



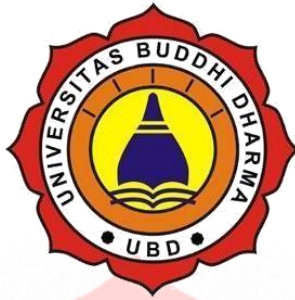
**IMPLEMENTASI EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP KUALITAS KOMUNIKASI
INTERPERSONAL MAHASISWA PRODI ILMU
KOMUNIKASI UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA**

SKRIPSI

YOSIA SIREGAR

20200400065

**FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG
2025**



**IMPLEMENTASI EFEKTIVITAS MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP KUALITAS KOMUNIKASI
INTERPERSONAL MAHASISWA PRODI ILMU
KOMUNIKASI UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA**

Diajukan Untuk Memenuhi Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana
Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

**Yosia Siregar
20200400065**

**FAKULTAS SOSIAL DAN HUMANIORA
PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
UNIVERSITAS BUDDHI DHARMA
TANGERANG
2025**



LEMBAR PERSETUJUAN

Judul Tugas Akhir : Implementasi Efektivitas Media Sosial Instagram Terhadap Kualitas Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma

Nama : Yosia Siregar

NIM : 20200400065

Fakultas : Sosial dan Humaniora

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Skripsi ini disetujui pada tanggal 10 Februari 2025

Disetujui,
Dosen Pembimbing

Kaprodi

Dr. Lilie Suratminto, M.A

NIDN. 8875430017

Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom.

NIDN. 0310048205



SURAT REKOMENDASI KELAYAKAN TUGAS AKHIR

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Yosia Siregar

Nim : 20200400065

Fakultas : Sosial dan Humaniora

Program Studi : Ilmu Komunikasi

Judul Tugas Akhir : Implementasi Efektivitas Media Sosial Instagram Terhadap Kualitas Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma

Dinyatakan Layak Untuk Mengikuti Sidang Skripsi.

Tangerang, 10 Februari 2025

Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi

Dosen Pembimbing


Tia Nurapriyanti, S.Sos., M.IKom
NIDN. 0310048205


Dr. Lilie Suratminto, M.A
NIDN. 8875430017



LEMBAR PENGESAHAN

Tugas Akhir ini diajukan oleh:

Nama : Yosia Siregar
NIM : 20200400065
Fakultas : Fakultas Sosial Humaniora
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Tugas Akhir : Implementasi Efektivitas Media Sosial Instagram Terhadap Kualitas Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma

Telah berhasil dipertahankan di hadapan Dewan Penguji dan diterima sebagai persyaratan yang diperlakukan untuk mendapatkan gelar strata satu (S-1) pada Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Sosial dan Humaniora, Universitas Buddhi Dharma.

Dewan Penguji

1. Ketua Penguji : Hot Saut Halomoan, S.Pd., M.Hum
NIDN. 0320046101
2. Penguji I : Adrallisman, S.S., M.Hum
NIDN. 0310048205
3. Penguji III : Galuh Kusuma Hapsari, S.Si., M.IKom
NIDN. 0401018307

Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora
Universitas Buddhi Dharma

Dr. Sonya Ayu Kumala, S.Hum., M.Hum

NIDN. 0418128601

PERNYATAAN ORISINALITAS

Dengan ini saya menyatakan bahwa:

Karya tulis saya, tugas akhir dalam bentuk skripsi berjudul "Implementasi Efektivitas Media Sosial Instagram Terhadap Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma" merupakan asli karya saya sendiri.

Karya tulis ini murni ide, rumusan, dan penelitian saya pribadi, dengan tidak diperbantukan oleh pihak lainnya, kecuali oleh pembimbing;

Di dalam karya tulis ini, tidak ada karya ataupun opini yang sudah dituliskan ataupun disebarkan kepada orang lain, terkecuali dengan terang saya cantumkan sebagai referensi penulisan naskahnya melalui pencantuman penulisnya di daftar pustaka;

Pernyataan ini dibuat dengan sebenar-benarnya dan jika ada hal yang menyimpang di dalamnya, saya bersedia mendapat konsekuensi akademik berupa dicabutnya gelar yang sudah saya peroleh melalui karya tulis ini, serta konsekuensi lain sebagaimana norma dan ketentuan hukum yang ada.

Tangerang, 10 Februari 2025

Yang Membuat Pernyataan,



Yosia Siregar

NIM: 20200400065

KATA PENGANTAR

Puji dan Syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas berkat-Nya kepada Penulis sehingga Penulis dapat menyelesaikan penulisan skripsi dengan judul “Implementasi Efektivitas Media Sosial Instagram Terhadap Kualitas Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma”

Penulis menyampaikan rasa hormat dan ucapan terima kasih kepada semua pihak yang memberikan bantuan dan dorongan kepada penulis dalam menyelesaikan penulisan skripsi ini, terutama kepada:

