

**PERBEDAAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL DITINJAU DARI
INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL *INSTAGRAM* PADA
REMAJA DI UNIVERSITAS MEDAN AREA**

SKRIPSI

*Diajukan Untuk Memenuhi Sebagai Persyaratan Dalam
Memperoleh Gelar Sarjana Psikologi Universitas Medan Area*

**SHELA WAHYUNI TARIGAN
14.860.0136**



**FAKULTAS PSIKOLOGI
UNIVERSITAS MEDAN AREA
2018**

ABSTRAK

PERBEDAAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL DITINJAU DARI INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM PADA TEMAJA DI UNIVERSITAS MEDAN AREA

SHELA WAHYUNI TARIGAN

NIM: 14.860.0136

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan komunikasi interpersonal yang ditinjau dari intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada remaja di Universitas Medan Area. Hipotesis penelitian ini adalah terdapat perbedaan yang signifikan antara komunikasi interpersonal dengan intensitas penggunaan media sosial *Instagram*. Semakin berat intensitas penggunaan media sosial maka semakin baik komunikasi interpersonal, dan sebaliknya semakin ringan intensitas penggunaan media sosial maka semakin buruk komunikasi interpersonal. Populasi pada penelitian ini ialah mahasiswa Universitas Medan Area Kampus II Fakultas Psikologi stambuk 2016 dan 2017 yang berjumlah 106. Ditarik besaran sampel 65 mahasiswa yang mana sudah memenuhi syarat. Teknik pengambilan sampel menggunakan *simple random sampling*. Pengambilan data dilakukan dengan menggunakan dua skala, yaitu skala komunikasi interpersonal dan skala intensitas penggunaan media sosial *Instagram* untuk menentukan tinggi dan rendahnya penggunaan *Instagram*. Analisis data menggunakan Analisis Varians 1 Jalur sebesar $F = 3.201$ dengan $p = 0.002 < 0.050$. Komunikasi interpersonal tinggi (mean empirik = 133.11) > (mean hipotetik = 102.5) dimana selisihnya melebihi bilangan (SD = 9.019). Dan telah diketahui dari hasil pengambilan data adalah adanya perbedaan komunikasi interpersonal yang ditinjau dari intensitas penggunaan media sosial *Instagram*.

ABSTRACT

SHELA WAHYUNI TARIGAN

14.860.0136

This study aims to determine differences in interpersonal communication in terms of the intensity of Instagram social media use in adolescents at the Medan Area University. The hypothesis of this research is that there is a significant difference between interpersonal communication and the intensity of Instagram social media use. The more intense the intensity of social media use, the better interpersonal communication, and conversely the lighter the intensity of social media use, the worse interpersonal communication will be. The population in this study were students of the Medan Area University Campus II Faculty of Psychology, 2016 and 2017 which amounted to 106. Drawn a sample size of 65 students who had fulfilled the requirements. The sampling technique uses simple random sampling. Data collection was carried out using two scales, namely the scale of interpersonal communication and the intensity scale of Instagram social media use to determine the height and low use of Instagram. Data analysis using Analysis of Variance 1 Path of $F = 3,201$ with $p = 0.002 < 0.050$. Interpersonal communication is high (empirical mean = 133.11) > (the hypothetical mean = 102.5) where the difference exceeds the number (SD = 9,019). And it has been known from the results of data collection that there is a difference in interpersonal communication in terms of the intensity of Instagram social media usage.

DIPERTAHANKAN DI DEPAN DEWAN PENGUJI SKRIPSI FAKULTAS
PSIKOLOGI UNIVERSITAS MEDAN AREA DAN DITERIMA UNTUK
MEMENUHI SEBAGIAN DARI SYARAT-SYARAT GUNA MEMPEROLEH
GELAR SARJANA (S1) PSIKOLOGI

Pada Tanggal

29 Agustus 2018

Mengesahkan Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area

Dekan



DEWAN PENGUJI

1. Syafrizaldi, S.Psi, M.Psi
2. Azhar Azis, S.Psi, MA
3. Salamiah Sari Dewi, S.Psi, M.Psi
4. Maqhfirah DR, M.Psi, Psikolog

TANDA TANGAN

Signature 1

Signature 2

Signature 3

LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Skripsi : Perbedaan Komunikasi Interpersonal Ditinjau Dari Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* Pada Remaja Di Universitas Medan Area

Nama Mahasiswa : Shela Wahyuni Tarigan

No. Stambuk : 14.860.0136

Bagian : Psikologi Perkembangan

Disetujui Oleh
Komisi Pembimbing

Pembimbing I




Azhar Azis, S.Psi, MA

Pembimbing II



Salmiah Sari Dewi, S.Psi, M.Psi

Kepala Bagian



Azhar Azis, S.Psi, MA

Dekan



Prof. Dr. H. Abdul Munir, M.Pd



UNIVERSITAS MEDAN AREA

Kampus I : Jalan Kolam Nomor 1 Medan Estate ☎ (061) 7360168, 7366878, 7364348 ☎ (061) 7368012 Medan 20223
Kampus II : Jalan Setiabudi Nomor 79 / Jalan Sei Serayu Nomor 70 A ☎ (061) 8225802 ☎ (061) 8226331 Medan 20122
Website: www.uma.ac.id E-Mail: univ_medanarea@uma.ac.id

Nomor : 2257/UMA/B/01.7/VII/2018
Hal : Izin Pengambilan Data.

Medan, 18 Juli 2018.

Kepada Yth.
Dekan Fakultas Psikologi
Universitas Medan Area
di - M e d a n

Dengan hormat,

Berdasarkan surat Wakil Dekan Bidang Akademik Fakultas Psikologi nomor: 1046/FPSI/01.10/V/2018 tertanggal 21 Mei 2018, tentang permohonan Izin Pengambilan Data di Kampus II Universitas Medan Area oleh mahasiswa Fakultas Psikologi sebagai berikut:

Nama	: Shela Wahyuni Tarigan
No. Pokok Mahasiswa	: 14 860 0136
Program Studi	: Ilmu Psikologi
Fakultas	: Psikologi

Pada prinsipnya disetujui yang bersangkutan untuk melaksanakan pengambilan data guna penyusunan skripsi yang berjudul **"Perbedaan Komunikasi Interpersonal ditinjau dari Intensitas penggunaan Media Sosial Instagram pada Remaja di Universitas Medan Area.**

Demikian kami sampaikan. Atas kerja sama yang baik diucapkan terima kasih.

a.n. Rektor
Wakil Rektor Bidang Administrasi,


Dr. Utary Maharani Barus, SH., M.Hum

Tembusan :
1. Mahasiswa Ybs ✓
2. Peringgal

SURAT PERNYATAAN

Dengan ini saya menyatakan bahwa apa yang tertulis dalam skripsi ini adalah benar adanya dan merupakan hasil karya sendiri, kecuali bagian-bagian tertentu yang peneliti ambil sebagai acuan. Segala kutipan karya pihak lain telah saya tulis dengan menyebutkan sumbernya. Apabila terbukti pernyataan ini tidak benar, maka sepenuhnya menjadi tanggung jawab peneliti.

Medan, 5 Juli 2018

Peneliti



(Shela Wahyuni Tarigan)

NIM: 14860.0136



SURAT KETERANGAN
Nomor : 2370/UMA/B/01.7/VII/2018

Rektor Universitas Medan Area dengan ini menerangkan bahwa :

Nama : Shela Wahyuni Tarigan
No. Pokok Mahasiswa : 14 860 0136
Program Studi : Ilmu Psikologi
Fakultas : Ilmu Psikologi

Benar telah selesai Pengambilan Data di Universitas Medan Area dengan Judul **"Perbedaan Komunikasi Interpersonal ditinjau dari Intensitas penggunaan Media Sosial Instagram pada Remaja di Universitas Medan Area"**.

Dan kami harapkan Data tersebut kiranya dapat membantu yang bersangkutan dalam penyusunan skripsi dan dapat bermanfaat bagi mahasiswa khususnya Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik.

Demikian surat ini ditandatangani untuk dapat digunakan sebagaimana.

Medan, 30 Juli 2018.

a.n Rektor

Wakil Rektor Bidang Administrasi,



[Signature]
Dr. Utari Maharani Barus, SH., M.Hum

Tembusan :

1. Mahasiswa Ybs
2. File

KATA PENGANTAR

Bismillahirrahmanirrahim

Segala puji dan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah mencurahkan segala rahmat dan hidayah-Nya dan tak lupa kepada Nabi Muhammad SAW sebagai panutan. Saya sangat bersyukur Alhamdulillah karena Allah telah mempermudah dan memperlancar saya dalam mengerjakan skripsi ini. Tiada henti saya panjatkan doa dan syukur kepada Allah SWT. Adapun maksud dan tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui “Perbedaan Komunikasi Interpersonal Ditinjau Dari Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Remaja Di Universitas Medan Area”.

Peneliti menyadari bahwa keberhasilan dalam menyelesaikan skripsi ini tidak lepas dari bimbingan, bantuan dan kerjasama yang baik dari berbagai pihak. Pada kesempatan ini, peneliti mengucapkan terimakasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Yayasan Haji Agus Salim Universitas Medan Area
2. Prof. Dr. Dadan Ramdan, M. Eng, MSc selaku Rektor Universitas Medan Area.
3. Bapak Prof. Dr. H. Abdul Munir, M.Pd selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area
4. Bapak Hairul Anwar Dalimunthe, S.Psi, M.Psi selaku Wakil Dekan I Bidang Kurikulum Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
5. Bapak Syafrizaldi, S.Psi, M.Psi selaku Wakil Dekan III Bidang Kemahasiswaan Fakultas Psikologi Universitas Medan Area.
6. Bapak Azhar Azis, S.Psi, M.A selaku Kepala Jurusan Psikologi

Perkembangan dan juga sebagai Dosen Pembimbing I saya yang selalu sabar
Universitas Medan Area

memberikan arahan dan membantu saya dalam penyelesaian skripsi ini. Bapak juga selalu memberi saya semangat dan selalu memberi nasihat atau masukan kepada saya agar saya tidak malas dan tetap rajin.

7. Ibu Salamiah Sari Dewi, S.Psi, M.Psi selaku Dosen Pembimbing II yang juga sabar dalam mengajarkan saya untuk mengerjakan skripsi ini meskipun saya pernah melakukan kesalahan dalam pengerjaan skripsi ini, namun ibu tetap sabar untuk membimbing dan memberi masukan kepada saya dalam mengerjakan skripsi ini.
8. Ibu Maqhfirah DR, M.Psi, Psikolog selaku Sekretaris yang telah menyempatkan waktunya dan memberikan saran kepada peneliti.
9. Para Dosen Fakultas Psikologi Universitas Medan Area yang telah memberikan ilmu pengetahuan dan memotivasi peneliti
10. Para staf tata usaha Program Studi Psikologi Universitas Medan Area.
11. Teruntuk kedua orangtua saya Johan Tarigan dan Hamidah Surbakti yang paling saya sayangi yang telah membiayai saya hingga saya dapat sekolah hingga saya mencapai ke perguruan tinggi dan selalu mendoakan saya dan memberikan semangat kepada saya dan juga selalu menyayangi saya.
12. Kepada keenam saudara perempuan kesayangan saya Wienda Andriani Tarigan, SS., Dewinta Karina Tarigan, SE., Cecillia Yulianda Tarigan, SH., Yeni Maysarah Tarigan, SK., Annisa Radila Tarigan dan Tanzila Syariah Tarigan yang selalu ada untuk menyemangati saya dikala saya mengerjakan skripsi saat dirumah dan juga selalu mendoakan saya.
13. Teruntuk sahabat-sahabat saya dikampus Arum Muslimah dan Nola Dwigita yang juga memberi saya semangat memberi saya masukan selama kita menjalankan perkuliahan dari semester 1 hingga semester akhir, dan tetap selalu ada disisi saya ketika saya mengalami kesulitan yang bersangkutan dengan tugas kampus maupun urusan di kampus.

14. Tak lupa juga saya berterimakasih dengan teman-teman saya kelas Psikologi RegB-1 yang luar biasa. Saya bersyukur karena telah mengenal kalian dan menjadi teman kalian sedari kita semester 1 hingga semester akhir. Saya harap pertemanan kita akan tetap terjalin.
15. Teruntuk sahabat saya juga Dian Arista yang selalu membantu dan menemani saya untuk ke perpustakaan mencari refrensi untuk tugas skripsi saya dan selalu menyemangati saya agar saya semangat menyelesaikan skripsi saya. Dan juga sahabat saya Lilis Handayani dan Chaizura Indira yang selalu menyemangati saya dan selalu disisi saya saat saya mengalami kesulitan.
16. Teruntuk Bagas Prasetya dan Aril Huda dan juga anak Psikologi Kampus II stambuk 2015 dan 2016 yang membantu saya dalam menyelesaikan penelitian saya.
17. Semua pihak yang telah membantu peneliti untuk menyelesaikan skripsi ini yang tidak dapat peneliti sebutkan satu persatu.

Medan, 7 Juli 2018

Shela Wahyuni Tarigan
14.860.0136

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan sosial pada remaja merupakan salah satu aspek yang patut untuk diperhatikan. Tidak sedikit permasalahan yang timbul pada diri remaja dilatar belakang oleh perkembangan sosial yang tidak stabil. Dalam perkembangan sosial remaja, kebutuhan untuk membangun hubungan baik dengan lingkungan sangat kuat. Terkadang membangun hubungan antar teman dan lingkungan sendiri tidaklah mudah. Proses membangun hubungan antar teman dan lingkungan, sangat erat kaitannya dengan proses komunikasi. Dapat dikatakan bahwa dalam membangun hubungan memiliki syarat utama yaitu komunikasi.

