

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Masa remaja merupakan transisi perkembangan antara masa kanak-kanak dengan masa dewasa, yang melibatkan perubahan biologis, kognitif, dan sosioemosional, yang dimulai dari rentang usia 10 hingga 13 tahun dan berakhir pada usia sekitar 18 hingga 22 tahun. Perubahan biologis yang terjadi diantaranya adalah penambahan tinggi tubuh yang cepat, perubahan hormonal, dan kematangan alat reproduksi. Pada kognitif, perubahan yang terjadi seperti meningkatnya kemampuan berpikir abstrak, idealistik, dan logis. Sementara, perubahan sosioemosional yang dialami remaja seperti kemandirian, keinginan untuk lebih sering meluangkan waktu bersama teman sebaya, dan mulai muncul konflik dengan orang tua (Santrock, 2007).

Berbagai perubahan penting terjadi pada masa remaja, sehingga Hall (dalam Santrock, 2007) memandang masa remaja sebagai masa yang penuh badai dan stress. Pandangan tersebut dikarenakan pada masa remaja terjadi fluktuasi emosi yang lebih sering daripada sebelumnya. Berbagai pikiran, perasaan, dan tindakan terjadi berubah-ubah, seperti antara kesombongan dan kerendahan hati, niat baik dan godaan, kebahagiaan dan kesedihan, dan kondisi bertolak belakang lainnya yang berubah-ubah dalam jarak waktu yang singkat (Santrock, 2007).

Perkembangan pada remaja penting untuk diperhatikan karena timbul permasalahan perkembangan sosial yang tidak stabil di remaja. Kesuksesan perkembangan komunikasi berkaitan pada proses membangun hubungan di lingkungan sosial. Salah satu rahasia untuk membangun hubungan yang baik adalah proses komunikasi.

Manusia dikenal sebagai makhluk sosial dilahirkan memiliki naluri sebagai individu yang saling membutuhkan dengan orang lain. Tentunya dalam menjalankan kehidupan, banyak sekali kebutuhan yang harus dipenuhi oleh setiap individu. Perwujudan kebutuhan tersebut dapat dicapai melalui interaksi sosial. Dalam interaksi sosial, individu yang satu membentuk hubungan dengan individu lainnya, saling mempengaruhi, dan pada akhirnya bermuara pada interaksi keduanya (Walgito, 1991). Interaksi sosial adalah adanya kontak sosial yang terjadi antara individu dengan individu, individu dengan kelompok, atau kelompok dengan kelompok dan komunikasi verbal maupun nonverbal (Dayakisni & Hudaniah, 2009).

Ada dua kebutuhan yang mendorong manusia untuk memiliki keinginan dalam berkomunikasi dengan orang lain yaitu, kebutuhan untuk bertahan hidup dan kebutuhan untuk beradaptasi dengan lingkungan. Manusia sebagai makhluk sosial selalu berkeinginan untuk bekerjasama, saling berbicara, menerima informasi, tukar menukar gagasan, dan berbagi pengalaman dengan orang lain untuk memenuhi kebutuhan.

Perkembangan teknologi yang semakin canggih saat ini menimbulkan banyak perubahan kepada remaja dan masyarakat, salah satu adalah komunikasi interpersonal. Menurut Fajar (2009) dari semua pengetahuan dan keterampilan yang dimiliki seorang individu, kemampuan dalam berkomunikasi merupakan hal paling penting dan berguna. Salah satu bentuk kemampuan komunikasi yang memiliki peranan penting ialah komunikasi antar pribadi atau komunikasi interpersonal.

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang akan lebih terfokus dan tertarik pada pembahasan, dimana komunikasi interpersonal sudah lama dikenal menjadi dasar komunikasi yang efektif untuk keberhasilan suatu forum atau organisasi, karena hal itu perlu bagi individu mengetahui dasar dari komunikasi, agar dapat mengetahui dan mengelola suatu forum atau organisasi dengan efektif (Liliweri, 1997). Komunikasi interpersonal terjadi di antara dua orang yang saling berdekatan, yang mampu memberikan umpan balik dengan cepat dan menggunakan berbagai macam indera. Artinya bahwa komunikasi interpersonal dipandang sebagai suatu interaksi antar sesama remaja maupun masyarakat memberikan solusi untuk memecahkan suatu permasalahan ataupun sekedar bertukar pikiran akan hal-hal yang perlu dilakukan memajukan komunikasi interpersonal (Devito, 1997). Menurut Devito (1997), Komunikasi interpersonal berjalan dengan efektif memiliki aspek yaitu; 1) keterbukaan, 2) empati, 3) dukungan (*Supportiveness*), 4) sikap positif (*Positiveness*), 5) kesetaraan (*Equality*).

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) bermanfaat untuk membantu masyarakat yang bergerak begitu cepat berdampak pada meningkatnya gaya hidup manusia. Dampak positifnya adalah banyaknya inovasi yang semakin memudahkan pekerjaan manusia terutama dalam hal berkomunikasi (Juwita, dkk). Namun disisi lain memiliki dampak negatif yaitu membuat dunia semakin kecil, karena dari kecanggihan teknologi informasi membuat waktu untuk berinteraksi antar tetangga kanan kiri dilingkungan masyarakat menjadi suatu formalitas yang terpinggirkan. Dalam sisi ini remaja sendiri terkesan acuh atau cuek sedikit banyaknya mempengaruhi efektifitas komunikasi.

Dari beberapa dampak diatas maka yang mempengaruhi komunikasi interpersonal, salah satunya adalah faktor pribadi. Menurut Mengkaka (2013), semakin tinggi sikap individualitas antara manusia dapat mengurangi komunikasi interpersonal secara langsung di kehidupan sehari-hari. Perubahan pola komunikasi interpersonal melalui media sosial ini adalah adanya ketergantungan dalam menggunakan teknologi komunikasi sedemikian tinggi.

Hal ini sejalan dengan hasil wawancara yang dilakukan penulis dengan dua orang remaja berusia 14 tahun dan 18 tahun. Diketahui bahwa mereka menjalin komunikasi interpersonal dengan teman sebaya, keluarga, maupun saudara melibatkan penggunaan media baru yang sering disebut media sosial berikut pernyataannya:

“menurut ku kak sekarang ini uda mudah sekali dalam berbicara dengan teman yang rumahnya jauh jaraknya apalagi kalau mau diskusi tugas kelompok sekarang canggih sekali kak gk perlu habis uang ataupun

waktu hanya untuk mengetahui informasi dan aku kak enggan sekali menyampaikan pendapat secara langsung jadi aku lebih suka berikan tanggapan lewat WA atau sejenisnya tapi kadang jadi miskom kak muncul perbedaan.

(Komunikasi Personal, A, 30 maret 2022)

“kalau aku kak sekarang masih ada pelajaran yang daring jadi ketika dimulai pelajarannya ada materi yang bikin aku kurang paham kak karena leletnya jaringan jadi membuat aku merasa kurang tanggap dan tidak peka kak dalam memberikan perhatian kalau berkomunikasi lewat aplikasi dimedia sosial ini.

(Komunikasi Personal, R,30 maret 2022)

Berdasarkan hasil wawancara diatas dapat diketahui bahwa remaja merasakan ada kendala yang mempengaruhi aspek keterbukaan dan empati setelah mengenal media sosial, yakni disaat berinteraksi dengan teman sebaya pola penggunaan media sosial tidak mendukung, munculnya salah paham saat menyampai informasi dan rela menghabiskan waktu berjam-jam hanya untuk berinteraksi dengan teman-temannya didunia maya. Hal ini didukung oleh Hidayatun (2015) yang menyatakan bahwa pengguna media baru atau media sosial dapat bersosialisasi dan berinteraksi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Penggunaan media baru yang sesuai fungsinya tentu saja memberikan banyak kemudahan dalam memperoleh informasi, dalam pekerjaan, maupun bersosialisasi.

Media baru yang marak digunakan saat ini adalah media komunikasi online atau media sosial guna memperoleh dan menyampaikan informasi ke publik. Media sosial merupakan bentuk pelayanan berbasis web yang memungkinkan individu untuk membuat profil pribadi, berbagi informasi, serta melihat dan

melintasi profil orang-orang yang terdaftar dalam koneksi mereka (Body dan Ellison, 2008).

Sarana media sosial melalui jaringan internet kini mempermudah para penggunanya untuk berinteraksi dan berhubungan dengan mudah antara satu dengan yang lain. Individu pada saat ini semakin tergantung pada internet, di mana internet tidak hanya digunakan sebagai media informasi dan komunikasi, tetapi juga sebagai sarana bersosialisasi. Hasil riset yang dilakukan oleh Asmaya (2015) menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi jauh lebih menyenangkan dibandingkan komunikasi dalam interaksi secara tatap muka.