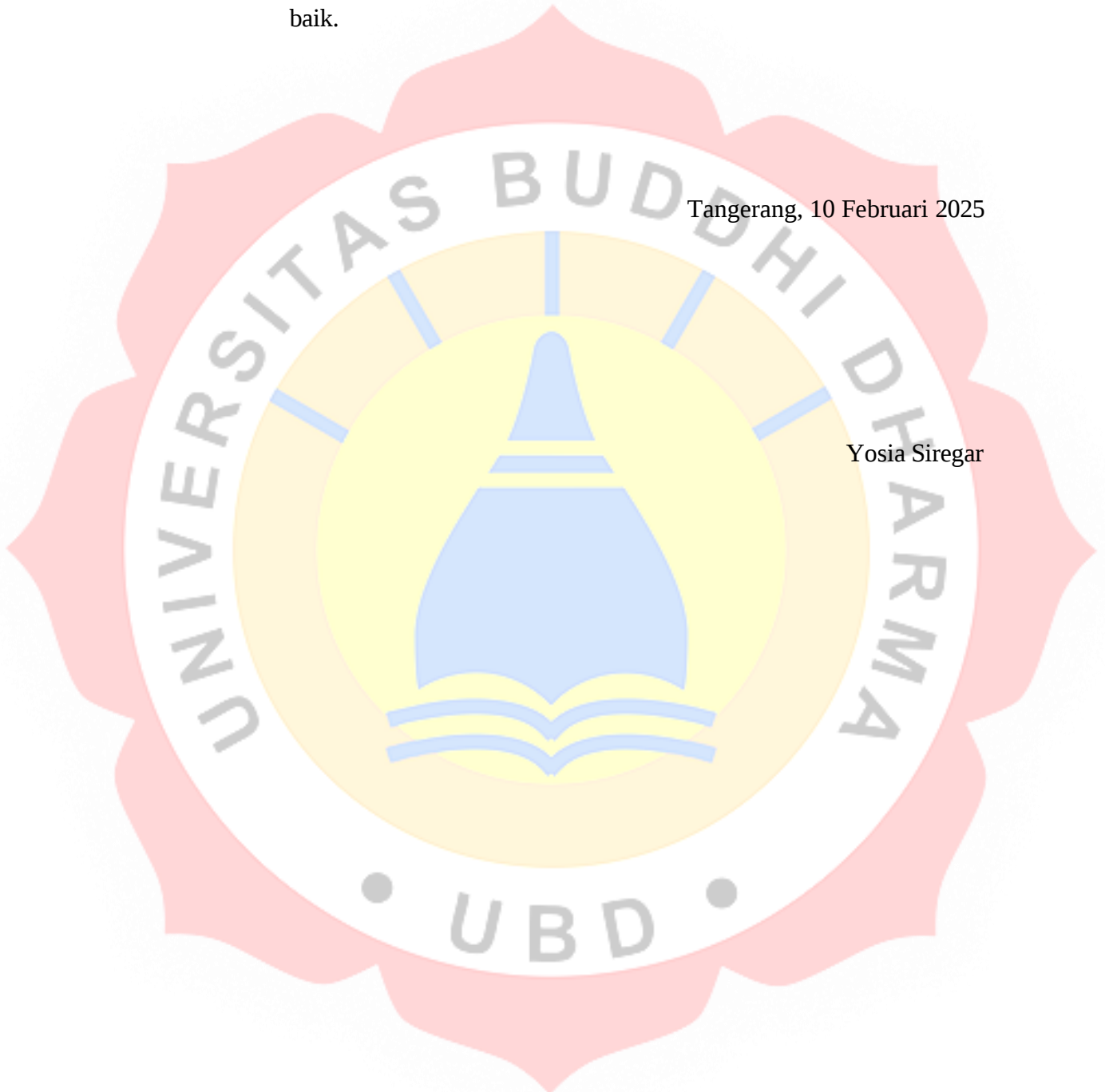
1. Dr. Limajatini, S.E., M.M, selaku Rektor Universitas Buddhi Dharma.
2. Dr. Sonya Ayu Kumala, S.Hum., M.Hum., selaku Dekan Fakultas Sosial dan Humaniora Universitas Buddhi Dharma
3. Tia Nurapriyanti, S.Sos.I., M.I.Kom, selaku Ketua Program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas sosial dan humaniora Universitas Buddhi Dharma
4. Dr. Lilie Suratminto, M.A, Dosen pembimbing yang telah memberikan waktu, tenaga dan juga pikirannya untuk memberikan pengetahuan, bimbingan, saran serta dukungan kepada peneliti agar dapat menyelesaikan tugas akhir ini sesuai dengan waktu yang ditentukan.
5. Para dosen Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma yang telah memberikan perkuliahan Ilmu Komunikasi dan *Marketing Communication* kepada peneliti sehingga ilmu tersebut bermanfaat dalam penulisan Tugas Akhir peneliti.
6. Kedua orang tua yang selalu memberikan kasih sayang, dukungan, doa serta nasihat kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini. Kakak saya dan kakak ipar saya serta kedua

keponakan saya yang selalu memberikan dukungan dan motivasi kepada peneliti sehingga dapat menyelesaikan Tugas Akhir ini.

7. Teman-teman kuliah yang saling mendukung satu sama lainnya, sehingga penulisan Tugas Akhir ini dapat diselesaikan dengan baik.

Tangerang, 10 Februari 2025

Yosia Siregar



ABSTRAK

Pada era digital saat ini, Instagram menjadi platform media sosial yang sangat populer dan banyak digunakan oleh masyarakat dari berbagai kalangan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mencari pengaruh dari Instagram terhadap kualitas komunikasi interpersonal mahasiswa Universitas Buddhi Dharma. Penelitian ini menggunakan teori komunikasi antar pribadi dengan pendekatan kualitatif dan metode deskriptif. Subjek dari penelitian ini berjumlah 15 orang mahasiswa Universitas Buddhi Dharma yang dipilih secara purposif, dan teknik pengumpulan data dilakukan melalui wawancara kepada narasumber. Hasil penelitian menunjukkan bahwa: 1) Instagram memiliki pengaruh terhadap kualitas komunikasi interpersonal. Pengaruh ini dapat bersifat positif maupun negatif, tergantung pada individu yang menggunakannya. 2) Kualitas komunikasi Interpersonal di Instagram dipengaruhi oleh beberapa faktor. Faktor-faktor ini termasuk cara individu mempresentasikan diri mereka secara online, jenis konten yang mereka bagikan, dan bagaimana mereka berinteraksi dengan orang lain. 3) Instagram dapat memfasilitasi komunikasi interpersonal dalam konteks tertentu.

Kata kunci: *Instagram, Komunikasi interpersonal, Teori Komunikasi Antar Pribadi*

ABSTRACT

In today's digital era, Instagram has become a highly popular social media platform widely used by people from all walks of life. The aim of this research is to investigate the influence of Instagram on the quality of interpersonal communication among students at Buddhi Dharma University. This study employs a interpersonal communication theory with a qualitative approach and descriptive method. The subjects of this research were 15 students from Buddhi Dharma University who were selected purposively, and the data collection technique was carried out through interviews with the sources. The results of the research indicate that: 1) Instagram has an influence on the quality of interpersonal communication. This influence can be either positive or negative, depending on the individual using it. 2) The quality of interpersonal communication on Instagram is influenced by several factors. These factors include the way individuals present themselves online, the type of content they share, and how they interact with others. 3) Instagram can facilitate interpersonal communication in certain contexts.