Salah satu bentuk komunikasi yang memiliki pengaruh besar dalam membangun hubungan adalah komunikasi interpersonal. Tidak dipungkiri bahwa dalam membangun hubungan manusia seringkali dihadapkan pada situasi untuk menyatakan pendapat tanpa disertai emosi, marah, sikap kasar, bahkan harus menetralsir keadaan apabila dihadapkan pada suatu konflik, situasi ini memerlukan komunikasi yang baik dan berkualitas. Komunikasi dikatakan berkualitas apabila dalam proses komunikasi terdapat kontak batin yang baik, yaitu saling memahami dan mengerti perasaan masing-masing. Pada zaman modern dan praktis ini proses komunikasi menjadi sangat dimudahkan dengan adanya berbagai temuan teknologi komunikasi. Teknologi komunikasi saat ini bagaikan dua sisi mata pisau, dengan kemajuan pesat tidak hanya membawa dampak positif namun juga membawa

dampak negatif bagi masyarakat dengan adanya perubahan struktur dan pola interaksi di masyarakat, yang awalnya komunikasi dilakukan secara *face to face* dalam ruang yang sama, sekarang dengan adanya teknologi komunikasi, proses komunikasi bisa dilakukan dimana saja tanpa terbatas ruang dan waktu tanpa dituntut bertemu secara langsung.

Masa remaja ditandai dengan adanya perkembangan yang pesat pada individu dari segi fisik, psikis, kognitif, moral dan sosial. Berkaitan dengan hubungan sosial pada remaja, hampir seluruh waktu yang digunakan remaja adalah berinteraksi dengan lingkungan sosialnya, baik dengan orang tua, saudara, guru, teman dan sebagainya. Remaja cenderung bergabung dan berinteraksi dengan kelompok sosialnya untuk mengembangkan berbagai ketrampilan sosial. Kondisi tersebut sejalan dengan salah satu tugas perkembangan yang harus dipenuhi oleh remaja yaitu memperluas hubungan interpersonal dan berkomunikasi secara lebih dewasa dengan teman sebaya baik pria maupun wanita, dan termasuk pada penggunaan media sosial yang dilakukan oleh kalangan para remaja saat ini. Adanya interaksi tersebut menyebabkan remaja juga mengalami beberapa persoalan dalam hubungannya dengan orang lain (Pohan, 2005).

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, 2006).

Wisnuwardhani dan Mashoedi (2012) mengatakan bahwa ketika menjalin hubungan dengan orang lain, individu mencoba mengenali dan memahami kebutuhan satu sama lain, membentuk interaksi dan berusaha mempertahankan interaksi tersebut. Ketika individu mencoba berinteraksi dengan orang lain, maka individu tersebut melakukan hubungan interpersonal. Salah satu cara terpenting untuk membangun hubungan interpersonal adalah melalui komunikasi. Komunikasi interpersonal adalah interaksi tatap muka antara dua orang atau lebih dimana pelaku komunikasi dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima dapat menerima serta menanggapi secara langsung isi pesan yang dimaksud. Namun jarak, kesibukan dan keterbatasan waktu yang dimiliki masing-masing individu dapat menghalangi pertemuan tatap muka dan silaturahmi (Abadi, Sukmawan dan Utari, 2013).

Pada jaman modern sekarang ini, seiring dengan perkembangan teknologi dan kemunculan berbagai macam alat komunikasi dapat semakin memudahkan manusia dalam berinteraksi dengan orang lain. Komunikasi dapat dilakukan dengan cara bertatap muka secara langsung maupun komunikasi tidak langsung, yaitu dengan menggunakan perantara.

Komunikasi interpersonal melibatkan paling sedikit dua orang yang mempunyai sifat, nilai-nilai, pendapat, sikap, pikiran dan perilaku yang khas dan berbeda-beda. Selain itu, komunikasi interpersonal juga menuntut adanya tindakan saling memberi dan menerima di antara perilaku yang terlibat dalam komunikasi. Komunikasi interpersonal ini terus-menerus terjadi selama proses kehidupan manusia. Komunikasi interpersonal dapat diibaratkan sebagai urat nadi kehidupan manusia. Tidak dapat dibayangkan bagaimana bentuk dua coak kehidupan manusia

di dunia ini seandainya tidak ada komunikasi interpersonal antara satu orang atau sekelompok orang (Saudia, 2012).

Dengan perkembangan teknologi saat ini, banyak hal yang dapat dikerjakan dengan mudah. Salah satunya dalam hal berkomunikasi. Jika dahulu kala orang berkomunikasi dengan bertatap muka secara langsung agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik, namun sekarang orang tidak harus bertatap muka secara langsung agar dapat berkomunikasi. Sehingga komunikasi dapat berlangsung lebih mudah dengan adanya teknologi.

Berbagai teknologi telah dikembangkan para ilmuwan agar memudahkan manusia dalam berkomunikasi. Mulai dari radio, telepon, televisi, hingga internet. Bahkan dengan kemajuan teknologi sekarang ini, orang dapat berkomunikasi dengan orang-orang lain pada tiap detik. Baik itu dengan orang yang dikenal hingga orang yang tidak dikenal. Komunikasi tersebut bisa terjadi dengan dua arah maupun satu arah. Teknologi mulai dari radio hingga internet memungkinkan komunikasi yang sulit dilakukan menjadi bisa dilakukan. Salah satu dari sekian banyak temuan ahli, yang fenomenal adalah media internet.

Terdapat kelebihan dalam komunikasi interpersonal yaitu, terdapat kedekatan emosional karena intensitas dalam berkomunikasi, dapat menyampaikan pesan dengan hanya berkomunikasi di dunia maya seperti di jejaring sosial dan tanpa harus bertemu tatap muka secara langsung. Ada juga kekurangan dalam komunikasi interpersonal yaitu, tidak dapat berkomunikasi dengan orang yang ada di tempat yang berbeda karena jangkauan tatap muka ini sangat terbatas sehingga memerlukan media untuk menghubungkan antara satu sama lain agar dapat

berkomunikasi. Jadi dalam tatap muka ini yang menjadi kendala adalah waktu dan jangkauannya yang terbatas.

Teknologi komunikasi yang marak digunakan pada saat ini adalah teknologi komunikasi *online* yaitu media sosial. Kemunculan media sosial menjadi wadah baru untuk melakukan komunikasi yang efisien, masalah jarak dan waktu tidak menjadi penghambat dalam melakukan komunikasi. Munculnya situs-situs pertemanan (media sosial) yang kian digandrungi jutaan penduduk dunia ternyata juga mampu memicu pergeseran nilai-nilai sosial dalam masyarakat, khususnya remaja. Media sosial menghapus batasan-batasan dalam bersosialisasi. Dalam media sosial tidak ada batasan ruang dan waktu, mereka dapat berkomunikasi kapanpun dan dimanapun mereka berada. Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial mempunyai pengaruh yang besar dalam kehidupan seseorang. Media sosial saat ini ada beberapa yang digunakan oleh para remaja Indonesia yakni *facebook*, *twitter*, *yahoo messenger*, *path*, *instagram* dan yang terakhir adalah *skype*. Salah satu media sosial yang sedang banyak digunakan oleh pengguna *gadget* seperti remaja saat ini adalah *Instagram*. *Instagram* adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk *Instagram* tersebut.

Contohnya seperti fenomena yang sering terjadi pada sekarang ini, dimana orang melakukan komunikasi melalui telepon atau internet dalam berhubungan dengan orang yang berada di wilayah berbeda. , misalkan pada remaja. Penggunaan teknologi sekarang ini sangat membantu orang-orang termasuk remaja untuk saling terhubung dan komunikasi yang dilakukan tidak hanya sekedar berbentuk tatap muka melainkan sudah menjadi fenomena umum bahwa komunikasi yang terjalin

tidak hanya terjadi di dunia nyata tetapi juga di dunia maya yang sering disebut dengan media sosial. Remaja kerap sibuk sendiri dengan *handphone* miliknya dikarenakan terus menerus online di media sosialnya khususnya *Instagram* untuk berkomunikasi dengan teman-teman media sosialnya. Remaja yang sangat dibebaskan menggunakan ponsel miliknya untuk *online* media sosial *Instagram*nya saat berada dirumah maupun diluar rumah seperti dikampus dan tempat lainnya, seringkali tidak menyadari lingkungan sekitar dikarenakan sibuk dengan ponsel miliknya yang sedang *online* media sosial *Instagram* nya tersebut.

Melihat fenomena tersebut, terdapat kalangan remaja di Medan, dimana telah diteliti secara langsung oleh peneliti banyak yang merupakan pengguna aktif media sosial *Instagram*. Remaja-remaja tersebut saat ketika sedang berada dirumah maupun berada di kampus kebanyakan menghabiskan waktunya untuk mengakses akun *Instagram*nya.

Berdasarkan hasil wawancara dengan salah satu remaja di Universitas Medan Area, ternyata remaja tersebut menggunakan akun media sosial *Instagram* nya dengan sesering mungkin, namun membuat komunikasi interpersonal menjadi lebih meningkat dikarenakan banyak orang yang dapat berkomunikasi dengannya, meskipun itu komunikasi secara langsung ataupun tidak langsung. Dengan menggunakan akun media sosial *Instagram* miliknya, yang ia gunakan untuk mengupload ataupun melihat-lihat akun media sosial *Instagram* milik orang lain (dunia maya). Intinya remaja tersebut menggunakan media sosial tersebut sebagai hiburan bagi dirinya, dan menambah pertemanannya di dunia maya, dan juga ingin lebih dikenal oleh banyak orang selain di kehidupan nyata.. (komunikasi personal, 27 Mei 2018).

Manusia adalah makhluk sosial. Ungkapan tersebut mengandung arti bahwa manusia tidak dapat hidup sendiri. Manusia memiliki kebutuhan sosial yaitu kebutuhan untuk menumbuhkan dan mempertahankan hubungan dengan orang lain dalam hal interaksi dan asosiasi, pengendalian dan kekuasaan (kontrol), dan cinta kasih sayang. Kebutuhan sosial ini hanya dapat dipenuhi dengan komunikasi interpersonal yang efektif (Rakhmat, 2013). Dalam kehidupan sehari-hari manusia selalu berhubungan dengan manusia yang lain baik secara individu dengan individu, individu dengan kelompok atau hubungan antar kelompok dengan kelompok yang lain.

Petrovic (2013) menyatakan bahwa media sosial sebagai media komunikasi yang sangat penting untuk menjaga kelangsungan hubungan interpersonal. Melalui media sosial orang dapat berbagi informasi mengenai dirinya dengan membuat status tentang apa yang sedang dirasakan, tentang kegiatan yang dilakukan, mengunggah foto, bercakap-cakap, berbagi berita. Semakin banyak informasi yang dibagikan kepada teman atau pasangan dalam hubungan interpersonal mendorong timbulnya saling pengertian, saling menghargai dan yang paling penting saling mengembangkan kualitas hubungan interpersonal (Rakhmat, 2013).

Selanjutnya menurut Anderson & Emmer-Sommer (2006), bahwa adanya akses internet sangat memudahkan orang untuk berkomunikasi melalui media sosial sehingga perubahan cara berkomunikasi tersebut akan mempengaruhi kualitas hubungan interpersonal. Seperti hasil penelitian yang dilakukan oleh Abadi, dkk (2013) bahwa 68% subjek melaporkan motivasinya menggunakan media sosial adalah untuk mengembangkan hubungan antara sesama pengguna situs, subjek juga melaporkan penggunaan media sosial membuat hubungan pertemanan yang

dijalaninya semakin akrab, media sosial dapat menyambung hubungan yang terpisah dengan teman sekolahnya yang kini berjauhan karena melanjutkan pendidikan di wilayah berbeda. Disisi lain ada hasil penelitian yang kontroversial dengan beberapa hasil penelitian diatas, yaitu penelitian yang dilakukan oleh Baym, Zhang, Kunkel, Ledbetter, Lin (2007) yang menunjukkan bahwa penggunaan media sosial tidak mempengaruhi kedekatan dan kepuasan hubungan. Selain itu hasil penelitian Milani, Osualdella, & Blasio (2009), menunjukkan bahwa remaja yang mengakses internet dengan intensitas tinggi memiliki hubungan interpersonal yang lebih buruk dari pada remaja yang mengakses internet dengan intensitas rendah.

Terdapat banyak fenomena yang terjadi pada remaja sekarang ini, dimana remaja lebih memainkan atau menggunakan ponselnya untuk aktif online media sosialnya, meskipun remaja tersebut berada ditengah-tengah suatu kegiatan atau sosialisasi dengan orang disekitarnya. Sebab berbicara di dunia maya merupakan hal yang mengasyikkan sekaligus memberikan pengalaman (Santor, 2007). Selain itu karena dalam penggunaan media sosial seperti *Instagram* tersebut biasanya mereka tidak pernah peduli dengan segala apapun baik dengan waktu, makan, aktivitas lain bahkan tugas-tugas sekolahnya karena bagi mereka bermain dengan menggunakan media sosial adalah sesuatu hal yang sangat menyenangkan dari pada melakukan segala hal yang dianggap tidak terlalu penting.

Media sosial *Instagram* telah menjadi bagian dari pengalaman tumbuh dewasa untuk para remaja. Media sosial *Instagram* memang menawarkan banyak kemudahan yang membuat para remaja betah berlama-lama berselancar di dunia maya. Para pengguna media sosial *Instagram* pun dapat dengan bebas berkomentar serta menyalurkan pendapatnya tanpa rasa khawatir.

Terdapat pula kelebihan dalam penggunaan media sosial tersebut, yaitu dapat menjalin silaturahmi sesama teman kita dimana saja tanpa harus bertatap muka dan mendapatkan banyak teman dari mana saja. Terkadang dengan media sosial, kita bisa bertemu dengan teman lama yang sudah lama tidak pernah ketemu. Menghasilkan uang dari media sosial seperti memanfaatkan jual online. Dan terdapat pula kekurangan dalam penggunaan media sosial, yaitu sering di salah gunakan oleh oknum-oknum yang tidak benar untuk melakukan tindak kriminal, bagi remaja tidak ada aturan ejaan dan tata bahasa di situs media sosial, hal ini membuat mereka semakin sulit untuk membedakan antara berkomunikasi di dunia maya dan di dunia nyata, media sosial mengharuskan orang untuk membuat profil mereka sendiri. Profil tersebut diciptakan dari rincian pribadi seseorang yang bisa di salah gunakan oleh orang yang tidak dikenal.