Menurut Badan Pusat Statistik (BPS) masyarakat Indonesia sebagai salah satu pengguna media sosial paling aktif dan terbesar di dunia. Pertumbuhan penduduk di Indonesia akan terus meningkat hingga pada tahun 2035 jumlah penduduk diprediksi akan mencapai 305,6 juta jiwa, 70 persen merupakan usia produktif. Data Kementerian dan Komunikasi dan Informatika menyebutkan bahwa pengguna internet sebanyak 112,6 juta jiwa, yang ternyata sebagian, besar dari jumlah tersebut merupakan usia 17-23 tahun. Berdasarkan dari hasil survey Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (2019) mengatakan bahwa pengguna internet untuk bermain media sosial terbanyak ada pada usia 15 hingga 19 tahun. Ini menunjukkan bahwa penduduk usia produktif di Indonesia mayoritas pengguna internet (Ayu, 2018). Survey yang dilakukan sebelumnya oleh APJII bahwa semakin tinggi pendidikan seseorang maka semakin tinggi pula intensitas menggunakan layanan media sosial atau mengakses internet karena terlihat dari penetrasi pengguna internet berdasarkan pekerjaan (APJII, 2018).

Menurut Hootsuite (2020) menunjukkan dari data riset tren internet dan media sosial diIndonesia bahwa pengguna internet sebesar 175,4 juta dan pengguna media sosial yang aktif sekitar 160 juta. Pengguna internet setiap hari menghabiskan waktu rata-rata dalam mengakses media sosial setiap hari 7 jam 59 menit yang berusia 16 sampai 64 tahun dengan memiliki jenis perangkat masing-masing. Jumlah pengguna media sosial facebook sebanyak 130 juta jiwa dengan berjenis kelamin perempuan 44,4% dan laki-laki 55,6%, sedangkan dalam penggunaan media sosial instagram mengakses sebanyak 63 juta jiwa yang berjenis kelamin perempuan 50,8% dan laki-laki 49,2%.

Definisi intensitas adalah tingkatan atau ukuran intensnya (Pusat Bahasa Departemen Pendidikan Indonesia, 2007). Intensitas merupakan tingkat keseringan individu dalam melakukan suatu kegiatan tertentu yang didasarkan pada rasa senang terhadap kegiatan yang dilakukan (Yuniar & Nurwidawati, 2013). Menurut Bahasa latin *intention* adalah suatu ukuran kekuatan, keadaan tingkatan atau ukuran intens seseorang. Jadi berdasarkan pemahaman tersebut ini adalah tingkat atau ukuran frekuensi mereka dalam melakukan aktivitas berdasarkan kegembiraan. Maka kesimpulan dari intensitas penggunaan media sosial dapat diketahui sebagai keinginan atau kegemaran individu pada suatu kegiatan yang dilakukan menggunakan media yang berbentuk berbasis web atau sistem jaringan yang saling terhubung dengan orang lain.

Hal ini sejalan dengan pernyataan Ajzen (dalam Frisnawati, 2012) yang mengatakan bahwa intensitas penggunaan media sosial merupakan sebuah usaha yang dikeluarkan individu yang memiliki jumlah dalam pola tindakan dan

perilaku yang sama, dalam hal ini menggunakan media sosial. Menurut Ajzen (1991) ada empat aspek dalam intensitas penggunaan media sosial yaitu perhatian, penghayatan, durasi, frekuensi.

Menurut data statistik dari ICCA (*Indonesian Contact Center Association*) menyimpulkan bahwa pengguna aktif media sosial di Indonesia menghabiskan waktunya sebanyak 3 jam dalam sehari dalam sehari untuk berinteraksi di media sosial. Artinya, setiap pengguna mampu menghabiskan sebanyak 21 jam dalam seminggu berinteraksi di situs jejaring sosial. Penggunaanya tidak hanya orang dewasa saja, tidak terkecuali pada remaja Indonesia.

Hal ini sejalan dengan hasil survey *Youth Audience Measurement* yang dilakukan oleh Program Studi Periklanan Politeknik Negeri Media Kreatif (2020) dengan rentan usia pengguna media sosial dari umur 15-25 tahun terhadap 1080 remaja, lebih dari 96% responden mengakses internet lebih dari 3 jam per hari. Dari responden yang sama, 89% mengaku bahwa menggunakan media sosial menjadi salah satu alasan utama remaja mengakses internet. Sebanyak 50,41% responden aktif memberikan komentar kurang dari 5 komentar per hari di media sosial, 38,16% responden tidak pernah memberikan komentar di media sosial. Dari data yang didapat juga hanya 37,88% responden rutin mengupload konten di media sosial, baik itu *tweet*, status, foto, maupun video di media sosial mereka. Sedangkan 34,56% mengupload konten selama sebulan sekali, dan 27,56% menyampaikan tidak pernah mengupload di media sosial. Hasil survey ini juga berfokus terhadap perilaku generasi muda Indonesia dalam berkomunikasi di

berbagai digital menemukan bahwa *Whatsaap* menjadi populer yang dipilih generasi muda untuk mengirim pesan instan.

WeAreSocial bekerjasama dengan Hootsuite melaporkan bahwa pada tahun 2018 Indonesia menduduki peringkat keempat dunia dengan durasi rata-rata penggunaan internet selama 8 jam 51 menit setiap harinya, penggunaan internet tersebut berinteraksi didunia maya. Dalam penggunaan durasi media sosial Indonesia menduduki peringkat tertinggi dengan durasi 3 jam 23 menit dalam satu hari, maka orang Indonesia rata-rata menggunakan internet hampir 30% waktunya dalam mengakses media sosial.

Peneliti melakukan wawancara dengan dua orang remaja dilingkungan masyarakat yang berusia 13 tahun dan 16 tahun dalam wawancara tersebut peneliti menanyakan beberapa pertanyaan seperti berapa intensitas penggunaan media sosial, apakah lebih sering menggunakan media sosial dari pada interaksi dengan orang lain, berikut pernyataannya:

“buka media sosial setiap hari kak bisa dibbilang kadang 10 jam per hari kalau lagi main media sosial, apalagi selama daring pasti setiap hari pegang hp untuk searching. Cuma kak dalam seminggu kadang gk tentu penggunaannya. Kalau lagi main media sosial kak aku pakek untuk lihat misalnya update status seperti, saling chatan dan live bareng kak di IG. Karena sering aku main media sosial ini jadi lebih sering lupa waktu kak”.

(Komunikasi Personal, O, 30 Maret 2022)

“kalau aku menggunakan media sosial setiap hari kak 7 jam perhari, ya aku lebih suka buka tiktok dan instagram kak disitu aku banyak lihat video sama postingan dari teman publik. Jadi setiap hari aku lebih banyak pegang hp dari pada kegiatan lainnya”.

(Komunikasi Personal, R,30 Januari 2022)

Berdasarkan dari hasil wawancara diatas terkait dengan fenomena menunjukkan bahwa remaja dikota Medan memiliki intensitas menggunakan media sosial yang tinggi. Artinya sikap remaja terhadap penggunaan media sosial adalah pengguna aktif dalam melakukan interaksi komunikasi interpersonal. Sejalan dengan pernyataan Hurlock (2002) yang menyatakan remaja membutuhkan lebih banyak interaksi di media sosial. Hal ini akan berdampak negatif pada remaja dikota Medan yaitu pengelolaan diri mereka dalam komunikasi interpersonal akan rendah, dan dalam berinteraksi akan menghabiskan waktu berjam-jam mengarahkan remaja kepada intensitas penggunaan media sosial yang berlebihan dapat mengakibatkan dampak negatif.

Maka dari itu pentingnya melakukan penelitian ini agar kaum remaja terkhususnya di kota medan dapat mengetahui batas dalam menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari –hari dan kaum remaja dapat mengetahui apa dampak yang di berikan ketika kita sering menggunakan media sosial salah satu hal negatif yang di sebabkan oleh media sosial adalah hilangnya kemampuan remaja dalam melakukan komunikasi interpersonal dengan orang yang ada disekitar, remaja menjadi acuh dan tidak peduli dengan orang yang ada disampingnya karena kelamaan dalam mengakses media sosial. Maka dari itu penelitian ini bertujuan untuk memberitahukan kepada kaum remaja yang menggunakan media sosial dengan waktu yang lama tidak baik karena akan membuat kita dengan orang di samping kita kehilangan komunikasi interpersonal.

Hasnah & Kumalasari (2015) mengatakan bahwa remaja saat ini cenderung tidak memperhatikan temannya saat berbicara dan kurang memperdulikan apa

yang sedang dilakukan temannya, mereka justru terlihat sibuk menggunakan *smartphone* masing-masing untuk *chatting* dan mendengarkan musik. Hal yang sama dalam riset Harfiyanto,dkk (2015) mengatakan bahwa siswa cenderung tidak fokus jika teman-teman atau sedang melakukan pembicaraan, hal tersebut terjadi karena mereka lebih sibuk dan fokus terhadap *smartphone* yang mereka miliki.