Keywords: Instagram, Interpersonal Communication, Interpersonal Communication Theory

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	vii
ABSTRAK.....	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI	xi
DAFTAR TABEL	xiii
DAFTAR GAMBAR	xiv
BAB I.....	1
PENDAHULUAN.....	1
1.1 Latar Belakang	1
1.2 Rumusan Masalah	4
1.3 Tujuan Penelitian	4
1.4 Manfaat Penelitian	4
1.4.1 Manfaat Praktis.....	4
1.4.2 Manfaat Akademis	5
1.5 Kerangka Konseptual Penelitian	5
BAB II.....	6
TINJAUAN PUSTAKA	6
2.1 Penelitian Terdahulu	6
2.2 Kerangka Teoretis	8
2.2.1 Teori Komunikasi Antar Pribadi	8
2.2.2 Media Sosial	9
2.2.3 Karakteristik Media Sosial	9
2.2.4 Jenis-Jenis Media Sosial	10
2.2.5 Fungsi Media Sosial.....	10
2.2.6 Dampak Media Sosial	12
2.2.7 Instagram	12
2.2.8 Komunikasi Interpersonal	12
2.2.9 Karakteristik Komunikasi Interpersonal	13
BAB III	14
METODOLOGI PENELITIAN.....	14
3.1 Pendekatan Penelitian	14

3.2 Metode Penelitian	15
3.3 Subjek dan Objek Penelitian	15
3.3.1 Subjek Penelitian	15
3.3.2 Objek Penelitian	15
3.4 Teknik Pengumpulan Data	16
3.5 Teknik Analisis Data.....	17
3.5.1 Jenis Data Primer	17
Sumber Data: Primer.....	18
3.5.2 Jenis Data Sekunder.....	18
3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian.....	19
3.6.1 Lokasi Penelitian	19
3.6.2 Waktu Penelitian.....	19
3.7 Evaluasi Penelitian	19
BAB IV	20
HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	20
4.1 Gambaran Umum Subjek Penelitian	20
4.2 Hasil Penelitian	37
4.2.1 Jenis konten yang dikonsumsi/dibagikan.....	37
4.3 Pembahasan	43
BAB V	61
SIMPULAN DAN SARAN	61
5.1 Simpulan	61
5.2 Saran	61
DAFTAR PUSTAKA	62
LAMPIRAN	

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Kerangka konseptual pemikiran7

Tabel 4.1 Temuan Penelitian56



DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Data pengguna Instagram tahun 2021-2024	17
Gambar 4.1 Akun Instagram @bangdon.10	42
Gambar 4.2 Akun Instagram @woytakk_	43
Gambar 4.3 Akun Instagram @proodhituss	44
Gambar 4.4 Akun Instagram @anjanettemichellee	45
Gambar 4.5 Akun Instagram @marcelinojhoansya	46
Gambar 4.6 Akun Instagram @leonardi._d_p	47
Gambar 4.7 Akun Instagram @putraekaprass	48
Gambar 4.8 Akun Instagram @friscaantoniad_	49
Gambar 4.9 Akun Instagram @kvnjIntooo	50
Gambar 4.10 Akun Instagram @nara_kovida	51
Gambar 4.11 Akun Instagram @bhaktibagus_	52
Gambar 4.12 Akun Instagram @chandrasur23	53
Gambar 4.13 Akun Instagram @gilbertsih	54
Gambar 4.14 Akun Instagram @joshuasitt	55
Gambar 4.15 Akun Instagram @svrn.dims	56

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia pada hakikatnya merupakan makhluk yang hidup berkelompok dan tidak bisa lepas dengan manusia lainnya. Pada dasarnya manusia memiliki naluri yang saling berhubungan dengan manusia lainnya sehingga menciptakan sebuah pola pergaulan yang disebut dengan pola interaksi sosial (Putu & Nilakusmawati, 2020). Interaksi sosial didefinisikan sebagai suatu hubungan yang bersifat dinamis, menyangkut antarindividu, antar kelompok, maupun antar individu dengan kelompok manusia. Teknologi komunikasi semakin berkembang dan banyak digunakan dalam kehidupan sosial masyarakat. Beberapa dampak dari perkembangan teknologi ini adalah munculnya sejumlah alat komunikasi baru seperti telepon genggam internet televisi dan lain-lain. Hal inilah yang memuat akses informasi menjadi lebih cepat dan mudah oleh karena itu perkembangan teknologi harus menjadi cara untuk mengemangkan pemikiran manusia. Karena perkembangan teknologi yang begitu pesat masyarakat sangat bergantung pada yang namanya teknologi khususnya internet.

Keberadaan teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang luar biasa telah membuka babak baru dalam kehidupan masyarakat modern guna mendapatkan informasi secara otonom. Hampir setiap orang memiliki akses terhadap informasi-informasi tersebut dimanapun di dunia ini. Sebagian besar masyarakat tidak bisa lepas dari ketergantungan pada teknologi tersebut. Kehadiran perangkat teknologi telah memasuki pelosok wilayah dan membentuk aktivitas komunikasinya sendiri (Nurudin, 2012). Sebagai konsekuensinya menjadikan masyarakat lebih kritis dan melek terhadap situasi dan hal-hal yang sedang berkembang. Keberadaan teknologi komunikasi dan informasi sudah merasuk ke berbagai aspek kehidupan manusia (Wood, 2013). Relasi antarindividu tidak semata-mata melalui fisik melainkan sudah pada

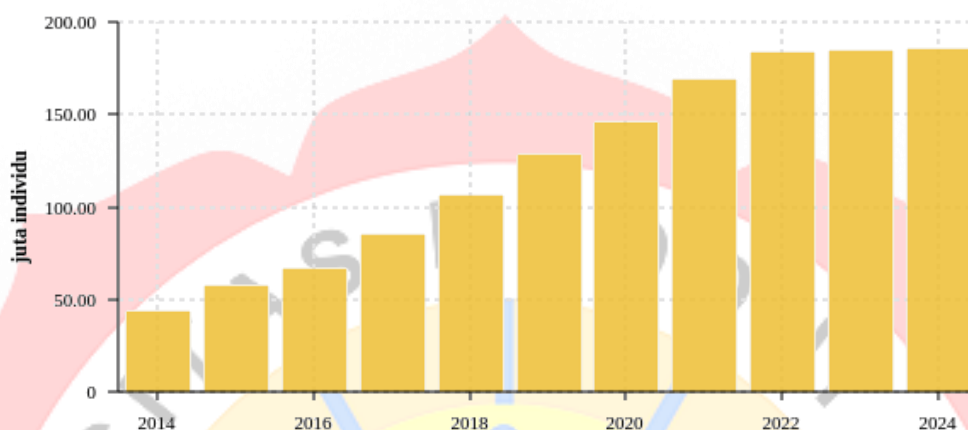
tahap “interface” yang diwakili oleh perangkat teknologi. Ellis (Littlejohn & Foss, 2009) memberikan catatan tersendiri bahwa media terbesar pada waktunya akan membentuk perilaku dan pemikiran bagi siapapun yang terkontaminasi dengan keberadaan teknologi. Teknologi mampu mewakilkan animasi dibandingkan keberadaan individu untuk terlibat langsung. Kemajuan teknologi diakui dan benar-benar dirasakan memberikan manfaat dan kemudahan bagi manusia (Nasrullah, 2012)

