

Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Penggunaan Media Sosial Di Kalangan Remaja

Syahrani Devi

STIM Sukma

aen.urel@gmail.com

Abstrak

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan menggunakan Satisfaction Theory. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah komunikasi interpersonal mempengaruhi penggunaan media sosial pada 150 orang remaja. Populasi penelitian ini berjumlah orang yang terdiri dari 60 orang remaja. Metode yang digunakan untuk sampel adalah metode Slovin dengan tingkat signifikansi 10%. Sampel yang ditentukan sebanyak 60 responden. Hasil penelitian ini adalah uji t sebanyak 150 pertanyaan dengan 30 pertanyaan, dengan masing-masing variabel sebanyak 15 pertanyaan. Dari hasil pertanyaan tersebut, 30 jawaban variabel komunikasi interpersonal menjawab “tidak setuju”, sedangkan 150 jawaban variabel penggunaan media sosial menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Facebook mengarah pada interaksi sosial, namun penggunaan media sosial adalah: Instagram menghubungkan Anda ke informasi.

Kata Kunci: Komunikasi Interpersonal, Penggunaan Media sosial, Facebook, Instagram

Pendahuluan

Manusia merupakan makhluk sosial dimana pada diri manusia memiliki tiga gagasan prinsip utama yang berguna untuk menjaga kelangsungan hidup menjadi makhluk sosial. Pertama, secara konsisten melakukan intraksi satu sama lain (human relations). Kedua, manusia adalah pencari informasi, dan ketiga, manusia adalah pengolah informasi. Untuk menerapkan konsep ini dengan benar, manusia harus berkomunikasi satu sama lain seperti yang ditunjukkan oleh Harold Laswell dalam buku Mulyana (2010: 69). Komunikasi dapat digambarkan dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: “Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?” Dengan kata lain, siapa yang menggunakan saluran apa memiliki pengaruh apa? Di era globalisasi ini, di mana saluran komunikasi atau media melihat perkembangan yang sangat penting. Remaja sangat akrab dengan media sosial memiliki ciri-ciri kreativitas, informatif dan produktif di bandingkan generasi remaja sebelumnya, pada remaja generasi milenial ini lebih berteman baik dengan teknologi informasi dan komunikasi, pada kalangan remaja generasi ini, peran teknologi sangat terlibat dalam kehidupannya dan juga mempunyai karakteristik komunikasi yang terbuka, menggunakan media sosial yang fanatik, kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi, serta lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi. Secara lugas dapat dikatakan bahwa kehadiran media sosial berjalan seiring dengan kalangan remaja tetapi semenjak kedatangan media sosial ini remaja sudah beralih yang dulunya mereka berkomunikasi secara langsung dan secara interpersonal sekarang sudah berkomunikasi melewati virtual dengan kehadiran media sosial ini dan semenjak kedatangan media sosial ini menjadi hambatan besar pada seluruh remaja untuk melakukan komunikasi interpersonal dikarenakan mereka sudah beralih menggunakan media sosial menjadi alat mereka berkomunikasi, seperti contoh sebelum kedatangan media sosial

remaja masih sering berkomunikasi secara langsung dan melakukan secara interpersonal baik sesama remaja dan remaja dengan dosen, semenjak kedatangan media sosial komunikasi secara langsung sudah beralih komunikasi secara virtual melalui media sosial tersebut.

Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal (interpersonal communication) merupakan komunikasi tatap muka antar manusia, yang memungkinkan setiap peserta secara langsung menangkap respon verbal dan non verbal orang lain (Mulyana, 2008: 73). Komunikasi interpersonal mengacu pada komunikasi di dalam diri sendiri, pada manusia, sumber komunikasi, pesan, saluran penerimaan dan umpan balik, dan komponen komunikasi lainnya dalam komunikasi interpersonal, hanya satu orang yang berpartisipasi. Pesan dimulai dan diakhiri pada individu.