Hal diatas sejalan dengan penelitian Rafiq (2020) yang menyatakan bahwa dampak negatif dari penggunaan media sosial yang berlebihan bagi remaja banyak yang menjadi anti sosial dimana mereka terlena oleh keasyikan berbincang dalam sosial media daripada bertatap muka langsung dalam dunia nyata, selain itu banyak remaja yang terjebak menjadi boros dan pemalas demi melanjutkan keasyikan mereka dalam berbincang di sosial media. Selain itu pada Monk, Knoers, & Haditono (2006) mengatakan dampak lainnya adalah remaja Indonesia sering melupakan waktu, sehingga waktu mereka dalam belajar semakin sedikit, sementara masa remaja masih membutuhkan pelajaran disekolah, umumnya mereka masih belajar di Sekolah Menengah Pertama, Menengah atau Perguruan Tinggi.

Kehadiran perkembangan internet dan media sosial semakin canggih, kini komunikasi pada masa sekarang membuat banyak remaja didesa atau warga kota, orang sekolahan, atau tidak sekolahan, semakin intim dengan aneka *gadget* dan dunia virtual. Untuk berkomunikasi dengan anggota keluarga, teman atau saudara yang tinggal jauh disana, masyarakat dunia modern saat ini cukup menelpon dengan ponsel atau *chatting* via Facebook, WhatsApp, dan lain-lain, yang dianggap jauh lebih praktis dan ekonomis. Dengan kata, perkembangan internet

dan media sosial menyebabkan silaturahmi fisik yang dulu dipraktikkan masyarakat, berubah menjadi silaturahmi virtual (Sumanto, 2017).

Pergeseran komunikasi interpersonal secara tatap muka menjadi komunikasi media sosial yang penting diperhatikan ketika intensitas penggunaannya melebihi batas normal. Del Brio dalam Hidayatun (2015) mengatakan ketika internet (media sosial) telah dihubungkan dengan intensitas dapat mengubah perhatian dan minat yang diberikan individu dalam menggunakan media sosial sebagai aktivitas yang dapat dilihat frekuensi penggunaannya interaksinya.

Terdapat penelitian terdahulu yang dilakukan Umu (2018) tentang Hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal siswa SMAN 1 Depok pada 474 siswa pada kelas X 33 siswa, kelas XI 33 siswa dan kelas XII 34 siswa, menemukan bahwa hasil penelitiannya adanya hubungan positif yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal.

Penelitian lainnya yang dilakukan oleh Khorido (2019) tentang *Relationship Between Intensity of Using Social Media and Interpersonal Communication Skill in Guidance Counseling Student at Semarang State University*". pada 46 mahasiswa Bimbingan dan Konseling Universitas Negeri Semarang dengan menemukan bahwa ada intensitas penggunaan media sosial dengan keterampilan komunikasi interpersonal.

Sejalan dengan penelitian terdahulu yang dilakukan oleh Viola (2018) dengan judul *The Effects of Social Media On Youth's Interpersonal*

Communication In UAE terhadap 201 remaja yang berusia 15-25 tahun yang tinggal di UEA. Pada hasil survei online menunjukkan bahwa sebagian besar remaja yang berusia 15-25 tahun termasuk pengguna media sosial dalam berkomunikasi interpersonal.

Dari beberapa fakta dan fenomena data yang telah diuraikan dari penelitian sebelumnya, maka dapat dilihat bahwa peneliti tertarik untuk meneliti sejauh mana “Hubungan Antara Intenitas Penggunaan Media Sosial Dengan Komunikasi Interpersonal Pada Remaja dikota Medan”. Selain itu peneliti juga ingin melihat secara kuantitatif agar mampu lebih luas melihat perbandingan, mengetahui hubungan dan melihat intensitas penggunaan media sosial serta memberikan penjelasan yang lebih tepat dan secara umum terhadap fakta yang dihadapi.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, agar memudahkan penulis dalam menjawab masalah tersebut, maka peneliti merumuskan sebagai berikut: “Bagaimanakah Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Komunikasi Interpersonal Pada Remaja di Kota Medan” ?

1.3 Tujuan Penelitian

Adapun tujuan yang ingin dilakukan penelitian ini adalah untuk mengetahui Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Dengan Komunikasi Interpersonal Pada Remaja di Kota Medan.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

1. Bagi Masyarakat Umum

Dengan adanya penelitian ini diharapkan memberikan ilmu pengetahuan masyarakat mengenai hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal pada remaja dikota medan”.

2. Bagi Subjek Penelitian

Dengan adanya penelitian ini di harapkan dapat memberikan pemahaman bagi para pengguna aktif media sosial untuk dapat menggunakannya dengan bijak dan melakukan keterampilan komunikasi interpersonal.

1.4.2 Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi ilmu psikologi, khususnya bagi perkembangan ilmu psikologi komunikasi, psikologi sosial dan psikologi perkembangan. Dapat menjadi masukan yang berguna dan dapat menjadi tambahan bahan referensi penelitian lebih lanjut dengan komunikasi dalam dunia nyata terhadap pengaruh media sosial di era globalisasi yang semakin mendunia dan maju.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Komunikasi Interpersonal

2.1.1 Pengertian Komunikasi Interpersonal

Menurut Devito (1997) mengatakan komunikasi interpersonal juga didefinisikan sebagai komunikasi yang terjadi diantara dua orang yang mempunyai hubungan yang terlihat jelas diantara mereka, misalnya percakapan seseorang ayah dengan anak, sepasang suami istri, guru dengan murid, dan lain sebagainya.

Langkah awal untuk memahami karakteristik unik dari komunikasi interpersonal adalah dengan melacak makna dari interpersonal, kata ini merupakan turunan dari awalan inter, yang berarti “antara,” dan kata person, yang berarti orang. Komunikasi interpersonal secara umum terjadi di antara dua orang. Seluruh proses komunikasi terjadi di antara beberapa orang, namun banyak interaksi tidak melibatkan seluruh orang di dalamnya secara akrab, Wood (2013).

Menurut Maulana & Gumelar (2013) menyatakan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi pada dua individu. Berkomunikasi dengan orang lain berarti kita belajar makna cinta, kasih sayang, simpati, rasa hormat, rasa bangga bahkan iri hati dan kebencian. Melalui komunikasi kita dapat mengalami berbagai kualitas perasaan itu dan membandingkan antara perasaan yang satu dengan perasaan yang lainnya.

Sedangkan menurut Robbins (2002), komunikasi adalah lebih dari sekedar menyampaikan arti, komunikasi juga harus dapat dipahami. Komunikasi yang sempurna, jika ada suatu pemikiran atau gagasan disampaikan sehingga pesan yang diterima oleh si penerima sama dengan apa yang diinginkan oleh pengirim pesan.

Berdasarkan definisi menurut para ahli diatas pada hakikatnya bahwa komunikasi interpersonal merupakan suatu proses komunikasi antara individu dengan individu yang lain terdapat proses pemberian respon secara tatap muka untuk mengetahui pemaknaan yang berupa informasi dari orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun non verbal.

2.1.2 Aspek-aspek Komunikasi Interpersonal

Devito (1997) mengemukakan ada 5 aspek komunikasi interpersonal yang efektif, yaitu:

a. Keterbukaan (*Openness*)

Kualitas keterbukaan mengacu pada sedikitnya tiga aspek dalam komunikasi interpersonal, yakni:

1. Komunikator antarpribadi yang efektif harus terbuka kepada orang yang diajak berinteraksi. Hal ini bukan berarti orang yang diajak berinteraksi harus dengan segera membuka semua riwayat hidupnya. Sebaliknya, harus ada kesediaan

untuk membuka diri dan mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan.

2. Mengacu kepada kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang datang. Orang yang diam, tidak kritis, dan tidak tanggap pada umumnya merupakan peserta percakapan yang menjemukan. Kita ingin orang bereaksi secara terbuka terhadap apa yang kita ucapkan. Kita memperlihatkan keterbukaan dengan cara bereaksi secara spontan terhadap orang lain.
3. Menyangkut “kepemilikan” perasaan dan pikiran. Terbuka dalam pengertian ini adalah mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang kita lontarkan adalah memang milik kita bertanggungjawab atasnya. Cara terbaik untuk menyatakan tanggung jawab ini adalah dengan pesan yang menggunakan kata “saya” (kata ganti orang pertama tunggal)

b. Empati (*Empathy*)

Empati sebagai kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain ada suatu saat tertentu, melalui sudut pandang dan kacamata orang lain tersebut. Bersimpati, di pihak lain adalah merasakan bagi orang lain atau merasa ikut bersedih. Sedangkan berempati adalah kemampuan seseorang untuk menempatkan dirinya pada posisi atau peranan orang lain, dalam arti bahwa seseorang secara emosional

maupun intelektual maupun memahami apa yang dirasakan dan dialami orang lain. Orang yang empatik mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain baik perasaan dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang.

c. Dukungan (Supportiveness)

Komunikasi antarpribadi akan efektif bila dalam diri seseorang ada sikap *supportif*. Maksudnya satu dengan yang lainnya saling memberikan dukungan terhadap pesan yang disampaikan.