Data menunjukkan bahwa pada Januari 2024 ada 185 juta individu pengguna internet di Indonesia, setara 66,5% dari total populasi nasional yang berjumlah 278,7 juta orang. Pengguna internet di Indonesia awal tahun ini tercatat bertambah sekitar 1,5 juta orang atau naik 0,8% dibanding Januari 2023 (year-on-year/yoy).

We Are Social juga menunjukkan, jumlah pengguna internet di Indonesia terus meningkat dalam sedekade terakhir. Jika dibanding Januari 2014, jumlahnya saat ini sudah bertambah sekitar 141,3 juta pengguna. Dalam 10 tahun belakangan, tingkat pertumbuhan paling tinggi tercatat pada Januari 2017, di mana jumlah pengguna internet nasional melonjak 28,4% (yoy). Sementara, pertumbuhan paling lambat tercatat pada Januari 2023 yang hanya naik 0,6% (yoy). Meski begitu, masih banyak penduduk Indonesia yang belum terkoneksi internet. Menurut *We Are Social*, jumlahnya mencapai 93,4 juta penduduk per awal 2024, paling banyak ke-7 secara global.

Menurut laporan terbaru *We Are Social*, WhatsApp menjadi aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan di Indonesia pada Januari 2024. Dari seluruh pengguna internet di Indonesia yang berusia 16—64 tahun, mayoritas atau 90,9%-nya tercatat memakai aplikasi tersebut. Instagram menempati posisi kedua dengan proporsi pengguna 85,3%, diikuti Facebook 81,6%, dan TikTok 73,5%. Kemudian yang menggunakan Telegram ada 61,3%, dan X (dahulu Twitter) 57,5%. Ada pula yang menggunakan Facebook Messenger, Pinterest, Kuaishou (Kwai dan Snack Video), serta LinkedIn dengan proporsi lebih kecil seperti terlihat pada grafik. Secara keseluruhan, *We Are Social*

mencatat ada 139 juta identitas pengguna media sosial di Indonesia pada Januari 2024. Jumlahnya setara 49,9% dari total populasi nasional.



Gambar 1.1 Data Pengguna Media Sosial Tahun 2014-2024

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang begitu pesat, khususnya media sosial, telah mengubah lanskap interaksi sosial manusia. Instagram, sebagai salah satu platform media sosial yang populer, telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Penggunaan Instagram yang masif ini tak pelak menimbulkan pertanyaan mengenai dampaknya terhadap kualitas komunikasi interpersonal.

Dalam era digital, Instagram telah menjadi ruang publik virtual di mana individu dapat berbagi informasi, ide, dan pengalaman. Meskipun Instagram mempermudah konektivitas, namun penggunaan yang berlebihan dan tidak sehat dapat berdampak negatif pada kualitas interaksi sosial.

Komunikasi interpersonal, sebagai fondasi hubungan manusia, mengalami transformasi signifikan seiring dengan maraknya penggunaan media sosial. Instagram, dengan fitur-fiturnya yang interaktif dan visual, menawarkan cara baru bagi individu untuk berinteraksi dan membangun relasi. Namun, di balik

kemudahan yang ditawarkan, muncul kekhawatiran akan potensi penurunan kualitas komunikasi interpersonal.

Perkembangan teknologi komunikasi telah mengubah cara individu berinteraksi dan berkomunikasi secara signifikan di berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam lingkungan pendidikan seperti di Universitas Buddhi Dharma. Mahasiswa saat ini cenderung mengandalkan media sosial, pesan teks, email, dan platform komunikasi digital lainnya sebagai sarana utama untuk berkomunikasi dengan sesama mahasiswa, dosen, dan staf universitas. Hal ini menciptakan perubahan dalam pola komunikasi tradisional yang lebih langsung dan tatap muka. Penggunaan teknologi komunikasi ini menawarkan keuntungan seperti kemudahan dalam akses informasi, fleksibilitas dalam waktu dan tempat, serta kemampuan untuk menjalin hubungan jarak jauh. Namun demikian, dampaknya terhadap kualitas komunikasi antarindividu belum sepenuhnya dipahami dengan baik. Ada kekhawatiran bahwa terlalu bergantung pada teknologi komunikasi dapat mengurangi kualitas komunikasi interpersonal, misalnya meningkatkan risiko kesalahpahaman atau mengurangi keterlibatan emosional dalam percakapan.

1.2 Rumusan Masalah

Bagaimana Implementasi Efektivitas Media Sosial Instagram terhadap Kualitas Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Prodi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma?

1.3 Tujuan Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk mengevaluasi bagaimana mahasiswa mengimplementasikan penggunaan instagram dalam komunikasi interpersonal.

1.4 Manfaat Penelitian

1.4.1 Manfaat Praktis

Penelitian ini dapat meningkatkan kesadaran mahasiswa tentang bagaimana mereka menggunakan Instagram dan dampaknya terhadap keterampilan komunikasi interpersonal mereka.

Mahasiswa dapat lebih memahami kekuatan dan kelemahan Instagram dalam konteks komunikasi pribadi mereka.

1.4.2 Manfaat Akademis

Penelitian ini memperluas wawasan mengenai bagaimana media sosial, khususnya Instagram, memengaruhi interaksi antarpribadi di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi. Hasil penelitian ini dapat digunakan untuk mengembangkan dan menguji teori-teori komunikasi yang relevan dengan konteks media sosial, seperti teori penggunaan dan kepuasan, teori agenda-setting digital, atau teori jaringan sosial online. Selain itu, penelitian ini juga berkontribusi pada literatur ilmiah tentang komunikasi digital dan dampaknya pada hubungan antarpribadi.

