

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
POLA KOMUNIKASI INTERPERSONAL SISWA SMK MUHAMMADIYAH
5 PURWANTORO TAHUN AJARAN 2023/2024**

SKRIPSI



Oleh :

Diana Diah Sutrisni

NIM. 302200098

Pembimbing:

Mayrina Eka Prasetyo Budi, M.Psi.

NIP. 198304112018012001

**JURUSAN KOMUNIKASI DAN PENYIARAN ISLAM
FAKULTAS USHULUDDIN ADAB DAN DAKWAH
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO**

P O N O R O G O

2024

ABSTRAK

Sutrisni, Diana Diah, 2024. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwantoro Tahun Ajaran 2023/2024. Pembimbing Mayrina Eka Prasetyo Budi, M.Psi.

Kata Kunci : Instagram, Komunikasi Interpersonal, Siswa.

Media sosial mengalami peningkatan penggunaan dikalangan siswa fenomena ini berpengaruh terhadap perubahan pola berkomunikasi secara interpersonal saat ini. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui adakah pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal dan seberapa besar pengaruhnya. Teori dalam penelitian ini adalah teori *uses and gratifications* yang mengasumsikan bahwa pengguna memiliki pilihan alternatif untuk memuaskan kebutuhannya, pengguna media bebas memilih untuk memutuskan bagaimana media itu digunakan serta bagaimana dampak dari media tersebut.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan pendekatan kuantitatif. Metode penelitian ini menggunakan kuantitatif eksplanatif dengan teknik pengumpulan data kuesioner dan dokumentasi. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa kelas X SMK Muhammadiyah 5 Purwantoro tahun ajaran 2023/2024 yang berjumlah 262 populasi dan sampel yang digunakan adalah 73 responden dengan menggunakan teknik *sampel random sampling*. Analisis data yang digunakan adalah uji asumsi, regresi linier sederhana serta uji hipotesis.

Hasil dari penelitian: pertama diperoleh data yakni $t_{hitung}(18,466) > t_{tabel}(1,996)$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perolehan hasil didapatkan menyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima hal tersebut diartikan terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwantoro tahun ajaran 2023/2024. Kedua, Pengaruh signifikansi penggunaan media sosial instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal dari perhitungan koefisien determinasi sebesar 84,64% sedangkan sisanya sebesar 15,36% dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti.



PERNYATAAN KEASLIAN TULISAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Diana Diah Sutrisni

NIM 302200098

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Fakultas : Ushuluddin, Adab, dan Dakwah

Dengan ini menyatakan dengan sebenarnya bahwa skripsi saya dengan judul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pola Komunikasi Interpersonal Siswa Smk Muhammadiyah 5 Purwantoro Tahun Ajaran 2023/2024” merupakan hasil karya saya sendiri, bukan pengambilan alihan tulisan atau pikiran orang lain yang saya akui sebagai hasil tulisan atau pikiran saya sendiri.

Apabila dikemudian terbukti atau dapat dibuktikan skripsi ini hasil plagiat, maka saya bersedia menerima sanksi atas perbuatan tersebut.

Ponorogo, 28 Maret 2024

Yang Membuat Pernyataan



Diana Diah Sutrisni

NIM. 302200098

NOTA PEMBIMBING

Hal : Persetujuan Monaqosah Skripsi
Kepala : Yth. Bapak Dekan Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah
IAIN Ponorogo

Assalamu'alaikum wr.wb

Setelah secara cermat kami baca/teliti kembali dan setelah diadakan perbaikan/penyempurnaan sesuai petunjuk dana rah kami, bahwa kami berpendapat bahwa skripsi saudara/i:

Nama : Diana Diah Sutrisni

NIM 302200098

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

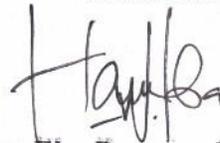
Judul : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pola Komunikasi Interpersonal Siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwantoro Tahun Ajaran 2023/2024

Telah memenuhi syarat untuk diajukan dalam sidang munaqosah skripsi Fakultas Ushuluddin Adab dan Dakwah IAIN Ponorogo untuk itu, kami ikut mengharap agar dimunaqosahkan.

Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Wassalamu'alaikum wr.wb

Pembimbing:



Mayrina Eka Prasetyo Budi, M.Psi

NIP. 198304112018012001

LEMBARAN PERSETUJUAN

Skripsi atas nama saudara:

Nama : Diana Diah Sutrisni

NIM : 302200098

Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Judul : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pola Komunikasi Interpersonal Siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwantoro Tahun Ajaran 2023/2024

Telah diperiksa dan disetujui untuk diuji dalam sidang munaqosah.

Ponorogo, 28 Maret 2024

Mengetahui,

Ketua Jurusan



Kayna Fitri Ajhuri, M.A

NIP. 198306072015031004

Menyetujui,

Pembimbing

Mayrina Eka Prasetyo Budi, M.Psi

NIP. 198304112018012001



KEMENTERIAN AGAMA RI
INSTITUTE AGAMA ISLAM NEGERI (IAIN) PONOROGO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB, DAN DAKWAH
PENGESAHAN

Nam : Diana Diah Sutrisni
NIM : 302200098
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Judul : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwantoro Tahun Ajaran 2023/2024

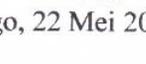
Skripsi ini telah dipertahankan pada sidang Munaqosah Fakultas Ushuluddin, Adab, Dakwah Institute Agama Islam Negeri (IAIN) Ponorogo pada:

Hari : Kamis
Tanggal : 2 Mei 2024

Dan telah diterima sebagai bagian persyaratan untuk memperoleh gelar sarjana dalam Komunikasi dan Penyiaran Islam (S.Sos) pada:

Hari : Senin
Tanggal : 27 Mei 2024

Tim Penguji :

1. Ketua Sidang : Muhammad Nurdin, M. Ag. ()
2. Penguji : Fendi Krisna Rusdiana. M. Psi. ()
3. Sekretaris : Mayrina Eka Prasetyo Budi, M.Psi. ()

Ponorogo, 22 Mei 2024

Mengesahkan
Dekan.

Dr. H. Ahmad Munir, M.Ag
NIP. 196806161998031002





**KEMENTERIAN AGAMA REPUBLIK INDONESIA
INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI PONOROGO
FAKULTAS USHULUDDIN, ADAB DAN DAKWAH**

Alamat: Jl. Puspita Jaya Desa Pintu Jenangan Ponorogo 63492
Website: <http://fuad.iainponorogo.ac.id> E-mail: fuad@iainponorogo.ac.id

SURAT PERSETUJUAN PUBLIKASI

Saya yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Diana Diah Sutrisni
NIM : 302200098
Jurusan : Komunikasi dan Penyiaran Islam
Fakultas : Ushuluddin Adab dan Dakwah
Judul : Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Pola Komunikasi Interpersonal Siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwantoro Tahun Ajaran 2023/2024

Menyatakan bahwa naskah skripsi telah diperiksa oleh dosen pembimbing. Selanjutnya saya bersedia naskah tersebut dipublikasikan oleh perpustakaan IAIN Ponorogo yang dapat diakses etheses.iainponorogo.ac.id adapun isi dari keseluruhan tulisan tersebut menjadi tanggungjawab penulis.

Ponorogo, 22 Mei 2024

Diana Diah Sutrisni

NIM. 301200098

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Awalnya manusia hanya bisa berkomunikasi secara langsung atau bertatap muka ketika berinteraksi satu sama lain. Namun seiring berkembangnya zaman, teknologi semakin hari semakin berkembang pesat menciptakan inovasi baru bagi masyarakat. Salah satu hasil yang dikembangkan oleh teknologi hingga berkembang pesat yaitu media sosial. Teknologi media sosial bukan hal yang baru lagi bagi masyarakat modern saat ini, hingga tanpa disadari kehadirannya menjadi bagian hidup manusia. Media sosial adalah wadah dimana berfokus pada kehadiran pengguna dan memfasilitasi interaksi, media sosial juga dapat digambarkan sebagai hubungan antar para pengguna sebagai hubungan sosial. Teknologi telah membuat komunikasi menjadi lebih mudah, seperti yang terlihat dari maraknya komunikasi virtual yang mendorong kemajuan teknologi. Platform media sosial mulai muncul di awal tahun 2000-an dengan tujuan membantu orang untuk berinteraksi satu sama lain dengan cara yang cepat dan mudah.

Tujuan awal media sosial adalah untuk mempermudah manusia berkomunikasi. Keberadaannya telah sangat memudahkan komunikasi manusia, khususnya komunikasi interpersonal. Pengguna media sosial mengungkapkan kekhawatirannya mengenai komunikasi interpersonal karena dengan adanya media sosial akan membuat ketergantungan untuk melakukan hubungan komunikasi interpersonal dapat dilakukan hanya dengan menggunakan gadget. Media sosial telah banyak mengalami perubahan. Karena tersedianya media sosial, komunikasi interpersonal kini dapat dilakukan baik secara face to face maupun melalui penggunaan media sosial. media sosial saat ini telah mengubah paradigma masyarakat dan gaya komunikasi.

Menurut penelitian Flourensia, 98% remaja menggunakan media sosial, dan 89% di antaranya menggunakannya lebih dari tiga hingga enam jam per hari.¹ Remaja yang menggunakan media sosial dan komunikasi tatap muka secara bersamaan mempunyai konsekuensi yang signifikan. Selain itu, remaja yang tidak menggunakan media sosial seharian merasa kehilangan sesuatu. Ada dampak positif dan negatif dari hal ini. Remaja yang menggunakan media sosial untuk berinteraksi satu sama lain dapat meningkatkan ikatan satu sama lain dan mendapatkan banyak kenalan baru karena memungkinkan mereka terhubung kapan saja dan di mana saja namun selain dampak positif, penggunaan media sosial juga membawa pengaruh negatif dimana remaja yang terlalu banyak menggunakan media sosial menjadi malas dan jarang berinteraksi langsung dengan orang lain, sehingga dapat berpotensi pada berkembangnya perilaku antisosial.

Salah satu media sosial yang banyak digunakan di dunia terutama di Indonesia adalah Instagram. Platform media sosial Instagram memungkinkan pengguna untuk mempublikasikan gambar dan video. Mempertimbangkan Instagram, yang memulai debutnya pada tahun 2011, terus menjadi platform media sosial yang populer di kalangan remaja. Instagram terus berinovasi untuk memperluas fitur-fiturnya dan meningkatkan jumlah suka sambil bersaing dengan kebangkitan platform media sosial lainnya. *Dashboard, reels, shop, live group*, dan banyak lagi fungsi lainnya tersedia selain untuk berbagi gambar, *video, live, direct message*, dan *story*. Fitur pada Instagram dapat dimanfaatkan untuk memperkuat hubungan sosial pengguna selain berfungsi sebagai saluran komunikasi dan pertukaran informasi. Pengguna Instagram dapat mengikuti pengguna lain di platform media sosial (Following), mencari pengguna Instagram lain, atau memiliki pengikut di akunnya sendiri (Follower). Dengan menyukai dan mengomentari setiap gambar yang dikirimkan pengguna lain, Anda dapat membina

¹ Sharon Fuhrensia Wersemetawar, Flourensia Sapty Rahayu, Limia Kristiani, "Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Sosial Remaja Di Kabupaten Sleman, Yogyakarta," *Inovasi Teknologi* 2018 (2019) 45.

komunikasi antar pengguna Instagram lainnya.²

Berdasarkan data statistik dari We Are Social pada Juli 2023, jumlah pengguna Instagram global mencapai 1,6 miliar. Salah satu negara dengan pengguna Instagram terbanyak yakni Indonesia yang mendapatkan urutan ke-4 di dunia dengan jumlah pengguna Instagram terbanyak di dunia dengan jumlah sekitar 103,3 juta pengguna.³ Penggunaan media sosial membuat pengguna lebih memilih komunikasi bermedia daripada komunikasi langsung. Dan dengan fasilitas yang di sediakan oleh Instagram seperti fitur *Direct Message* dan fitur lainnya yang memungkinkan pengguna berkomunikasi dengan mudah satu sama lain dengan mengirim pesan, *phone call*, dan *video call* kapan saja dan di mana saja. Penggunaan media sosial oleh pengguna tentu saja berdampak pada cara mereka melakukan komunikasi, dan mereka menghindari atau mengurangi interaksi dan percakapan tatap muka.

Dengan banyaknya pengguna Instagram memberikan perubahan-perubahan terhadap pola komunikasi. Oleh sebab itu, pola komunikasi adalah pertukaran informasi antara komunikator dan komunikan dengan cara yang dapat dimengerti oleh kedua pihak. Dalam komunikasi terdapat lima poin utama yaitu komunikan, komunikator, pesan, media, juga dampak. Frekuensi, intensitas, dan lamanya akses media merupakan tiga faktor yang dapat digunakan untuk menilai bagaimana individu memanfaatkan media. Konten media, atau pemilihan media yang tepat untuk komunikasi yang efisien, adalah hal terakhir, diikuti oleh interaksi media dengan kepentingan pengguna atau individu di media sosial. Dalam menurut Saifudin Azwar unsur-unsur seperti Pengalaman pribadi, budaya, orang lain yang di anggap penting, media sosial, lembaga pendidikan dan keagamaan, serta unsur

² Laela Suhartanti, "Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Narcissistic Personality Disorder Pada Pengguna Instagram Di SMA N 1 Seyegan," *Bimbingan Dan Konseling* vol 8 (2015) 185.

³ Cindy Mutia Annur, "Indonesia Masuk 5 Besar Negara Dengan Pengguna Instagram Terbanyak Di Dunia," *Databoks.Katadata.Co.Id*, diakses 11 Februari 2024, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/11/01/indonesia-masuk-5-besar-negara-dengan-pengguna-instagram-terbanyak-di-dunia>.

emosi diri individu, semuanya berperan dalam pembentukan sikap.⁴

Badan Pusat Statistik (BPS) menjelaskan bahwa 59,33% siswa menggunakan internet. Menurut jenjang pendidikan, meningkatnya penggunaan internet terjadi pada semua jenjang pendidikan yakni SD yang mengakses internet sebanyak 35,97%, SMP/Sederajat 73,4% sedangkan SMK/ sederajat 91,01%, dan perguruan tinggi 95,3%.⁵ Dari data tersebut menunjukkan terjadinya perubahan yang signifikan terhadap penggunaan media sosial dari bangku SMP ke bangku SMK, dimana semakin tingginya penggunaan internet ketika menjadi siswa SMK dibandingkan saat sedang duduk di bangku SMP.