Berdasarkan uraian diatas, tujuan yang ingin dicapai peneliti ini adalah untuk mengetahui “Perbedaan Komunikasi Interpersonal ditinjau dari Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* pada Remaja di Universitas Medan Area”.

B. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang masalah, maka dapat diidentifikasi masalah sebagai berikut :

1. Komunikasi interpersonal dapat dilakukan dengan cara bertatap muka secara langsung maupun komunikasi tidak langsung, yaitu dengan menggunakan perantara.

2. Akses internet sangat memudahkan orang untuk berkomunikasi melalui media sosial sehingga perubahan cara berkomunikasi tersebut akan mempengaruhi kualitas hubungan interpersonal
3. Pesatnya perkembangan media, telah memberikan dampak terhadap situasi komunikasi, dari sekedar *e-mail* dan *chatting*, menjadi media sosial atau jejaring sosial.
4. Dalam media sosial tidak ada batasan ruang dan waktu, mereka dapat berkomunikasi kapanpun dan dimanapun mereka berada.

C. Batasan Masalah

Dalam penelitian ini, peneliti membatasi masalah penelitian agar tidak terlalu luas ruang lingkup penelitian yang akan diteliti. Penelitian ini memiliki fokus untuk mengetahui apakah terdapat perbedaan komunikasi interpersonal yang ditinjau dari intensitas penggunaan media sosial *Instagram*.

D. Rumusan Masalah

Adapun yang menjadi rumusan masalah pada penelitian ini adalah : apakah terdapat perbedaan komunikasi interpersonal yang ditinjau dari intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada remaja.

E. Tujuan Masalah

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui perbedaan komunikasi interpersonal yang ditinjau dari penggunaan media sosial *Instagram* pada remaja.

F. Manfaat Penelitian

Adapun manfaat dari penelitian yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembang Psikologi, yaitu terhadap adanya kemungkinan keterkaitan antara komunikasi interpersonal dengan intensitas penggunaan media sosial *Instagram* pada remaja.

2. Manfaat Praktis

- Bagi Peneliti

Agar peneliti dapat memahami bagaimana perbedaan komunikasi interpersonal pada remaja yang menggunakan media sosial khususnya pada *Instagram* dan lebih mengkaitkan apa yang akan diteliti dan tidak membahas yang lain selain komunikasi interpersonal dengan intensitas penggunaan media sosial *Instagram*.

- Bagi Remaja

Penting bagi remaja untuk menggunakan teknologi komunikasi dengan baik dan benar sehingga dapat membawa manfaat yang positif bagi perkembangan sosialnya. Meskipun dengan adanya berbagai penawaran kemudian berkomunikasi, namun tetap menjadikan komunikasi secara langsung menjadi hal yang patut dipertahankan atau ditingkatkan.

- Bagi Orang Tua

Bagi orang tua diharapkan penelitian ini mampu memberikan informasi mengenai perbedaan komunikasi interpersonal yang ditinjau dari intensitas penggunaan media sosial Instagram.



BAB II

KAJIAN TEORI

A. Remaja

1. Definisi Remaja

Istilah *adolescence* atau remaja berasal dari kata Latin *adolescere* (kata bendanya, *adolescentia* yang berarti remaja) yang berarti “tumbuh” atau “tumbuh menjadi dewasa”. Bangsa primitif-demikian pula orang-orang zaman purbakala-memandang masa puber dan masa remaja tidak berbeda dengan periode-periode lain dalam rentang kehidupan; anak dianggap sudah dewasa apabila sudah mampu mengadakan reproduksi.

Istilah *adolescence*, seperti yang dipergunakan saat ini, mempunyai arti yang lebih luas, mencakup kematangan mental, emosional, sosial dan fisik. Pandangan ini diungkapkan oleh Piaget dengan mengatakan; “Secara psikologis, masa remaja adalah usia di mana individu berintegrasi dengan masyarakat dewasa, usia di mana anak tidak lagi merasa di bawah tingkat orang-orang yang lebih tua melainkan berada dalam tingkatan yang sama, sekurang-kurangnya dalam masalah hak. Integrasi dalam masyarakat (dewasa) mempunyai banyak aspek efektif, kurang lebih berhubungan dengan masa puber. Termasuk juga perubahan intelektual yang mencolok. Transformasi intelektual yang khas dari cara berpikir remaja ini memungkinkannya untuk mencapai integrasi dalam hubungan sosial orang dewasa, yang kenyataannya merupakan ciri khas yang umum dari periode perkembangan ini.

2. Ciri-ciri Remaja

Mengenai ciri-ciri remaja tidak mesti dilihat dari satu sisi, tetapi dapat dilihat dari berbagai segi. Misalnya dari segi usia, perkembangan fisik, phisikis dan perilaku. Menurut Gayo (1990) ciri-ciri remaja usianya berkisar 12-20 tahun yang dibagi dalam tiga fase yaitu' adolensi diri, adolensi menengah dan adolensi akhir. Penjelasan ketiga fase ini sebagai berikut:

1. Adolensi dini

Fase ini berarti preokupasi seksual yang meninggi yang tidak jarang menurunkan daya kreatif/ketekunan. Mulai renggang dengan orang tuanya dan membentuk kelompok kawan atau sahabat karib, tingkah laku kurang dapat dipertanggung jawabkan. Seperti perilaku di luar kebiasaan, delikuen dan maniakal atau defresif.

2. Adolensi menengah

Fase ini memiliki umum: hubungan dengan kawan dari lawan jenis mulai meningkat pentingnya, fantasi dan fanatisme terhadap berbagai aliran, misalnya mistik, musik, dan lain-lain. Menduduk tempat yang kuat dalam perioritasnya, politik dan kebudayaan mulai menyita perhatiannya sehingga kritik. Tidak jarang dilontarkan kepada keluarga dan masyarakat yang dianggap salah dan tidak benar, seksualitas mulai tampak dalam ruang atau skala identifikasi dan desploritas lebih terarah untuk meminta bantuan.

3. Adolensi akhir

Masa ini remaja mulai lebih luas, mantap dari dewasa dalam ruang lingkup penghayatannya. Ia lebih bersifat 'menerima' dan 'mengerti' malahan sudah

mulai menghargai sikap orang atau pihak lain yang mungkin sebelumnya ditolak. Memiliki karier tertentu dan sikap kedudukan, kultural, politik, maupun etikanya lebih mendekati orang tuanya. Bila kondisinya kurang menguntungkan, maka masa turut diperpanjang dengan konsekuensi, imitasi, bosan dan merosot tahap kesulitan jiwanya. Memerlukan bimbingan dengan baik dan bijaksana, dari orang-orang di sekitarnya.

3. Aspek-aspek dalam Perkembangan Remaja

- a. Perkembangan Fisik. Yang dimaksud dengan perkembangan fisik adalah perubahan-perubahan pada tubuh, otak, kapasitas sensoris dan keterampilan motorik (Papalia dan Olds, 2001).
- b. Perkembangan Kognitif. Perkembangan kognitif adalah perubahan kemampuan mental seperti belajar, memori, menalar, berpikir, dan bahasa. Piaget mengemukakan bahwa pada masa remaja terjadi kematangan kognitif, yaitu interaksi dari struktur otak yang telah sempurna dan lingkungan sosial yang semakin luas untuk eksperimentasi memungkinkan remaja untuk berpikir abstrak. Piaget menyebut tahap perkembangan kognitif ini sebagai tahap operasi formal (Papalia dan Olds, 2001).

Menurut Piaget seorang remaja termotivasi untuk memahami dunia karena perilaku adaptasi secara biologis mereka. Dalam pandangan Piaget, remaja secara aktif membangun dunia kognitif mereka, di mana informasi yang didapatkan tidak langsung diterima begitu saja ke dalam skema kognitif mereka.

B. Komunikasi Interpersonal

1. Pengertian Komunikasi Interpersonal

Komunikasi berasal dari bahasa Latin, yaitu *communis* yang artinya sama, kemudian menjadi *communication* yang berarti pertukaran pikiran dan kemudian diambil alih di dalam bahasa Inggris menjadi *communication*. Untuk itu komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian informasi, pengertian dan pemahaman antara pengirim dan penerima. Pada intinya komunikasi merupakan informasi yang ingin disampaikan kepada komunikan dari komunikator melalui lambang-lambang yang mengandung arti (bahasa, simbol, dll) untuk mencapai kesamaan pemahaman antara keduanya (Devito dalam Safaria, 2004).

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik *verbal* maupun *nonverbal* (Mulyana, 2007). Pengertian lain dikemukakan oleh Cangara (2004) dimana komunikasi interpersonal adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka. Komunikasi berlangsung secara diadik (dua arah/timbal balik) yang dapat dilakukan dalam tiga bentuk, yakni percakapan, dialog dan wawancara.

Jalaluddin (2004) mengemukakan bahwa komunikasi interpersonal adalah bagaimana melihat pengaruh konsep diri terhadap perilaku manusia, bagaimana setiap orang memandang diri sendiri serta memandang orang lain yang akan mempengaruhi pola interaksi dengan orang lain, dan konsep diri yang mewarnai komunikasi seseorang dengan orang lain meliputi keakraban, respon yang tepat, penerimaan nada emosional yang tepat dan sikap sportif. Hal-hal tersebut, lebih

menitikberatkan pada komunikasi antara sesama atau adanya interaksi antara satu orang dengan orang lainnya.

Menurut Liliweri (1997), komunikasi interpersonal merupakan kegiatan komunikator dengan komunikan yang mempertukarkan dan memberikan makna yang sama atas informasi untuk suatu tujuan tertentu, melalui media, metode, teknik atau cara-cara yang telah ditetapkan.

Pentingnya situasi komunikasi interpersonal ialah karena prosesnya memungkinkan berlangsung secara dialogis. Komunikasi yang berlangsung secara dialogis selalu lebih baik daripada monologis. Monolog menunjukkan suatu bentuk komunikasi dimana seseorang berbicara dan yang lain menjadi pendengar, jadi tidak terjadi interaksi. Dialog adalah bentuk komunikasi antarpribadi yang menunjukkan terjadinya interaksi. Mereka yang terlibat dalam komunikasi bentuk ini berfungsi ganda, masing-masing menjadi pembicara dan pendengar suara bergantian (Effendy, 2005).

Littlejohn (dalam Aw, 2011) mengemukakan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara individu-individu. Hardjana (dalam Aw, 2011) mendefinisikan komunikasi interpersonal adalah interaksi tatap muka antara dua atau beberapa orang, dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung pula. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal (Aw, 2011).

Aw (2011) mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai komunikasi antara dua orang yang berlangsung secara tatap muka (komunikasi diadik). Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi diantara seseorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya diantara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya (komunikasi langsung) (Aw, 2011).

Setiap manusia melakukan komunikasi dengan lingkungan di sekitarnya. Komunikasi adalah peristiwa sosial-peristiwa yang terjadi ketika manusia berinteraksi dengan manusia lain. Manusia berkomunikasi sehingga menciptakan saling pengertian, menumbuhkan persahabatan, memelihara kasih sayang, menyebarkan pengetahuan, namun disisi lain komunikasi juga dapat menyebabkan perpecahan, menghidupkan permusuhan, menanamkan kebencian dan menghambat pemikiran. Dua sisi yang berbeda ini tergantung pada masing-masing individu yang melakukan komunikasi.

Menurut beberapa pendapat ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara dua orang yang berlangsung secara tatap muka baik secara verbal maupun nonverbal.

2. Tujuan Komunikasi Interpersonal

Seseorang berkomunikasi dengan orang lain tentu saja mempunyai tujuan tertentu, termasuk di dalamnya komunikasi interpersonal. Menurut Djoko (dalam Nur, 2014) ada beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam komunikasi interpersonal, antara lain:

a. Menyampaikan informasi

Ketika berkomunikasi dengan orang lain, tentu saja seseorang memiliki berbagai macam tujuan dan harapan.

b. Berbagi pengalaman

Selain menyampaikan informasi, komunikasi interpersonal juga memiliki tujuan untuk saling membagi pengalaman pribadi kepada orang lain mengenai hal-hal yang menyenangkan maupun hal-hal yang menyedihkan/menyusahkan.

c. Menumbuhkan simpati

Simpati adalah suatu sikap positif yang ditunjukkan oleh seseorang yang muncul dari lubuk hati yang paling dalam untuk ikut merasakan bagaimana beban derita, musibah, kesedihan dan kepiluan yang sedang dirasakan oleh orang lain.

d. Melakukan kerja sama

Melakukan kerja sama antara seseorang dengan orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu atau untuk melakukan sesuatu yang bermanfaat bagi kedua belah pihak.

e. Menceritakan kekecewaan dan kekesalan

Komunikasi interpersonal juga dapat digunakan seseorang untuk menceritakan rasa kecewa atau kekesalan secara tepat secara tidak langsung akan dapat mengurangi beban pikiran.

f. Menumbuhkan motivasi

Melalui komunikasi interpersonal, seseorang dapat memotivasi orang lain untuk melakukan sesuatu yang baik dan positif.

Sedangkan menurut Sugiyo (dalam Febriati, 2005) mengatakan bahwa tujuan pokok dalam berkomunikasi adalah mempengaruhi orang lain dan menjadikan diri kita sebagai suatu agen yang dapat mempengaruhi agen yang dapat menentukan atas lingkungan menjadi suatu yang kita kira.

Berdasarkan pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan komunikasi interpersonal yaitu memahami dan menemukan diri sendiri, menemukan dunia luar sehingga dapat dengan mudah menyesuaikan diri dan lingkungan. Membentuk dan memelihara hubungan bermakna dengan orang lain.