Terdapat tiga sikap yang dapat menimbulkan sikap suportif, yaitu:

1. Deskriptif, suasana yang deskriptif akan menimbulkan sikap suportif dibanding dengan suasana yang evaluatif,
2. Spontanitas, orang yang spontan dalam komunikasi adalah orang yang terbuka dan terus terang tentang apa kanyarkannya
3. Provisionalisme, seseorang yang memiliki sifat ini adalah orang yang memiliki sikap berfikir terbuka, ada kemauan untuk mendengar pandangan yang berbeda dan bersedia menerima pendapat orang lain bila memang pendapatnya keliru

d. Sikap positif (*Positiveness*)

Kita mengkomunikasikan sikap positif dalam komunikasi antarpribadi dengan sedikitnya di acara: (1) menyatakan sikap positif dan (2) secara positif mendorong orang yang menjadi teman kita berinteraksi.

Sikap positif mengacu pada sedikitnya dua aspek dari komunikasi antarpribadi:

1. Pertama, komunikasi interpersonal terbina jika seseorang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri,
2. Kedua, perasaan positif untuk situasi komunikasi pada umumnya sangat penting untuk interaksi yang efektif. Tidak ada yang lebih baik menyenangkan daripada berkomunikasi dengan orang yang tidak menikmati interaksi atau tidak bereaksi secara menyenangkan terhadap situasi atau suasana interaksi

d. Kesetaraan (*Equality*)

Dalam setiap situasi, sering adanya ketidaksetaraan. Salah seorang mungkin lebih pandai, lebih kaya, lebih tampan atau cantik, dan lebih atletis dari pada yang lain. Tidak pernah ada dua orang yang benar-benar setara dalam segala hal. Terlepas dari ketidaksetaraan ini, komunikasi antarpribadi akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya, harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua pihak sama-sama bernilai dan

berharga, serta masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan.

2.1.3 Faktor yang mempengaruhi Komunikasi Interpersonal

Faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal menurut Devito (2013) mengatakan ada 3 faktor yang mempengaruhi dalam komunikasi interpersonal yaitu:

a. Konsep Diri

Menurut Black (dalam Devito, 2013) mengatakan konsep diri adalah kemampuan seorang individu mengenali perasaan dan pemikiran individu tentang kemampuan dan keterbatasan, kekuatan dan kelemahan, dan aspirasi dan pandangan dunia terhadap dirinya sendiri dan orang lain secara positif. Sedangkan menurut Devito (2013) mendefinisikan konsep diri sebagai suatu gambaran terhadap diri individu itu sendiri.

b. Kesadaran diri

Kesadaran diri adalah kemampuan seorang individu mengenal dirinya sendiri dan dapat berkembang ketika individu tersebut dapat memahami konsep diri didalam dirinya.

c. Harga Diri

Harga diri yang dimaksud disini ialah ketika seorang merasa baik tentang dirinya sendiri, dan mampu menceritakan serta mengekspresikan potensi dirinya kepada individu lain secara terbuka.

Proses pemaknaan muncul dari bagaimana kita menginterpretasikan komunikasi. Dalam komunikasi interpersonal, seseorang selalu menerjemahkan apa yang dikatakan oleh orang lain.

Berdasarkan uraian dari teori faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal, maka faktor-faktor dalam komunikasi interpersonal ini sangat mempengaruhi jalannya sebuah komunikasi yang dimana bisa saja terjadi komunikasi yang baik, terbuka dan saling percaya atau sebaliknya yang terjadi dimana komunikasi menjadi tertutup dan saling kurang percaya.

2.1.4 Bentuk-bentuk Komunikasi Interpersonal

Menurut Wood (2013) ada tiga bentuk dalam komunikasi interpersonal, yaitu:

- a. Model Linear

Model pertama dalam komunikasi interpersonal digambarkan sebagai bentuk yang linear atau searah, proses dimana seseorang bertindak terhadap orang lain.

b. Model Interaktif

Model ini menggambarkan komunikasi sebagai proses dimana pendengaran memberikan umpan balik respon terhadap pesan yang disampaikan oleh komunikan.

c. Model Trasaksional

Model ini pada pola komunikasi yang dinamis dan berbagai peran yang dijelaskan seseorang dalam proses interaksi.

2.2 Intensitas Penggunaan Media Sosial

2.2.1 Pengertian Intensitas Penggunaan Media Sosial

A. Intensitas

Pengertian intensitas menurut Kamus Umum Bahasa Indonesia diartikan sebagai keadaan tingkatan atau ukuran intens sesuatu. Menurut Suryabrata (dalam Hidayatun, 2015) menyampaikan definisi intensitas dalam Bahasa Inggris berarti aspek kuantitatif perasaan yang melibatkan minat, perhatian dan kesadaran yang berhubungan dengan aktivitas atau pengalaman seseorang. Intensitas sebagai kedalaman atau kekuatan sikap terhadap sesuatu belum tentu sama walaupun arahnya mungkin tidak berbeda (Azwar, 2017). Sedangkan menurut Karotono dan Gulo (2003), intensitas berasal dari kata

“intensity” yang berarti besar atau kekuatan tingkah laku, jumlah energi fisik yang digunakan untuk merangsang salah satu indera, ukuran fisik dari energi atau data indera.

Wulandari (2000) mengatakan intensitas mengarahkan kembali ke waktu yang dihabiskan untuk melakukan aktivitas tertentu pada durasi waktu dan berbagai pengulangan untuk melakukan kegiatan.

Dari uraian diatas, maka definisi intensitas adalah suatu aktivitas atau keadaan yang melibatkan perhatian dengan banyaknya waktu seseorang dalam melakukan tingkat keseringan pada suatu kegiatan tertentu yaitu dikarenakan oleh suatu dukungan dalam dirinya, yang dimana kegiatan tersebut secara terus menerus.

B. Media Sosial

Menurut Sikape (2014) mengatakan media sosial merupakan alat perantara yang dapat membantu seseorang untuk berkomunikasi dengan berbagai pihak dibelahan dunia. Sedangkan menurut Carr & Hayes (2015) menyatakan bahwa media sosial merupakan saluran berbasis internet yang memudahkan pengguna untuk berinteraksi secara *real-time* dengan orang lain secara luas dan sempit yang akan memperoleh persepsi interaksi dengan orang lain.

Menurut Boyd dan Ellison (2008) menjelaskan media sosial sebagai bentuk pelayanan berbasis *web* yang memungkinkan individu untuk berbagi informasi, membuat profil pribadi, serta melihat dan melintasi profil orang-orang yang terdaftar dalam koneksi mereka. Semua dapat dilakukan dengan cepat dan tidak terbatas dimana para penggunanya saling berinteraksi dengan sesamanya di dunia luar baik yang dikenal maupun tidak (Sisrazeni, 2017).

Dari uraian diatas, disimpulkan bahwa media sosial merupakan sekelompok aplikasi berbasis *web* yang dapat melakukan suatu proses atau kegiatan yang terhubung dalam koneksi yang memudahkan individu berbagi informasi, berbagi komentar, bekerja sama, semua dapat dilakukan dengan cepat dan tak terbatas.

C. Intensitas penggunaan media sosial

Menurut Ajzen (dalam Frisnawati, 2012) menyatakan intensitas penggunaan media sosial merupakan sebuah usaha yang dikeluarkan individu yang memiliki jumlah dalam pola tindakan dan perilaku yang sama, dalam hal ini menggunakan media sosial. Menurut Jenkins, dkk (2013) mengatakan intensitas penggunaan media sosial juga didefinisikan sebagai perilaku sosial yang terintegrasi seberapa lama penggunaan

media sosial dengan perilaku sosial yang terjalin antar para penggunanya.

Menurut Larasati & Sunarto (2020) menyampaikan intensitas penggunaan media sosial adalah suatu ukuran kuantitatif seberapa sering, seberapa konsentrasinya dan seberapa lama seseorang dalam menggunakan media sosial.

Jadi dari uraian pendapat ahli diatas dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial adalah seberapa lamanya individu dalam mengakses media online pengguna memberikan perhatian dan waktu dalam bentuk layanan berbasis *web* ataupun aplikasi di *smarthphone*.