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Annisa Nabilah Rahmah tentang pengaruh intensitas penggunaan Instagram terhadap komunikasi antar pribadi siswa SMK Islamiyah Serua menjelaskan bahwa ada pengaruh intensitas penggunaan Instagram terhadap komunikasi antarpribadi siswa SMK Islamiyah Serua secara signifikan dengan arah negatif. Nilai korelasi $-0,445$ dengan nilai signifikansi $0,001$ ($p < 0,05$) Hal ini menunjukkan semakin tinggi intensitas penggunaan Instagram, maka akan semakin rendah komunikasi antarpribadi siswa. Perolehan nilai koefisien determinasi $0,183$ artinya intensitas penggunaan Instagram berpengaruh sebesar $18,3\%$ terhadap komunikasi antarpribadi siswa.⁶

Setelah peneliti melakukan wawancara sebagai survei awal dengan empat orang siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwantoro, Ketika disekolah mereka diberikan kesempatan untuk mengoperasikan gadget saat istirahat. Saat di beri kesempatan membuka gadget mereka akan mengakses media sosial Instagram dan tidak hanya ketika di sekolah mereka juga mengakses media sosial Instagram ketika

⁴ Syaiful Bahri Djamarah, *Pola Komunikasi Orang Tua & Anak Dalam Keluarga: Sebuah Perspektif Pendidikan Islam* (Jakarta: Rineka Cipta, 2004) .

⁵ Dwi Hadya Jayani, "Penggunaan Internet Di Kalangan Siswa Sekolah Semakin Meningkat," *Databoks.Katadata.Co.Id*, 11 Februari 2024, <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/03/tren-siswa-sekolah-menggunakan-internet-semakin-meningkat>.

⁶ Annisa Nabilah Rahmah, "Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Komunikasi Antarpribadi Siswa SMK Islamiyah Serua," (Jakarta: UIN Syarif Hidayatullah Jakarta, 2023).

memiliki waktu luang. awalnya mereka menggunakan media sosial instagram sebagai media hiburan untuk melepas penat ketika banyak tugas dari sekolah namun seiring berjalannya waktu ternyata mereka juga tertarik menggunakan media sosial instagram sebagai media komunikasi yang mana semakin hari mereka semakin lebih memilih menggunakan instagram sebagai media komunikasi ketimbang berkomunikasi secara langsung. Mereka juga menjelaskan lebih memilih instagram untuk komunikasi dari pada komunikasi secara langsung karena dengan menggunakan media sosial mereka bisa mendapatkan relasi yang lebih luas walaupun tidak dalam satu tempat yang sama. Dan mereka juga menuturkan bahwa lebih percaya diri untuk mengungkapkan sesuatu ketika berkomunikasi di instagram ketimbang berkomunikasi secara langsung.⁷ Secara tidak langsung apa yang mereka lakukan memberikan perubahan pola komunikasi interpersonal tanpa disadari. Alasan peneliti tertarik melakukan penelitian ini diantaranya berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti yang menunjukkan bahwa memungkinkan untuk dilakukan penelitian guna mengungkap dan membuktikan adanya pengaruh antara media sosial Instagram dan pola komunikasi interpersonal kepada siswa SMK Muhammadiyah 5 purwanto.

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwanto Tahun Ajaran 2023/2024.”

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka dapat dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Adakah pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwanto tahun ajaran 2023/2024?

⁷ Wawancara pra penelitian, tanggal 30 Januari 2024 di SMK Muhammadiyah 5 Purwanto.

2. Seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwantoro tahun ajaran 2023/2024?

C. Tujuan Penelitian

Dari rumusan masalah diatas peneliti menetapkan bahwa penelitian ini bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwantoro tahun ajaran 2023/2024.
2. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwantoro tahun ajaran 2023/2024.

D. Kegunaan Penelitian

1. Kegunaan Teoritis

Diharapkan penelitian ini dapat membantu dan memberi masukan pada peneliti selanjutnya berupa:

- a. Menambah pengembangan ilmu khususnya ilmu komunikasi interpersonal.
- b. Dapat digunakan sebagai bahan referensi para peneliti selanjutnya yang akan penelitian serupa atau pengembangan variabel yang telah diteliti.

2. Kegunaan praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat praktis:

- a. Bagi mahasiswa yang membutuhkan rujukan dan bagi masyarakat yang membutuhkan informasi yang berhubungan dengan komunikasi, khususnya penggunaan media sosial dan komunikasi interpersonal..
- b. Bagi penulis adalah untuk dapat mengetahui pengaruh penggunaan media sosial terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal pada mahasiswa.

- c. Bagi pihak lain dapat bermanfaat untuk menambah wawasan dalam memecahkan suatu masalah baik, bagi para peneliti maupun orang-orang atau instansi yang menerapkan hasil.

E. Sistematika Pembahasan

Dalam sistematika pembahasan, peneliti akan menggambarkan alur bahasan yang relevan mengenai penelitian yang akan ditulis. Pembahasan dalam penelitian ini akan dibagi menjadi lima bab. Pada bagian awal sebelum bab pertama, peneliti akan mencantumkan cover atau halaman judul, lembar persetujuan pembimbing, halaman pengesahan, motto, abstrak, kata pengantar, dan daftar isi pada bagian akhirnya.

BAB I : PENDAHULUAN

Dalam bab ini penulis memaparkan tentang pendahuluan sebagai pengantar skripsi yang akan dibahas, mulai dari latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, kegunaan penelitian dan sistematis pembahasan.

BAB II : LANDASAN TEORI

Dalam bab ini memaparkan kajian terdahulu, teori dan konsep yang sesuai dengan rumusan masalah dengan teori media sosial, teori instagram, teori komunikasi interpersonal dan teori *Uses and Gratifications*.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berupa pemaparan data umum yakni deskripsi rancangan penelitian, variabel penelitian, definisi operasional, instrumen penelitian, lokasi penelitian, populasi penelitian, sampel penelitian, tahap-tahap penelitian, dan analisis data yang berupa pemaparan data penelitian. Dengan menyajikan sebuah data yang sesuai dengan rumusan masalah yang ada.

BAB IV Hasil Penelitian:

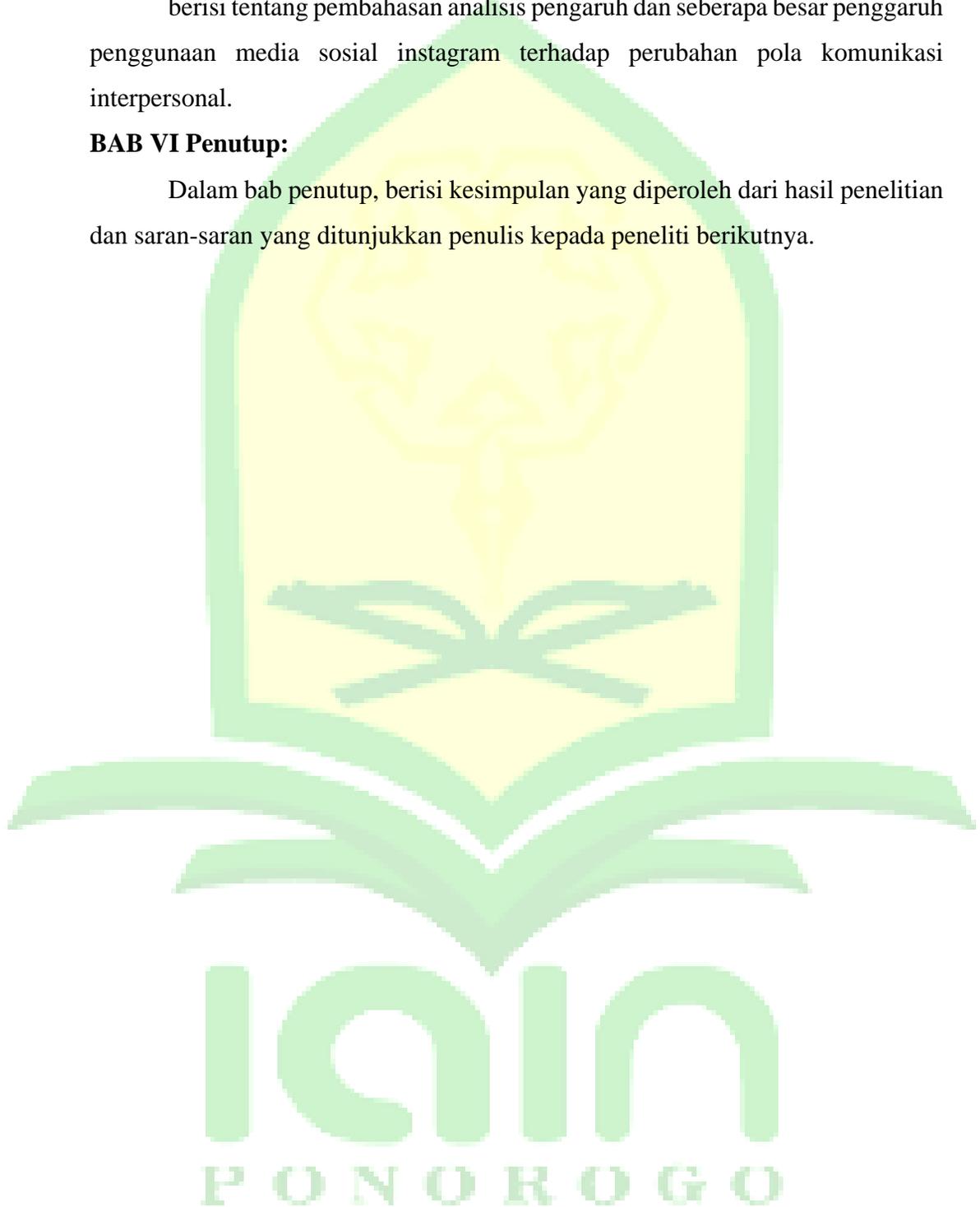
pada bagian ini mendeskripsikan tentang hasil penelitian yang meliputi hasil uji asumsi, hasil uji analisis regresi linier sederhana, dan hasil uji hipotesis.

BAB V Pembahasan:

berisi tentang pembahasan analisis pengaruh dan seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal.

BAB VI Penutup:

Dalam bab penutup, berisi kesimpulan yang diperoleh dari hasil penelitian dan saran-saran yang ditunjukkan penulis kepada peneliti berikutnya.



BAB II LANDASAN TEORI

A. Kajian Terdahulu

Telaah penelitian terdahulu merupakan upaya peneliti untuk memperoleh bahan referensi atau bahan pembandingan serta sebagai sumber inspirasi baru bagi penelitian ini. Berikut ini adalah beberapa temuan dari penelitian sebelumnya yang berkaitan dengan topik ini:

Pertama, Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Komunikasi Interpersonal Pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan Tahun 2020 IAIN Ponorogo. Skripsi yang disusun oleh Wanda Lestari Ningsih mahasiswa jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, IAIN Ponorogo. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui adakah pengaruh penggunaan media sosial terhadap efektivitas komunikasi interpersonal dan seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial terhadap efektivitas komunikasi interpersonal pada mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam angkatan 2020 IAIN Ponorogo. Dari hasil dari analisis data yang ditemukan menunjukkan bahwa: Pertama, Penelitian tentang Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Komunikasi Interpersonal Pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam Angkatan Tahun 2020 IAIN Ponorogo. Hasil yang diperoleh melalui proses pengolahan data yakni $t_{hitung} (3,867) > t_{tabel} (1,671)$. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perolehan hasil didapatkan menyatakan H_0 ditolak dan H_a diterima. Kedua, Berdasarkan perhitungan data perhitungan. didapatkan melalui output SPSS bahwa nilai koefisien determinasi sebesar 0,590. Hal ini menunjukkan bahwa hubungan penggunaan media sosial (X) dengan efektivitas komunikasi interpersonal (Y) kuat positif. Arti positif disini adalah hubungan antara variabel X dan Y searah.⁸ Persamaan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama-sama

⁸ Wanda Lestari Ningsih, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas

meneliti mengenai komunikasi interpersonal. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian yang dilakukan Wanda Lestari Ningsih adalah variabel terikat (Y), jika penelitian Wanda Lestari Ningsih variabel terikatnya (Y) adalah efektivitas komunikasi interpersonal sedangkan peneliti menggunakan variabel terikat (Y) pola komunikasi interpersonal.

Kedua, Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Komunikasi Antarpribadi Siswa SMK Islamiyah Serua. Skripsi yang disusun oleh Annisa Nabilah Rahmah, Mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam, UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan Instagram terhadap komunikasi antarpribadi siswa SMK Islamiyah Serua. Dari hasil penelitian menunjukkan ada pengaruh intensitas penggunaan Instagram terhadap komunikasi antarpribadi siswa SMK Islamiyah Serua secara signifikan dengan arah negatif. Nilai korelasi $-0,445$ dengan nilai signifikansi $0,001$ ($p < 0,05$) Hal ini menunjukkan semakin tinggi intensitas penggunaan Instagram, maka akan semakin rendah komunikasi antarpribadi siswa. Perolehan nilai koefisien determinasi $0,183$ artinya intensitas penggunaan Instagram berpengaruh sebesar $18,3\%$ terhadap komunikasi antarpribadi siswa.⁹ Persamaan penelitian yang dilakukan peneliti adalah sama-sama ingin mengetahui mengenai pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap komunikasi interpersonal. Perbedaan penelitian yang dilakukan oleh peneliti dengan penelitian yang dilakukan Annisa Nabilah Rahmah adalah pada tujuan penelitian.

Tujuan penelitian Annisa Nabilah Rahmah adalah untuk mengetahui bagaimana intensitas penggunaan Instagram siswa SMK Islamiyah Serua. Juga untuk mengetahui bagaimana komunikasi antarpribadi siswa SMK Islamiyah dengan orang tua. Dan untuk menjelaskan pengaruh intensitas penggunaan

Komunikasi Interpersonal Pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan Tahun 2020 Iain Ponorogo,” 2.

⁹ Annisa Nabilah Rahmah, “Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Komunikasi Antarpribadi Siswa SMK Islamiyah Serua,” 2.

Instagram terhadap komunikasi antarpribadi siswa SMK Islamiyah dengan orang tua. Sedangkan tujuan penelitian dari peneliti adalah untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwantoro tahun ajaran 2023/2024. Dan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwantoro tahun ajaran 2023/2024.

Ketiga, Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja Di Sidoarjo. Skripsi yang disusun Syafa Tasya Arliesya Ardiansyah mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sunan Ampel Surabaya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui dan menjelaskan pengaruh Media Sosial Instagram terhadap perubahan Pola Komunikasi Interpersonal remaja di Sidoarjo. Juga untuk mengetahui dan menjelaskan tingkat pengaruh Media Sosial Instagram terhadap perubahan Pola Komunikasi Interpersonal remaja di Sidoarjo. Dari hasil pengujian yang mendapatkan nilai 0,768 dimana jauh lebih besar dari nilai r tabel 100 responden dengan taraf signifikan 10% yakni 0,256. Lewat pengujian tersebut dapat diartikan bahwa tingkat hubungan antara Variabel X dan Variabel Y mempunyai signifikansi yang kuat serta hipotesis kerja (H_a) diterima sedangkan hipotesis nihil (H_0) ditolak atau disimpulkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal remaja di Sidoarjo. Melihat hasil perhitungan koefisien korelasi sebesar 0,768, maka sesuai dengan tabel koefisien korelasi, dapat disimpulkan bahwa pengaruh media sosial Instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal remaja di Sidoarjo kuat.¹⁰ Persamaan penelitian yang dilakukan penelitian Syafa Tasya Arliesya Ardiansyah dan peneliti adalah sama-sama meneliti mengenai pengaruh penggunaan media

¹⁰ Syafa Tasya Arliesya Ardiansyah, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja Di Sidoarjo," 2.

sosial instagram terhadap perubahan komunikasi interpersonal. Sedangkan perbedaan Syafa Tasya Arliesya Ardiansyah dan peneliti adalah tujuan penelitian.