3. Prinsip-Prinsip Komunikasi Interpersonal

Manusia adalah makhluk sosial sehingga timbul lah ketergantungan manusia satu dengan manusia lain. Akibat dari ketergantungan tersebut maka manusia satu bergantung pada manusia lainnya.

Akibat dari ketergantungan tersebut maka manusia butuh komunikasi dengan manusia lain, sehingga dapat dikatakan bahwa komunikasi memegang peranan penting. Agar proses komunikasi menjadi efektif maka membutuhkan prinsip-prinsip komunikasi interpersonal.

Menurut Surya (dalam Enjang, 2009) mengatakan bahwa agar komunikasi interpersonal efektif maka perlu diperhatikan prinsip-prinsip sebagai berikut:

- a. Kita tidak mungkin terhindar dari kehidupan tanpa komunikasi
- b. Semua komunikasi merujuk pada isi dan hubungan diantara partisipan
- c. Komunikasi tergantung pada pertukaran antar partisipan atas dasar kesamaan sistem tanda dan makna

- d. Setiap orang berkomunikasi menggunakan rangsangan dan respon berdasarkan sudut pandangnya sendiri
- e. Komunikasi interpersonal dapat berangsang timbulnya saling meniru atau saling melengkapi perilaku antara individu yang satu dengan yang lainnya

Sedangkan menurut Enjang (2009) mengatakan bahwa komunikasi bisa berjalan secara lancar dan sesuai dengan yang diharapkan untuk menuju pada efektifitas berkomunikasi. Komunikasi interpersonal memiliki prinsip sebagai berikut:

- a. Komunikasi interpersonal bersifat relasional
- b. Komunikasi interpersonal mengandung maksud tertentu
- c. Komunikasi interpersonal bisa dipelajari
- d. Komunikasi interpersonal berlangsung terus-menerus
- e. Komunikasi interpersonal mempunyai implikasi

Ketika seseorang berbicara dengan orang lain, komunikasi tersebut mengandung arti tertentu, orang tersebut mempunyai alasan untuk melakukannya. Komunikasi interpersonal akan berlangsung secara terus menerus yang berbentuk verbal maupun non verbal. Kemudian pesan tersebut akan dikirim dan akan dimaknai orang lain. Perilaku seseorang ketika berkomunikasi mempunyai etika yang akan mempengaruhi komunikasinya.

Berdasarkan pendapat di atas, dapat disimpulkan bahwa keefektifan komunikasi interpersonal ditunjang melalui beberapa prinsip, antara lain: kita tidak mungkin terhindar dari kehidupan tanpa komunikasi, semua komunikasi merujuk pada isi dan hubungan diantara partisipan, komunikasi tergantung pada pertukaran antar partisipan atas dasar kesamaan sistem tanda dan makna, setiap orang

berkomunikasi menggunakan rangsangan dan respon berdasarkan sudut pandangnya sendiri, komunikasi interpersonal dapat timbulnya saling meniru atau saling melengkapi perilaku antara individu yang satu dengan yang lainnya.

4. Aspek-Aspek dalam Komunikasi Interpersonal

Devito (2004) menyatakan agar komunikasi interpersonal berlangsung dengan efektif, maka ada beberapa aspek yang harus diperhatikan oleh para pelaku komunikasi interpersonal tersebut, yaitu:

a. Keterbukaan (*openness*)

Sifat keterbukaan menunjuk paling tidak dua aspek tentang komunikasi interpersonal. Aspek pertama, bahwa kita harus terbuka pada orang-orang yang berinteraksi dengan kita. Dengan demikian, orang lain akan mengetahui pendapat, pikiran dan gagasan kita, sehingga komunikasi akan mudah dilakukan. Aspek kedua, adalah kemauan kita untuk memberikan tanggapan terhadap orang lain dengan jujur dan terus terang tentang segala sesuatu yang dikatakannya. demikian pula sebaliknya, kita ingin orang lain memberikan tanggapan secara jujur dan terbuka tentang segala sesuatu yang kita tanyakan.

b. Empati (*Empathy*)

Empati merupakan kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain melalui kacamata orang lain. Berempati adalah merasakan sesuatu seperti orang yang mengalaminya. Orang yang empatik mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang.

c. Sikap mendukung (*supportiveness*)

Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung. Komunikasi yang terbuka dan empatik tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung. Sikap supportif merupakan sikap yang mengurangi sikap defensif. Sikap ini muncul bila individu tidak dapat menerima, tidak jujur dan tidak empatik. Sikap defensif mengakibatkan komunikasi interpersonal menjadi tidak efektif, karena orang yang defensif akan lebih banyak melindungi diri dari ancaman yang ditanggapinya dalam situasi komunikasi daripada memahami komunikasi.

d. Sikap positif (*positiveness*)

Sikap positif mengacu pada sedikitnya dua aspek komunikasi interpersonal. Pertama, komunikasi interpersonal terbina jika orang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri. Kedua, mempunyai perasaan positif terhadap orang lain dan berbagai situasi komunikasi.

e. Kesetaraan (*equality*)

Kesamaan dalam komunikasi interpersonal ini mencakup dua hal. Pertama adalah kesamaan bidang pengalaman diantara pelaku komunikasi. Artinya komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila para pelaku komunikasi mempunyai nilai, sikap, perilaku dan pengalaman yang sama. Kedua, kesamaan dalam memberikan dan menerima pesan.

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

1. Muncul umpan segera

Artinya, penerima pesan dapat dengan segera memberi tanggapan atas pesan-pesan yang kita sampaikan.

2. Kecepatannya

Artinya, ketika kita melakukan tindak komunikasi dengan orang lain, pesan dapat dilakukan segera.

3. Mengendalikan situasi

Artinya, pengirim dapat melihat keadaan penerima pesan pada saat berlangsungnya tindak komunikasi tersebut.

Berdasarkan uraian-uraian di atas, maka dapat disimpulkan bahwa aspek-aspek yang ada dalam komunikasi interpersonal antara lain didasari oleh sikap terbuka, empati, saling mendukung, sikap positif dan kesamaan diantara pihak yang terkait, munculnya umpan segera, kecepatannya dan mengendalikan situasi.

5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Interpersonal

Jalaludin Rakhmat (2001) meyakini bahwa komunikasi interpersonal dipengaruhi oleh persepsi interpersonal, konsep diri, atraksi interpersonal dan hubungan interpersonal.

a. Persepsi interpersonal

Persepsi adalah memberikan makna pada stimuli inderawi, atau menafsirkan informasi inderawi. Persepsi interpersonal adalah memberikan makna terhadap stimuli inderawi yang berasal dari seseorang (komunikan), yang berupa pesan verbal dan nonverbal. Kecermatan dalam persepsi interpersonal akan berpengaruh terhadap keberhasilan komunikasi, seorang peserta komunikasi yang salah memberi makna terhadap pesan akan mengakibatkan kegagalan komunikasi.

b. Konsep diri

Konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita. Konsep diri yang positif, ditandai dengan lima hal yaitu: yakni akan kemampuan mengatasi masalah, merasa setara dengan orang lain, menerima pujian tanpa rasa malu, menyadari, bahwa setiap orang mempunyai berbagai perasaan, keinginan dan perilaku yang tidak seluruhnya disetujui oleh masyarakat, mampu memperbaiki dirinya karena ia sanggup mengungkapkan aspek-aspek kepribadian yang tidak disenanginya dan berusaha mengubah.

c. Atraksi interpersonal

Atraksi interpersonal adalah kesukaan pada orang lain, sikap positif dan daya tarik seseorang. Komunikasi antarpribadi dipengaruhi atraksi interpersonal dalam hal:

- Penafsiran pesan dan penilaian. Pendapat dan penilaian kita terhadap orang lain tidak semata-mata berdasarkan pertimbangan rasional, kita juga makhluk emosional. Karena itu, ketika kita menyenangi seseorang, kita juga cenderung melihat segala hal yang berkaitan dengan dia secara positif. Sebaliknya, jika membencinya, kita cenderung melihat karakteristiknya secara negatif.
- Efektivitas komunikasi. Komunikasi interpersonal dinyatakan efektif bila pertemuan komunikasi merupakan hal yang menyenangkan bagi komunikan. Bila kita berkumpul dalam satu kelompok yang memiliki kesamaan dengan kita, kita akan gembira dan terbuka. Bila berkumpul dengan orang-orang yang kita benci akan membuat kita tegang, resah dan tidak. Kita akan menutup diri dan menghindari komunikasi.

d. Hubungan interpersonal

Hubungan interpersonal dapat diartikan sebagai hubungan antara seseorang dengan orang lain. Hubungan interpersonal yang baik akan menumbuhkan derajat keterbukaan orang untuk mengungkapkan dirinya, makin cermat persepsinya tentang orang lain dan persepsi dirinya, sehingga makin efektif komunikasi yang berlangsung di antara peserta komunikasi.

Sedangkan menurut Pearson (dalam Ermawati 2011) faktor-faktor dalam komunikasi interpersonal adalah :

1. Dimulai dengan diri pribadi

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

2. Bersifat transaksional

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

3. Adanya kedekatan fisik antara pihak-pihak yang berkomunikasi

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

4. 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 disimpulkan bahwa faktor-faktor komunikasi interpersonal adalah persepsi interpersonal, konsep diri, atraksi interpersonal dan hubungan interpersonal, dimulai dengan diri pribadi, bersifat transaksional, adanya

kedekatan fisik antara pihak-pihak yang berkomunikasi, tidak dapat diubah maupun diulang.

6. Proses Komunikasi Interpersonal

Cangara (2013) menyatakan bahwa ada tujuh proses komunikasi interpersonal, yaitu:

a. Sumber

Sumber ialah pihak yang menyampaikan atau mengirim pesan kepada penerima. Sumber sering disebut dengan banyak nama atau istilah, antara lain; komunikator, pengirim atau dalam bahasa disebut *source*, *sender* atau *encoder*.

b. Pesan

Pesan ialah pernyataan yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pernyataan bisa dalam bentuk verbal (bahasa tertulis atau lisan) maupun non-verbal yang bisa dimengerti oleh penerima.

c. Saluran

Saluran atau media ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media dalam pengertiannya merupakan media massa yang mencakup surat kabar, radio, film, televisi dan internet. Bisa juga berupa saluran lainnya seperti kelompok pengajian atau arisan, kelompok pendengar dan pemirsa, organisasi masyarakat, rumah ibadah, peserta rakyat, panggung kesenian, serta media alternative lainnya berupa poster, leaflet, brosur, spanduk, buku, bulletin, stiker dan lainnya.

d. Penerima

Pihak yang menjadi sasaran penerima yang dikirim dari sumber kepada penerima. Penerima bisa disebut dengan berbagai macam sebutan. Antara lain khalayak, sasaran, target, adopter, komunikan.

e. Efek

Efek atau pengaruh ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan dilakukan oleh penerima sebelum dan sesudah menerima pesan. Pengaruh bisa terjadi pada pengetahuan, sikap dan tingkah laku seseorang. Karena itu, pengaruh bisa juga perubahan atau penguatan keyakinan pada pengetahuan, sikap dan tindakan seseorang sebagai akibat penerimaan pesan. Pengaruh bisa disebut juga nama akibat atau dampak.

f. Umpan Balik

Umpan balik ialah tanggapan yang diberikan oleh penerima sebagai akibat penerimaan pesan dari sumber. Selain itu umpan balik memberi efek atau pengaruh.

g. Lingkungan atau Situasi

Lingkungan ialah situasi yang mempengaruhi jalannya komunikasi. Lingkungan dapat diartikan dalam bentuk fisik, sosial budaya, psikologi dan dimensi waktu. Sebuah informasi tidak bisa dikirim karena terhambat oleh kendala sosial budaya. Dapat dicontohkan seseorang berbicara dengan lawan bicaranya yang memakai bahasa daerah masing-masing. Contoh lainnya masih adanya trauma akibat bencana atau hal buruk yang merubah persepsi.

Menurut Aw (2011), proses komunikasi interpersonal adalah langkah-langkah yang menggambarkan terjadinya kegiatan komunikasi. Proses tersebut terdiri dari enam, yaitu:

a. Keinginan Berkomunikasi

Seseorang komunikator mempunyai keinginan untuk berbagi gagasan dengan orang lain.

b. Encoding oleh Komunikator

Encoding merupakan tindakan memformulasikan isi pikiran atau gagasan ke dalam simbol-simbol, kata-kata dan sebagainya, sehingga komunikator merasa yakin dengan pesan yang disusun dan cara penyampaiannya.

c. Pengiriman Pesan

Untuk mengirim pesan kepada orang yang dikehendaki, komunikator memilih saluran komunikasi seperti telepon, SMS, e-mail, surat ataupun secara bertatap muka.

d. Penerimaan Pesan

Pesan yang dikirim oleh komunikator telah diterima oleh komunikan.

e. Decoding oleh Komunikan

Decoding adalah proses memahami pesan. Apabila semua berjalan lancar, komunikan tersebut menterjemahkan pesan yang diterima dari komunikator dengan benar, memberi arti yang sama pada simbol-simbol sebagaimana yang diharapkan oleh komunikator.

f. Umpan Balik

Setelah menerima pesan dan memahaminya, komunikan memberikan respon atau umpan balik. Dengan umpan balik ini, seseorang komunikator

dapat mengevaluasi efektivitas komunikasi. Umpan balik ini biasanya juga merupakan awal dimulainya suatu siklus proses komunikasi baru, sehingga proses komunikasi berlangsung secara berkelanjutan.

Berdasarkan uraian diatas, dapat disimpulkan bahwa terdapat hampir ada kesamaan proses komunikasi interpersonal antar para ahli, yaitu sumber, pesan, saluran, penerimaan, efek, umpan balik, keinginan berkomunikasi, encoding oleh komunikator, decoding oleh komunikan.