1.5 Kerangka Konseptual Penelitian



Tabel 1.1 Kerangka Konseptual Penelitian

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Untuk penulisan skripsi ini peneliti mencari referensi ilmiah yang relevan untuk membantu penelitian yang akan dijalankan. Penelitian terdahulu menjadi dasar atau referensi untuk penelitian selanjutnya.

Pertama, jurnal penelitian yang diteliti oleh Ana Puji Astuti dan Anike Nurmalita RPS Jurnal Analisa Sosiologi (April 2014) yang berjudul “Teknologi Komunikasi dan Perilaku Remaja”. Metodologi dalam penelitian ini adalah Kualitatif untuk meneliti perkembangan teknologi komunikasi yang mempengaruhi cara remaja memahami dan berpartisipasi dalam budaya dan nilai-nilai sosial. Ini dapat mencakup caramereka mengonsumsi media, mengekspresikan opini politik, atau mengikuti tren dan norma sosial tertentu yang dibentuk oleh lingkungan online mereka. Kesimpulan dari jurnal yang berjudul “Teknologi Komunikasi dan Perilaku Remaja” adalah studi teknologi komunikasi dan perilaku remaja menunjukkan bahwa sementara teknologi ini membawa manfaat signifikan, juga diperlukan pemahaman dan pengelolaan yang hati-hati untuk mengurangi dampak negatifnya pada kesehatan dan perkembangan remaja.

Yang kedua, jurnal penelitian yang ditulis oleh Yana F.Taopan, Mintjie Ratoe, dan Andy Nabu Sogen Jurnal Kependidikan (Maret 2019) yang berjudul “Dampak Perkembangan Teknologi informasi dan Komunikasi Terhadap Perilaku Moral Remaja di SMA Negeri 3 Kota Kupang”. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kualitatif dengan subjek penelitian adalah Guru PKn, guru Agama, guru BP, Guru TIK, Wali kelas, siswa yang sering bermasalah terkait HP, orang tua siswa, tokoh masyarakat dan tokoh Agama. Dalam penelitian ini digunakan teknik *snowball sampling* dalam penentuan informan artinya pencarian informan akan dihentikan setelah informasi penelitian dianggap sudah memadai. Kesimpulan dari jurnal penelitian “Dampak Perkembangan Teknologi informasi dan Komunikasi Terhadap Perilaku Moral Remaja di SMA

Negeri 3 Kota Kupang” adalah studi ini menyoroti kompleksitas dampak TIK terhadap perilaku moral remaja di SMA Negeri 3 Kota Kupang, dengan menekankan pentingnya pendekatan holistik dalam mengintegrasikan teknologi ini ke dalam kehidupan sekolah dan masyarakat secara bertanggung jawab.

Yang ketiga, jurnal yang ditulis oleh Detya Wiryany, Selina Natasha, dan Rio Kurnawan Jurnal Nomosleca (Oktober 2020) yang berjudul “Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Perubahan Sistem Komunikasi Indonesia”. Metode penelitian yang digunakan adalah metode deskriptif kualitatif dengan teknik *purposive sampling* dalam menentukan lima informan. Teknik pengumpulan datanya dengan observasi, dokumentasi dan wawancara serta menggunakan analisis data Miles dan Huberman. Kesimpulan dari jurnal penelitian “Perkembangan Teknologi Informasi dan Komunikasi Terhadap Perubahan Sistem Komunikasi Indonesia” adalah penelitian ini menggarisbawahi bahwa perkembangan TIK telah memberikan dampak yang signifikan terhadap sistem komunikasi Indonesia secara keseluruhan, membentuk landscape komunikasi yang baru dan menghadirkan peluang serta tantangan yang perlu diatasi dengan bijak untuk mendukung perkembangan yang berkelanjutan dan inklusif.

Yang Keempat, Skripsi penelitian dari Orientia Febyanti Putri Cahyowati yang berjudul Komunikasi Interpersonal Antara Dosen Pembimbing dan Mahasiswa Bimbingan Prodi Ilmu Komunikasi Dalam Meningkatkan Motivasi Pengerjaan Skripsi Di Universitas Buddhi Dharma Angkatan 2019. Metode penelitian yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan paradigma penelitian *post-positivisme*. Penelitian ini membahas mengenai Komunikasi Interpersonal antara dosen pembimbing dan mahasiswa bimbingan. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui komunikasi interpersonal yang dilakukan oleh dosen pembimbing kepada mahasiswa bimbingan dalam meningkatkan motivasi pengerjaan skripsi.

Yang Kelima, Skripsi penelitian dari Nidya Saila Salsabila yang berjudul Komunikasi Interpersonal Mahasiswa dan Dosen Pembimbing melalui Whatsapp.

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Teknik pengumpulan data menggunakan wawancara mendalam dan studi dokumentasi, perolehan sampel penelitian menggunakan teknik *purposive sampling* dan *snowball sampling*. Analisa data yang digunakan adalah analisa interaktif yang terdiri atas pengumpulan data, reduksi data, sajian data, dan penarikan kesimpulan. Teori yang digunakan untuk analisis data hasil penelitian adalah teori penetrasi sosial. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui dan memahami bagaimana komunikasi interpersonal antara mahasiswa dan dosen pembimbing melalui WhatsApp dalam bimbingan skripsi mahasiswa FISIP UNS pada masa pandemi COVID-19.

2.2 Kerangka Teoretis

Sebagai dasar pemikiran dalam penelitian ini maka penulis terlebih dahulu mengemukakan kerangka teoritis sesuai dengan masalah yang dibahas. Kerangka teoritis merupakan dasar berfikir untuk mengkaji dan menjelaskan. Teori-teori yang menjadi landasan dalam penelitian ini gunanya mengarahkan penelitian dan memperoleh kebenaran dalam penelitian. Maka dalam penelitian ini ada beberapa teori yang dipaparkan sebagai acuan terhadap permasalahan yang ada.

2.2.1 Teori Komunikasi Antar Pribadi

Teori komunikasi antar pribadi menurut William Schutz, yang dikenal sebagai Teori Fundamental Interpersonal Relations Orientation (FIRO), berfokus pada tiga kebutuhan antarpribadi dasar yang memengaruhi cara individu berinteraksi dengan orang lain:

1. Inklusi (*Inclusion*)

- Kebutuhan untuk merasa diterima dan menjadi bagian dari kelompok atau hubungan.
- Individu dengan kebutuhan inklusi yang tinggi mencari interaksi sosial yang sering dan bermakna.
- Sebaliknya, individu dengan kebutuhan inklusi yang rendah cenderung menghindari interaksi sosial dan merasa nyaman dengan kesendirian.