Tujuan Syafa Tasya Arliesya Ardiansyah untuk mengetahui dan menjelaskan Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja di Sidoarjo. Untuk mengetahui dan menjelaskan tingkat Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja di Sidoarjo.

Sedangkan tujuan penelitian ini Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwantoro tahun ajaran 2023/2024. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwantoro tahun ajaran 2023/2024.

Keempat, Pengaruh Situs Jejaring Sosial Facebook Terhadap Pola Komunikasi Interpersonal “Studi Kasus MAN 2 Serang.” Skripsi yang disusun Yayan Herdianto, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui penggunaan situs jejaring sosial facebook, pola komunikasi antar pribadi dan mengetahui pengaruh situs jejaring sosial facebook terhadap pola komunikasi antar pribadi siswa MAN 2 Serang. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa adanya pengaruh yang signifikan dan positif serta sangat kuat antara penggunaan situs jejaring sosial facebook terhadap pola komunikasi antar pribadi siswa MAN 2 Serang. Persamaan penelitian yang dilakukan penelitian Yayan Herdianto dan peneliti adalah sama-sama meneliti pola komunikasi interpersonal. Sedangkan perbedaan penelitian Yayan Herdianto dan peneliti adalah penelitian Yayan Herdianto meneliti jejaring sosial Facebook sedangkan peneliti meneliti media sosial Instagram.¹¹

¹¹ Yayan Herdianto, “Pengaruh Situs Jejaring Sosial Facebook Terhadap Pola Komunikasi Interpersonal ‘Studi Kasus MAN 2 Serang,’” 2.

Kelima, Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Pola Komunikasi Interpersonal di SDN IV Sudirman Makassar. Skripsi yang disusun Doni Pranata Yusuf, mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi, Universitas Hasanuddin Makassar. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi antar pribadi siswa SDN IV Sudirman Makassar dan untuk mengetahui pengaruh media sosial facebook terhadap pola komunikasi interpersonal siswa SDN IV Sudirman Makassar. Dari hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial facebook oleh siswa SDN Sudirman IV sudah cukup baik, hal ini dapat dilihat dari persepsi responden dimana lebih banyak digunakan sebagai sarana untuk menghabiskan waktu luang dan santai dan selalu berkomentar di kolom komentar pada status pribadi serta membuat note atau tulisan kecil tentang gagasan atau ide di facebook selain itu menulis topik baru pada fasilitas group/kelompok di facebook. Hasil analisis pola komunikasi interpersonal sudah cukup tinggi dimana dari persepsi responden menggunakan fasilitas *like* saat memantau status pribadi, video atau foto update di facebook serta berkomunikasi dengan teman melalui facebook. Hasil analisis mengenai pengaruh media sosial facebook terhadap pola komunikasi interpersonal pada SDN Sudirman IV, dimana dalam penelitian ini secara empirik menemukan bahwa ada hubungan yang cukup berarti dan signifikan antara media sosial dengan pola komunikasi interpersonal. Persamaan penelitian yang dilakukan penelitian Doni Pranata Yusuf dan peneliti adalah sama-sama menggunakan variabel terikat (Y) yaitu perubahan pola komunikasi interpersonal. Perbedaan penelitian yang dilakukan penelitian Doni Pranata Yusuf dan peneliti adalah jika penelitian Doni Pranata Yusuf menggunakan variabel (X) media sosial Facebook, sedangkan variabel (X) peneliti adalah media sosial Instagram.¹²

¹² Doni Pranata Yusuf, "Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Pola Komunikasi Interpersonal Di SDN IV Sudirman Makassar," 2.

B. Landasan Teori

1. Media Sosial

a. Pengertian Media Sosial

Media sosial merupakan media online yang memungkinkan penggunanya dengan mudah berpartisipasi, bertukar, dan membuat konten melalui blog, jejaring sosial, wiki, dan dunia virtual lainnya. Bentuk media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat umum di seluruh dunia adalah blog. Pendapat lain menyatakan bahwa media sosial terdiri dari media online yang mendorong interaksi sosial dan media sosial yang menggunakan teknologi berbasis web untuk mengubah komunikasi menjadi dialog interaktif.

Media sosial didefinisikan oleh Andreas Kaplan dan Michael Haenlein sebagai "sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun berdasarkan prinsip teknologi dan ideologi Web 2.0, dan yang memungkinkan pembuatan dan *berbagi user-generated content*." Media sosial adalah tempat di mana setiap orang dapat membuat situs web pribadinya dan kemudian terhubung dengan orang lain untuk bertukar informasi dan berkomunikasi.¹³

Menurut Van Dijk, media sosial adalah sebuah platform yang berfokus pada eksistensi penggunanya dan membantu mereka dalam aktivitas individu maupun kelompok. Oleh karena itu, media sosial dapat dilihat sebagai media online (fasilitator) yang memperkuat hubungan pengguna dan terkadang membina jaringan sosial.¹⁴

Meike dan Young, dalam Nasrullah, mengartikan media sosial sebagai konvergensi komunikasi personal berupa *one-to-one* sharing antara

¹³ Anang Sugeng Cahyono, "Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia" Publiciana, 2017.

¹⁴ Nasrullah Rulli, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sositologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama, 2017), 11.

individu dan media publik untuk saling berbagi.¹⁵

Berdasarkan pemaparan para ahli, dapat dipahami bahwa media sosial merupakan ruang publik yang sangat penting untuk digunakan oleh individu atau kelompok masyarakat dalam berinteraksi dan bersosialisasi secara online.

b. Fungsi Media Sosial

Saat ini, media sosial telah mengembangkan kekuatan yang signifikan dalam membentuk opini publik dan aspek kehidupan sehari-hari masyarakat umum lainnya. Hal ini yang membuat fungsi media sosial sangat besar. Menurut Puntoadi, yaitu media sosial memiliki fungsi sebagai berikut:¹⁶

- 1) Keutamaan membangun personal branding melalui media sosial adalah tidak mengenal trik atau popularitas semu, karena audienslah yang menentukan. Berbagai media sosial menjadi media untuk orang berkomunikasi, berdiskusi dan bahkan memberikan sebuah popularitas di media sosial.
- 2) Media sosial memberikan peluang untuk melakukan interaksi yang lebih mendalam dengan konsumen. Media sosial menyediakan sebuah konten komunikasi yang lebih personal. Melalui media sosial, interaksi secara personal dapat membangun sebuah ketertarikan yang mendalam.

¹⁵ Ibid, 11.

¹⁶ Danis Puntoadi, *Menciptakan Penjualan via Social Media* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2011), 5.

c. Karakteristik Media Sosial

Adapun karakteristik media sosial menurut Nasrullah yaitu:¹⁷

1) *Network* (Jaringan)

Jika kita memahami terminologi yang digunakan dalam bidang teknologi sebagai pengetahuan komputer, maka ini mengacu pada infrastruktur apa pun yang menghubungkan komputer dan perangkat komputasi lainnya. Media sosial memiliki ciri jaringan sosial karena didasarkan pada struktur sosial yang tertanam dalam jaringan atau internet. Salah satu ciri media sosial adalah membina jaringan antar penggunanya. Saya tidak peduli apakah interaksi offline (offline) pengguna benar-benar positif atau negatif; sebaliknya, media sosial menyediakan sarana bagi pengguna untuk terhubung satu sama lain melalui mekanisme teknologi.

2) *Information* (Informasi)

Menjadi entitas penting di media sosial. Oleh karena itu, orang-orang yang menggunakan media sosial mengubah representasi diri mereka sendiri, melakukan interaksi berdasarkan informasi, dan mengunggah konten. Informasi diproduksi, dibagikan, dan dikonsumsi oleh setiap pengguna media sosial.

3) *Archive* (Arsip)

Menunjukkan bahwa informasi telah dikumpulkan dan dapat diakses kapan saja dan kapan saja tersedia melalui perangkat apa pun. Setiap informasi yang diposting di media sosial memiliki jejak digital dan tidak akan cepat hilang.

¹⁷ Nasrullah Rulli, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sioteknologi* (Bandung: Simbiosis Rekatama, 2017), 16.

4) *Interactivity* (Interaksi)

Salah satu fungsi utama media sosial adalah menciptakan jaringan antar pengguna. Dampak teknologi dan berbagi perangkat telah menjadi bagian yang tidak dapat dilepaskan dalam kehidupan manusia. Bahkan sudah berkembang menjadi produk digital.

5) *Simulation Of Society* (Simulasi sosial)

Dalam hal ini, media tidak lagi menampilkan realitas; sebaliknya, hal ini telah menjadi kenyataan itu sendiri, bahkan ada yang lebih nyata daripada kenyataan aslinya. Realitas media mengacu pada proses simulasi realitas, dimana representasi yang ada di media diproduksi dan diubah menjadi realitas tersendiri, terkadang berbeda atau bertolak belakang.

6) *User Generated Content* (Konten oleh pengguna)

Ciri-ciri yang disampaikan oleh pengguna di media sosial atau yang lebih sering dikenal dengan istilah User Generated Content (UGC) menunjukkan bahwa pengguna di media sosial berkontribusi pada akun yang dimilikinya. UGC merupakan simbiosis relasi dalam budaya media baru yang mendorong pengguna untuk berpartisipasi dengan memberi mereka waktu dan kesabaran. Media sosial juga mencakup media baru yang menawarkan teknologi mutakhir untuk memanipulasi, mengaburkan, menyesuaikan, dan mengubah konten media. Sebaliknya, pada media yang berbentuk panjang, khalayak hanya muncul sebagai objek atau sebagai kalimat pasif yang sebarannya berbentuk pendek. Materi yang dibuat oleh pengguna menjadi bukti bahwa media sosial tidak hanya menghasilkan konten, tetapi juga konten yang dibuat oleh pengguna atau user-generated content (UGC). Ini adalah kerangka kerja baru untuk interaksi sehari-hari di mana pengguna berkolaborasi untuk menjadi produsen seiring berjalannya waktu. Sharing (Penyebaran).

7) *Sharing* (penyebaran)

Konten yang dibuat juga didistribusikan dan dikembangkan oleh pengguna. Teknik ini merupakan ciri khas media sosial yang menunjukkan bahwa pengguna maupun khalayak aktif menyebarkan suatu konten sekaligus mengembangkannya.

d. Dampak media sosial

Tidak diragukan lagi, media sosial menjadi semakin penting di era globalisasi saat ini namun, media sosial menghilangkannya batasan-batasan dalam bersosialisasi, dalam media sosial tidak ada batasan ruang dan waktu dan dengan siapa mereka berkomunikasi, mereka dapat berkomunikasi kapanpun dimana pun mereka berada dan dengan faktor an siapapun. Oleh karena itu, tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial memberikan dampak yang signifikan terhadap kehidupan seseorang.

Adapun dampak positif dan negatif media sosial menurut Zukria, dampak positif adalah:¹⁸

- 1) Memfasilitasi kegiatan pembelajaran dengan menyediakan cara mendiskusikan tugas dengan teman sekelas dan mengumpulkan informasi.
- 2) Cari dan tambahkan teman atau terhubung kembali dengan kenalan lama. Baik itu teman bermain, sekolah, atau teman yang bertemu melalui jejaring sosial lainnya.
- 3) Mengurangi kelelahan siswa dan berfungsi sebagai pereda stres setelah seharian bergelut dengan pelajaran di sekolah. Misalnya, mengomentari situs orang lain yang terkadang lucu dan menggelitik, bermain game, dan lain sebagainya.

Adapun dampak negatif yang ditimbulkan dari media sosial adalah:

¹⁸ Nisa Khairuni, "Dampak Positif Dan Negatif Sosial Media Terhadap Pendidikan Akhlak Anak (Studi Kasus Di SMP Negeri 2 Kelas VIII Banda Aceh)," *Jurnal Edukasi: Jurnal Bimbingan Konseling* 2, no. 1 (2016), 99-100, <https://doi.org/10.22373/je.v2i1.693>.

- 1) Lebih sedikit waktu yang dihabiskan untuk belajar. karena keasyikan terhadap penggunaan media sosial.
- 2) Mengganggu fokus siswa ketika sedang belajar di sekolah.
- 3) Merusak moral pelajar, karena sifat remaja yang labil, mereka dapat mengakses atau melihat gambar porno milik orang lain dengan mudah.
- 4) Menggunakan uang jajan untuk mengakses internet.
- 5) Mengganggu kesehatan: terlalu banyak menatap layar komputer, laptop, atau ponsel secara berlebihan dapat berdampak buruk bagi kesehatan.

2. Intensitas

a. Pengertian Intensitas

Menurut Horrigan, ada dua faktor penting yang harus dipertimbangkan ketika menilai intensitas penggunaan internet seseorang, yaitu frekuensi penggunaan internet dan lama waktu yang dihabiskan pengguna untuk menggunakannya. Menurut Caplin, "intensitas" didefinisikan sebagai karakteristik kuantitatif dari suatu eksperimen tertentu yang berhubungan dengan intensitas puncaknya. Definisi ini berasal dari kata bahasa Inggris "intensity" (intensitas). Menurut mereka, intensitas dapat disamakan dengan tingkah laku atau pengalaman.¹⁹

Menurut Daryanto, intensitas penggunaan media sosial memiliki makna yang menunjukkan berapa banyak orang yang sering menggunakan media sosial dan berapa banyak orang yang jarang menggunakannya.²⁰

Berdasarkan penjelasan para ahli mengenai tingkat intensitas, dapat disimpulkan bahwa intensitas penggunaan media sosial berada di antara sering dan seberapa lama (jumlah maksimum waktu yang dapat dihabiskan oleh pengguna di media sosial dalam satu jam, terlepas dari frekuensinya) saat menggunakan Instagram.

¹⁹ Rulli, *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*.

²⁰ Vincentia Madya Della Saputri, "Perbedaan Intensitas Penggunaan Media Sosial Pada Mahasiswa Yang Bertempat Tinggal Di Kos Dan Di Rumah," no. 1 (2021).

b. Aspek-Aspek Intensitas Media Sosial

Menurut Lometti, reeves, dan bybee berkata bahwa penggunaan media sosial memiliki indikator sebagai berikut:²¹

1) Jumlah Waktu

Mencakup frekuensi, intensitas, dan kecepatan penggunaan media sosial.