7. Hambatan-Hambatan dalam Komunikasi Interpersonal

Menurut Cangara (2013), hambatan atau gangguan komunikasi pada dasarnya dapat dibedakan atas tujuh macam, yaitu:

a. Hambatan Teknis

Hambatan teknis terjadi jika salah satu alat yang digunakan dalam berkomunikasi mengalami gangguan, sehingga informasi yang ditransmisi mengalami kerusakan.

b. Hambatan Semantik

Hambatan semantik ialah hambatan komunikasi yang disebabkan karena kesalahan pada bahasa yang digunakan.

c. Hambatan Psikologis

Hambatan psikologis terjadi karena adanya gangguan yang disebabkan oleh adanya persoalan-persoalan yang terjadi dalam diri individu. Misalnya rasa curiga penerima kepada sumber, situasi berduka atau karena kondisi kejiwaan sehingga dalam penerimaan dan pemberian informasi tidak sempurna.

d. Hambatan Fisik

Dalam komunikasi interpersonal, hambatan fisik bisa juga diartikan karena adanya gangguan organik, yakni tidak berfungsinya salah satu panca indera pada penerima.

e. Hambatan Status

Hambatan status ialah hambatan yang disebabkan karena jarak sosial diantara peserta komunikasi, misalnya perbedaan status antara senior dan junior, atau atasan dan bawahan. Perbedaan ini biasanya menuntut perilaku komunikasi yang selalu memperhitungkan kondisi dan etika yang sudah membudaya dalam masyarakat, yakni bawahan cenderung hormat kepada atasan, atau rakyat pada raja yang memimpinya.

f. Hambatan Kerangka Berpikir

Hambatan kerangka berpikir ialah hambatan yang disebabkan adanya perbedaan persepsi antara komunikator dan khalayak terhadap pesan yang digunakan dalam komunikasi, ini disebabkan karena latar belakang pengalaman dan pendidikan yang berbeda.

g. Hambatan Budaya

Hambatan budaya ialah hambatan yang terjadi disebabkan karena adanya perbedaan norma, kebiasaan dan nilai-nilai yang dianut oleh pihak-pihak yang terlibat dalam berkomunikasi.

Dari teori diatas, dapat diketahui bahwa ada berbagai hambatan dalam komunikasi interpersonal. Hambatan tersebut berpengaruh dalam penerimaan pesan dan dapat mengakibatkan komunikasi interpersonal tidak berjalan dengan lancar semestinya.

C. Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram*

1. Pengertian Intensitas Penggunaan

Wulandari (2000) menjelaskan bahwa kata intensitas mengacu pada penggunaan waktu untuk melakukan aktivitas tertentu (durasi) dengan jumlah ulangan tertentu dalam jangka waktu tertentu (frekuensi). Dahrendorf (dalam Apollo & Ancok, 2003) mengartikan intensitas sebagai istila yang terkait dengan “pengeluaran energi” atau banyaknya kegiatan yang dilakukan oleh seseorang dalam waktu tertentu.

Peneliti menyimpulkan bahwa intensitas penggunaan merupakan tingkat kedalaman dan kekuatan sikap (mutu) dalam menggunakan atau memanfaatkan fasilitas-fasilitas media sosial dengan memperhatikan durasi waktu (dalam satuan ukur jam) dan jumlah ulangan/frekuensi (dalam kurun waktu satu hari).

2. Aspek-Aspek Intensitas Penggunaan Internet

Ajzen (dalam Frisnawati, 2012) mengemukakan bahwa aspek-aspek intensitas penggunaan internet adalah sebagai berikut :

a. Perhatian

Merupakan ketertarikan individu terhadap objek tertentu yang menjadikan target perilaku.

b. Penghayatan

Merupakan pemahaman dan penyerapan terhadap informasi sebagai pengetahuan yang baru bagi individu yang bersangkutan.

c. Durasi

Merupakan kebutuhan individu dalam selang waktu tertentu untuk melakukan perilaku yang menjadi target (lamanya selang waktu dalam satuan jam).

d. Frekuensi

Merupakan banyaknya pengulangan perilaku yang menjadi target (dalam kurun waktu satu hari).

Andrawati dan Sankarto (2005) menyatakan bahwa intensitas hanya mengacu pada :

a. Frekuensi

Menyatakan satuan kurun waktu tertentu (per hari, per minggu atau perbulan).

b. Durasi

Menyatakan satuan kurun waktu tertentu (per menit atau per jam).

Berdasarkan penjelasan tersebut, peneliti memilih aspek-aspek intensitas durasi dan frekuensi.

3. Waktu Intensitas Penggunaan Internet

Mengenai waktu penggunaan internet ini, SWA-Mark Plus dan Co (dalam Abrar 2003) berdasarkan temuannya pada 1.100 orang pengguna internet, menggolongkan tipe-tipe pengguna internet berdasarkan lama waktu yang digunakan, ialah :

- a. Pengguna berat, yaitu individu yang menggunakan internet selama lebih dari 40 jam perbulan.
- b. Pengguna sedang, yaitu individu yang menggunakan internet 10-40 perjam.
- c. Pengguna ringan, yaitu yang menggunakan kurang dari 10 jam perbulan.

Intensitas Penggunaan Internet	Minggu	Bulan	Keterangan
Pengguna berat	>10 jam	40 jam	Tinggi
Pengguna sedang	2,5-10 jam	10-40 jam	Sedang
Pengguna ringan	<2,5 jam	<10 jam	Ringan

Menurut Horigan (2000) terdapat dua hal mendasar yang harus di amati untuk mengetahui intensitas penggunaan internet seseorang, yaitu frekuensi internet yang sering di gunakan dan lama menggunakan tiap kali mengakses internet dilakukan oleh pengguna internet.

4. Pengertian Media Sosial

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Media sosial adalah alat perantara yang membantu individu untuk berkomunikasi dengan berbagai pihak di belahan dunia (Sikape, 2014).

Boyd dan Ellison (2008) mendefinisikan media sosial sebagai bentuk pelayanan berbasis web yang memungkinkan individu membuat profil pribadi, berbagai informasi, serta melihat dan melintasi profil orang-orang yang terdaftar dalam koneksi mereka.

Peneliti menyimpulkan bahwa media sosial merupakan alat perantara yang terhubung dengan internet untuk berinteraksi dengan orang lain di berbagai belahan dunia dengan menggunakan *handphone* ataupun *komputer*, sehingga terjalin komunikasi secara tidak langsung (*non-face to face*) atau bisa disebut dengan dunia maya.

Karjaluoto (2008) mengungkapkan bahwa istilah media sosial menggambarkan sebuah media sehingga para pengguna dapat dengan mudah berpartisipasi dan memberi kontribusi di dalam media tersebut. Karakteristik umum yang dimiliki setia media sosial yaitu adanya keterbukaan dialog antar para pengguna.

Kesimpulan dari uraian diatas adalah media sosial juga menyediakan dan membentuk cara baru dalam berkomunikasi. Seperti diketahui, sebelum muncul dan populernya media sosial, kebanyakan orang berkomunikasi dengan cara sms atau telepon lewat *handphone*. Namun sekarang dengan adanya media sosial, orang cenderung berkomunikasi lewat layanan obrolan (chat) atau berkirim pesan lewat layanan yang tersedia di media sosial.

5. Karakteristik Media Sosial

Ada ciri khusus yang hanya dimiliki oleh media sosial dibanding media lainnya. Salah satunya adalah media sosial beranjak dari pemahaman bagaimana media tersebut digunakan sebagai sarana sosial di dunia virtual. Adapun karakteristik media sosial, yaitu :

- Jaringan (Network) Antarpengguna

Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Jaringan yang terbentuk antarpengguna merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam atau tablet. Tidak peduli apakah di dunia nyata (offline) antarpengguna itu saling kenal atau tidak, namun kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme.

- Informasi

Pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Di media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antarpengguna 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*).

- Arsip

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa menjadi akses kapan pun dan melalui perangkat apapun.

- Interaksi

Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda, seperti jempol di *Facebook* atau hati di *Instagram*.

- Simulasi Sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (*society*) di dunia virtual. Media sosial tidak lagi menampilkan realitas, tetapi sudah menjadi realitas tersendiri, bahkan apa yang ada di media sosial lebih nyata (*real*) dari realitas itu sendiri.

- Konten oleh Pengguna

Konten oleh pengguna ini adalah sebagai penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten, tetapi juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh orang lain.

- Penyebaran (*Share*)

Maksud dari pengembangan ini misalnya, komentar yang tidak sekadar opini, tetapi juga data atas fakta terbaru.

Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa karakteristik dalam media sosial yaitu jaringan (*network*) antarpengguna, informasi, arsip, interaksi, simulasi sosial, konten oleh pengguna, dan penyebaran (*share*).

6. Tipe-Tipe Pengguna Media Sosial

Menurut Arif (2016) ada 5 tipe pengguna media sosial, yaitu :

- Tipe Umum

Tipe ini memanfaatkan media sosial untuk bersosialisasi dengan teman via online, mendapatkan info-info terbaru maupun sekedar refreshing.

- Tipe Pelajar

Tipe pelajar memanfaatkan media sosial untuk mendukung pembelajaran.

Tipe pelajar ini didominasi oleh remaja yang masih bersekolah atau kuliah.

Agar sekolah atau kuliah tidak terganggu, ada baiknya melakukan pembatasan akses ke media sosial misalnya hanya boleh mengakses media sosial di jam-jam tertentu diluar mata pelajaran atau diluar pembelajaran.

Tanpa melakukan pembatasan akses biasanya kita lebih banyak ber-media sosial daripada menyelesaikan tugas atau pekerjaan lain yang seharusnya kita selesaikan.

- Tipe Karyawan

Tipe ini memanfaatkan media sosial untuk mempromosikan kelebihanya maupun untuk mencari lowongan pekerjaan dan menjalin pertemanan profesional.

- Tipe Pedagang

Tipe ini memanfaatkan media sosial untuk menjual barang atau jasa yang mereka tawarkan, menjalin kedekatan dengan *customer* maupun menjalin relasi bisnis.

- Tipe Pengajar

Tipe pelajar memanfaatkan media sosial untuk mendukung kegiatan pengajaran seperti menjalin kedekatan dengan peserta didik, menjalin relasi profesional serta memberikan informasi kepada siswa. Contohnya, membuat grup diskusi dengan siswa ataupun mahasiswa, untuk berbagi pengetahuan yang dimiliki.

Dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial memiliki tipe-tipe seperti tipe umum, tipe pelajar, tipe karyawan, tipe pedagang dan tipe pengajar.

7. Penggunaan Media Sosial *Instagram*

Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video, menerapkan filter digital (pemberian efek pada foto) dan membagikannya ke berbagai media sosial termasuk *Instagram* itu sendiri. Foto dan video yang dibagikan nantinya akan terpampang di feed pengguna lain yang menjadi *follower* anda.

Sistem pertemanan di *Instagram* menggunakan istilah *following* dan *followers* seperti pada *Twitter*. *Following* berarti anda mengikuti pengguna, sedangkan

followers berarti pengguna lain yang mengikuti anda. Selanjutnya, setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan memberikan respon suka terhadap foto yang dibagikan.

Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. *Instagram* juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram” yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan *Instagram* yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itu *Instagram* merupakan gabungan dari kata *instan* dan *telegram*.

Beberapa fitur-fitur yang ada di *Instagram* adalah :

1. Kamera

Fitur kamera memungkinkan pengguna *Instagram* tidak hanya bisa mengunggah foto dari galeri, tetapi dapat juga langsung membidik atau merekam momen dari dalam aplikasi kemudian mengedit, memberi *caption* baru membagikannya.

2. Editor

Editor adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk memoles foto yang di jepret lewat kamera perangkatnya. Disini akan dijumpai 10 tool editor tingkat lanjut untuk mengatur kembali pencahayaan, kontras dan saturasi semudah menggerakkan jemari tangan. Di update terbaru *Instagram* tidak

lagi mengharuskan foto berwujud kotak, tapi sudah mendukung pilihan potrait dan juga landscape. Memberikan keleluasaan kepada pengguna saat ingin membagikan foto dengan sudut tangkapan lensa yang lebih lebar.

3. *Tag dan Hastag*

Fitur ini sebagaimana jejaring sosial pada umumnya memiliki fungsi untuk menandai teman atau mengelompokkan foto dalam satu label.

4. *Caption*

Caption berfungsi layaknya deskripsi, di sinilah pengguna bisa memberikan sepatah dua patah kata soal foto yang diunggah. Di samping tentunya menambahkan *hastag*.

5. Integrasi ke media sosial

Instagram juga memungkinkan pengguna untuk berbagi foto atau video ke jejaring sosial lain seperti *Facebook*, *Twitter*, *Tumblr* dan *Flickr*. Bila *tool* ini diaktifkan, maka setiap kali foto dibagikan, secara otomatis *Instagram* juga akan membagikannya ke jejaring sosial yang sudah terhubung.

6. *Instastory*

Instastory adalah fitur terbaru dari *Instagram*, yang mengambil format *snapchat* dimana unggahan hanya akan bertahan selama 1 hari dengan durasi maksimal 15 detik.

7. *Explore*

Fitur yang menampilkan konten yang dilihat *following* atau *followers* pengguna.

Sebagai sebuah media sosial yang digunakan oleh khalayak ramai, tentunya *Instagram* memiliki beberapa kelebihan dan kekurangan. Berikut penjabaran kelebihan dan kekurangan *Instagram*.

Kelebihan pada Instagram :

a. Mudah digunakan

Kemudahan yang ditawarkan Instagram menjadikannya media yang cepat menarik minat masyarakat untuk menggunakannya. Memposting foto atau video, mem-*follow*, mengomentari, memberi *like*, hingga *searching* sesuai *hashtag* pun bisa dilakukan dengan sangat praktis.

b. Media utama berupa foto

Menjadi media sosial yang unggul pada hal posting melalui foto, membentuk media ini menyampaikan tampilan serta kualitas foto yang baik. Visual yang menjadi daya tarik utama *Instagram* untuk digunakan.

c. Koneksi dengan media sosial yang lain

Memberikan koneksi dengan beberapa media sosial membentuk kemudahan tersendiri untuk para penggunanya. Jadi anda dapat menghemat karena tidak perlu melakukan posting berkali-kali pada akun media sosial yang lainnya.