2.2.2 Aspek-Aspek Intensitas Penggunaan Media Sosial

Aspek intensitas penggunaan media sosial menurut Ajzen (1991) mengemukakan aspek-aspek intensitas penggunaan media sosial yaitu:

a. Perhatian

Perhatian ketertarikan atau minat seseorang terhadap suatu kegiatan yang akan jauh lebih kuat dilakukan dibandingkan dengan kegiatan yang lain. Dalam hal ini individu memberikan

minat atau perhatian yang lebih ketika mengakses media sosial, sehingga seorang menggunakan media sosial.

b. Penghayatan

Penghayatan merupakan usaha atau keinginan seseorang untuk bisa menghayati, memahami, menyerap informasi yang didapatkan sebagai suatu pengetahuan.

c. Durasi

Durasi adalah gambaran tentang seberapa lamanya waktu yang dihabiskan dalam mengakses media sosial. Kategori durasi penggunaan media sosial yang tinggi dikategorikan jika lebih dari 3 jam per hari dan dikatakan rendah jika hanya menggunakan selama 1-3 jam per hari (Juditha, 2011).

d. Frekuensi

Frekuensi adalah gambaran tentang seberapa sering atau seberapa banyaknya pengulangan perilaku baik disengaja maupun tidak dalam menggunakan media sosial. Menurut Juditha (2011) mengatakan bahwa kategori frekuensi penggunaan media sosial dikatakan tinggi apabila lebih dari 4 kali per hari dan masuk dalam kategori rendah jika pengulangan penggunaannya hanya 1-4 kali per hari.

e. Kesetaraan (*Equality*)

Dalam setiap situasi, sering adanya ketidaksetaraan. Salah seorang mungkin lebih pandai, lebih kaya, lebih tampan atau cantik, dan lebih atletis dari pada yang lain. Tidak pernah ada dua orang yang benar-benar setara dalam segala hal. Terlepas dari ketidaksetaraan ini, komunikasi antarpribadi akan lebih efektif bila suasananya setara. Artinya, harus ada pengakuan secara diam-diam bahwa kedua pihak sama-sama bernilai dan berharga, serta masing-masing pihak mempunyai sesuatu yang penting untuk disumbangkan.

2.2.3 Faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan media sosial

Ajzen (2005) menjelaskan faktor-faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan media sosial diantaranya adalah sebagai berikut:

1. Faktor Internal

a. Informasi, keterampilan dan kemampuan

Seseorang yang memiliki intensi untuk melakukan sesuatu mencari informasi, keterampilan, dan kemampuan untuk melakukan perilaku tertentu

b. Emosi dan kompulsi

Kurangya informasi, keterampilan, dan kemampuan yang dimiliki individu dapat membuat masalah dalam

mengontrol perilaku, namun masalah tersebut masih bias diatasi, namun ada juga perilaku yang berada di luar control. Perilaku komplusif tersebut tetap dilakukan meskipun intensi dan usaha telah dikerahkan individu untuk melakukan perilaku yang sebaliknya.

2. Faktor Eksternal

a. Kesempatan

Kesempatan merupakan faktor penting dalam terbentuknya suatu perilaku yang berintensitas. Kurangnya kesempatan dapat mengurangi usaha dalam mewujudkan suatu perilaku.

b. Ketergantungan pada yang lain

Pada saat perwujudan perilaku tergantung pada tindakan orang lain, ada potensi kontrol yang tidak sempurna terhadap perilaku atau tujuan.

2.3 Remaja

2.3.1 Pengertian Remaja

Menurut Santrock (2007) masa remaja merupakan transisi perkembangan antara masa kanak-kanak dengan masa dewasa, yang melibatkan perubahan biologis, kognitif, dan sosio-emosional, yang dimulai dari rentang usia 10 hingga 13 tahun dan berakhir pada usia sekitar 18 hingga 22 tahun. Sedangkan menurut Hurlock (2004) remaja atau *adolescence* berasal dari kata latin *adolescere* yang berarti tumbuh atau

menjadi dewasa. Istilah *adolescence* seperti yang digunakan pada saat ini, mempunyai arti yang lebih luas, mencakup kematangan mental, emosional, sosial dan fisik. Menurut Piaget (dalam Hurlock, 1980) mengungkapkan bahwa awal masa remaja berlangsung kira-kira dari 12 tahun sampai 16 atau 17 tahun, dan akhir masa remaja bermula dari usia 16 atau 17 tahun sampai 18 tahun, yaitu usia matang secara hukum.

Menurut Monk, dkk (2006) mengatakan masa remaja adalah masa peralihan dari masa kanak-kanak menuju dewasa. Batasan usia dibagi menjadi 3 kelompok, yaitu usia 12-15 tahun termasuk masa remaja dewasa awal, usia 15-18 tahun termasuk masa remaja pertengahan, dan usia 18-21 tahun termasuk masa remaja akhir. Berbagai perubahan yang dialami remaja membuat mereka harus mampu menyesuaikan diri dengan tepat. Remaja dituntut untuk bisa mengendalikan, mengelola, serta mengekspresikan emosinya dengan cara yang tepat sehingga mampu menyesuaikan diri dengan lingkungan sosialnya.

Dari pengertian diatas dapat disimpulkan bahwa remaja adalah masa peralihan yang mengalami perubahan terhadap penyesuaian melibatkan 3 aspek yaitu perubahan biologis, kognitif dan sosio-emosional.

2.4 Hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal

Komunikasi adalah bagain penting dari salah satu rahasia untuk membangun hubungan yang baik sesama individu. Menurut Cangara (2005)

menyatakan bahwa proses komunikasi antara dua orang atau lebih secara tatap muka disebut sebagai komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal dipandang sebagai suatu interaksi antar sesama remaja maupun masyarakat memberikan solusi untuk memecahkan suatu permasalahan ataupun sekedar bertukar pikiran akan hal-hal yang perlu dilakukan memajukan komunikasi interpersonal (Devito, 1997). Komunikasi interpersonal ini dilakukan oleh individu yang berada dalam waktu dan tempat secara bersamaan untuk berkomunikasi. Namun semakin canggihnya zaman sekarang banyak kita jumpai dilingkungan masyarakat lebih memilih untuk berkomunikasi melalui media sosial seperti *WhatsApp*, *telegram*, *Instagram*, *Tiktok*, *Zoom*, *Gmeeet*, *Facebook*, *twitter*, dan *line* aplikasi ini memudahkan individu untuk berkomunikasi, berpartisipasi, forum, blog, dan membuat dunia virtual tanpa mempertimbangkan batasan ruang dan waktu dalam melakukan interaksi melalui media sosial.

Ketika media sosial memberikan kepuasan dan memudahkan individu, maka penggunaanya akan dilakukan berulang-ulang. Kepuasan secara umum didapat saat berinteraksi di media sosial yaitu dengan perolehan informasi, pereda rasa kesepian, dukungan emosional, dan kontak sosial. Hal ini didukung dalam teori *use and gratifications* menurut Kazt & Gurevic yang mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial bersifat aktif karena memiliki tujuan tertentu untuk pemuasan kebutuhan. Artinya ketika perubahan yang dimunculkan memuaskan atau menyenangkan maka hubungan stimulus dan respon semakin diperkuat, sebaliknya hubungan

akan memperlemah jika perubahannya tidak menyenangkan atau memuaskan (Sanjaya, 2008).

Remaja diketahui memiliki presentase intensitas penggunaan media sosial yang tinggi. Menurut Ajzen (1991) intensitas sendiri memiliki arti sebagai salah satu usaha yang dilakukan individu pada saat melakukan aktivitas tertentu. Dalam hal ini, aktivitas yang dimaksud adalah perilaku yang menggunakan media sosial. Menurut Sarvamangala & Sharmista (2016) mengatakan bahwa intensitas penggunaan media sosial dinilai tinggi, maka remaja akan menghabiskan waktu untuk berkomunikasi dengan teman sebaya maupun keluarga didunia maya melalui media sosial sehingga berakibat pada keterampilan komunikasi dilingkungan sosial. Interaksi sosial yang terjadi dengan teman sebaya dan keluarga ini akhirnya mengalami perubahan terhadap komunikasi interpersonal secara tatap muka yang ikut mengalami penurunan.

2.5 Hasil Penelitian Terdahulu

Berdasarkan telaah pustaka dan kajian penulis, ditemukan yan relevan yaitu penelitian terdahulu yang dilakukan Umu (2018) tentang Hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal siswa SMAN 1 Depok pada 474 siswa pada kelas X 33 siswa, kelas XI 33 siswa dan kelas XII 34 siswa, menemukan bahwa hasil penelitiannya adanya hubungan positif yang signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal.

Penelitian ini sejalan dengan penelitian Khorido & Ryan (2019) tentang *Relationship Between Intensity of Using Social Media and Interpersonal Communication Skill in Guidance Counseling Student at Semarang State University* pada 46 mahasiswa Bimbingan dan Konseling Universitas Negeri Semarang dengan menemukan bahwa ada intensitas penggunaan media sosial dengan keterampilan komunikasi interpersonal.