2) Isi Media

Termasuk konten yang sesuai, artinya sesuai dengan pesan atau informasi yang disampaikan kepada orang lain, atau informasi yang disampaikan kepada orang lain, jadi tujuan dapat tercapai.

3) Hubungan Media dengan Individu

Hubungan antara media dan individu ialah bagaimana individu berhubungan dengan penggunaan media sosial.

3. Instagram

a. Pengertian Instagram

Instagram, atau sering disebut sebagai "IG", adalah platform media sosial yang memungkinkan pengguna berbagi foto dan video dan dapat menerapkan filter pada foto maupun video lalu mempostingnya ke media sosial lain setelah (Wikipedia). Instagram berasal dari istilah "insta" dan "gram." Nama "insta" berasal dari kata "instan", yang berarti bahwa pengguna aplikasi ini dapat langsung memposting gambar dan video secara online. Di sisi lain, karena "gram" berasal dari istilah "telegram", pengguna aplikasi ini dapat membagikan foto maupun video dengan cepat.²²

Instagram pada dasarnya terhubung dengan Facebook, sebab instagram merupakan bagian dari aplikasi Facebook. Sehingga, kita dapat

²¹ Elvinaro Ardianto, *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar* (Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2009), 125.

²² Arum Wahyuni Purbohastuti, "Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi," *Ekonomika* 12, no. 2 (2017): 212–31.

menghubungkan teman aplikasi Facebook ke Instagram. Basis pengguna Instagram telah berkembang sedemikian rupa sehingga kini berfungsi sebagai platform promosi produk bagi pemilik bisnis. Instagram menawarkan fitur yang dapat digunakan penggunanya, antara lain memiliki *followers* maupun *following*, mengunggah foto maupun video, memberikan efek atau filter, instagram stories, direct message dan sebagainya.²³

b. Logo dan Fitur-Fitur Instagram



Gambar 1.1

Logo Baru Instagram



Gambar 1.2

Logo Lama Instagram

Instagram terus melakukan pembaharuan pada logo aplikasinya, berikut adalah fitur-fitur dasar aplikasi Instagram.²⁴

a) *follower* (pengikut)

Sistem pertemanan di Instagram menggunakan istilah *following* dan *follower*. *Following* ialah akun yang pengguna ikuti dan *follower* berarti akun yang mengikuti.

b) *Feed* (Unggahan Foto dan Video)

Tempat untuk mengunggah foto atau video, dengan klik tanda plus pada *homepage* setelah login. Pengguna akun dapat mengedit terlebih dulu sebelum diunggah. Bisa juga menambahkan caption atau keterangan pada foto atau video yang akan diunggah atau diposting.

²³ Desy Misnawati Cindie Sya'bania Feroza, "Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan," *Jurnal Inovasi* 15, no. 1 (2021) 35-36, <https://doi.org/10.33557/ji.v15i1.2204>.

²⁴ Bambang Dwi Atmoko, *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel* (Jakarta: Media Kita, 2012), 53.

c) *InstaStory*

Memiliki fungsi yang mirip dengan feed, namun pada *InstaStory*, setiap foto, video, bumerang, atau kiriman teks dibatasi hingga 24 jam dan segera hilang setelah itu.

d) *Like, comment, share and save*

Fitur ini untuk menyukai postingan yang ditandai dengan bentuk hati. Di samping tanda hati, terdapat juga tanda untuk kolom komentar, tanda untuk menyebarkan postingan atau share, dan tanda untuk menyimpan postingan nantinya akan masuk ke dalam salah satu menu di profil pengguna.

e) *IG TV*

Para pengguna dapat memposting video dengan durasi yang lebih panjang. Follower atau pengguna umum atau following bisa memberikan komentar atau sekedar memberi tanda suka.

f) *Hashtag*

Merupakan fitur pencarian yang unik di Instagram. Berfungsi untuk mengumpulkan postingan yang serupa.

g) *Tag* (Menandai Pengguna)

Saat memposting foto atau video pengguna dapat menandai siapa saja akun ketika mengunggah foto ataupun video itu.

h) *Direct Message* (DM)

Untuk bertukar pesan secara pribadi dengan follower, following, dan pengguna lain.

i) *Popular* (populer)

Bila sebuah postingan masuk ke dalam halaman populer, yang merupakan kumpulan dari postingan-postingan populer dari seluruh dunia pada saat itu. Namun postingan yang masuk halaman populer tidak permanen, dengan berjalannya waktu akan ada postingan populer lain yang masuk ke dalam daftar halaman dan menggeser postingan

populer yang sebelumnya.

j) Status *Online* atau *offline*

Dengan fitur ini pengguna dapat melihat apakah following atau followernya sedang online atau offline lewat DM Instagram.

4. Komunikasi Interpersonal

a. Pengertian komunikasi interpersonal

Menurut R. Wayne Pace, komunikasi interpersonal, yang juga dikenal sebagai komunikasi antar pribadi, adalah proses komunikasi yang berkesinambungan antara dua orang, atau lebih tepatnya, antara anggota keluarga, di mana pemberi pesan dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan merespons secara langsung. Komunikasi interpersonal juga dapat didefinisikan sebagai komunikasi tatap muka antar manusia, yang memungkinkan setiap individu berkomunikasi dengan orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal. Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran dan menghargai obrolan ringan antara dua orang atau antara kelompok kecil orang.²⁵

Menurut Daddy Mulyana komunikasi interpersonal merupakan komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun non verbal.²⁶

Wiryanto mendefinisikan Komunikasi interpersonal adalah dialog yang terjadi dalam situasi di mana dua orang, atau lebih, terlibat, baik secara terorganisir maupun melalui interaksi interpersonal pada kerumunan orang.²⁷ Sedangkan effendy komunikasi interpersonal sebuah pesan yang

²⁵ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (Remaja Rosdakarya, 2004) 73.

²⁶ Wahyudi "Komunikasi Interpersonal Dan Iklim Komunikasi Dalam Organisasi," *Jurnal Dakwah Tabligh* 14, no. 1 (2013).

²⁷ Fauzi Abubakar, "Pengaruh Komunikasi Interpersonal Antara Dosen Dan Mahasiswa Terhadap Motivasi Belajar Dan Prestasi Akademik Mahasiswa," *Jurnal Pekommas* 18, no. 1 (2015): 53–

disampaikan oleh satu orang dan diterima oleh orang lain atau sekelompok kecil individu, dengan efek dan peluang berbeda untuk memberikan umpan balik segera.²⁸

Dari beberapa definisi yang diberikan oleh para ahli, dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal adalah proses dua orang berkomunikasi satu sama lain sebagai pengirim dan penerima. Komunikasi ini terjadi secara langsung dan dapat dilakukan dalam bentuk verbal maupun nonverbal.

b. Fungsi komunikasi interpersonal

Fungsi komunikasi interpersonal, antara lain membina hubungan interpersonal yang lebih kuat, mengenali dan menyelesaikan konflik pribadi, mengurangi ketidakpastian sesuatu, dan bertukar berbagai wawasan dan pengalaman dengan orang lain. Komunikasi interpersonal dapat meningkatkan hubungan kemanusiaan diantara pihak-pihak yang berkomunikasi. Dalam hidup bermasyarakat seseorang bisa memperoleh kemudahan dalam hidupnya karena memiliki pasangan hidup. Komunikasi interpersonal juga dapat digunakan untuk membangun hubungan yang baik, yang dapat membantu mengidentifikasi dan menyelesaikan konflik ketika konflik tersebut muncul. Adapun fungsi lain dari komunikasi antar pribadi adalah untuk:

- a) Mengenal dengan diri sendiri dan orang lain.
- b) Komunikasi interpersonal memungkinkan kita untuk memahami lingkungannya dengan baik.
- c) Menciptakan dan memelihara ikatan antar pribadi.
- d) Mengubah sikap dan perilaku.

62.

²⁸ Meiske Rembang Riska Dwi Novianti, Mariam Sondakh, "Komunikasi Antarpribadi Dalam Menciptakan Harmonisasi (Suami Dan Istri) Keluarga Didesa Sagea Kabupaten Halmahera Tengah" *Jurnal Acta Diurna* VI, no. 2 (2017).

- e) Bermain dan mencari hiburan di antara banyak kesenangan pribadi.
Membantu orang lain dalam memecahkan masalah.

c. Tujuan komunikasi interpersonal

Komunikasi interpersonal berfokus pada tindakan, artinya diarahkan pada tujuan tertentu. Komunikasi interpersonal memiliki banyak tujuan berbeda, beberapa di antaranya tercantum dan dibahas di bawah.

- a) Menunjukkan empati terhadap orang lain
- b) Menemukan jati diri.
- c) Berkenalan dengan dunia luar.
- d) Membangun dan memelihara hubungan damai.
- e) Memberikan dampak terhadap perilaku dan sikap.
- f) Bersenang-senang atau sekedar menghabiskan waktu.
- g) Mencegah kerugian yang disebabkan oleh kesalahpahaman. Menawarkan dukungan (konseling).

d. Aspek-aspek komunikasi interpersonal yang efektif

Dalam buku *Komunikasi Interpersonal*, Devito membahas lima aspek komunikasi antarpribadi yang efektif sebagai berikut:²⁹

1) Keterbukaan (*Openness*)

Kemampuan untuk menanggapi dengan senang hati informasi yang diterima. Kualitas keterbukaan mengacu dalam tiga bidang. Pertama dan terutama, komunikasi interpersonal yang efektif harus terbuka terhadap komunikannya. Ini tidak berarti bahwa harus membeberkan semua riwayat hidupnya. Kedua, kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus. Terakhir, menyoroti pentingnya keterampilan komunikasi, komunikator menyadari bahwa percakapan dan gambar yang ditampilkan bersifat pribadi dan harus bertanggung jawab.

²⁹ Suranto A.W, *Komunikasi Interpersonal* (Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011), 77.

2) Empati (*Empathy*)

kemampuan seseorang untuk memahami apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang yang sama, dan melalui kacamata yang sama. Mereka yang memiliki empati mampu memahami motivasi dan tantangan orang lain, perasaan dan sikap mereka sendiri, serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang.

3) Dukungan (*Supportiveness*)

Situasi yang terbuka untuk memastikan komunikasi yang berlangsung secara efektif. Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan yang saling mendukung. Memperlihatkan sikap mendukung dengan bersikap deskriptif bukan evaluatif, spontan bukan strategik.

4) Sikap Positif (*positiveness*)

Setiap individu harus memiliki perasaan positif terhadap diri sendiri, mendorong orang lain untuk berpartisipasi lebih aktif, dan menciptakan situasi komunikasi yang kondusif untuk interaksi yang efektif.

5) Kesetaraan (*Equality*)

Ada pemahaman bahwa kedua pihak menghargai, berguna, dan memiliki sesuatu yang penting untuk disambungkan. Hal ini dikenal sebagai kesetaraan. Sangat penting bagi kita untuk menunjukkan kepada orang lain bahwa kita bersedia memberikan dukungan positif tanpa mengharapkan imbalan apa pun kepada individu lain.

e. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Interpersonal

Berikut beberapa faktor yang dapat mempengaruhi komunikasi interpersonal:

1) Budaya

Secara umum, budaya berfokus pada kebiasaan, bahasa, kesenian, nilai-nilai yang dipelajari, kepercayaan, dan perilaku umum bagi sekelompok individu. Komunikasi dan budaya memiliki kualitas timbal UIN balik. Dengan kata lain, komunikasi berperan dalam membentuk kebudayaan, dan budaya berperan dalam membentuk komunikasi.

2) Kekuasaan

Kekuasaan pada dasarnya adalah kemampuan untuk memahami orang lain dan mengidentifikasi apa yang terjadi pada mereka. Interaksi antar manusia pada dasarnya menunjukkan beberapa bentuk kekuasaan, baik yang bersifat tersembunyi maupun terang-terangan. Mereka yang memiliki kekuasaan umumnya membagi kekuasaan mereka kepada individu-individu yang tidak memiliki kompetensi. Ketidaksetaraan ini dapat menghambat komunikasi interpersonal.

3) Teknologi

Teknologi telah memudahkan manusia untuk berkomunikasi satu sama lain untuk saling mengamati, memahami, mengekspresikan diri, dan berkomunikasi tanpa dibatasi ruang dan waktu. Selain itu, teknologi juga dapat mempengaruhi persepsi seseorang terhadap diri sendiri, norma sosial, kebahagiaan, pilihan interpersonal, dan protokol komunikasi yang diikuti.

4) Media

Umumnya, kata-kata yang sama akan menyampaikan makna yang berbeda tergantung pada media komunikasi yang digunakan. Sebagai contoh, dalam interaksi tatap muka, peserta komunikasi

menggunakan saluran vokal pendengaran untuk berbicara dan mendengarkan, serta saluran visual untuk menunjukkan bahasa tubuh dan menerima umpan balik visual. Kemajuan teknologi komunikasi dan informasi telah mengubah jenis media komunikasi yang digunakan dalam komunikasi interpersonal. Misalnya, situs web media sosial, acara televisi, dan banyak lagi.

5) Presepsi

Persepsi adalah proses penerimaan makna pada sensasi sehingga manusia memperoleh makna yang baru. Dalam hal komunikasi interpersonal, persepsi didasarkan pada persepsi interpersonal. Setiap partisipasi komunikasi akan mengembangkan persepsi atau kesan terhadap partisipasi lainnya, hal ini sangat penting untuk mencapai kesamaan makna. Persepsi dalam hal ini dipengaruhi oleh faktor situasional (deskripsi verbal dan petunjuk-petunjuk non verbal) dan personal (pengalaman, motivasi, dan kepribadian).

6) Konsep Diri

William D. Brooks mendefinisikan konsep diri sebagai persepsi dan pemahaman seseorang terhadap dirinya sendiri. Seperti sikap, kepercayaan, dan nilai-nilai yang diinterpretasikan, merupakan contoh bahasa yang konsisten yang digunakan untuk menyampaikan identitas diri kepada orang lain. Konsep diri seseorang dipengaruhi oleh beberapa faktor, termasuk orang lain dan kelompok sosial. Konsep diri didasarkan pada kemampuan individu untuk mengenali nilai diri, identitas diri, kesadaran diri, dan kontrol diri.

7) Atraksi

Atraksi adalah kesukaan kepada orang lain, pemikiran positif, dan perilaku seseorang sehari-hari. menggunakan pendekatan interpersonal, kemunculan pesan dapat diprediksi, beserta siapa yang akan menerimanya dan bagaimana pesan akan diterima. Beberapa

faktor dapat mempengaruhi atraksi, seperti kesamaan karakteristik pribadi, tekanan emosional, daya tarik fisik, kemampuan, dan faktor lainnya.

8) Emosi

Emosi adalah reaksi biologis, kognitif, perilaku, afektif, dan subjektif terhadap suatu peristiwa tertentu. Emosi adalah reaksi terhadap apa yang dialami. Emosi sering kali diakibatkan oleh stimulus eksternal atau karena terjadinya perubahan fisiologis yang mempengaruhi perilaku komunikasi seseorang.