Kelemahan pada *Instagram* :

a. *Spamming*

Kemudahan yang diberikan *Instagram* dalam hal berinteraksi, membentuk media sosial ini sangat rawan *spamming*. Umumnya *spamming* banyak terlihat pada bagian komentar. Namun bisa disiasati menggunakan *private* di akun kita agar tidak sembarang orang bisa berkomentar di postingan.

b. Tidak adanya penyaring konten

Dengan kemudahan yang diberikan *Instagram* membuat siapa saja bisa memiliki akun *Instagram*. Hal tersebut tentunya menjadikan *Instagram* sangat mudah dimasuki orang-orang yang ingin menyebarkan konten-konten yang buruk.

Dari uraian diatas dapat disimpulkan bahwa media sosial *Instagram* juga berpengaruh terhadap pengembangan remaja karna media sosial juga dapat membuat remaja termotivasi dalam mengembangkan dirinya termasuk dalam pergaulan dikalangan remaja dan dalam mengembangkan komunikasi nya terhadap orang lain di dunia maya nya. Media sosial *Instagram* juga memiliki fitur-fitur yang lumayan lengkap dibandingkan dengan media sosial lainnya dan media sosial *Instagram* juga tak lepas dari kelebihan dan kekurangannya.

D. Perbedaan Komunikasi Interpersonal dengan Intensitas Penggunaan

Media Sosial pada Remaja

Perkembangan sosial pada remaja merupakan salah satu aspek yang patut diperhatikan. Tidak sedikit permasalahan yang timbul pada diri remaja di latarbelakangi oleh perkembangan sosial yang tidak stabil. Dalam perkembangan

sosial remaja, kebutuhan untuk membangun hubungan yang baik dengan lingkungan sangat kuat. Terkadang membangun hubungan antar teman dan lingkungan sendiri tidaklah mudah. Proses membangun hubungan antar teman dan lingkungan, sangat erat kaitannya dengan proses komunikasi. Dapat dikatakan bahwa dalam membangun hubungan memiliki syarat utama yaitu komunikasi.

Salah satu bentuk komunikasi yang memiliki pengaruh besar dalam membangun hubungan adalah komunikasi interpersonal. Tidak dipungkiri bahwa dalam membangun hubungan manusia seringkali dihadapkan pada situasi untuk menyatakan pendapat tanpa disertai emosi, marah, sikap kasar, bahkan harus menetralsir keadaan apabila diharapkan pada suatu konflik, situasi ini memerlukan komunikasi yang baik dan berkualitas. Komunikasi dikatakan berkualitas apabila dalam proses komunikasi terdapat kontak batik yang baik, yaitu saling memahami dan mengerti perasaan masing-masing.

Pada zaman modern dan praktis ini, proses komunikasi menjadi sangat dimudahkan dengan adanya berbagai temuan teknologi komunikasi. Teknologi komunikasi yang marak digunakan pada saat ini adalah teknologi komunikasi *online* yaitu media sosial khususnya *Instagram* yang diminati banyak kalangan remaja. Media sosial Instagram menyajikan banyak fasilitas menarik dan berbeda dari media sosial yang lainnya.

Mengakses media sosial erat kaitannya dengan pertukaran informasi, dimana proses pertukaran informasi termasuk dalam proses komunikasi. Kehadiran situs media sosial Instagram telah menjadi sebuah media alternatif bagi remaja dalam mengembangkan hubungan dengan siapa saja yang menaruh minat yang sama.

Sebagaimana hubungan interpersonal yang dibangun melalui komunikasi tatap muka atau *face to face*, hubungan yang dibangun melalui situs media sosial Instagram juga bisa menjadi sebuah hubungan yang berawal dari tahap perkenalan hingga pengembangan hubungan yang lebih akrab di dunia maya bahkan ada beberapa diantaranya di rasionalisasikan dalam sebuah hubungan di dunia nyata.

Namun bagi remaja pengguna media sosial Instagram yang tinggi, tanpa menyaring hal-hal yang baik dan buruk sebagai akibatnya. Petrovic (2013) menyatakan bahwa media sosial sebagai media komunikasi yang sangat penting untuk menjaga kelangsungan hubungan interpersonal. Melalui media sosial orang dapat berbagi informasi mengenai dirinya dengan membuat status tentang apa yang sedang dirasakan, tentang kegiatan yang dilakukan, mengunggah foto, bercakap-cakap, berbagi berita. Semakin banyak informasi yang dibagikan kepada teman atau pasangan dalam hubungan interpersonal mendorong timbulnya saling pengertian, saling menghargai dan yang paling penting saling mengembangkan kualitas hubungan interpersonal (Rakhmat, 2013).

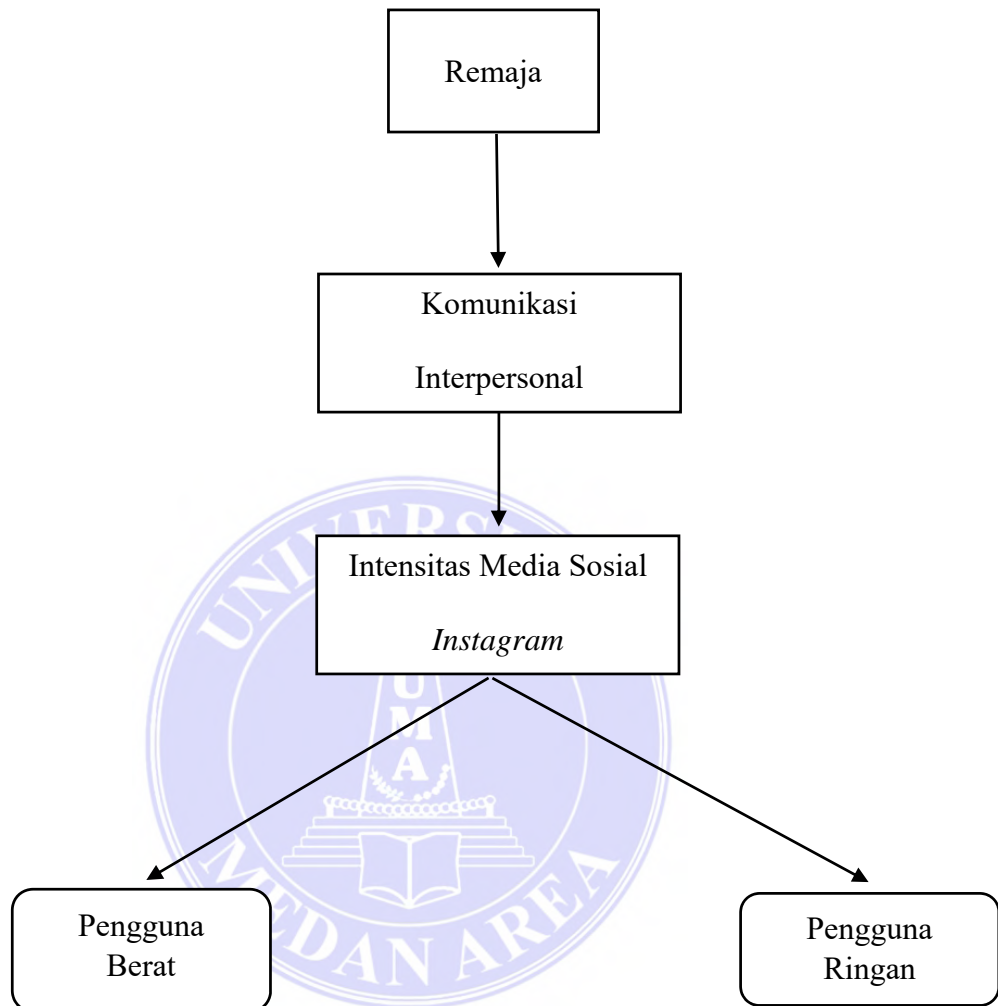
Selanjutnya menurut Anderson & Emmer-Sommer (2006), bahwa adanya akses internet sangat memudahkan orang untuk berkomunikasi melalui media sosial sehingga perubahan cara berkomunikasi tersebut akan mempengaruhi kualitas hubungan interpersonal. Media sosial diciptakan untuk interaksi sosial dan memungkinkan terjadinya komunikasi secara lebih cepat, murah, kapan-pun dan dimana-pun. Di satu sisi, media bermanfaat dalam berkomunikasi dengan orang lain, namun di sisi lain, karena terhubung secara virtual setiap saat dengan status mutakhir dari situs media sosial menyebabkan pengguna media sosial justru akan lebih berkomunikasi dengan baik satu sama lain di dunia nyata.

Hal ini menyebabkan tidak adanya kedekatan dan dapat menurunkan kuantitas dan kualitas komunikasi interpersonal. Adalah benar apabila dikatakan bahwa media sosial merupakan salah satu dari hambatan-hambatan komunikasi dalam konteks komunikasi interpersonal karena melalui media sosial kita tidak dapat membaca komunikasi non verbal sebagai pelengkap dari proses komunikasi interpersonal.

Selain itu, kehadiran media sosial juga berpengaruh terhadap penggunaan bahasa sebagai alat komunikasi, dalam artian isi pesan yang disampaikan secara tertulis melalui media sosial baik formal maupun non formal telah menyebabkan pengguna media sosial melakukan akronimisasi agar dapat sesuai dengan batasan karakter ditentukan oleh *platform* media sosial. Pesan tertulis dalam media sosial menyebabkan pengguna sosial harus menginterpretasikan tulisan dengan tepat karena apabila tidak maka komunikasi yang efektif melalui media sosial tidak akan tercapai.

Berdasarkan uraian diatas, maka dapat disimpulkan bahwa penggunaan media sosial pada remaja memiliki perbedaan dalam intensitas penggunaannya dalam komunikasi interpersonal.

E. Kerangka Konseptual



F. Hipotesis

Berdasarkan uraian dari berbagai teori diatas, maka peneliti mengajukan hipotesis yang berbunyi : ada perbedaan komunikasi interpersonal antara penggunaan media sosial dengan intensitas berat dan intensitas ringan, dengan asumsi; semakin berat intensitas penggunaan media sosial maka semakin baik komunikasi interpersonal. Dan semakin ringan intensitas penggunaan media sosial maka semakin buruk komunikasi interpersonal.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipakai pada penelitian ini adalah kuantitatif. Metode penelitian kuantitatif menurut Sugiyono (2003) adalah metode berlandaskan pada filsafat positivisme. Metode ini disebut juga metode discovery, karena dengan metode ini dapat ditemukan dan dikembangkan berbagai iptek baru. Metode ini digunakan untuk meneliti populasi atau sampel tertentu, pengumpulan data menggunakan instrumen penelitian, dan analisis data bersifat kuantitatif atau statistik yang bertujuan menguji hipotesis yang sudah ditetapkan.

B. Identifikasi Variabel Penelitian

Setelah menelaah dan didasari teori yang telah ada yang dipaparkan pada bab sebelumnya dan dipertegas oleh hipotesis maka yang akan menjadi variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah :

- a. Variabel bebas : komunikasi interpersonal
- b. Variabel tergantung : intensitas penggunaan media sosial

C. Definisi Operasional Variabel Penelitian

1. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi adalah peristiwa sosial yang terjadi ketika manusia berinteraksi dengan manusia lain. Manusia berkomunikasi sehingga menciptakan saling pengertian, menumbuhkan persahabatan, memelihara kasih sayang, menyebarkan pengetahuan, namun disisi lain komunikasi juga dapat menyebabkan perpecahan, menghidupkan permusuhan, menanamkan kebencian dan menghambat pemikiran. Dua sisi yang berbeda ini tergantung pada masing-masing individu yang melakukan komunikasi.

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik *verbal* maupun *non-verbal*.

2. Intensitas Penggunaan Media Sosial

Intensitas penggunaan media sosial adalah tingkat kedalaman dan kekuatan sikap (mutu) memanfaatkan fasilitas-fasilitas media sosial dengan memperhatikan durasi dan frekuensi. Penelitian ini menggunakan skala intensitas penggunaan media sosial untuk mengukur variabel intensitas penggunaan media sosial. Sosial media yang digunakan adalah *Instagram*.

D. Subjek Penelitian

1. Populasi dan Sampel Penelitian

Dalam penelitian, masalah populasi dan sampel yang dipakai merupakan salah satu faktor yang harus diperhatikan. Populasi adalah sejumlah individu yang paling

sedikit memiliki sifat yang sama (Hadi, 2004). Populasi dalam penelitian ini adalah remaja dari Universitas Medan Area.

Subjek penelitian yang dipilih adalah sebagian dari keseluruhan populasi yang dinamakan sampel. Sampel merupakan sebagian dari populasi atau sejumlah penduduk yang jumlahnya kurang dari jumlah populasi. Sampel sedikitnya harus memiliki sifat yang sama dengan populasi (Hadi, 2004).

Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i Universitas Medan Area Kampus II Fakultas Psikologi khususnya stambuk 2016-2017 dan kelas Reguler B yang jika dijumlahkan masing-masing kelas berkisar 106.

Berdasarkan jumlah populasi tersebut maka peneliti hanya akan mengambil 38% dari populasi tersebut yaitu 65 mahasiswa.

2. Teknik Pengambilan Sampel

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah *purposive sampling* yaitu sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu sesuai dengan kebutuhan penelitian. Adapun ciri atau karakteristik sampel penelitian ini adalah sebagai berikut :

- Usia 18-21 tahun.
- Mahasiswa/i Universitas Medan Area Kampus II yang memiliki akun media sosial *Instagram*.
- Mahasiswa/i kelas Reguler B stambuk 2016-2017
- Mengakses media sosial Instagram dengan intensitas penggunaan yang termasuk dalam pengguna berat dan pengguna ringan

E. Metode Pengumpulan Data

Metode pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan skala psikologi yang berbentuk skala *multiple choice* dan skala *likert* dengan beberapa pilihan. Metode skala digunakan mengingat data yang ingin diukur berupa konstruk atau konsep psikologis yang dapat diungkap secara tidak langsung melalui indikator-indikator perilaku yang diterjemahkan dalam bentuk aitem-aitem pernyataan (Azwar, 2002).