Media Sosial

Dalam buku hariannya "Exploring Social Responsibility through Social Media" (2011), Sourav Gupta mengemukakan bahwa media sosial adalah media intraksi sosial yang menggunakan strategi komunikasi yang terukur dan mudah diterapkan. Teknologi pemanfaatan dan portabilitas media berbasis internet mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif. Pada saat yang sama, Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (2010) mendeskripsikan media sosial sebagai "kumpulan aplikasi Internet berdasarkan ideologi dan teknologi Web 2.0. Fitur-fitur ini memungkinkan pengguna untuk membuat dan bertukar konten di antara mereka".

Facebook

Facebook merupakan salah satu cara berkomunikasi melalui internet yang dapat menghubungi keluarga, kerabat dan teman yang sudah lama tidak kita jumpai. Facebook didirikan pada 4 Februari 2004 oleh lulusan Universitas Harvard dan mantan mahasiswa Ardsley Mark Zuckerberg. pada 4 Februari 2004. (Kurniali, 2009: 2).

Instagram

Instagram adalah jaringan media sosial yang dapat digunakan melalui iOS, Android, BB, dan Windows Phone. Instagram dibuka pada Oktober 2010 (Bambang, 2012: 3). Berkat kemudahan dan kecepatan berbagi foto serta beberapa filter retro yang menarik, Instagram menjadi sangat populer di kalangan anak muda. Instagram memberikan cara baru untuk berkomunikasi di jejaring sosial melalui foto. Konsep jejaring sosial yang diikuti dengan ketat (seperti foto, tagar, dan peluang untuk mendapatkan popularitas) bahkan membuatnya gila (Bambang, 2012: 2).

Metodologi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Jalan SM. Raja No. 05 Kec. Medan Amplas. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Dalam penelitian ini menggunakan pengukuran data kuantitatif dan statistik berdasarkan objek perhitungan ilmiah yang berasal dari sampel yang digunakan dan jawaban yang di peroleh dari angket yang di berikan. Populasi dalam penelitian ini berjumlah 150 orang remaja. Dimana teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan teknik aksidental. Maka sampel dalam penelitian ini berjumlah

60 orang remaja. Adapun teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan analisis regresi linear berganda, uji t, uji f dan uji koefisien determinasi.