2. Kontrol (*Control*)

- Kebutuhan untuk memiliki pengaruh dan kendali atas orang lain dan situasi.
- Individu dengan kebutuhan kontrol yang tinggi ingin memimpin dan membuat keputusan.
- Individu dengan kebutuhan kontrol yang rendah lebih suka mengikuti arahan dan menghindari tanggung jawab.

3. Afeksi (*Affection*)

- Kebutuhan untuk merasakan dan memberikan cinta, kehangatan, dan kedekatan emosional.
- Individu dengan kebutuhan afeksi yang tinggi mencari hubungan yang dekat dan intim.
- Individu dengan kebutuhan afeksi yang rendah lebih suka menjaga jarak emosional dan merasa tidak nyaman dengan keintiman.

2.2.2 Media Sosial

Media Sosial adalah platform digital yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan, berbagi, dan berinteraksi dengan konten seperti teks, gambar, video, dan audio. Platform ini telah mengubah cara kita berkomunikasi, berinteraksi, dan mengonsumsi informasi. Dan menurut Van Dijk (2013), yang dikutip oleh Nasrullah dalam buku Media Sosial (2016;11), bahwa “Media sosial adalah platform media yang memfokuskan pada eksistensi pengguna yang memfasilitasi mereka dalam beraktifitas maupun berkolaborasi, Karena itu media sosial dapat dilihat sebagai medium (fasilitator) online yang menguatkan hubungan antar pengguna sekaligus sebagai sebuah ikatan sosial.”

2.2.3 Karakteristik Media Sosial

Menurut Rulli Nasrullah (2016), media sosial memiliki beberapa karakteristik, yaitu:

- Jaringan (*network*) Media sosial merupakan jaringan sosial yang terbentuk dari struktur sosial di internet. Jaringan ini dimediasi oleh perangkat teknologi seperti komputer, tablet, atau telepon genggam.

- **Informasi (*information*)** Informasi merupakan entitas penting dalam media sosial karena pengguna dapat memproduksi konten, mengkreasikan identitas, dan berinteraksi berdasarkan informasi.
- **Arsip (*archive*)** Arsip merupakan karakter media sosial yang menjelaskan bahwa informasi tersimpan dan dapat diakses kapan saja dan melalui perangkat apa saja.

Selain itu, media sosial juga memiliki indikator-indikator, yaitu:

- **Social Presence**, yaitu interaksi media sosial yang terjadi ketika terjadi proses komunikasi.
- **Media Richnes**, yaitu proses komunikasi yang mengurangi ketidakjelasan dan ketidaknyamanan informasi.
- **SelfDisclosure**, yaitu pengungkapan diri seperti perasaan, suka, tidak suka, dan pemikiran untuk mengembangkan hubungan yang dekat.

2.2.4 Jenis-Jenis Media Sosial

- **Jejaring sosial:** Platform yang memungkinkan pengguna membuat profil, menambahkan teman, dan berbagi informasi (misalnya, Facebook, LinkedIn).
- **Platform berbagi foto dan video:** Platform yang fokus pada berbagi konten visual (misalnya, Instagram, TikTok).
- **Platform microblogging:** Platform yang memungkinkan pengguna berbagi pesan singkat (misalnya, Twitter).
- **Platform berbagi minat:** Platform yang menghubungkan pengguna berdasarkan minat yang sama (misalnya, Reddit).

2.2.5 Fungsi Media Sosial

Fungsi media sosial sangatlah luas dan terus berkembang seiring dengan perubahan teknologi dan perilaku pengguna. Secara umum, media sosial dapat berfungsi sebagai:

- **Sarana Komunikasi:** Media sosial memungkinkan kita untuk terhubung dan berkomunikasi dengan orang lain secara lebih mudah dan cepat, baik itu teman, keluarga, kolega, atau bahkan orang yang baru kita kenal. Kita bisa bertukar pesan, berbagi informasi, dan berdiskusi mengenai berbagai topik.
- **Platform Berbagi Informasi:** Media sosial menjadi wadah bagi pengguna untuk berbagi berbagai jenis informasi, mulai dari berita terkini, opini pribadi, hingga konten kreatif seperti foto, video, dan tulisan.
- **Pembentukan Komunitas:** Media sosial memfasilitasi pembentukan komunitas-komunitas online yang berpusat pada minat, hobi, atau profesi yang sama. Hal ini memungkinkan pengguna untuk berinteraksi dengan orang-orang yang memiliki kesamaan minat.
- **Alat Pemasaran:** Banyak bisnis dan individu memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk mempromosikan produk atau jasa mereka, membangun brand awareness, dan berinteraksi langsung dengan konsumen.
- **Sumber Hiburan:** Media sosial juga berfungsi sebagai sumber hiburan. Kita bisa menemukan berbagai konten menarik seperti video lucu, musik, dan game.

Lebih spesifiknya, media sosial dapat digunakan untuk:

- **Menjaga hubungan sosial:** Tetap terhubung dengan teman dan keluarga yang jauh.
- **Membangun jaringan:** Memperluas koneksi profesional dan mendapatkan peluang baru.
- **Mengikuti perkembangan terkini:** Mendapatkan informasi terbaru tentang berbagai topik.
- **Mengembangkan diri:** Belajar hal-hal baru melalui tutorial, kursus online, atau diskusi dengan komunitas.
- **Menemukan inspirasi:** Mendapatkan inspirasi dari konten kreatif yang dibagikan oleh orang lain.

2.2.6 Dampak Media Sosial

Media sosial memiliki dampak yang sangat luas terhadap kehidupan manusia, baik positif maupun negatif.

- **Dampak Positif:**

- **Konektivitas:** Memudahkan orang untuk terhubung dengan teman, keluarga, dan orang-orang dari seluruh dunia.
- **Akses Informasi:** Menyediakan akses yang mudah ke berbagai informasi dan berita.
- **Ekspresi Diri:** Memberikan platform bagi individu untuk mengekspresikan diri dan kreativitas.
- **Mobilisasi Sosial:** Memungkinkan orang untuk berorganisasi dan melakukan aksi sosial.