9) Lingkungan Fisik

Menurut Lunandi (1987), lingkungan fisik seseorang adalah tempat mereka menghabiskan waktu untuk berinteraksi dengan orang lain. Selain itu, lingkungan fisik berdampak pada komunikasi interpersonal yang terjadi.

10) Lingkungan Sosial

Lingkungan sosial adalah tempat di mana orang berkomunikasi. Selain itu, ada orang lain yang hadir dalam lingkungan ini yang dapat menghalangi komunikasi. Hal ini berpengaruh dari segi kebisingan dan privasi.

f. Pengertian Pola Komunikasi

Komunikasi merupakan jalan dimana sebuah ide beralih dari sumber ke penerima dengan tujuan mengubah perilaku mereka.³⁰ Komunikasi intrapersonal dan interpersonal merupakan dua jenis komunikasi dimana komunikasi interpersonal ialah komunikator mengirim dan menerima pesan langsung dari komunikan dalam kontak dua arah antara dua orang atau lebih.³¹ Komunikasi Interpersonal biasanya bersifat pribadi dan berlangsung

³⁰ Deddy Mulyana, 2005 Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya). 62.

³¹ A.W, *Komunikasi Interpersonal*.

secara tatap muka.

Pola adalah sebuah bentuk yang tetap. Maka dari itu pola komunikasi adalah komunikasi antara komunikator dan komunikan melalui sebuah cara yang tepat sehingga kedua pihak dapat memahami satu sama lain.³²

Pola yang menunjukkan bagaimana komunikasi antara dua individu secara langsung mempengaruhi satu sama lain dikenal sebagai pola komunikasi interpersonal. Namun, keberadaan media sosial sedikit banyak mengubah pola komunikasi masyarakat ditambah lagi dengan adanya modernitas yang membuat segalanya semakin berkembang. Terdapat penelitian yang menunjukkan terjadinya perubahan komunikasi yang awalnya komunal menjadi individual. Pola komunikasi bermedia membuat remaja memiliki lingkup pertemanan berkelompok dengan tujuan yang sama tanpa batas ruang dan waktu.³³

Budaya yang dahulunya tradisional berganti menjadi modern dan membuat komunikasi menjadi tidak terhalang ruang dan waktu. Era modern menimbulkan dampak yang besar bagi khalayak yang memaksa khalayak turut andil dan maju dalam segala bidang.³⁴ Dimana menurut McLuhan, teknologi komunikasi adalah penyebab utama perubahan budaya.³⁵

Menurut Ruslan beberapa proses komunikasi yang masuk dalam kategori pola komunikasi yaitu; pola komunikasi primer, pola komunikasi sekunder, pola komunikasi linear, dan pola komunikasi sirkular.³⁶

³² Onong U. Effendy, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi* (Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003), 10.

³³ Hesti Komah, Rustiyarso, and Izhar Salim, "Pola Komunikasi Antar Remaja Di Era Digital Di Desa Serumpun Kecamatan Salatiga", *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa*, Vol. 8, No. 9. 2019. 10.

³⁴ Delia Eka Putri, 2016 "Analisis Perilaku Mimetik Di Kalangan Siswi Sma Negeri 1 Makassar Terhadap Tren Fashionista Instagram," *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol. 5, No. 2. 2016.

³⁵ Morissan, *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu* (Jakarta: Kencana, 2010), 31.

³⁶ Kalmi Hartati, "Pola Komunikasi Antara Staf Dan Lurah Di Kantor Kelurahan Perangat

1) Pola komunikasi primer

Merupakan proses penyampaian pikiran oleh komunikator menggunakan suatu simbol (*symbol*) sebagai media atau saluran untuk berkomunikasi dengan komunikan. Pola ini memisahkan simbol menjadi dua kategori: lambang verbal dan lambang nirverbal. Lambang verbal yaitu bahasa sebagai lambang verbal, menjadikannya bentuk simbol yang paling banyak, karena bahasa mampu mengungkapkan pikiran komunikator. Lambang nirverbal adalah lambang yang dibuat dengan menggunakan bagian tubuh seperti tangan, jari, bibir, mata, dan kepala yang digunakan dalam berkomunikasi.

Selain itu, karena visual juga merupakan lambang komunikasi nirverbal, maka memadukan keduanya akan membuat proses komunikasi lebih efektif. Pola komunikasi ini dianggap sebagai model klasik karena diciptakan sebagai model permulaan.

2) Pola komunikasi sekunder

Pola komunikasi secara sekunder merupakan sebuah proses dimana seorang komunikator menggunakan simbol pada media pertama dan kemudian menggunakan alat atau metode untuk menyampaikan pesan kepada komunikan. Selama komunikasi secara sekunder ini akan berkembang menjadi lebih efektif dan efisien karena semakin majunya teknologi komunikasi yang mendukungnya. Pola komunikasi ini didasarkan pada model sederhana yang dikembangkan oleh Aristoteles, yang berdampak pada Harold D. Lasswell, seorang ilmuwan politik Amerika yang mengembangkan rumusan Lasswell, sebuah model komunikasi, pada tahun 1984.

Selatan Kecamatan Marangkayu Kabupaten Kutai Kartanegara,” *EJournal Ilmu Komunikasi* 1, no. 2 (2013), 421–423.

3) Pola komunikasi linear

Di sini, "linier" mengacu pada lurus, yang menunjukkan perjalanan dalam garis lurus antara dua titik dan perpindahan pesan dari komunikator ke komunikan di titik terminal. Oleh karena itu, komunikasi tatap muka (face to face) merupakan hal yang lumrah dalam proses komunikasi ini, namun komunikasi media terkadang terjadi sesekali. Dalam proses komunikasi ini pesan yang disampaikan akan efektif apabila ada perencanaan sebelum melaksanakan komunikasi.

4) Pola komunikasi sirkular

Sirkular artinya bulat, bulat, atau melingkari dalam arti harfiah. Proses sirkular terjadinya feedback atau umpan balik, yaitu terjadinya aliran dari komunikan ke komunikator, sebagai faktor utama dalam menentukan keberhasilan komunikasi. Dalam pola komunikasi yang seperti ini proses komunikasi berjalan terus yaitu adanya umpan balik antara komunikator dan komunikasi.



5. Kerangka Konseptual

Berdasarkan latar belakang dan kajian teori yang telah dipaparkan, skema kerangka berpikir dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:



Gambar 1.4
Kerangka Konseptual

C. Hipotesisi Penelitian

Hipotesis merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah dalam penelitian, yang mana rumusan masalah penelitian tersebut telah diartikulasikan dalam rangkaian pertanyaan. Hal ini dinyatakan sebagai jawaban sementara karena jawaban tersebut hanya didasarkan pada teori yang relevan dan belum dapat dibuktikan kebenarannya secara empiris.³⁷ Berdasarkan perumusan masalah diatas, maka didapatkan dua hipotesis berikut:

H_0 : Tidak ada pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal pada siswa kelas X SMK Muhammadiyah 5 Purwanto tahun ajaran 2023/2024.

H_a : Terdapat pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal pada siswa kelas X SMK Muhammadiyah 5

³⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Penerbit Alfabeta, 2010, 63.

Purwantoro tahun ajaran 2023/2024.



BAB III

METODE PENELITIAN

A. Rancangan Penelitian

Berdasarkan permasalahan dan tujuan penelitian yang disebutkan di atas, peneliti mencoba mengumpulkan data dan temuan uji perbedaan mengenai pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal pada siswa kelas X SMK Muhammadiyah 5 Purwantoro tahun ajaran 2023/2024, sehingga penelitian ini menggunakan penelitian kuantitatif.

Sugiyono mendefinisikan metode penelitian kuantitatif sebagai berikut: metode penelitian berdasarkan filosofi positivisme digunakan untuk menganalisis populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data dengan menggunakan instrumen penelitian, dan menganalisis data secara kuantitatif atau statistik untuk menguji hipotesis yang telah terbentuk sebelumnya.³⁸

Tujuan metode kuantitatif adalah untuk menguji teori, menetapkan fakta, mengilustrasikan bagaimana variabel berhubungan satu sama lain, menyediakan statistik, perkiraan, dan perkiraan hasil. Ketika menggunakan metode kuantitatif, desain penelitian harus formal, terstruktur, baku, dan direncanakan dengan sematang mungkin sebelumnya. Karena desain merupakan suatu rancangan penelitian yang akan dilakukan, maka harus tepat dan detail.³⁹

Pendekatan yang dilakukan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif eksplanatif, merupakan penelitian yang tujuan utamanya untuk mengetahui sebab dan akibat dari dua variabel atau lebih yang akan diteliti. Penelitian eksplanatif memiliki dua sifat yakni bersifat komparatif, yaitu bersifat membandingkan satu variabel dengan variabel lainnya dan asosiasi yang berguna untuk menjelaskan hubungan korelasi antar variabel. Penelitian ini termasuk dalam

³⁸ Ibid., 8.

³⁹ Ahmad Tanzeh, *Metodologi Penelitian Praktis* (Yogyakarta: Teras, 2011), 10.

kategori penelitian kuantitatif eksplanatif, yang berguna dalam menjawab pertanyaan tentang hubungan antara dua variabel atau lebih, seperti tema penelitian yang diangkat oleh peneliti yakni menjelaskan seberapa besar pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal pada siswa kelas X SMK Muhammadiyah 5 Purwantoro tahun ajaran 2023/2024.

B. Variabel Penelitian dan Definisi Operasional Variabel

Variabel merupakan segala sesuatu dengan beberapa bentuk yang peneliti definisikan untuk diperiksa guna memperoleh informasi yang selanjutnya ditarik kesimpulannya. Dalam buku karya Sugiyono, definisi variabel secara teoritis yaitu seseorang, atribut, atau satu ojek dengan objek lain.⁴⁰

Sedangkan, variabel operasional, mengacu pada kendala yang ditempatkan peneliti pada variabel penelitian mereka untuk mengukur variabel tersebut.⁴¹ Variabel yang akan diukur diidentifikasi, dan pengukuran berasal dari indikator variabel.

Terdapat dua variabel dalam penelitian ini, yaitu:

1. Pengaruh penggunaan media sosial Instagram sebagai variabel X atau variabel bebas (*independen*)
 - a. Jumlah Waktu
 - b. Isi Media
 - c. Hubungan Media Dengan Individu
2. Perubahan pola komunikasi interpersonal sebagai variabel Y atau variabel terikat (*dependen*)
 - a. Keterbukaan
 - b. Empati
 - c. Dukungan

⁴⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Penerbit Alfabeta, 2010, 38..

⁴¹ Ibid, 109.

- d. Sikap Positif
- e. Kesetaraan

C. Instrumen Penelitian

Instrumen Instrumen Penelitian yaitu suatu alat yang digunakan untuk mengukur nilai variabel yang akan diteliti.⁴² Instrumen penelitian merupakan alat ukur terhadap pernyataan atau pertanyaan setiap karakteristik variabel melalui kegiatan survei (kuesioner).

Dalam membuat instrumen penelitian, peneliti menggunakan instrumen yang sudah ada yang dibuat oleh peneliti sebelumnya. Peneliti menggunakan instrumen dari skripsi Doni Pranata Yusuf yang berjudul “*Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Pola Komunikasi Interpersonal Di SDN Iv Sudirman Makassar.*” Dalam penelitian tersebut terdapat hasil uji validitas instrumen sebesar $> 0,3$, sedangkan hasil uji reliabilitas instrumen lebih dari $0,6$. baik dari variabel penggunaan media sosial intagram maupun perubahan pola komunikasi interpersonal. Namun, instrumen tersebut dimodifikasi oleh peneliti yang disesuaikan dengan sasaran subyek dan media yang dipilih sehingga perlu adanya uji validitas dan reliabilitas ulang sesuai kebutuhan peneliti, dengan menambahkan butir pertanyaan yang mana penelitian Doni Pranata Yusuf hanya 24 butir pertanyaan sedangkan dalam penelitian ini terdapat 38 item pertanyaan.

Sebelum memperoleh data untuk uji validitas dan reliabilitas ulang dari instrumen yang telah dibuat peneliti, maka peneliti terlebih dahulu melakukan uji coba instrumen tersebut kepada subyek yang berbeda tetapi masih dalam kategori siswa guna mengetahui apakah instrumen tersebut sudah valid dan reliabel untuk digunakan dalam penelitian. Uji coba instrumen tersebut disebar kepada 90 responden yang juga merupakan asiswa kelas 10 SMK Muhammadiyah 5 Purwantoro tahun ajaran 2023/2024 yang bukan termasuk sampel penelitian.

⁴² Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Penerbit Alfabeta, 2010, 102.

Tabel 2.1
Blue print Instrumen Penggunaan Media Sosial Instagram (Variabel X) Sebelum Uji Coba

Variabel	Dimensi	Indikator	Item		Total
			<i>Favorable</i>	<i>unfavorable</i>	
Penggunaan Media Sosial Instagram (Variabel X)	Jumlah waktu	- Penggunaan media sosial Instagram	1, 2, 3, 6	4, 5, 8	8
	Hubungan Media Dengan Individu	- Berkenalan dengan orang	9	10	2
		- Mengomentari Status teman	11, 12, 13	14	4
		- Mengomentari postingan teman	15	16	2
		- Menambah daftar pertemanan	17, 18	19	3
		- Menemukan teman lama	20, 21	22	3
	Isi Media	- Mengupdate status sendiri	23, 24	25	3
		- Mengupdate Profil Instagram	26, 27	28	3
		- Membuat page/halaman pribadi	29, 30	31	3
		- Bermain Game Di Instagram	32, 33	34, 35	4

		- Menulis Note Tentang Cerita Pribadi	36, 37	38	3
		- Jual Beli	38, 39, 40	41	4

Tabel 2.2
Blue print Instrumen Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal (Variabel Y) Sebelum Uji Coba

Variabel	Dimensi	Indikator	Item		Jumlah Item
			<i>Favorable</i>	<i>unfavorable</i>	
Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal (Variabel Y)	Keterbukaan	- Bercerita Hal Pribadi	1, 2, 3	4, 5	5
		- Menulis Curahan Hati	6, 7	8	3
	Empati	- Memahami situasi dan kondisi orang lain di media sosial Instagram	9, 10, 11	12	4
		- Lebih Suka Menukar Ide dan Gagasan Lewat instagram	13, 14, 15, 17	16	5

	Dukungan	Membuat orang lain bangkit dari masalahnya melalui pembicaraan di media sosial Instagram	18, 19	20, 21	4
	Sikap Positif	Memberikan respon baik kepada orang lain di media sosial Instagram	22,23, 24	25	4
	Kesetaraan	Tidak membedakan gender ketika berkomunikasi	26	27	2

Tabel 2.3

Blue print Instrumen Penggunaan Media Sosial Instagram (Variabel X) Sesudah Uji Coba

Variabel	Dimensi	Indikator	Item		Total
			<i>Favorable</i>	<i>unfavorable</i>	
Penggunaan Media Sosial Instagram	Jumlah waktu	- Penggunaan media sosial Instagram	1	2	2

(Variabel X)	Hubungan Media Dengan Individu	- Berkenalan dengan orang	3	4	2
		- Mengomentari Status teman	5	6	2
		- Mengomentari postingan teman	7	8	2
		- Menambah daftar pertemanan	9	10	2
		- Menemukan teman lama	11	12	2
	Isi Media	- Mengupdate status sendiri	13	14	2
		- Mengupdate Profil Instagram	15	16	2
		- Membuat page/halaman pribadi	17	18	2
		- Bermain Game Di Instagram	19	20	2
		- Menulis Note Tentang Cerita Pribadi	21	22	2
		- Jual Beli	23	24	2

P O N O R O G O

Tabel 2.4

Blue print Instrumen Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal (Variabel Y) Sesudah Uji Coba

Variabel	Dimensi	Indikator	Item		Jumlah Item
			<i>Favorable</i>	<i>unfavorable</i>	
Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal (Variabel Y)	Keterbukaan	- Bercerita Hal Pribadi	1	2	2
		- Menulis Curahan Hati	3	4	2
	Empati	- Memahami situasi dan kondisi orang lain di media sosial Instagram	5	6	2
		- Lebih Suka Menukar Ide dan Gagasan Lewat instagram	7	8	2
Dukungan	Membuat orang lain bangkit dari masalahnya	9	10	2	

		melalui pembicaraan di media sosial Instagram			
	Sikap Positif	Memberikan respon baik kepada orang lain di media sosial Instagram	11	12	2
	Kesetaraan	Tidak membedakan gender ketika berkomunikasi	13	14	2

Uji coba instrumen terdapat 42 aitem pada variabel X dan 27 aitem variabel Y. hasil dari uji coba instrumen terdapat aitem yang tidak valid dan valid, diantaranya dari variabel X terdapat 18 aitem yang tidak valid dan 24 aitem valid. Sedangkan pada variabel Y terdapat 13 aitem yang tidak valid dan 14 aitem yang valid. Untuk informasi instrumen setelah uji coba instrumen seperti tabel di atas.