Hasil Penelitian dan Pembahasan

Dalam kuesioner ini mendapatkan nilai 62,6% dari 47 orang yang memilih tidak setuju dari 60 orang keseluruhan sampel. Pertanyaan ketiga ialah menurut anda selama menggunakan Facebook dalam kehidupan anda, apakah anda merasa terhambat melakukan komunikasi interpersonal? Dalam kuesioner ini mendapatkan nilai 65,9% dari 35 orang yang memilih tidak setuju dari 60 orang keseluruhan sampel. Pertanyaan keempat ialah apakah semenjak anda menggunakan Facebook, anda merasa tidak melakukan komunikasi secara langsung? Dalam kuesioner ini mendapatkan nilai 63,7% dari 58 orang yang memilih tidak setuju dari 60 keseluruhan sampel. Berdasarkan hasil nilai 47 tersebut bahwa hipotesis nihil (H_0) tidak ada pengaruh yang signifikan antara komunikasi interpersonal terhadap penggunaan media sosial di kalangan remaja. Di sebabkan dari empat kuesioner ini sampel memilih tidak setuju. Dari hasil penelitian yang telah dihitung dalam penggunaan media sosial Facebook dan Instagram, peneliti menggunakan indikator penggunaan motif yang di kemukakan oleh McQuail yaitu Motif Informasi, Identitas Personal, Motif Intraksi sosial dan Motif Hiburan. Dalam kuesioner penelitian penggunaan media sosial Facebook dari motif informasi mendapatkan nilai 54,9% dengan 37 orang yang memilih setuju dari 60 orang keseluruhan sampel. Dari motif Identitas Personal mendapatkan nilai 67% dengan 44 orang yang memilih tidak setuju dari 60 orang keseluruhan sampel. Dari motif Intraksi sosial mendapat nilai 70,3% dengan 55 orang yang memilih setuju dari 60 orang keseluruhan sampel. Dari motif Hiburan mendapatkan nilai 67% dengan 47 orang yang memilih setuju dari 60 orang keseluruhan sampel. Berdasarkan data yang di peroleh maka dapat di simpulkan bahwa indikator yang di gunakan termasuk kategori kuat. Penggunaan media sosial Instagram dengan menggunakan indikator yang sama seperti penggunaan media sosial Facebook, Motif informasi mendapatkan nilai 76,9% dengan 56 orang yang memilih setuju dari 60 orang keseluruhan sampel. Dari motif Identitas Personal mendapatkan nilai 59,3% dengan 54 orang yang memilih setuju dari 60 orang keseluruhan sampel. Dari motif Interaksi Sosial mendapatkan nilai 75,8% dari 58 orang yang memilih setuju dari 60 orang keseluruhan sampel. Dari motif hiburan mendapatkan nilai 74,7% dari 56 orang yang memilih setuju dari 60 orang. Berdasarkan data yang di peroleh maka dapat di simpulkan bahwa indikator yang di gunakan termasuk kategori sangat kuat. indikator yang terdapat dalam intensitas pengaruh penggunaan tiktok yaitu berdasarkan data yang diperoleh nilai rata-rata representase sebesar 64,9%. Berdasarkan skor interpretasi menurut Arikunto, dapat disimpulkan bahwa indikator yang terdapat dalam penggunaan tiktok termasuk kategori yang sangat kuat. Hasil analisis dari penelitian ni telah menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara komunikasi interpersonal terhadap penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi di kalangan remaja . Dan dari segi penggunaan media sosial di kalangan remaja melalui indikator motif penggunaan yang di kemukakan oleh McQuail. Penggunaan media sosial Facebook tersebut menonjol ke arah motif interaksi sosial sebanyak 57 orang dari keseluruhan sampel. Sedangkan motif penggunaan media sosial Instagram tersebut menonjol ke arah motif informasi sebanyak 60 orang dari keseluruhan sampel.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya serta pembahasan mengenai Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Penggunaan Media Sosial di Kalangan Remaja dapat

disimpulkan : Setelah diuji menunjukkan hipotesis nihil (Ho) tidak ada pengaruh yang signifikan anatra komunikasi interpersonal terhadap penggunaan media sosial di kalangan Remaja. Di sebabkan dari empat kuesioner ini sampel memilih tidak setuju. Tetapi dari indikator motif penggunaan media sosial Facebook dan Instagram di kalangan remaja menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Facebook dipergunakan untuk motif interaksi sosial dan motif penggunaan media sosial Instagram di pergunakan untuk motif informasi.

Daftar Pustaka

- Abrar, Ana Nadya. 2003. *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: LESFI.
- Ardianto, Elvinaro. 2011. *Komunikasi 2.0 Teoritis dan Implikasi*. Yogyakarta: ASPIKOM
- Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbosa Rekatama
- Arikunto, S. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Atmoko Dwi, Bambang. 2012. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Darmawan, D. 2009. *Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakarya
- Rosdakaya Effendy, Uchjana Onong. 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Febrian, Jack. 2005. *Menggunakan Internet*. Bandung: Informatika. Hamidati, Anis, dkk. 2011. *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo
- Kurniali, Sartika. 2009. *Step by Step Facebook*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo
- Littlejhon, S. W., & Foss, K. A. 2009. *Teori Komunikasi Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja. Rosdakarya.
- Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- McQuail, D. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika. Purwandi I. dkk, 2016.
- Indonesia 2020: The Urban Middle Class Millenials. Alvara Research Center Rusman, dkk. 2011. *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan 85 Komunikasi: Mengembangkan Profesionalisme Guru*. Jakarta: Rajawali Pers. PT. Raja Grafindo Persada.
- Sujarweni. V.Wiratna., *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta, PT Pustaka Baru, 2014.