- **Dampak Negatif:**

- **Cyberbullying:** Perundungan melalui media sosial.
- **Misinformasi:** Penyebaran berita bohong atau informasi yang tidak akurat.
- **Kecanduan:** Penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menyebabkan kecanduan.
- **Privacy:** Masalah privasi data pengguna.

2.2.7 Instagram

Instagram adalah sebuah platform media sosial yang sangat populer, terutama untuk berbagi foto dan video. Aplikasi ini memungkinkan penggunanya untuk mengambil foto atau video, menambahkan filter, dan membagikannya kepada teman-teman atau public.

2.2.8 Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi, ide, perasaan, dan pengalaman yang terjadi antara dua orang atau lebih secara tatap muka

atau melalui media. Fokusnya pada kualitas interaksi dan saling pengertian antar individu. Berikut beberapa ciri-ciri komunikasi interpersonal:

- **Terjadi antara dua orang atau lebih:** Ini bisa berupa percakapan antara dua orang teman, diskusi kelompok kecil, atau bahkan interaksi singkat antara orang asing.
- **Bersifat timbal balik:** Kedua belah pihak berpartisipasi secara aktif dalam percakapan, saling bertukar informasi dan menanggapi satu sama lain.
- **Bersifat non-formal:** Komunikasi interpersonal biasanya tidak mengikuti aturan atau struktur formal yang ketat.
- **Melibatkan elemen verbal dan nonverbal:** Komunikasi tidak hanya berupa kata-kata, tetapi juga mencakup ekspresi wajah, nada suara, bahasa tubuh, dan kontak mata.
- **Memiliki tujuan:** Komunikasi interpersonal dapat bertujuan untuk berbagi informasi, membangun hubungan, memecahkan masalah, atau sekadar bersenang-senang.

2.2.9 Karakteristik Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal memiliki beberapa karakteristik yang membedakannya dengan jenis komunikasi lainnya, antara lain:

- **Unik:** Setiap interaksi interpersonal adalah unik dan tidak dapat diulang.
- **Ireversibel:** Pesan yang telah disampaikan tidak dapat diambil kembali.
- **Proses:** Komunikasi interpersonal adalah proses yang terus berkembang dan berubah.
- **Multidimensional:** Komunikasi melibatkan aspek verbal dan nonverbal.
- **Interpersonal:** Komunikasi terjadi antara dua orang atau lebih.

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif kualitatif. Penelitian deskriptif kualitatif adalah suatu bentuk penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena yang ada, baik fenomena alamiah maupun fenomena buatan manusia. Fenomena itu bisa berupa bentuk, aktivitas, karakteristik, perubahan, hubungan, kesamaan, dan perbedaan antara fenomena yang satu dengan fenomena yang lainnya (Nana Syaodih Sukmadinata, 2006:76). Peneliti berfokus pada komunikasi interpersonal dari narasumber serta dampak yang dialami. Peneliti melakukan penelitian ini bertujuan untuk mendapatkan pemahaman mendalam bagaimana teknologi komunikasi dapat mempengaruhi kualitas komunikasi interpersonal dari narasumber.

Pada penelitian ini peneliti meminta narasumber untuk memberikan pendapat tentang seberapa berpengaruh teknologi komunikasi di era sekarang terhadap kualitas komunikasi interpersonal dari narasumber. Menurut Lexy J. Meleong (2007:4), penelitian deskriptif kualitatif ini bertujuan untuk menggambarkan dan memahami secara keseluruhan dan mendalam, terkait dengan situasi sosial yang diteliti. Melalui pendekatan kualitatif ini melibatkan prosedur penelitian yang mengumpulkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis dari orang-orang yang diamatinya.

Dalam penelitian ini peneliti menggunakan deskriptif kualitatif karena peneliti berfokus pada dampak atau perubahan narasumber dalam komunikasi interpersonal. Hal ini membutuhkan pengamatan yang dilakukan oleh peneliti terhadap narasumber. Karena hal tersebut merupakan bentuk pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan deskriptif kualitatif memberikan kebebasan kepada peneliti untuk dapat menganalisis dan memahami kegiatan dan dampak dari narasumber.

3.2 Metode Penelitian

Penelitian menggunakan metode deskriptif kualitatif. Menurut Moleong (2005:6) penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subyek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dll, secara holistik dan dengan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa. Peneliti menggunakan metode wawancara mendalam dengan narasumber berjumlah 15 orang. Peneliti secara langsung terlibat dalam proses pengumpulan data. Data yang diperoleh dianalisis secara mendalam untuk memahami bagaimana subjek penelitian memandang dampak dari aplikasi instagram terhadap kualitas komunikasi interpersonal.

3.3 Subjek dan Objek Penelitian

3.3.1 Subjek Penelitian

Subjek penelitian adalah pihak yang berkaitan dengan yang diteliti (informan atau narasumber) untuk mendapatkan informasi terkait data penelitian yang merupakan sampel dari sebuah penelitian (Sugiyono 2019). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode wawancara mendalam terhadap 15 orang narasumber dari fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma.

Subjek penelitian yang peneliti pilih adalah mahasiswa Fakultas Sosial Humaniora program studi Ilmu Komunikasi Universitas Buddhi Dharma pengguna Instagram berjumlah 15 orang dan merupakan pengguna aplikasi Instagram, peneliti tidak menentukan usia, semester, dan gender dari subjek penelitian.

3.3.2 Objek Penelitian

Objek penelitian adalah benda, hal, atau orang tempat data untuk variabel penelitian melekat. Ini berarti, objek penelitian adalah sumber data yang akan digunakan untuk menjawab pertanyaan penelitian (Suharsimi Arikunto 2016). Objek dalam penelitian ini yaitu bagaimana pengaruh aplikasi instagram terhadap kualitas komunikasi interpersonal Mahasiswa Universitas Buddhi Dharma.