Sejalan juga dengan penelitian yang dilakukan oleh Viola & Osama (2018) dengan judul *The Effects of Social Media On Youth's Interpersonal Communication In UAE* terhadap 201 remaja yang berusia 15-25 tahun yang tinggal di UEA. Pada hasil survei online menunjukkan bahwa sebagian besar remaja yang berusia 15-25 tahun termasuk pengguna media sosial dalam berkomunikasi interpersonal.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Kurnia & Yusmans (2019) tentang Hubungan Intensitas Penggunaan *Smartthphone* dengan Interaksi Sosial Teman Sebaya pada Siswa SMA dengan jumlah sampel 271 siswa. Hasil penelitian menunjukkan terdapat hubungan yang signifikan negatif antara intensitas penggunaan *smathphone* dan interaksi sosial teman sebaya.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Rima & Albert (2021) tentang Hubungan Antara Intensitas Penggunaan dan Intensitas Komunikasi Interpersonal Situs Jejaring Sosial Twitter dengan Kebutuhan Afiliasi Pada Remaja Akhir Pengikut Akun Twitter dengan jumlah sampel sebanyak 100

yang berusia 18-22 tahun. Hasil menunjukkan hubungan yang positif intensitas penggunaan Twitter dan intensitas komunikasi interpersonal.

Penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Tatok & Fandrian (2013) tentang Media Sosial dan Pengembangan Hubungan Interpersonal Remaja di Sidoarjo kepada 100 siswa SLTA. Hasil menunjukkan penggunaan situs jejaring sosial oleh remaja banyak dimotivasi untuk 1) mendapatkan berbagai informasi, 2) memperkuat hubungan diantara sesama pengguna situs, 3) melepaskan ketegangan, 4) memenuhi kebutuhan emosional, dan 5) meningkatkan rasa percaya diri.

2.6 Kerangka Konseptual

Komunikasi yang dilakukan remaja dengan teman sebaya maupun keluarga bergantung pada kecanggihan teknologi yaitu melalui media sosial. Hal ini sejalan dengan pernyataan yang dikatakan oleh Drago (2015) yaitu perkembangan teknologi yang cepat menimbulkan dampak negatif terhadap komunikasi tatap muka. Penggunaan internet berdampak pada komunikasi tatap muka antara remaja dengan teman sebayanya dan remaja dengan orangtuanya (Gapiso & Wilson, 2015). Komunikasi yang dilakukan remaja dengan teman sebaya melalui media sosial ketika sedang berhadapan maupun berada dalam jarak yang dekat, perhatian yang diberikan hanya pada media sosial yang dimilikinya.

Dari uraian diatas, maka kesimpulannya adalah ketika remaja memiliki intensitas yang tinggi saat penggunaan media sosial maka individu

tersebut akan menaruh perhatian dan mendalami saat mengakses media sosial miliknya. Setiap hari terjadi pengulangan jika dilakukan dengan waktu yang lama. Pada akhirnya, intensitas penggunaan media sosial yang tinggi pada remaja berdampak negatif terhadap komunikasi interpersonal yang diberikan kepada masyarakat mengalami penurunan.

Kerangka konseptual adalah untuk menjelaskan, mengungkapkan dan menunjukkan persepsi keterlibatan antara variabel yang akan diteliti berdasarkan batasan-batasan dan rumusan masalah. Dalam teori menurut Kazt & Gurevic yang membahas tentang *use and gratification* pada penggunaan media sosial mengatakan bahwa pengguna media yang bersifat aktif memiliki tujuan aktif untuk pemuasan kebutuhan. Kepuasan secara umum yang diperoleh ketika berinteraksi saat menggunakan media sosial diantaranya dapat menghilangkan rasa kesepian, memperoleh dukungan emosional, mendapatkan informasi dan kontak sosial. Disaat media sosial memberikan kepuasan pada remaja, maka penggunaan media akan dilakukan berulang-ulang. Hal ini sesuai dengan teori behaviorisme yang disampaikan Thronidike terkait hukum akibat (*law of effect*) mengarahkan pada kuat atau lemahnya hubungan yang terjadi antara stimulus dan respon yang muncul. Artinya ketika akibat yang dimunculkan memuaskan atau menyenangkan maka hubungan stimulus dan respon semakin diperkuat, namun hubungan akan diperlemah disaat akibat perubahannya tidak menyenangkan atau memuaskan (Sanjaya, 2008).

Remaja diketahui memiliki presentase intensitas penggunaan media sosial yang tinggi. Menurut Ajzen (1991) intensitas sendiri memiliki arti sebagai salah satu usaha yang dilakukan individu pada saat melakukan aktivitas tertentu. Dalam hal ini, aktivitas yang dimaksud adalah perilaku yang menggunakan media sosial. Hal ini diperkuat oleh penelitian menurut Sarvamangala & Sharmista (2016) mengatakan bahwa intensitas penggunaan media sosial dinilai tinggi, maka remaja akan menghabiskan

waktu untuk berkomunikasi dengan teman sebaya maupun keluarga didunia maya melalui media sosial sehingga berakibat pada keterampilan komunikasi dilingkungan sosial. Pada akhirnya, intensitas penggunaan media sosial yang tinggi pada remaja berdampak negatif terhadap komunikasi interpersonal yang diberikan kepada masyarakat mengalami penurunan. Untuk mendapatkan gambaran mengenai kerangka konseptual sebagai berikut:

Bagan 2.1. Hubungan Intensitas penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal



Berdasarkan kerangka konseptual diatas dapat dilihat bahwa penelitian ini terdiri dari dua variabel yaitu variabel bebas dan variabel terikat. Variabel bebas adalah intensitas penggunaan media sosial dan variabel terikat adalah komunikasi interpersonal.

2.7 Hipotesis

Adapun hipotesis dari penelitian ini ialah:

Ha: Ada Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Komunikasi Interpersonal

Ho: Tidak ada Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial dengan Komunikasi Interpersonal

BAB III

METODE PENELITIAN

Penelitian ini dilakukan guna untuk menemukan pemecahan masalah terhadap fenomena yang ditemukan yang kemudian ditetapkan oleh peneliti dengan demikian dapat dikatakan penelitian ini merupakan kuantitatif. Pembahasan pada bagian metode penelitian ini akan diuraikan mengenai identifikasi variabel penelitian, definisi operasional, subjek yang meliputi populasi, metode pengumpulan data, validitas, reliabilitas dan analisis data.

3.1 Identifikasi Variabel Penelitian

Pembahasan pada bagian metode penelitian ini akan diuraikan mengenai indentifikasi variabel penelitian. Variabel adalah objek penelitian, atau titik perhatian suatu penelitian (Arikunto, 2010). Pada bagian ini variabel-variabel identifikasi diturunkan dari hipotesis penelitian. Variabel bebas adalah variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahannya atau timbulnya variabel dependen (terikat). Sedangkan variabel terikat adalah variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel bebas. Variabel yang digunakan dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

Variabel Bebas (X): *Intensitas Penggunaan Media Sosial*

Variabel Terikat (Y): *Komunikasi Interpersonal*

3.2 Definisi Operasional Variabel Penelitian

3.2.1 Intensitas Penggunaan Media Sosial

Intensitas penggunaan media sosial adalah perilaku seseorang yang tertarik pada penggunaan media sosial untuk berkomunikasi, dengan memberikan perhatian dan tingkat keseringan mengakses dalam lamanya waktu durasi, sasaran, situasi yang mendukung dan adanya evaluasi pemanfaatan waktu menggunakan media

sosial pada setiap aplikasi seperti *WhatsApp, telegram, Instagram, Tiktok, Zoom, Gmeet, Facebook, twitter, dan line.*

Dalam penelitian ini intensitas penggunaan media sosial akan diukur menggunakan skala intensitas penggunaan media sosial yang terdiri dari 4 aspek intensitas penggunaan media sosial menurut Ajzen (1991) yaitu perhatian, penghayatan, durasi, frekuensi.

3.2.2 Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal merupakan suatu proses pertukaran informasi antara individu dengan individu lain yang ditandai dengan adanya keterbukaan, sikap mendukung, dan sikap positif lainnya baik secara verbal ataupun non verbal. Komunikasi interpersonal dapat diukur menggunakan skala komunikasi interpersonal menurut Devito (1997) agar berjalan dengan efektif komunikasi interpersonal memiliki aspek 5 yaitu; keterbukaan, empati, dukungan (*Supportiveness*), sikap positif (*Positiveness*), kesetaraan (*Equality*).

3.3 Subyek Penelitian

Subyek penelitian ini adalah seluruh remaja yang berdomisili di kota Medan yang menggunakan media sosial. Dengan karakteristik dari subjek dipenelitian ini sebagai berikut:

1. Remaja berusia 12-22 tahun
2. Remaja yang lebih dari 4 kali per hari menggunakan media sosial
3. Remaja yang berdomisili dikota Medan

3.4 Populasi dan Sampel

3.4.1 Populasi

Sugiyono (2018) Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas obyek atau subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. Dari populasi ini maka diambil contoh atau sampel yang diharapkan dapat mewakili populasi. Populasi yang diambil ialah Remaja di kota Medan dengan rentang usia 12-22 tahun berjumlah ±98.825 orang (Badan Pusat Statistik, 2020).