Tujuan dari penelitian kuantitatif yaitu memberikan informasi secara benar melalui pemilihan instrumen yang valid dan reliabel. Oleh karena itu, pengujian validitas dan reliabilitas sangat diperlukan dalam penelitian kuantitatif.

a. Uji Validitas

Uji validitas pada penelitian ini digunakan untuk mengukur data instrument yang harus diukur. Proses pengujian validitas ini merupakan salah satu cara untuk menguji apakah hasil kuisisioner yang diperoleh valid dengan menggunakan SPSS 22. Uji validitas ini, peneliti menggunakan rumus

Koefisien Product Moment Pearson.

Tabel 2.5

**Hasil Uji Validitas Instrumen Penggunaan Media Sosial Instagram
Sebelum Uji Coba**

No	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0,477	0,207	Valid
2	0,197	0,207	Tidak Valid
3	0,157	0,207	Tidak Valid
4	0,414	0,207	Valid
5	-0,142	0,207	Tidak Valid
6	-0,206	0,207	Tidak Valid
7	0,091	0,207	Tidak Valid
8	0,023	0,207	Tidak Valid
9	0,582	0,207	Valid
10	0,577	0,207	Valid
11	0,089	0,207	Tidak Valid
12	0,591	0,207	Valid
13	0,116	0,207	Tidak Valid
14	0,522	0,207	Valid
15	0,495	0,207	Valid
16	0,318	0,207	Valid
17	0,389	0,207	Valid
18	-0,159	0,207	Tidak Valid
19	0,328	0,207	Valid
20	0,651	0,207	Valid
21	-0,301	0,207	Tidak Valid
22	0,527	0,207	Valid
23	0,286	0,207	Valid
24	-0,483	0,207	Tidak Valid
25	0,464	0,207	Valid
26	0,487	0,207	Valid
27	0,085	0,207	Tidak Valid
28	0,603	0,207	Valid
29	0,426	0,207	Valid
30	-0,324	0,207	Tidak Valid
31	0,220	0,207	Valid
32	0,371	0,207	Valid
33	-0,186	0,207	Tidak Valid
34	-0,066	0,207	Tidak Valid

35	0,264	0,207	Valid
36	0,595	0,207	Valid
37	-0,053	0,207	Tidak Valid
38	0,535	0,207	Valid
39	-0,038	0,207	Tidak Valid
40	-0,537	0,207	Tidak Valid
41	0,542	0,207	Valid
42	0,476	0,207	Valid

Tabel 2.6
Hasil Uji Validitas Instrumen Perubahan Pola Komunikasi
Interpersonal Sebelum Uji Coba

No	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0,369	0,207	Valid
2	0,053	0,207	Tidak Valid
3	-0,261	0,207	Tidak Valid
4	0,528	0,207	Valid
5	0,206	0,207	Tidak Valid
6	0,214	0,207	Valid
7	-0,078	0,207	Tidak Valid
8	0,528	0,207	Valid
9	0,181	0,207	Tidak Valid
10	-0,041	0,207	Tidak Valid
11	-0,641	0,207	Tidak Valid
12	0,697	0,207	Valid
13	-0,335	0,207	Tidak Valid
14	-0,341	0,207	Tidak Valid
15	-0,561	0,207	Tidak Valid
16	0,502	0,207	Valid
17	0,710	0,207	Valid
18	0,186	0,207	Tidak Valid
19	0,669	0,207	Valid
20	-0,127	0,207	Tidak Valid
21	0,328	0,207	Valid
22	0,277	0,207	Valid
23	-0,184	0,207	Tidak Valid
24	-0,230	0,207	Tidak Valid
25	0,514	0,207	Valid
26	0,652	0,207	Valid

27	0,359	0,207	Valid
----	-------	-------	-------

Tabel 2.5 dan tabel 2.6 adalah uji validitas dari uji coba instrumen variabel X dan Y yang disebar kepada 90 responden yang bukan termasuk sampel penelitian. Menghasilkan instrumen variabel X sebanyak 18 aitem yang tidak valid dan 24 aitem yang valid dari 42 aitem. Sedangkan variabel Y sebanyak 14 aitem yang valid dan 13 aitem yang tidak valid dari 27 aitem. Setelah uji coba instrumen menghasilkan variabel X 24 dan variabel Y 14 yang valid, akan disebar kembali ke 73 responden sebagai sampel penelitian ini.

Tabel 2.7

**Hasil Uji Validitas Instrumen Penggunaan Media Sosial Instagram
Sesudah Uji Coba**

No	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0,481	0,23	Valid
2	0,604	0,23	Valid
3	0,383	0,23	Valid
4	0,584	0,23	Valid
5	0,604	0,23	Valid
6	0,615	0,23	Valid
7	0,477	0,23	Valid
8	0,551	0,23	Valid
9	0,343	0,23	Valid
10	0,312	0,23	Valid
11	0,702	0,23	Valid
12	0,486	0,23	Valid
13	0,460	0,23	Valid
14	0,473	0,23	Valid
15	0,584	0,23	Valid

16	0,646	0,23	Valid
17	0,391	0,23	Valid
18	0,519	0,23	Valid
19	0,557	0,23	Valid
20	0,352	0,23	Valid
21	0,645	0,23	Valid
22	0,672	0,23	Valid
23	0,568	0,23	Valid
24	0,551	0,23	Valid

Tabel 2.8

Hasil Uji Validitas Instrumen Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Sesudah Uji Coba

No	r-hitung	r-tabel	Keterangan
1	0,468	0,23	Valid
2	0,267	0,23	Valid
3	0,753	0,23	Valid
4	0,544	0,23	Valid
5	0,384	0,23	Valid
6	0,282	0,23	Valid
7	0,655	0,23	Valid
8	0,662	0,23	Valid
9	0,341	0,23	Valid
10	0,743	0,23	Valid
11	0,766	0,23	Valid
12	0,616	0,23	Valid
13	0,701	0,23	Valid
14	0,522	0,23	Valid

Pada tabel 2.7 dan tabel 2.8 di atas menunjukkan bahwa semua aitem pengukur variabel dalam penelitian ini memiliki nilai r-tabel yaitu 0,23 yang mana nilai tersebut lebih kecil dari koefisien korelasi (r-hitung). Dengan demikian, semua aitem tersebut dinyatakan “valid”, sehingga blue print instrumen penelitian yang digunakan setelah uji coba sama dengan sebelum uji coba.

b. Uji Reabilitas

Uji reliabilitas penentuan sejauh mana temuan pengukuran konsisten saat studi yang sama diuji ulang. Reliabilitas memiliki makna dapat dipercaya yang bertautan dengan keandalan sebuah indikator. Dengan kata lain, data yang ditampilkan merupakan indikator yang tidak berubah akibat indikasi tersebut. Sebuah alat ukur andal dapat dikatakan sebagai uji reliabilitas.

Teknik Alpha Cronbach digunakan untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini. Semakin dekat koefisien reliabilitasnya dengan 1, semakin kuat konsistensi internalnya. Alpha cronbach memiliki batas bawah 0,70 secara umum, tetapi 0,60 masih dapat diterima. Rumus Alpha Cronbach:

Tabel 2.9

Tingkat Reliabilitas

Alpha	Tingkat Reliabilitas
0,00 - 0,20	Kurang
>0,20 – 0,40	Sedikit Reliabel
>0,40 – 0,60	Cukup Reliabel
>0,60 – 0,80	Reliabel
>0,80 – 1,00	Sangat Reliabel

Tabel 2.10
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Penggunaan Media Sosial
Instagram (X)

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.885	24

Dari tabel 2.10 diatas terlihat bahwa nilai instrumen penggunaan media sosial instagram sebesar 0,886. Nilai tersebut berada di antara 0,80 s/d 1,00, dapat diartikan bahwa instrumen penggunaan media sosial instagram (X) “Sangat Reliabel”.

Tabel 2.11
Hasil Uji Reliabilitas Instrumen Perubahan Pola Komunikasi
Interpersonal

Reliability Statistics	
Cronbach's Alpha	N of Items
.822	14

Dari tabel 2.11 diatas terlihat bahwa nilai instrumen perubahan pola komunikasi interpersonal sebesar 0,822. Nilai tersebut berada di antara 0,80 s/d 1,00, dapat diartikan bahwa instrumen perubahan pola komunikasi interpersonal (Y) “Sangat Reliabel”.

D. Lokasi, Populasi dan Sampel

1. Lokasi penelitian

Dalam penelitian ini mengambil objek penelitian yang bertempat di SMK Muhammadiyah 5 Purwanto. Setelah peneliti melakukan wawancara sebagai survei awal dengan empat orang siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwanto, ketika istirahat mereka diberikan kesempatan untuk mengoperasikan gadget. Ketika di beri kesempatan membuka gadget mereka akan mengakses media sosial Instagram. Tidak hanya ketika di sekolah, mereka juga mengakses media sosial Instagram ketika memiliki waktu luang, yang mana mendapati bahwa penggunaan media sosial Instagram yang amat sering. Mereka juga menjelaskan lebih sering menggunakan media sosial Instagram untuk berkomunikasi dari pada berkomunikasi secara langsung, karena dapat dilakukan walaupun sedang tidak di satu tempat yang sama.⁴³ Secara tidak langsung apa yang mereka lakukan memberikan perubahan pola komunikasi interpersonal tanpa disadari. Alasan peneliti tertarik melakukan penelitian ini diantaranya berdasarkan wawancara yang dilakukan oleh peneliti yang menunjukkan bahwa memungkinkan untuk dilakukan penelitian guna mengungkap dan membuktikan adanya pengaruh anatar media sosial Instagram dan pola komunikasi kepada siswa SMK Muhammadiyah 5 purwanto.

2. Populasi Penelitian

Menurut Sugiyono, Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri dari obyek atau subjek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulan. Populasi bukan hanya merupakan jumlah orang tetapi juga karakter atau sifat yang dimiliki oleh obyek yang diteliti.⁴⁴ Populasi dalam penelitian ini adalah siswa kelas X SMK Muhammadiyah 5 Purwanto setelah hasil wawancara

⁴³ Wawancara pra penelitian, tanggal 30 Januari 2024 di SMK Muhammadiyah 5 Purwanto.

⁴⁴ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Penerbit Alfabeta, 2010, 80..

dengan .

Tabel 2.12
Populasi

No	Kelas	Jumlah
1.	Teknik Otomotif 1	36
2.	Teknik Otomotif 2	37
3.	Teknik Otomotif 3	36
4.	Teknik Otomotif 4	38
5.	Teknik Otomotif 5	37
6.	Teknik Otomotif 6	37
7.	Tata Busana 1	21
8.	Tata Busana 2	20
JUMLAH		262

3. Sampel Penelitian

Sampel yaitu bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi besar, dan peneliti tidak mungkin mempelajari semua yang ada pada populasi, misalnya dikarenakan keterbatasan dana, tenaga dan waktu, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi itu.⁴⁵

Dalam penelitian ini metode yang digunakan yaitu menggunakan teknik *simple random sampling*, menurut Sugiyono *simple random sampling* adalah proses pemilihan acak yang memberikan setiap anggota populasi peluang yang sama untuk dimasukkan ke dalam sampel, tanpa memperhatikan strata yang ada di dalam populasi.⁴⁶ Sampel dalam penelitian adalah 73 siswa.

⁴⁵ Ibid, 81.

⁴⁶ Ibid, 218.

E. Tahap-Tahap Penelitian

Dalam penelitian ini, untuk memperoleh informasi yang diperlukan peneliti menggunakan beberapa tahap-tahap teknik pengumpulan data sebagai berikut:

1. Kuesioner (Angket)

Kuesioner adalah teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk di jawabnya. Kuesioner ialah teknik pengumpulan data yang efisien bila peneliti tahu dengan pasti variabel yang akan diukur dan tahu apa yang bisa diharapkan dari responden. Selain itu, kuesioner juga cocok digunakan bila jumlah reponden cukup besar dan tersebar di wilayah yang luas. Kuesioner dapat berupa pertanyaan/ pernyataan tertutup atau terbuka, dapat diberikan kepada reponden secara langsung atau dikirim melalui pos, atau internet.⁴⁷

Dalam penelitian ini, peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden yang berupa pertanyaan maupun pernyataan melalui *Google Form* mengenai pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal siswa kelas X SMK Muhammadiyah 5 Purwantoro tahun ajaran 2023/2024.

Instrumen dalam penelitian ini dimaksudkan untuk menghasilkan data yang akurat dengan menggunakan instrumen penelitian Skala Likert. Skala Likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, juga persepsi seseorang atau sekelompok orang mengenai fenomena sosial. Dengan Skala Likert, maka variabel yang akan diukur dijabarkan menjadi indikator variabel.⁴⁸

Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan jenis instrumen angket atau kuesioner dengan pemberian skor sebagai berikut:

⁴⁷ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, 142.

