pada siswa kelas XI SMA N 9 Yogyakarta*. Skripsi. Universitas Negeri Yogyakarta. Diakses pada tanggal 18 Maret 2019.
- AW Suranto. (2011). *Komunikasi interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Azwar, S. (2005). *Penyusunan skala psikologi*. Yogyakarta: Pustaka Pelajar.
- Cangara, H. (2013). *Pengantar ilmu komunikasi*. Jakarta: Raja Grafindo Persada.
- Chaplin, J.P. (2011). *Kamus lengkap psikologi*. Jakarta: PT Rajagrafindo Persada.
- Gapsiso, N, D, & Wilson, J. (2015). *The impact of the internet on teenagers 'face-to-face communication'*. Journal of Studies in Social Sciences. Vol 13 No 2, 2015. <https://books.google.co.id>. Diakses pada 24 Februari 2019.
- Hadi. (2004). *Tahapan penelitian*. Jakarta: Erlangga.
- Kamus besar bahasa indonesia. (2008). Edisi 2. Jakarta: Balai Pustaka.
- Khoirotnun, A. (2014). *Pengaruh penggunaan jejaring sosial facebook terhadap perilaku siswa kelas VII kepada guru di SMP Negeri 1 Kalasan Sleman*. Skripsi. Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga. Yogyakarta.
- Manumpil B, Ismanto Y, Onibala, F (2015). *Hubungan penggunaan gadget dengan tingkat prestasi siswa di SMA NEGERI 9 Manado*. Jurnal Keperawatan. Vol 3, No 2. <https://media.neliti.com>. Diakses pada 1 Maret 2019.

- Naufi A'nindiya. (2018). *Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal pada remaja*. Malang: Universitas Muhammadiyah Malang. Skripsi diterbitkan. http://eprints.umh.ac.id/43294/1/A%27ININDIYA%20NAUFI%20T_201410230311308.pdf.
- Nasrullah, Rulli. (2017). *Media sosial*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nugroho, Sapto F. (2019). *Hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal pada mahasiswa program studi manajemen Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa*. Yogyakarta: Universitas Sarjanawiyata Tamansiswa. Skripsi tidak diterbitkan. <http://repository.ustjogja.ac.id/docload/hubungan-antara-intensitas-penggunaan-media-sosial-dengan-komunikasi1203298>. Diakses Pada 29 April 2019.
- Riduwan. (2005). *Skala pengukuran variabel-variabel penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sarwono. (2011). *Psikologi remaja*. Edisi Revisi. Jakarta: Rajawali Pers.
- Sisrazeni, (2017). *Hubungan penggunaan media sosial dengan interaksi sosial mahasiswa jurusan bimbingan konseling tahun 2016/2017 IAIN Batusangkar*. Internasional Seminar on Education. <http://ecampus.iainbatusangkar.ac.id/ojs/index.php/proceedings/article/viewFile/898/819>. Diakses pada 14 Maret 2019.
- Syofian, S. (2013). *Metode penelitian kuantitatif*. Jakarta: PT. Fajar Interpratama Mandiri.
- Sugiyono. (2012). *Statistik untuk penelitian*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2014). *Metode penelitian administrasi*. Bandung: Alfabeta.