3.4.2 Sampel

Menurut Arikunto (2006) sampel adalah sebagian atau populasi yang diteliti. Sampel juga dapat didefinisikan sebagian anggota populasi yang dipilih dengan menggunakan prosedur tertentu sehingga diharapkan dapat mewakili populasi (Martono, 2010). Dalam penelitian ini, menurut Sugiyono (2010) teknik *purposive sampling* adalah teknik pengambilan sampel dengan menyesuaikan diri berdasarkan kriteria atau tujuan tertentu (disengaja).

Kriteria yang dipakai oleh peneliti adalah:

1. Remaja berusia 12-22 tahun
2. Remaja yang lebih dari 4 kali per hari menggunakan media sosial
3. Remaja yang berdomisili di kota Medan

Menurut Sugiono (2012), sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Apabila populasi besar dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi maka, peneliti harus menggunakan sampel.

Dalam penelitian ini, jumlah sampel yang diambil dihitung dengan rumus sampel Isaac dan Michael. Hal ini didasarkan pada pertimbangan bahwa jumlah populasi relatif besar dan tidak dapat teridentifikasi dengan pasti. Karena jumlah populasi masih dalam ukuran perkiraan dengan jumlah yang tak pasti, maka peneliti menggunakan penentuan populasi dengan menggunakan tabel Isaac dan Michael dengan jumlah populasi tak terhingga (Arikunto, 2006).

Maka jumlah responden berdasarkan tabel Isaac dan Michael (dalam Arikunto, 2006) dengan kesalahan 5% berjumlah 349 orang. Oleh karena itu, responden yang dilibatkan dalam penelitian ini adalah 349 orang remaja yang berdomisili di kota Medan.

TABEL PENENTUAN JUMLAH SAMPEL ISAAC DAN MICHAEL DARI POPULASI TERTENTU DENGAN TARAF KESALAHAN 1%, 5%, DAN 10%

3.5 Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengambilan data dalam penelitian ini adalah metode skala. Azwar (2010) mengemukakan bahwa metode skala dapat menggambarkan aspek kepribadian individu, dapat merefleksikan diri yang biasanya tidak disadari responden yang bersangkutan, responden tidak menyadari arah jawaban ataupun kesimpulan yang diungkapkan pernyataan atau pertanyaan. Skala yang digunakan dalam penelitian ini untuk mengukur persetujuan atau ketidaksetujuan responden untuk setiap pernyataan yang diberikan oleh peneliti adalah skala likert (Cooper dan Schindler, 2011). Dalam penelitian ini skala yang digunakan ada dua yaitu skala intensitas penggunaan media sosial dan skala komunikasi interpersonal.

Tabel 3.1 Kriteria penilaian skala likert

No	Alternatif Jawaban	Skor
1	Sangat Setuju	4
2	Setuju	3
3	Tidak Setuju	2
4	Sangat Tidak Setuju	1

3.5.1 Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial

Pengukuran intensitas penggunaan media sosial menggunakan skala intensitas penggunaan media sosial yang terdiri dari 4 aspek menurut Ajzen (1991) yaitu perhatian, penghayatan, durasi, frekuensi. Alat ukur ini menggunakan skala likert yang dipisahkan menjadi pernyataan favorable dan unfavorable, yaitu Sangat Setuju (S), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS) dengan jawaban favorable bernilai 4,3,2,1 dan jawaban unfavorable bernilai 1,2,3,4. Distribusi skor jawaban responden dapat diuraikan sebagai berikut:

Tabel 3.2 Tabel Distribusi Skor Jawaban Responden Pada Skala likert “Intensitas Penggunaan Media Sosial”

Pilihan Jawaban	Bentuk Pernyataan	
	Favorable	Unfavorable
Sangat Setuju	4	1
Setuju	3	2
Tidak Setuju	2	3
Sangat Tidak Setuju	1	4

3.5.2 Skala Komunikasi Interpersonal

Pengukuran skala komunikasi interpersonal menurut Devito (1997) agar berjalan dengan efektif komunikasi interpersonal memiliki aspek 5 yaitu; keterbukaan, empati, dukungan (*Supportiveness*), sikap positif (*Positiveness*), kesetaraan (*Equality*). Alat ukur ini menggunakan skala likert yang dipisahkan menjadi pernyataan favorable dan unfavorable, yaitu Sangat Setuju (S), Setuju (S), Tidak Setuju (TS), Sangat Tidak Setuju (STS) dengan jawaban favorable bernilai 4,3,2,1 dan jawaban unfavorable bernilai 1,2,3,4.

Tabel 3.3 Tabel Distribusi Skor Jawaban Responden Pada Skala Komunikasi Interpersonal

Pilihan Jawaban	Bentuk Pernyataan	
	Favorable	Unfavorable
Sangat Setuju	4	1
Setuju	3	2
Tidak Setuju	2	3
Sangat Tidak Setuju	1	4

3.6 Pelaksanaan Penelitian

Prosedur pelaksanaan pada penelitian ini dilakukan dalam dua tahap, yaitu sebagai berikut:

3.6.1 Tahap Persiapan Penelitian

Penelitian ini merupakan suatu cara untuk memperoleh, mengembangkan dan menguji kebenaran suatu ilmu pengetahuan. Untuk mendapatkan data yang akurat peneliti membutuhkan suatu ilmu pengetahuan. Untuk mendapatkan data yang akurat peneliti membutuhkan instrument yang tepat sehingga peneliti harus merencanakan dan menyiapkan langkah yang tepat dalam penyusunan instrument penelitian yang akan dipergunakan dalam penelitian.

3.6.2 Pembuatan alat ukur

Penelitian ini menggunakan alat ukur berbentuk skala yang disusun oleh peneliti dengan bantuan dan arahan dari dosen pembimbing. Skala intensitas penggunaan media sosial disusun berdasarkan aspek Ajzen (1991) yaitu perhatian, penghayatan, durasi, frekuensi. Penyusunan skala ini dilakukan dengan membuat *blueprint* dan kemudian dioperasionalkan dalam bentuk item-item pernyataan. Skala intensitas penggunaan media sosial sendiri terdiri atas 24 item. Item-item pernyataan tersebut kemudian disusun menjadi instrument uji coba. Sebaran uji coba skala intensitas penggunaan media sosial tersebut dapat dilihat pada tabel dibawah ini:

Tabel 3.4. Blueprint Uji Coba Skala “Intensitas Penggunaan Media Sosial”

No	Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Total
1.	Perhatian	Ketertarikan individu saat melakukan aktivitas mereka menunjukkan konsentrasi yang tinggi dengan waktu dan tenaga yang tercurah	1, 2, 3	4, 5, 6	6
2.	Penghayatan	Individu suka mempraktekkan dan mudah terpengaruh oleh informasi yang didapat dari media sosial yang	7, 8, 9	10, 11	5

		disimpan menjadi pengetahuan baru bagi individu			
3.	Durasi	Berapa lamanya menghabiskan waktu mengakses media sosial	12, 13, 14	15, 16, 17	6
4.	Frekuensi	Seberapa sering interval, hari minggu, bulan dan tahun.	19, 20, 21, 22	22, 23, 24	7
	Total		13	11	24

Demikian juga dengan skala komunikasi interpersonal yang didasarkan pada aspek-aspek komunikasi interpersonal menurut Devito (1997) yang menyebutkan 5 aspek yaitu; keterbukaan, empati, dukungan (*Supportiveness*), sikap positif (*Positiveness*), kesetaraan (*Equality*) yang terdiri dari 30 item. Item-item pernyataan tersebut kemudian disusun menjadi instrument uji coba. Sebaran uji coba skala komunikasi interpersonal tersebut dapat dilihat pada tabel berikut ini.

Tabel. 3.5 Blueprint Uji Coba Skala “Komunikasi Interpersonal”

No	Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Total
1.	Keterbukaan	Kesediaan seseorang untuk membuka diri dalam berinteraksi dengan lingkungannya	1,2	3,4	4
		Kesediaan seseorang untuk bereaksi secara jujur dalam menanggapi pesan dan perasaan yang diungkapkan secara spontan terhadap orang lain.	5,6	7,8	4
2.	Empati	Memahami pembicaraan yang disampaikan saat berkomunikasi	9,10	11,12	4
		Mampu merasakan pesan dari kejadian peristiwa yang dilihat	13,14	15,16	4
3.	Dukungan	Mampu mengungkapkan dukungan terbaik seperti dorongan dan motivasi saat keadaan lemah	17,18	19,20	4
4.	Sikap positif	Mampu menciptakan sikap dan perasaan positif ketika berinteraksi	21,22	23,24,25	5
5.	Kesetaraan	Mampu memahami dan menerima bahwa perbedaan sama-sama bernilai dan berharga	26,27,28	29,30	5
Total			15	15	30

3.6.2.1. Uji Coba Alat Ukur

Setelah alat ukur disusun, maka tahap selanjutnya adalah melakukan uji coba alat ukur. Uji coba alat ukur dilakukan untuk menguji apakah validitas dan reliabilitas alat ukur yang digunakan dalam penelitian nantinya. Peneliti melakukan uji coba alat ukur pada 9 Agustus 2022 pada remaja di kota Medan yang berusia 12-22 tahun sebanyak 78 orang. Penelitian ini dilakukan peneliti dengan memberikan skala secara *online* dalam bentuk *google form* kepada subjek.