Metode pengumpulan data dilakukan dengan cara menyebarkan skala yang berisi daftar pertanyaan yang telah disiapkan dan disusun sedemikian rupa sehingga subjek penelitian dapat mengisi dengan mudah (Azwar, 2000).

1. Skala Komunikasi Interpersonal

Skala komunikasi interpersonal dibuat oleh peneliti berdasarkan aspek-aspek yang diungkapkan berdasarkan konsep yaitu, keterbukaan (*openness*), empati (*emphaty*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*) dan kesetaraan (*equality*).

Skala yang digunakan dalam penelitian disajikan dalam bentuk pernyataan dalam bentuk pernyataan yang bersifat *favorable* dan *unfavorable* dalam bentuk format Likert, dengan empat alternatif jawaban untuk setiap empat butir pertanyaan. Untuk butir *favorable* diberi nilai terbalik yang bergerak dari 4-1. Jawabannya adalah ; “SS (Sangat Setuju)” diberi nilai 4, “S (Setuju)” diberi nilai 3, “TS (Tidak Setuju)” diberi nilai 2, “STS (Sangat Tidak Setuju)” diberi nilai 1. Sementara untuk butir *unfavorable* pemberian nilai bergerak dari 1-4, jawaban

adalah; “SS (Sangat Setuju)” diberi nilai 1, “S (Setuju)” diberi nilai 2, “TS (Tidak Setuju)” diberi nilai 3, “STS (Sangat Tidak Setuju)” diberi nilai 4.

2. Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

Skala intensitas penggunaan media sosial dibuat oleh peneliti berdasarkan aspek-aspek yaitu durasi dan frekuensi.

F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur

Salah satu masalah utama dalam kegiatan penelitian sosial khususnya psikologi adalah cara memperoleh data yang akurat dan objektif. Hal ini menjadi sangat penting, artinya kesimpulan penelitian hanya akan dapat dipercaya apabila didasarkan pada info yang juga dapat dipercaya (Azwar, 2000). Dengan memperhatikan kondisi ini, tampak bahwa alat pengumpulan data memiliki peranan penting. Baik atau tidaknya suatu alat pengumpulan data dalam mengungkap kondisi yang ingin diukur tergantung pada validitas dan reliabilitas alat ukur yang akan digunakan.

1. Validitas

Berdasarkan pernyataan Azwar (2000), untuk mengetahui apakah skala psikologi mampu menghasilkan data yang akurat sesuai dengan tujuan ukurnya, diperlukan suatu pengujian validitas. Suatu alat tes atau instrumen pengukuran dapat dikatakan memiliki validitas yang tinggi apabila alat tersebut menjelaskan fungsi ukurnya atau memberikan hasil ukur yang sesuai dengan maksud dilakukannya pengukuran tersebut.

Pernyataan-pernyataan pada skala komunikasi interpersonal diuji validitasnya dengan menggunakan teknik *Analisa Pearson Product Moment*, yaitu mencari koefisien antara tiap butir dengan skor total (Hadi, 2004), dimana rumusnya adalah:

$$r_{xy} = \frac{\sum xy - \frac{(\sum x)(\sum y)}{n}}{\sqrt{\left[\sum x^2 - \frac{(\sum x)^2}{n}\right] \left[\sum y^2 - \frac{(\sum y)^2}{n}\right]}}$$

Keterangan :

r_{xy}	= Koefisien korelasi antar tiap butir dengan skor total
$\sum xy$	= Jumlah hasil kali antar setiap butir dengan skor total
$\sum x$	= Jumlah skor keseluruhan subjek untuk tiap butir
$\sum y$	= Jumlah skor keseluruhan butir pada subjek
$\sum x^2$	= Jumlah kuadrat skor x
$\sum y^2$	= Jumlah kuadrat skor y
n	= Jumlah subjek

2. Reliabilitas

Reliabilitas menunjukkan pada suatu pengertian bahwa sesuatu instrument cukup dipercaya untuk digunakan sebagai alat pengumpulan data karena instrument tersebut sudah baik. Reliabel artinya dapat dipercaya, jadi dapat diandalkan.

Pendekatan yang dilakukan untuk mendapatkan atau mencari reliabilitas alat ukur dalam penelitian ini adalah dengan menggunakan metode reliabilitas internal, yaitu melakukan perhitungan berdasarkan data dari instrument tersebut saja dan diperoleh dengan cara menganalisis data dari satu kali hasil pengtesan saja.

G. TEKNIK ANALISIS DATA

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dengan anava jalur 1 dengan desain sebagai berikut:

X	
X1	X2
Y	Y

Sebelum data dianalisis dengan teknik korelasi Product Moment, maka terlebih dahulu dilakukan uji asumsi penelitian, yaitu :

1. Uji Normalitas

Uji Normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah distribusi data penelitian masing-masing variabel yakni komunikasi interpersonal dan intensitas penggunaan media sosial telah terdistribusi secara normal.

2. Uji Homogenitas

Uji homogenitas dilakukan untuk mengetahui apakah kedua kelompok memiliki tingkat varians data yang sama atau berbeda.

DAFTAR PUSTAKA

- Abadi, T,W., Sukmawan, F., & Utari, D,A. (2013). *Media Sosial dan Pengembangan Hubungan Interpersonal Remaja di Sidoarjo*. *Jurnal Komunikasi* 2(1): 95-106.
- Abrar, Ana ,N. (2003). *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: LESFI.
- Anderson, T,L., & Emmer-Sommer, T,M. (2006). *Predictors of Relationship Satisfactionin Online Romantic Relationship*. *Communication Studies*. Vol. 57, No.2, June 2006, pp. 153-172DOI: 10.1080/10510970600666834.
- Apollo & Ancok, D. (2003). *Hubungan Antara Menonton Tayangan Televisi Berisi Kekerasan, Persepsi terhadap Keharmonisan Keluarga, Jenis Kelamin dan Tahap Perkembangan dengan Kecendrungan Agresivitas Remaja*. *Sosiohumanika*,16A (3), 529-544.
- Arif, R. (2016). *Tips Produktif Ber-Socal Media*. Jakarta: Elek Media Komputindo.
- Aw, Suranto. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Edisi Pertama, cetakan pertama. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Azwar, S. (2000). *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Boyd, D,M. & Ellison, N,B. (2008). *Social Network sites : definition, history and scholarship*. *Journal of Computer-Mediated Communication*. 13, 210-230.
- Cangara, H. (2006). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Cicillia, S,S,A. (2016). *Pengaruh Kepercayaan Diri Terhadap Intensitas Penggunaan Media Sosial pada Remaja Awal*. Skripsi Psikologi: Universitas Sanata Dharma.
- Devito, J,A. (2004). *Komunikasi Antar Manusia*. Edisi Ke-5. Jakarta: Professional Book.
- Enjang. (2009). *Komunikasi Konseling*. Bandung: Nuansa.
- Ermawati, E,I. (2011). *Hubungan antara Konsep Diri dengan Perilaku Konsumtif pada Remaja di SMP N 1 Piyungan*. Vol2, No.1.
- Febriati, Anggi, A. (2014). *Efektivitas Komunikasi Antar Pribadi Guru dan Siswa dalam Mencegah Kenakalan Siswa di SMA Negeri 1 Kota Bandung*. *E-Journal Ilmu Komunikasi*: Vol. 2, No. 4. Diakses pada tanggal 20 Maret 2017.

- Frisnawati, A. (2012). *Hubungan Antara Intensitas Menonton Reality Show dengan Kecendrungan Perilaku Prososial pada Remaja. Emphaty*, Vol.1, No.1.
- Hadi, Sutrisno. (2004). *Metodologi Research*. Yogyakarta: Penerbit Andi.
- Hurlock, E.B. (1990). *Psikologi Perkembangan: Suatu Pendekatan Sepanjang Rentang Kehidupan (edisi kelima)*. Jakarta : Penerbit Erlangga.
- Irvan, H. (2017). *Konsep Dasar Komunikasi Interpersonal (Pengertian, Tujuan, Prinsip, Aspek, Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Interpersonal)*. Jurnal Komunikasi Interpersonal. Diakses pada Bulan 11, Tahun 2017, pukul: 20:01.
- Karjaluoto. (2008). *A Primer in Social Media*. A SmashLAB White Paper.
- Nur, G, M., Risnawira, S., Rini. (2014). *Teori-Teori Psikologi*. Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Papalia, W,E., Olds, S,W. & Feldman, R,D. (2001). *Human Development*. Edisi ke-8. Boston: McGraw-Hill, Inc.
- Rakhmat, J. (2013). *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Santor. (2007). *Profil Pengendalian Diri Peserta Didik dan Implikasinya Bagi Bimbingan dan Konseling*. Skripsi Dipublikasikan: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Siti, R. (2014). *Hubungan Komunikasi Interpersonal Kepala Sekolah Dengan Motivasi Kerja Guru Di SMK Multi Karya Medan*. Skripsi Psikologi: Universitas Medan Area.
- Sugiyono. (2009). *Statistika untuk Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz.
- Widya, A,R. (2015). *Hubungan Antara Komunikasi Interpersonal Dengan Motivasi Kerja Pada Karyawan Bagian Marketing Di PT. Astra Internasional Tbk Daihatsu Cabang Medan*. Skripsi Psikologi: Universitas Medan Area.
- Wisnuwardhani, Dian dan Mashoedi, S,F. (2012). *Hubungan Interpersonal*. Jakarta: Salemba Humanika.



A. Identitas Responden

Nama inisial :

Jenis kelamin :

Umur :

B. Petunjuk Pengisian

1. Untuk **skala 1**, berikan penilaian pada setiap pernyataan dengan cara memberikan tanda (√) untuk setiap pilihan jawaban.

Keterangan :

STS : Sangat Tidak Setuju

TS : Tidak Setuju

S : Setuju

SS : Sangat Setuju

SKALA 1					
No	Pernyataan	SS	S	TS	STS
1	Sahabat merupakan tempat curhat yang menyenangkan				
2	Saya malas mendengarkan cerita ataupun keluh kesah orang lain				
3	Saya senang menyampaikan pendapat kepada orang lain				
4	Saya sering curiga dengan maksud baik teman saya				
5	Terkadang saya merasa pengalaman yang dialami oleh teman, pernah juga saya rasakan				
6	Saya membenci kritikan dari orang lain				
7	Saya sangat senang memberikan perhatian kepada teman saya				
8	Saya sering mengabaikan orang lain yang sedang berbicara				
9	Saya sangat menjaga hubungan pertemanan saya				
10	Saya merasa tidak peduli dengan yang dialami oleh teman saya				
11	Saya senang diberi masukan oleh orang lain				
12	Komunikasi dengan orang lain, tidak penting bagi saya				
13	Saya akan mempertimbangkan pemikiran dari orang lain				

14	Saya tidak terlalu mengenal teman-teman saya				
15	Saya mudah memberikan bantuan kepada orang lain				
16	Saya merasa curhat dengan orang lain hanya membuang-buang waktu				
17	Saya dapat memberikan solusi kepada teman				
18	Saya sering menentukan pendapat sendiri saat berdiskusi dengan teman				
19	Saya menghormati orang lain yang sedang berbicara				
20	Saya sulit beradaptasi dengan orang lain				
21	Saya senang memberi pendapat kepada orang lain				
22	Terkadang saya sulit memahami pembicaraan orang lain				
23	Saya menghargai orang lain ketika sedang berbicara				
24	Saya tidak suka memperhatikan orang sekitar				
25	Saya berteman dengan siapa saja tanpa memandang status sosialnya				
26	Saya merasa tidak bersalah jika berbohong				
27	Saya mendengarkan dengan baik ketika orang lain sedang berbicara				
28	Saya takut menyampaikan pendapat saya saat berdiskusi dengan teman				
29	Saya mengenal teman-teman sekelas dengan baik				
30	Saya akan memilih dengan siapa saya akan berteman				
31	Saya selalu mengatakan hal yang sesuai dengan kenyataannya				
32	Saya tidak suka menghabiskan waktu dengan bercerita dengan teman				
33	Saya senang memberikan pujian kepada orang lain				
34	Saya merasa tidak peduli dengan masalah yang menimpa diri saya				
35	Semakin sering berbicara dengan teman, menjadikan hubungan dekat				
36	Saya tidak peka terhadap sindiran orang lain				

37	Saya mau meluangkan waktu untuk teman saya bercerita/curhat				
38	Saya menanggapi pembicaraan seperlunya saja				
39	Saya berbicara sesuai dengan kenyataannya				
40	Apabila kehendak saya tidak dituruti, saya akan marah				
41	Saya senang apabila teman saya curhat dengan saya				
42	Saya orang yang sangat emosional dan ekspresif				
43	Menurut saya, komitmen sangat penting untuk kerjasama tim dalam komunikasi				
44	Saya tidak akan mengulang apa yang saya katakan dengan teman yang belum paham dengan yang saya sampaikan				
45	Saya bisa menjadi pendengar yang baik untuk teman saya				
46	Keputusan saya sering berubah-ubah				
47	Saya dapat membuat suasana yang menyenangkan saat berkomunikasi dengan orang lain				
48	Saya tidak suka ikut bergabung dengan teman diskusi				
49	Saya akan menghadapi segala sesuatu yang telah saya perbuat				
50	Saya tidak suka berbasa-basi dalam berbicara				

SKALA 2

Akun media sosial yang dimiliki (*):



(.....)



(.....)



(.....)



(.....)

Lainnya

Akun media sosial yang paling sering digunakan (*):



(.....)



(.....)



(.....)



(.....)

Lainnya

(*). boleh pilih lebih dari satu.

Untuk skala 2, berikan penilaian pada setiap pernyataan dengan cara memberikan tanda (X) pada salah satu pilihan berganda.