⁴⁸ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*, Penerbit Alfabeta, 2010, 93.

Tabel 2.13
Bobot Soal

Kategori	Skor
Sangat Setuju	4
Setuju	3
Tidak Setuju	2
Sangat Tidak Setuju	1

2. Dokumentasi

Dokumentasi adalah metode pengumpulan data dengan tujuan untuk menganalisis data-data lampau secara obyektif dan sistematis. Dokumentasi merupakan instrumen pengumpulan data yang sering digunakan dalam berbagai metode pengumpulan data. Metode observasi, kuesioner, atau wawancara biasanya disertai dengan kegiatan persiapan dokumentasi. Tujuannya adalah untuk memperoleh informasi yang mendukung analisis dan interpretasi data.⁴⁹ Pada penelitian ini teknik dokumentasi yang digunakan adalah mengumpulkan data-data yang relevan di SMK Muhammadiyah 5 Purwantoro.

F. Analisis Data

Analisis Data adalah kegiatan yang dilakukan setelah seluruh data dari responden atau sumber data lain terkumpul.⁵⁰ Data yang didapatkan dari penyebaran angket akan diolah secara statistik dengan menggunakan bantuan IBM SPSS Statistic 22.

⁴⁹ Ibid, 143.

⁵⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*, ed. MT Dr.Ir.Sutopo.S.Pd, Cetakan ke (Bandung: ALFABETA,cv, 2019), 206.

1. Uji Asumsi Klasik

a. Uji Normalitas

Tujuan dari melakukan pengujian normalitas pada kumpulan data adalah untuk mengetahui apakah data populasi memiliki distribusi normal atau tidak. Apabila data memiliki distribusi normal, maka metode statistik parametrik dapat digunakan.⁵¹ Apabila nilai signifikansi variabel penelitian yang didapat $> 0,05$ maka pendistribusian data berjalan secara normal, apabila sebaliknya maka signifikansi variabel data penelitian $< 0,05$ maka pendistribusian data tidak berjalan normal.

Peneliti disini menggunakan metode Kolmogorov-Smirnov yang menggunakan prinsip membandingkan frekuensi kumulatif distribusi teoretik dengan frekuensi kumulatif distribusi empirik (observasi). Tahap-tahap untuk melakukan uji Kolmogorof-Smirnov, sebagai berikut:

1. Membuat hipotesis

H_0 : Data distribusi normal

H_a : Data yang tidak berdistribusi dengan normal

2. Penentuan risiko berdistribusi (secara taraf signifikan).

a) Jika $D_{hitung} < D_{tabel}$, maka H_0 diterima

b) Jika $sig > 0,05$ data berdistribusi normal

c) Jika $sig < 0,005$ data tidak berdistribusi normal

b. Uji Linieritas

Uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah terdapat hubungan yang linier antara variabel terikat (Y) dan variabel bebas (X).⁵² Langkah-langkah uji linieritas sebagai berikut:

⁵¹ Syofian Siregar, *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17* (Bumi Aksara, 2017).

⁵² *Ibid.*,153.

- 1) Menyusun hipotesis
 - a) Data kelompok A dengan kelompok B tidak berpola linier
 - b) Data kelompok A dengan kelompok B berpola linier
- 2) Menentukan resiko kekalahan
- 3) Membuat kriteria pengujian signifikansi data
 - a) Jika $F_{hitung} < F_{tabel}$, maka H_0 diterima
 - b) Jika $F_{hitung} > F_{tabel}$, maka H_0 ditolak

2. Analisis Regresi Linier Sederhana

Analisis regresi bertujuan menentukan persamaan regresi yang baik yang dapat digunakan untuk menaksir nilai variable dependen. Dengan beberapa asumsi yang digunakan seperti yang diuraikan diatas, maka bentuk persamaan yang akan ditentukan adalah sebagai berikut:⁵³

$$Y = a + bX$$

Menyatakan bahwa

a: konstanta (nilai Y apabila $X = 0$)

b: koefisien regresi (taksiran perubahan nilai Y apabila X berubah nilai satu unit).

Y: variabel yang nilainya dipengaruhi variable lain (dependent variable).

X: variable yang mempengaruhi nilai variable lain (independent variable)

3. Pengujian Hipotesis

a. Uji-t

Menurut Sugiyono, uji-t merupakan jawaban sementara terhadap rumusan masalah, yaitu yang menanyakan hubungan antara dua variabel atau lebih.⁵⁴ Uji-t dalam penelitian ini digunakan untuk mengetahui pengaruh variabel pemahaman materi ilmu dakwah terhadap keterampilan

⁵³ Nuryadi, *Dasar-Dasar Statistik Penelitian* (Yogyakarta: Gramasurya, 2017), 141.

⁵⁴ Sugiyono, *Statistika Untuk Penelitian* (Bandung: ALFABETA, 2015), 184.

berkomunikasi, apakah berpengaruh signifikan atau tidak. Adapun langkah-langkah dalam menguji hipotesis sebagai berikut:

1. Menentukan t hitung dengan rumus:

$$t = \frac{r\sqrt{n-2}}{\sqrt{1-r^2}}$$

Keterangan:

t = t hitung

r = koefisien korelasi sederhana

n = jumlah sampel

2. Menentukan tabel taraf signifikan 5%
3. Membandingkan t hitung dengan tabel yang diperoleh

Untuk mengetahui hasil signifikan atau tidak dapat dilihat dengan kriteria pengujian, sebagai berikut:

- a. Jika $T_{hitung} < T_{tabel}$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima
- b. Jika $T_{hitung} > T_{tabel}$ maka H_0 diterima dan H_a ditolak

b. Uji Koefisien Determinasi

Menurut Sugiyono, koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar kemampuan variabel bebas dapat menjelaskan variabel terikat. Koefisien determinasi digunakan untuk mengetahui seberapa besar sumbangan (kontribusi) yang diberikan variabel ilmu dakwah terhadap keterampilan berkomunikasi. Adapun rumusnya yaitu:

$$Kd = r^2 \times 100\%$$

Keterangan:

Kd = Koefisien Determinasi

R = Koefisien Korelasi *Product Moment*

Batas koefisien determinasi $0 < kd < 1$. Untuk mempermudah dalam melakukan proses perhitungan, peneliti menggunakan SPSS 22

dimana perolehan hasil dapat dilihat pada tabel model summary berdasarkan nilai dari tabel yang bernama r-square.



BAB IV
HASIL PENELITIAN

A. Uji Asumsi

1. Uji Normalitas

Pada tahap pengujian Uji Normalitas Data pada peneliyan pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal siswa SMK Muhammadiyah 5 purwantoro tahun ajaran 2023/2024 ini menggunakan Aplikasi IBM SPSS Statistic 22. Proses pengujian ini menggunakan uji normalitas ini menggunakan uji normalitas sebagai berikut:

Tabel 3.1
Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		
		Unstandardized Residual
N		73
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	2.89954472
Most Extreme Differences	Absolute	.059
	Positive	.046
	Negative	-.059
Test Statistic		.059
Asymp. Sig. (2-tailed) ^c		.200 ^d
a. Test distribution is Normal.		
b. Calculated from data.		
c. Lilliefors Significance Correction.		
d. This is a lower bound of the true significance.		

Berdasarkan pada tabel 3.1 terlihat bahwa hasil dari uji normalitas data yang diperoleh memiliki nilai signifikansi $0,200 > 0,05$. Hal tersebut membuktikan bahwa nilai residual pada data yang diteliti berdistribusi normal.

2. Uji Linieritas

Uji linieritas bertujuan untuk mengetahui bentuk hubungan antara variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependent) secara linier ataupun tidak. Uji linieritas dapat dilakukan dengan menggunakan bantuan Aplikasi IBM SPSS Statistic 22 sebagai berikut.

Tabel 3.2
Uji Linieritas

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
Pola Komunikasi Interpersonal * Media Sosial Instagram	Between Groups	(Combined)	2594.382	33	78.618	8.075	<.001
		Linearity	2461.545	1	2461.545	252.832	<.001
		Deviation from Linearity	132.837	32	4.151	.426	.992
	Within Groups		379.700	39	9.736		
	Total		2974.082	72			

Pada tabel 3.2 dapat diketahui berdasarkan hasil uji linieritas diperoleh nilai Sig. Deviation from linierity sebesar $0,992 > 0,05$. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa terdapat hubungan yang linier antaramedia sosial intagram terhadap pola komunikasi interpersonal siswa.

B. Hasil Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

Proses uji regresi sederhana ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel bebas dan terikat. Dengan demikian diperjelas untuk mengetahui seberapa besar pengaruh antara variabel “Penggunaan Media Sosial Instagram” terhadap “Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwantoro Tahun Ajaran 2023/2024”. Melalui uji analisis regresi sederhana ini diperoleh data sebagai berikut:

Tabel 3.3
Uji Analisis Regresi Linier Sederhana

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.852	1.847		1.003	.319
	Media Sosial Instagram	.543	.029	.910	18.466	<.001

a. Dependent Variable: Pola Komunikasi Interpersonal

Berdasarkan tabel 3.3 diatas, diperoleh persamaan sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

$$Y = 1,852 + 0,543X$$

Persamaan tersebut dapat diketahui bahwa angka konstan dari Unstandardized Coefficients sebesar 1,852 yang mempunyai arti bahwa nilai rata-rata variabel pola komunikasi interpersonal adalah sebesar 1,852 dan angka koefisien regresi sebesar 0,543. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan 1% variabel penggunaan media sosial instagram (X), maka perubahan pola komunikasi interpersonal akan meningkat sebesar 0,543. Karena nilai

koefisien regresi bernilai positif (+), maka dengan demikian dapat dikatakan bahwa penggunaan media sosial instagram (X) berpengaruh positif terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal (Y).

Dasar pengambilan keputusan:

- i. Berdasarkan tabel diatas, nilai *Signifikasi* yang didapat adalah $0,001 < 0,05$, maka variabel penggunaan media sosial instagram berpengaruh terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal.
- ii. Berdasarkan nilai t pada tabel diketahui nilai t-hitung sebesar $18,466 > t$ -tabel $1,996$, maka variabel penggunaan media sosial instagram berpengaruh terhadap variabel perubahan pola komunikasi interpersonal.

C. Hasil Uji Hipotesis

Proses uji hipotesis mengenai pengaruh antara variabel bebas Penggunaan Media Sosial Instagram (X) terhadap satu variabel terikat Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal (Y) dapat dilakukan dengan menggunakan uji regresi linier sederhana. Dengan demikian data yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode analisis regresi sederhana. Dalam penelitian ini terdapat satu variabel independen yakni Penggunaan Media Sosial Instagram dan satu variabel dependen yaitu Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal.

1. Uji t

Tabel 3.4

Uji t

Coefficients ^a						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	1.852	1.847		1.003	.319
	Media Sosial Instagram	.543	.029	.910	18.466	.000

a. Dependent Variable: Pola Komunikasi Interpersonal

Uji hipotesis pada penelitian ini menggunakan uji-t yang berguna untuk menguji hipotesis yang menyatakan ada atau tidaknya pengaruh dua variabel yang berpasangan. Variabel independen adalah ilmu dakwah (X) dan variabel dependen adalah keterampilan berkomunikasi (Y).

Langkah-langkah yang digunakan dalam menguji hipotesis ini adalah sebagai berikut:

- a. Menentukan hipotesis dalam penelitian yang dilakukan, yaitu:

H_0 : Tidak terdapat pengaruh pada penggunaan media sosial instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwanto tahun ajaran 2023/2024.

H_a : Terdapat pengaruh pada penggunaan media sosial instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwanto tahun ajaran 2023/2024.

- b. Menentukan t hitung menggunakan aplikasi SPSS 29 yang hasilnya dapat dilihat pada tabel *coefficient*. Berdasarkan tabel *coefficient* tersebut dapat diketahui hasil t hitung sebesar 18.466.

- c. Menentukan nilai t tabel dengan ketentuan uji 2 pihak menggunakan taraf signifikansi 5%, $df = (n-k)$ untuk menentukan t tabel. Sehingga rumus mencari nilai t tabel adalah:

$$t = (\alpha/2 ; n-k-df \text{ residual})$$

$$t = (0,05/2 ; 73-1-1)$$

$$t = (0,025 ; 71)$$

$$= 1,996$$

Keterangan:

α = tingkat kepercayaan penelitian, $\alpha = 0,05$

n = jumlah sampel yang digunakan

k = jumlah variabel independen

df = derajat kebebasan nilai residual

Maka nilai t tabel yang diperoleh yaitu sebesar 1,996

- d. Membandingkan t hitung dengan t tabel dengan memperhatikan ketentuan-ketentuan sebagai berikut:

Jika $t_{hitung} < t_{tabel}$ maka H_0 diterima.

Jika $t_{hitung} > t_{tabel}$ maka H_a ditolak.

Berdasarkan perolehan hasil diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa nilai $t_{hitung}(18,466) > t_{tabel}(1,996)$. Sehingga, H_0 ditolak dan H_a diterima hal tersebut diartikan terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwanto tahun ajaran 2023/2024.

2. Uji Koefisien Determinasi

Nilai koefisien determinasi menunjukkan persentase variabel dependen yang dapat dijelaskan oleh variabel independen. Nilai koefisien determinasi dapat diperoleh dari nilai R. Berdasarkan hasil output SPSS besarnya nilai R dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 3.5
Uji Koefisien Determinasi

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.910 ^a	.828	.825	2.687
a. Predictors: (Constant), Media Sosial Instagram				

Berdasarkan perhitungan tersebut diketahui nilai R (koefisien determinasi) sebesar 82,8% yang artinya variabel “perubahan pola komunikasi interpersonal” adalah kontribusi dari variabel “penggunaan media sosial instagram”. Sedangkan sisanya sebesar 17,2% (100% - 82,8%) disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.



BAB V PEMBAHASAN

A. Analisis Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Pada Siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwantoro Tahun Ajaran 2023/2024

Berdasarkan pengolahan uji normalitas data yang tercantum pada tabel 3.1 penelitian tentang Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Pada Siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwantoro Tahun Ajaran 2023/2024. Nilai yang didapatkan dari hasil Asymp, Sig. (2-tailed) 0,200 sehingga nilainya lebih tinggi dari nilai signifikansi 0,05 atau $0,200 > 0,05$ sehingga data Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal dinyatakan berdistribusi normal.

Melalui proses uji linieritas yang telah dilakukan terhadap linieritas data pada tabel 3.2 penelitian Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Pada Siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwantoro Tahun Ajaran 2023/2024. Nilai diperoleh dari hasil *Deviation from linieritary* sebesar 0,992 sehingga nilainya lebih tinggi dari nilai signifikan 0,05 atau $0,992 > 0,05$ sehingga data Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal dinyatakan memiliki hubungan yang linier. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa perolehan hasil yang didapatkan menyatakan **H_0 ditolak dan H_a diterima**. Melalui proses uji regresi linier sederhana diperoleh $Y = 1,852 + 0,543X$ Persamaan tersebut dapat diketahui bahwa angka konstan dari Unstandardized Coefficients sebesar 1,852 yang mempunyai arti bahwa nilai rata-rata variabel pola komunikasi interpersonal adalah sebesar 1,852 dan angka koefisien regresi sebesar 0,543. Angka ini mengandung arti bahwa setiap penambahan variabel penggunaan media sosial instagram (X), maka perubahan pola komunikasi interpersonal akan meningkat sebesar 0,543.