Setelah peneliti melakukan uji coba alat ukur, untuk mengetahui uji validitas peneliti menggunakan syarat menurut Wiratna Sujarweni dimana data dikatakan

valid jika $df = n-2$, $df = 78-2 = 76$ maka *r-tabel* 0,188. Sehingga 0,188 menjadi syarat dalam penggguguran item.

3.6.2.2. Revisi Alat Ukur

Skala psikologi yang telah terkumpul kemudian diperiksa peneliti dari 78 subjek uji coba seluruhnya memenuhi persyaratan dan seluruh skala psikologi terisi lengkap. Peneliti melakukan skoring tiap skala psikologi yang telah terisi kemudian membuat tabulasi untuk dihitung secara statistik untuk mengetahui validitas tiap item dan reliabilitas skala yang dibuat. Berikut adalah tabel distribusi item-item skala penelitian setelah uji coba.

Tabel 3.6 Daftar Sebaran item-item penelitian skala intenistas penggunaan media sosial setelah uji coba.

No	Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Total
1.	Perhatian	Ketertarikan individu saat melakukan aktivitas mereka menunjukkan konsentrasi yang tinggi dengan waktu dan tenaga yang tercurah	1,2,3(2)	4,5,6(3)	3

2.	Penghayatan	Individu suka mempraktekkan dan mudah terpengaruh oleh informasi yang didapat dari media sosial yang disimpan menjadi pengetahuan baru bagi individu	7(4),8(5),9(6)	10(7),11(8)	5
3.	Durasi	Berapa lamanya menghabiskan waktu mengakses media sosial	12(9),13(10),14(11)	15(12),16(13),17(14)	6
4.	Frekuensi	Seberapa sering interval, hari minggu, bulan dan tahun.	18,19(15),20(16),21	22(17),23,24	3
	Total		10	7	24

Tabel 3.7 Daftar Sebarnya item-item penelitian skala komunikasi

asi interpersonal setelah uji coba.

No	Aspek	Indikator	Favorable	Unfavorable	Total
1.	Keterbukaan	Kesediaan seseorang untuk membuka diri dalam berinteraksi dengan lingkungannya	1,2	3,4	4
		Kesediaan seseorang untuk bereaksi secara jujur dalam menanggapi pesan dan perasaan yang	5,6	7,8	4

		diungkapkan secara spontan terhadap orang lain.			
2.	Empati	Memahami pembicaraan yang disampaikan saat berkomunikasi	9,10(9)	11(10),12(11)	3
		Mampu merasakan pesan dari kejadian peristiwa yang dilihat	13(12),14(13)	15(14),16(15)	4
3.	Dukungan	Mampu mengungkapkan dukungan terbaik seperti dorongan dan motivasi saat keadaan lemah	17,18(16)	19(17),20(18)	3
4.	Sikap positif	Mampu menciptakan sikap dan perasaan positif ketika berinteraksi	21(19),22(20)	23(21),24(22),25(23)	5
5.	Kesetaraan	Mampu memahami dan menerima bahwa perbedaan sama-sama bernilai dan berharga	26(24),27(25),28(26)	29(27),30(28)	5
	Total		13	15	28

3.6.3. Waktu dan Tempat

Tempat penelitian ini akan bertempat di kota Medan. Sementara untuk penyebaran skala dalam pengambilan data nantinya akan disebarakan secara online kepada

remaja yang rentang usia 13-22 tahun. Waktu penelitian akan dilaksanakan pada semester genap tahun ajaran 2021/2022.

3.6.4. Validitas dan Realibilitas

3.6.4.1 Validitas

Menurut Sugiyono (2017) Validitas merupakan suatu derajat ketetapan antara data yang terjadi pada objek penelitian dengan data yang mampu dilaporkan oleh penelitian. Oleh sebab itu, data dikatakan valid jika data “tidak berbeda” dengan data yang dilaporkan oleh peneliti dengan data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian. Untuk mengukur valid tidaknya suatu alat ukur maka digunakan pendekatan statistika, yaitu dengan melalui nilai koefisien korelasi skor butir pernyataan dengan skor total butir pernyataan, Setelah peneliti melakukan uji coba alat ukur, untuk mengetahui uji validitas peneliti menggunakan syarat menurut Wiratna Sujarweni dimana data dikatakan valid jika $df = n-2$, $df = 78-2 = 76$ maka r -tabel 0,188. Sehingga 0,188 menjadi syarat dalam penggguguran item.

Validitas yang digunakan dalam penelitian ini adalah *Content Validity*. *Content Validity* yaitu validitas yang dapat dilakukan dengan membandingkan antara isi instrument dengan aspek yang ingin di ukur (Sugiyono, 2017).

3.6.4.2 Realibilitas

Menurut Sugiyono (2017), Uji Reliabilitas dapat dilakukan untuk mengetahui berapa jauh hasil pengukuran tetap konsisten apabila dilakukan pengukuran sebanyak dua kali atau lebih terhadap suatu gejala yang sama dengan menggunakan alat ukur yang sama juga. Untuk mengetahui alat ukur tersebut reliabel atau tidak maka digunakan pendekatan secara statistika dengan melihat koefisien reliabilitasnya.

Dimana bila koefisien reliabilitasnya lebih dari 0,60 maka secara keseluruhan alat ukur tersebut dinyatakan *reliable*.

Dalam penelitian ini untuk menentukan reliabilitas peneliti menggunakan *SPSS for Windows 25* dengan melihat *Alpha Cronbach's* yang ada didalam *SPSS for Windows 25*. Dimana variabel intensitas penggunaan media sosial memiliki nilai *Alpha Cronbach's* sebesar 0,739 dan varibael komunikasi interpersonal memiliki nilai *Alpha Cronbach's* sebesar 0,890.

3.7 Analisis Data

Analisis data dilakukan untuk menguji hipotesis dalam rangka penarikan kesimpulan untuk mendapat tujuan penelitian. Data penelitian ini diolah dan dianalisis menggunakan analisis deskriptif dan statistik inferensial. Analisis deskriptif tujuannya untuk menganalisis data dengan cara mendeskripsikan atau menggambarkan data yang telah terkumpul sebagai adanya (Sugiyono, 2003). Sedangkan, analisis *inferensial* dilakukan dengan menguji hipotesis penelitian. Analisis ini dilakukan agar penelitian nanti memperoleh suatu kesimpulan.

Sesuai dengan tujuan dari penelitian ini adalah ingin mengetahui hubungan intensitas penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal pada remaja di kota Medan, maka analisis data yang digunakan dalam penelitian ini ialah menggunakan uji korelasi *Pearson Product Moment*. Sebelum dilakukan pengujian hipotesis terlebih dahulu dilakukan uji asumsi yakni uji normalitas dan uji linearitas dan dilanjutkan dengan uji hipotesis data.

3.7.1 Uji Asumsi

Uji asumsi yang digunakan dalam penelitian ialah:

a. Uji Normalitas

Uji normalitas dipakai untuk menguji bahwa data sampel yang berasal dari populasi yang terdistribusi secara kurva normal (Rangkuti, 2012). Uji normalitas untuk data kedua variabel diperoleh dari nilai *one- sample Kolmogorov-Smirnov* dengan bantuan SPSS Statistics 25.0 *for window*. Kategori yang digunakan dalam uji normalitas ini adalah jika $p > 0,05$ maka data dikatakan normal dan sebaliknya jika $p < 0,05$ maka sebaran dikatakan tidak normal.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas digunakan untuk mengetahui apakah intensitas penggunaan media sosial memiliki hubungan yang linear dengan data komunikasi interpersonal. Uji linearitas dilakukan dengan menggunakan *Test for linearity* dengan bantuan *SPSS for Windows 25*. Kedua variabel dikatakan berhubungan linear jika $p > 0,05$.

c. Uji Hipotesis

Uji hipotesis, penelitian ini menggunakan korelasi Pearson Product Moment untuk menguji hubungan antara intensitas penggunaan media sosial (variabel X) dengan komunikasi interpersonal (variabel Y). Uji hipotesis tersebut menggunakan rumus signifikan;

Jika Sig $> 0,05$ maka Ho diterima

Jika Sig $< 0,05$ maka Ho Ditolak