1. Dalam 1 jam berapa kali anda rata-rata membuka *Instagram*?
 - a. 1-2 kali
 - b. 2-3 kali
 - c. 3-4 kali
 - d. > 5 kali
2. Pada saat di kelas, berapa kali anda membuka *Instagram*?
 - a. Tidak pernah
 - b. 2 kali
 - c. 3 kali
 - d. > 4 kali

3. Pada saat di rumah berapa kali anda membuka *Instagram*?
 - a. Tidak pernah
 - b. 2 kali
 - c. 3 kali
 - d. > 4 kali
4. Dalam waktu satu hari, berapa kali rata-rata anda membuka *Instagram*?
 - a. 1-2 kali
 - b. 2-3 kali
 - c. 3-4 kali
 - d. > 5 kali
5. Dalam seminggu berapa lama rata-rata anda menggunakan *Instagram*?
 - a. > 10 jam/minggu
 - b. 6 jam-10 jam/minggu
 - c. 2,5 jam-5 jam/minggu
 - d. < 2,5 jam/minggu
6. Dalam seminggu berapa hari rata-rata anda menggunakan *Instagram*?
 - a. Setiap hari
 - b. 4-6 hari/minggu
 - c. 1-3 hari/minggu
 - d. Tidak pernah
7. Sudah berapa tahun anda mengetahui *Instagram*?
 - a. < 1 tahun
 - b. 2 tahun
 - c. 3 tahun
 - d. > 4 tahun
8. Sudah berapa lama anda menggunakan *Instagram*?
 - a. < 1 tahun
 - b. 2 tahun
 - c. 3 tahun
 - d. > 4 tahun



9. Dalam seminggu berapa kali anda mengunggah foto/video ke *Instagram*?
- a. Tidak pernah
 - b. 1 kali
 - c. 2 kali
 - d. > 3 kali
10. Dalam sehari berapa kali anda mengupdate *Instastory* di *Instagram*?
- a. Tidak pernah
 - b. 1 kali
 - c. 2 kali
 - d. > 3 kali







Reliability

Scale: komunikasi interpersonal

Case Processing Summary

		N	%
Cases	Valid	65	100.0
	Excluded ^a	0	0.0
	Total	65	100.0

a. Listwise deletion based on all variables in the procedure.

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
.898	50



Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
k1	3.6875	.50000	64
k2	3.6719	.53614	64
k3	3.5938	.65994	64
k4	2.7500	.77664	64
k5	3.4375	.58757	64
k6	3.1406	.73176	64
k7	2.6719	.73581	64
k8	2.9219	.64990	64
k9	3.1406	.68700	64
k10	3.4219	.68556	64
k11	2.7031	.82960	64
k12	3.4062	.68357	64
k13	2.7656	.86817	64
k14	3.1719	.91815	64
k15	3.7656	.49577	64
k16	3.6406	.67535	64
k17	3.3438	.73934	64
k18	3.5000	.79682	64
k19	3.4688	.56256	64
k20	3.2500	.69007	64
k21	2.9688	.68935	64
k22	3.0469	.65295	64
k23	3.2500	.59094	64
k24	3.3281	.59240	64
k25	3.4219	.66200	64
k26	3.0625	.66368	64
k27	3.1094	.94478	64
k28	2.7969	.80039	64
k29	2.9375	.81406	64
k30	3.1562	.76051	64
k31	3.7812	.45316	64
k32	3.3125	.63932	64
k33	3.5312	.59010	64
k34	3.8281	.41993	64

k35	3.3906	.68120	64
k36	3.1406	.73176	64
k37	2.5938	.65994	64
k38	3.5000	.66667	64
k39	3.6250	.48795	64
k40	2.9062	.86774	64
k41	3.2969	.77007	64
k42	3.3750	.70147	64
k43	3.2344	.66050	64
k44	3.1250	.72375	64
k45	3.3281	.73581	64
k46	3.1719	.70271	64
k47	3.2812	.88135	64
k48	2.9531	.72220	64
k49	3.3594	.78411	64
k50	3.0156	.82601	64

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item- Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
k1	158.5938	112.309	.089	.898
k2	158.6094	109.766	.307	.894
k3	158.6875	109.647	.348	.895
k4	159.5312	111.777	.069	.800
k5	158.8438	109.182	.324	.893
k6	159.1406	108.250	.310	.893
k7	159.6094	107.988	.325	.892
k8	159.3594	108.901	.308	.893
k9	159.1406	107.234	.408	.890
k10	158.8594	107.742	.372	.891
k11	159.5781	105.581	.425	.888
k12	158.8750	108.937	.388	.893
k13	159.5156	105.270	.420	.888
k14	159.1094	105.591	.375	.890
k15	158.5156	111.174	.300	.896
k16	158.6406	107.281	.412	.890
k17	158.9375	106.440	.427	.889
k18	158.7812	105.856	.428	.888
k19	158.8125	107.552	.483	.889
k20	159.0312	107.110	.415	.890
k21	159.3125	108.536	.313	.893
k22	159.2344	107.516	.411	.890
k23	159.0312	110.443	.319	.895
k24	158.9531	110.363	.224	.895
k25	158.8594	108.059	.364	.891
k26	159.2188	109.316	.370	.894
k27	159.1719	112.303	.016	.804
k28	159.4844	110.222	.357	.898
k29	159.3438	109.404	.302	.896
k30	159.1250	106.079	.437	.888
k31	158.5000	109.968	.351	.893
k32	158.9688	107.586	.416	.890

k33	158.7500	106.317	.562	.887
k34	158.4531	109.458	.441	.892
k35	158.8906	108.353	.331	.892
k36	159.1406	107.012	.394	.890
k37	159.6875	111.107	.141	.898
k38	158.7812	109.094	.385	.894
k39	158.6562	110.388	.381	.894
k40	159.3750	110.238	.338	.899
k41	158.9844	113.825	-.055	.804
k42	158.9062	112.880	.009	.802
k43	159.0469	112.363	.351	.800
k44	159.1562	113.975	-.064	.804
k45	158.9531	110.268	.375	.897
k46	159.1094	110.956	.339	.898
k47	159.0000	117.905	-.270	.813
k48	159.3281	114.192	-.078	.804
k49	158.9219	111.533	.382	.800
k50	159.2656	109.817	.374	.897

LAMPIRAN D
UJI NORMALITAS DAN HOMOGENITAS

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		komunikasi interpersonal
N		65
Normal Parameters ^a	Mean	133.11
	Std. Deviation	9.019
Most Extreme Differences	Absolute	.145
	Positive	.145
	Negative	-.062
Kolmogorov-Smirnov Z		1.170
Asymp. Sig. (2-tailed)		.129
a. Test distribution is Normal.		

Descriptives

komunikasi interpersonal

	N	Mean	Std. Deviation	Std. Error	95% Confidence Interval for Mean		Minimum	Maximum
					Lower Bound	Upper Bound		
tinggi	35	131.29	8.824	1.491	128.25	134.32	116	152
rendah	30	115.23	8.920	1.629	131.90	138.56	119	152
Total	65	126.11	9.019	1.119	130.87	135.34	116	152

Test of Homogeneity of Variances

komunikasi interpersonal

Levene Statistic	df1	df2	Sig.
.127	1	63	.933

ANOVA

komunikasi interpersonal

	Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Between Groups	251.737	1	251.737	3.201	.002
Within Groups	4954.510	63	78.643		
Total	5206.246	64			

LAMPIRAN E
SURAT PENELITIAN

DAFTAR ISI

LEMBAR PERSETUJUAN	Error! Bookmark not defined.
SURAT PERNYATAAN	Error! Bookmark not defined.
PERSEMBAHAN	Error! Bookmark not defined.
MOTTO	Error! Bookmark not defined.
KATA PENGANTAR	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR ISI	1
DAFTAR TABEL	Error! Bookmark not defined.
DAFTAR LAMPIRAN	Error! Bookmark not defined.
ABSTRAK	Error! Bookmark not defined.
BAB 1. PENDAHULUAN	Error! Bookmark not defined.
A. Latar Belakang Masalah	Error! Bookmark not defined.
B. Identifikasi Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
C. Batasan Masalah	Error! Bookmark not defined.
D. Rumusan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
E. Tujuan Masalah.....	Error! Bookmark not defined.
F. Manfaat Penelitian	Error! Bookmark not defined.
1. Manfaat Teoritis	Error! Bookmark not defined.
2. Manfaat Praktis	Error! Bookmark not defined.
BAB II. KAJIAN TEORI	Error! Bookmark not defined.
A. Remaja	Error! Bookmark not defined.
1. Definisi Remaja.....	Error! Bookmark not defined.
2. Ciri-ciri Remaja.....	Error! Bookmark not defined.
3. Aspek-aspek dalam Perkembangan Remaja	Error! Bookmark not defined.
defined.	

- B. Komunikasi Interpersonal **Error! Bookmark not defined.**
 - 1. Pengertian Komunikasi Interpersonal **Error! Bookmark not defined.**
 - 2. Tujuan Komunikasi Interpersonal **Error! Bookmark not defined.**
 - 3. Prinsip-Prinsip Komunikasi Interpersonal **Error! Bookmark not defined.**
 - 4. Aspek-Aspek dalam Komunikasi Interpersonal..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 5. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Interpersonal..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 6. Proses Komunikasi Interpersonal..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 7. Hambatan-Hambatan dalam Komunikasi Interpersonal **Error! Bookmark not defined.**
- C. Intensitas Penggunaan Media Sosial *Instagram* **Error! Bookmark not defined.**
 - 1. Pengertian Intensitas Penggunaan **Error! Bookmark not defined.**
 - 2. Aspek-Aspek Intensitas Penggunaan Internet..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 3. Waktu Intensitas Penggunaan Internet **Error! Bookmark not defined.**
 - 4. Pengertian Media Sosial..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 5. Karakteristik Media Sosial **Error! Bookmark not defined.**
 - 6. Tipe-Tipe Pengguna Media Sosial **Error! Bookmark not defined.**
 - 7. Penggunaan Media Sosial *Instagram*..... **Error! Bookmark not defined.**
- D. Perbedaan Komunikasi Interpersonal dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial pada Remaja **Error! Bookmark not defined.**
- E. Kerangka Konseptual..... **Error! Bookmark not defined.**
- F. Hipotesis **Error! Bookmark not defined.**

BAB III. METODE PENELITIAN **Error! Bookmark not defined.**

- A. Metode Penelitian **Error! Bookmark not defined.**

- B. Identifikasi Variabel Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**
- C. Definisi Operasional Variabel Penelitian. **Error! Bookmark not defined.**
 - 1. Komunikasi Interpersonal **Error! Bookmark not defined.**
 - 2. Intensitas Penggunaan Media Sosial **Error! Bookmark not defined.**
- D. Subjek Penelitian **Error! Bookmark not defined.**
 - 1. Populasi dan Sampel Penelitian **Error! Bookmark not defined.**
 - 2. Teknik Pengambilan Sampel..... **Error! Bookmark not defined.**
- E. Metode Pengumpulan Data..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 1. Skala Komunikasi Interpersonal **Error! Bookmark not defined.**
 - 2. Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial **Error! Bookmark not defined.**
- F. Validitas dan Reliabilitas Alat Ukur **Error! Bookmark not defined.**
 - 1. Validitas **Error! Bookmark not defined.**
 - 2. Reliabilitas..... **Error! Bookmark not defined.**
- G. TEKNIK ANALISIS DATA **Error! Bookmark not defined.**

BAB IV. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN . **Error! Bookmark not defined.**

- A. Orientasi Kanchah dan Persiapan Penelitian **Error! Bookmark not defined.**
 - 1. Orientasi Kanchah **Error! Bookmark not defined.**
 - 2. Persiapan Penelitian **Error! Bookmark not defined.**
- B. Pelaksanaan Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**
- C. Analisis Data dan Hasil Penelitian..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 1. Uji Asumsi..... **Error! Bookmark not defined.**
 - 2. Hasil Perhitngan Analisis Varians..... **Error! Bookmark not defined.**
- D. Hasil Perhitungan Mean Hipotetik dan Mean Empirik. **Error! Bookmark not defined.**
 - 1. Mean Hipotetik..... **Error! Bookmark not defined.**

- 2. Mean Empirik..... **Error! Bookmark not defined.**
- 3. Kriteria **Error! Bookmark not defined.**
- E. Pembahasan..... **Error! Bookmark not defined.**

BAB V. KESIMPULAN DAN SARAN..... **Error! Bookmark not defined.**

- A. Kesimpulan **Error! Bookmark not defined.**
- B. Saran **Error! Bookmark not defined.**

DAFTAR PUSTAKA..... **Error! Bookmark not defined.**

LAMPIRAN

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran A : Alat Ukur Penelitian

Lampiran B : Variabel Data Penelitian

Lampiran C : Uji Validitas dan Reliabilitas

Lampiran D : Uji Normalitas dan Homogenitas

Lampiran E : Surat Penelitian

DAFTAR TABEL

Tabel 1	: Distribusi Penyebaran Butir Pernyataan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Sebelum Uji Coba.....	58
Tabel 2	: Distribusi Penyebaran Butir Pernyataan Skala Komunikasi Interpersonal Sebelum Uji Coba.....	59
Tabel 3	: Distribusi Penyebaran Butir Pernyataan Skala Komunikasi Interpersonal Setelah Uji Coba.....	62
Tabel 4	: Perhitungan Reliabilitas.....	63
Tabel 5	: Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Normalitas.....	65
Tabel 6	: Rangkuman Hasil Perhitungan Uji Homogenitas Varians Intensitas Penggunaan <i>Instagram</i>.....	66
Tabel 7	: Data Deskriptif Komunikasi Interpersonal.....	66
Tabel 8	: Hasil Analisis Uji Anava Intensitas Penggunaan <i>Instagram</i>.....	67
Tabel 9	: Hasil Penghitungan Mean Hipotetik dan Mean Empirik Komunikasi Interpersonal.....	69