Pada proses uji-t yang dilakukan pada penelitian ini menghasilkan terdapat Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Pada Siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwanto Tahun Ajaran 2023/2024 dengan perolehan hasil nilai $t_{hitung}(18,466) > t_{tabel}(1,996)$. Sehingga, dapat disimpulkan bahwa perolehan hasil didapatkan menyatakan **Ho ditolak dan Ha diterima** hal tersebut diartikan terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwanto tahun ajaran 2023/2024.

B. Analisis Besar Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Pada Siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwanto Tahun Ajaran 2023/2024

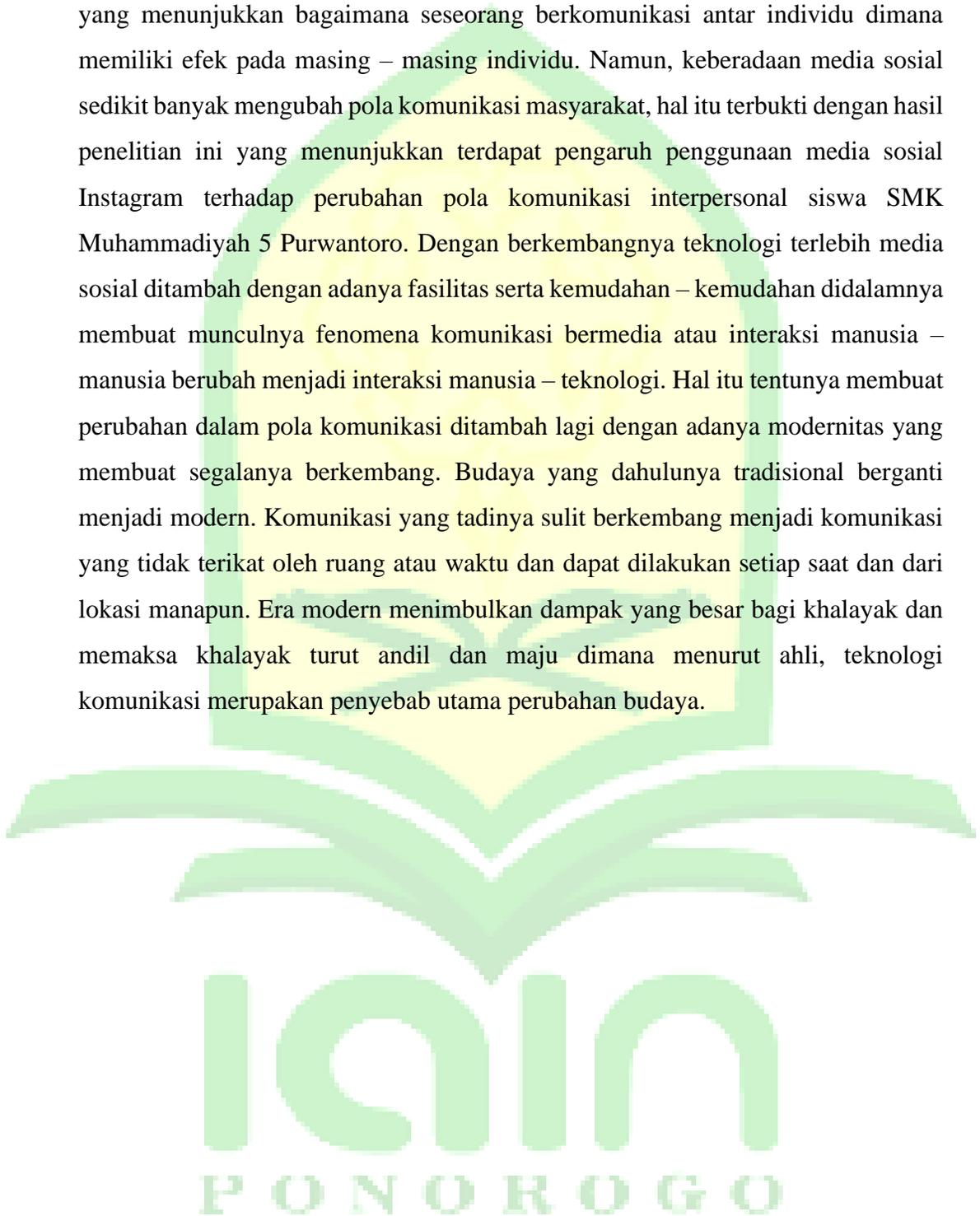
Berdasarkan hasil uji koefisien diperoleh hasil presentase sebesar 0,910 maka menghasilkan pengaruh sebesar 82,8%. Hal tersebut menyatakan bahwa 82,8% variabel “Pola Komunikasi Interpersonal” adalah kontribusi dari variabel “Penggunaan Media Sosial Instagram”. Sedangkan sisanya sebesar 17,2% disebabkan oleh faktor lain yang tidak diteliti oleh peneliti.

Dari penelitian didapatkan 82,8% yang merupakan hasil Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Pada Siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwanto Tahun Ajaran 2023/2024. Hal ini selaras dengan penelitian Syafa Tasya Arliesya Ardiansyah yang menghasilkan Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja Di Sidoarjo.⁵⁵ Selaras dengan penelitian yang dilakukan Doni Pranata Yusuf yang menghasilkan Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Pola Komunikasi Interpersonal di SDN IV Sudirman Makassar.⁵⁶

⁵⁵ Ardiansyah, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja Di Sidoarjo.”

⁵⁶ Yusuf, “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Pola Komunikasi Interpersonal Di SDN IV Sudirman Makassar.”

Jika dilihat dari teoritik dimana pola komunikasi interpersonal ialah bentuk yang menunjukkan bagaimana seseorang berkomunikasi antar individu dimana memiliki efek pada masing – masing individu. Namun, keberadaan media sosial sedikit banyak mengubah pola komunikasi masyarakat, hal itu terbukti dengan hasil penelitian ini yang menunjukkan terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwanto. Dengan berkembangnya teknologi terlebih media sosial ditambah dengan adanya fasilitas serta kemudahan – kemudahan didalamnya membuat munculnya fenomena komunikasi bermedia atau interaksi manusia – manusia berubah menjadi interaksi manusia – teknologi. Hal itu tentunya membuat perubahan dalam pola komunikasi ditambah lagi dengan adanya modernitas yang membuat segalanya berkembang. Budaya yang dahulunya tradisional berganti menjadi modern. Komunikasi yang tadinya sulit berkembang menjadi komunikasi yang tidak terikat oleh ruang atau waktu dan dapat dilakukan setiap saat dan dari lokasi manapun. Era modern menimbulkan dampak yang besar bagi khalayak dan memaksa khalayak turut andil dan maju dimana menurut ahli, teknologi komunikasi merupakan penyebab utama perubahan budaya.



BAB VI PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan analisis data, dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Terdapat pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal pada siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwantoro tahun ajaran 2023/2024. Hasil yang diperoleh diperoleh yakni $t_{hitung}(18,466) > t_{tabel}(1,996)$ yang menyatakan bahwa **H_0 ditolak dan H_a diterima** hal tersebut diartikan terdapat pengaruh penggunaan media sosial terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwantoro tahun ajaran 2023/2024.
2. Penggunaan media sosial instagram berpengaruh signifikansi terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal dilihat dari hasil koefisien determinasi sebesar 84,64 sedangkan sisanya sebesar 15,36 dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti oleh peneliti. Seta nilai koefisien determinasi ini berpengaruh positif yang mana jika terjadi penggunaan media sosial instagram, maka akan terjadi perubahan pola komunikasi interpersonal.

B. Saran

1. Sebaiknya pihak guru lebih memberikan pengajaran kepada setiap siswa SMK Muhammadiyah 5 Purwantoro sehingga terhindar dari pola komunikasi interpersonal yang bersifat negatif.
2. Bagi mahasiswa, sebaiknya tetap menggunakan media sosial secara positif dalam hal apapun, terlebih dalam berkomunikasi, mencari informasi, dan lain-lain.
3. Bagi peneliti lain, disarankan mengambil objek penelitian yang lebih luas dengan tujuan keakuratan data yang lebih baik dan melihat hasil penelitian yang lebih menggambarkan keadaan yang sesungguhnya secara lebih umum dan luas

serta melakukan studi berkelanjutan untuk memantau dan mengevaluasi setiap perubahan perilaku responden dari waktu ke waktu.



DAFTAR PUSTAKA

- A.W, Suranto. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu, 2011.
- Abubakar, Fauzi. “Pengaruh Komunikasi Interpersonal Antara Dosen Dan Mahasiswa Terhadap Motivasi Belajar Dan Prestasi Akademik Mahasiswa.” *Jurnal Pekommas* 18, no. 1 (2015): 53–62.
- Annur, Cindy Mutia. “Indonesia Masuk 5 Besar Negara Dengan Pengguna Instagram Terbanyak Di Dunia.” *Databoks.Katadata.Co.Id*, 2023.
- Ardiansyah, Syafa Tasya Arliesya. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja Di Sidoarjo.” *Skripsi*, 2021, 13–15.
- Ardianto, Elvinaro. *Komunikasi Massa: Suatu Pengantar*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2009.
- Arikunto. *Prosedur Penelitian: Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta, 2016.
- Atmoko, Bambang Dwi. *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita, 2012.
- Cahyono, Anang Sugeng. “Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat Di Indonesia” 5, no. 2 (2017): 202–25.
<https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>.
- Cangara, Hafied. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Depok: PT Raja Grafindo Persad, 2012.
- Cindie Sya'bania Feroza, Desy Misnawati. “Penggunaan Media Sosial Instagram Pada Akun @Yhoophii_Official Sebagai Media Komunikasi Dengan Pelanggan.”

- Jurnal Inovasi* 15, no. 1 (2021): 54–61. <https://doi.org/10.33557/ji.v15i1.2204>.
- Devito, Joseph A. *Komunikasi Antarmanusia*. Jakarta: Karisma Publishing Group, 2011.
- Djamarah, Syaiful Bahri. *Pola Komunikasi Orang Tua & Anak Dalam Keluarga: Sebuah Perspektif Pendidikan Islam*. Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Dwi Hadya Jayani. “Penggunaan Internet Di Kalangan Siswa Sekolah Semakin Meningkat.” *Databoks.Katadata.Co.Id*, 2021. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/05/03/tren-siswa-sekolah-menggunakan-internet-semakin-meningkat>.
- Effendy, Onong U. *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003.
- Flourensia Spty Rahayu, Limia Kristiani, Sharon Fuhrensia Wersemetawar. “Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Sosial Remaja Di Kabupaten Sleman, Yogyakarta.” *Inovasi Teknologi* 2018 (2019): 39–46.
- Hartati, Kalmi. “Pola Komunikasi Antara Staf Dan Lurah Di Kantor Kelurahan Perangat Selatan Kecamatan Marangkayu Kabupaten Kutai Kartanegara.” *EJournal Ilmu Komunikasi* 1, no. 2 (2013): 422–23.
- Herdianto, Yayan. “Pengaruh Situs Jejaring Sosial Facebook Terhadap Pola Komunikasi Interpersonal ‘Studi Kasus MAN 2 Serang.’” *Skripsi*, 2011.
- Khairuni, Nisa. “Dampak Positif Dan Negatif Sosial Media Terhadap Pendidikan Akhlak Anak (Studi Kasus Di SMP Negeri 2 Kelas VIII Banda Aceh).” *Jurnal Edukasi: Jurnal Bimbingan Konseling* 2, no. 1 (2016): 91.

<https://doi.org/10.22373/je.v2i1.693>.

- Morissan. *Periklanan : Komunikasi Pemasaran Terpadu*. Jakarta: Kencana, 2010.
- Mulyana, Deddy. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Remaja Rosdakarya, 2004.
- Ningsih, Wanda Lestari. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Komunikasi Interpersonal Pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi Dan Penyiaran Islam Angkatan Tahun 2020 Iain Ponorogo.” *Skripsi*, 2023.
- Nurudin. *Pengantar Komunikasi Massa*. Jakarta: Rajawali Pers, 2015.
- Nuryadi. *Dasar-Dasar Statistik Penelitian*. Yogyakarta: Gramasurya, 2017.
- Puntoadi, Danis. *Menciptakan Penjualan via Social Media*. Jakarta: Elex Media Komputindo, 2011.
- Purbohastuti, Arum Wahyuni. “Efektivitas Media Sosial Sebagai Media Promosi.” *Ekonomika* 12, no. 2 (2017): 212–31.
- Rahmah, Annisa Nabilah. “Pengaruh Intensitas Penggunaan Instagram Terhadap Komunikasi Antarpribadi Siswa SMK Islamiyah Serua.” *Skripsi*, 2023.
- Novianti, Riska Dwi. Mariam Sondakh, Meiske Rembang. “Komunikasi Antarpribadi Dalam Menciptakan Harmonisasi (Suami Dan Istri) Keluarga Didesa Sagea Kabupaten Halmahera Tengah” VI, no. 2 (2017).
- Rulli, Nasrullah. *Media Sosial Perspektif Komunikasi, Budaya, Dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama, 2017.
- Saputri, Vincentia Madya Della. “Perbedaan Intensitas Penggunaan Media Sosial Pada Mahasiswa Yang Bertempat Tinggal Di Kos Dan Di Rumah,” no. 1 (2021).
- Sugiyono. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif Dan R&D*. Edited by MT

- Dr.Ir.Sutopo.S.Pd. Cetakan ke. Bandung: ALFABETA,cv, 2019.
- . *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif Dan R&D*. Penerbit Alfabeta. Bandung: ALFABETA,cv, 2017.
- . *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: ALFABETA, 2015.
- Suhartanti, Laela. “Pengaruh Kontrol Diri Terhadap Narcissistic Personality Disorder Pada Pengguna Instagram Di SMA N 1 Seyegan.” *Bimbingan Dan Konseling* 8 (2015): 184–95.
- Siregar, Syofian. *Statistik Parametrik Untuk Penelitian Kuantitatif: Dilengkapi Dengan Perhitungan Manual Dan Aplikasi SPSS Versi 17*. Bumi Aksara, 2017.
- Wahyudi, dkk. “Komunikasi Interpersonal Dan Iklim Komunikasi Dalam Organisasi.” *Jurnal Dakwah Tabligh* 14, no. 1 (2013): 115–26.
- Wawancara Pra Penelitian, 30 Januari 2024
- Yusuf, Doni Pranata. “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Pola Komunikasi Interpersonal Di SDN IV Sudirman Makassar,” skripsi, Universitas Hasanuddin Makassar, 2017.