3.4 Teknik Pengumpulan Data

Peneliti menggunakan wawancara mendalam untuk mengumpulkan data, tujuan pengumpulan data adalah untuk mendapatkan pemahaman yang lebih mendalam tentang pengalaman pribadi narasumber dalam penggunaan aplikasi instagram dan dampaknya terhadap komunikasi interpersonal. Moleong (2005:186) menyatakan wawancara merupakan percakapan menggunakan maksud tertentu, dialog itu dilakukan sang dua pihak, yaitu pewawancara yang mengajukan pertanyaan serta terwawancara yang memberikan jawaban atas pertanyaan itu. Pertanyaan yang peneliti berikan meliputi 7 aspek:

1. Pengenalan, peneliti menanyakan tentang awal narasumber menggunakan Instagram, seberapa sering menggunakan Instagram dalam sehari dan tujuan menggunakan Instagram.
2. Persepsi, peneliti menanyakan tentang pendapat narasumber terhadap pengaruh penggunaan Instagram terhadap komunikasi interpersonal.
3. Pengalaman pribadi, peneliti menanyakan tentang pengalaman pribadi narasumber terhadap hubungan sosial narasumber semenjak menggunakan Instagram dan pengaruh Instagram terhadap komunikasi interpersonal narasumber.
4. Aspek Positif, peneliti menanyakan pendapat tentang fitur-fitur yang ada di Instagram yang mungkin memiliki pengaruh signifikan terhadap perubahan cara berkomunikasi narasumber dalam aspek positif.
5. Aspek Negatif, peneliti menanyakan pendapat tentang fitur-fitur yang ada di Instagram yang mungkin memiliki pengaruh signifikan terhadap perubahan cara berkomunikasi narasumber dalam aspek negatif
6. Perbandingan, peneliti menanyakan pendapat narasumber tentang apakah lebih menyukai menggunakan platform Instagram atau platform media sosial lainnya.

7. Generasi dan Budaya, peneliti menanyakan tentang pendapat narasumber terhadap pengaruh Instagram kepada generasi dan budaya.

Peneliti menggunakan alat bantu rekaman untuk memudahkan peneliti mendapatkan data dari wawancara yang telah dilakukan. Alat yang digunakan merupakan *Handphone*.

3.5 Teknik Analisis Data

Teknik analisis data merupakan proses pencarian dan pengaturan data hingga dapat ditampilkan sebagai hasil penelitian, sebagaimana diungkapkan Sugiyono (2013: 334) bahwa analisis data adalah proses pencarian dan menyusun secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara, catatan lapangan, dan bahan-bahan lain, sehingga dapat mudah dipahami, dan temuannya dapat diinformasikan kepada orang lain.

Melalui analisis data, peneliti menyusun dan memilih data melalui wawancara mendalam. Peneliti mengidentifikasi melalui 7 aspek pertanyaan seperti: Pengenalan, persepsi, pengalaman pribadi, aspek positif, aspek negatif, perbandingan, generasi dan budaya.

Dalam penelitian ini terdapat dua jenis data yang digunakan untuk mendapatkan informasi yang relevan, yaitu Jenis Data Primer dan Jenis Data Sekunder.

3.5.1 Jenis Data Primer

Menurut Sugiyono (2018:456) data primer yaitu sumber data yang langsung memberikan data kepada pengumpul data. Data dikumpulkan sendiri oleh peneliti langsung dari sumber pertama atau tempat objek penelitian dilakukan.

Ciri-ciri data primer:

- Asli dan Original: Data dikumpulkan langsung oleh peneliti, sehingga keaslian dan keakuratannya lebih terjamin.

- Spesifik: Data dikumpulkan sesuai dengan tujuan penelitian, sehingga relevan dan sesuai dengan kebutuhan penelitian.
- Aktual: Data yang diperoleh bersifat terkini dan mencerminkan kondisi yang sedang terjadi.
- Mentah: Data biasanya masih dalam bentuk mentah dan memerlukan pengolahan lebih lanjut sebelum dapat dianalisis.

Sumber Data Primer:

Data primer dapat diperoleh dari berbagai sumber, antara lain:

- Wawancara: Peneliti melakukan tanya jawab langsung dengan responden untuk mendapatkan informasi yang dibutuhkan.
- Kuesioner: Peneliti menyebarkan kuesioner kepada responden untuk mengumpulkan data secara tertulis.
- Observasi: Peneliti mengamati langsung objek atau peristiwa yang menjadi fokus penelitian.
- Fokus Grup Diskusi: Peneliti melakukan diskusi kelompok dengan sejumlah responden untuk menggali informasi secara mendalam.
- Eksperimen: Peneliti melakukan percobaan untuk mendapatkan data yang dibutuhkan.

3.5.2 Jenis Data Sekunder

Menurut Sugiyono (2016:225) data sekunder merupakan sumber data yang tidak langsung memberikan data kepada pengumpul data, misalnya melalui orang lain atau lewat dokumen. Yang menjadi sumber data sekunder berupa buku, skripsi, jurnal yang berkenaan dengan penelitian yang sedang dilakukan. Data Sekunder digunakan untuk mendukung data primer pada penelitian.

3.6 Lokasi dan Waktu Penelitian

3.6.1 Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian dilakukan di kampus Universitas Buddhi Dharma, Jl. Imam Bonjol No.41, RT.002/RW.003, Karawaci, Kec. Karawaci, Kota Tangerang, Banten. 15115

3.6.2 Waktu Penelitian

Waktu penelitian yang dilakukan adalah 3 bulan, mulai dari tanggal 03 Agustus 2024 – 20 Oktober 2024.

3.7 Evaluasi Penelitian

Hasil dari analisis ini berdasarkan pendekatan dari teori fenomenologi (Edmond Husserl, 1838-1859) yang berbunyi: kerangka filosofis yang mempelajari pengalaman hidup seseorang, bagaimana individu merasakan pengalaman dan memberikan makna dari fenomena tersebut.

Peneliti membuat contoh analisis penelitian melalui data dari narasumber yang bernama Frisca Antonia Dwitami. Narasumber mulai menggunakan Instagram pada tahun 2015, menggunakan Instagram selama 2-3 jam dalam sehari untuk mencari informasi, hiburan dan berkomunikasi. Narasumber tertarik menggunakan Instagram karena fitur berbagi foto dan video yang dimiliki oleh Instagram.

Penggunaan Instagram di kalangan mahasiswa buddhi dharma menunjukkan bahwa Instagram menjadi platform untuk berkomunikasi dan bertukar informasi. Beberapa fitur yang disediakan oleh Instagram seperti *InstaStory*, *DM (Direct Message)*, dan *feed* menjadi tempat berkomunikasi dan bertukar informasi, sebagaimana yang diungkapkan oleh Frisca Antonia Dwitami bahwa: *“Instagram mempermudah komunikasi dengan fitur DM (Direct Message) dan konten visual, tetapi terkadang mengurangi kedalaman interaksi.”*