



BAB I

PENDAHULUAN

1.1.Latar Belakang Masalah

Komunikasi merupakan aktivitas sosial manusia. Komunikasi sangat penting dalam kehidupan manusia sebab manusia tidak bisa hidup tanpa komunikasi. Hal ini dikarenakan manusia adalah makhluk sosial yang saling membutuhkan satu sama lain. Melalui komunikasi, manusia dapat saling berhubungan dalam kehidupan sehari-hari dan dimanapun manusia itu berada. Tak ada manusia yang tidak terlibat dalam komunikasi. Interaksi sosial merupakan sebuah syarat terjadinya aktivitas sosial. Dalam melakukan interaksi terdapat syarat-syarat yang harus dipenuhi yaitu kontak sosial dan komunikasi sosial.

Teknologi informasi di era globalisasi sangat berkembang pesat di dalam kehidupan masyarakat. Penggunaan fasilitas komunikasi yang semakin canggih memberikan peluang bagi setiap individu untuk mengakses informasi sesuai keinginan serta dapat berkomunikasi dengan mudah tanpa memikirkan waktu. Perkembangan teknologi yang semakin canggih memberikan suatu perubahan besar dalam komunikasi yang dilakukan oleh masyarakat era modern. Pada masa ini, komunikasi tidak hanya dilakukan secara tatap muka (untuk dua orang atau lebih), namun juga dapat dilakukan melalui media seperti media sosial. Melalui media seperti komputer, laptop, handphone, dan lain-lain kita dapat mengakses berbagai situs jejaring sosial seperti whatsapp, facebook, twitter, line, instagram dan sebagainya.



Komunikasi yang terjadi adalah ketika pengguna media sosial tersebut menyampaikan pesan melalui fitur yang ada dalam aplikasi tersebut dan diterima oleh penerima pesan kemudian terjadi interaksi ketika pesan yang disampaikan di respon dan ditanggapi oleh si penerima pesan atau pengguna media sosial lainnya. Adapun pesan yang ditampilkan untuk dilihat pengguna lain.

Dewasa ini teknologi semakin canggih, mulai dari orang dewasa hingga anak-anak sudah dapat menggunakan internet melalui handphone, laptop dan alat komunikasi lainnya, dengan kemajuan teknologi yang semakin canggih ini masyarakat dapat dengan mudah untuk meng-akses apa yang dibutuhkan dengan waktu yang relatif cepat, serta dengan cara penggunaannya. Berdasarkan data di Departemen Komunikasi dan Informasi (DEPKOMINFO) (2013, hlm. 1) dapat diketahui bahwa Indonesia saat ini mencapai 63 juta orang. Dari angka tersebut, 95 persennya menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial.

Data yang diambil dari data Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia tahun 2014, dalam riset kominfo dan UNICEF mengenai “Perilaku Anak dan Remaja Dalam Menggunakan Internet” diketahui bahwa penggunaan media sosial dan digital menjadi bagian yang menyatu dalam kehidupan sehari-hari anak muda Indonesia. Studi ini menemukan bahwa 98% dari anak-anak dan remaja yang disurvei tahu tentang internet dan bahwa 79,5% diantaranya adalah pengguna internet.

Media sosial termasuk kedalam salah satu situs New media. Istilah New media sendiri baru muncul pada akhir abad 20 yang dipakai untuk menyebut sebuah media baru yang menggabungkan media-media konvensional dengan internet. New media memegang kemungkinan akses secara langsung untuk semua konten kapanpun yang kita mau. Perbedaan New media dengan Media Konvensional, sebenarnya bukan dilihat dari digitalisasi konten media ke bit. Akan tetapi kehidupan yang dinamis dari isi New media itu sendiri dan hubungan interaktif dengan konsumen media. Kehidupan yang dinamis ini bergerak, bernapas dan mengalir kegembiraan secara real time.

Salah satu media sosial yang diminati dikalangan masyarakat adalah Instagram. Sebagai media komunikasi yang digandrungi oleh banyak kalangan muda maupun tua, saat ini Instagram memiliki peringkat tertinggi keempat sebagai salah satu aplikasi yang banyak diunduh di Indonesia.

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Kegunaan utama dari Instagram adalah sebagai tempat untuk mengunggah dan berbagi foto-foto kepada pengguna lainnya. Sistem sosial di dalam Instagram adalah dengan menjadi pengikut akun pengguna lainnya atau memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antar sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda suka dan juga mengomentari foto-foto yang telah diunggah oleh

pengguna lainnya. Pengikut menjadi salah satu unsur yang penting. Dimana jumlah tanda suka dari para pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi sebuah foto yang populer atau tidak. Oleh karena itu, para masyarakat baik kalangan muda, remaja hingga dewasa berlomba mengunggah foto sedemikian rupa agar dapat mendapatkan like dan foto si pemilik akun menjadi populer. Dalam membagi foto tersebut, para pengguna juga tidak hanya dapat membaginya di dalam Instagram saja, melainkan foto tersebut dapat dibagi juga melalui jejaring sosial lainnya.

Dikutip dari berbagai sumber, pada perkembangan media sosial di Indonesia saat ini, Instagram menjadi salah satu media sosial populer ditahun 2017. Dengan 19,9 juta pengguna aktif perbulannya Instagram di Indonesia tercatat sebagai teraktf ke 4 di dunia. Media sosial instagram yang pada umumnya banyak digunakan oleh masyarakat, sebagai sarana komunikasi penyebaran informasi kepada khalayak. Instagram memiliki jangkauan yang luas untuk melakukan komunikasi secara tidak langsung. Sebuah penelitian membuktikan bahwa penggunaan smartphone berpengaruh terhadap gaya hidup. Hal ini menunjukkan bahwa masyarakat rata-rata menggunakan smartphone dengan frekuensi yang tinggi. Konten yang digunakan biasanya beragam, mulai dari media sosial, game, video, musik, email, dll. Penggunaan smartphone berpengaruh terhadap gaya hidup mereka. Menggunakan smartphone agar mendapatkan pengalaman baru, ingin mendapat respon, dan ingin diakui oleh lingkungan sekitar (Gifary, 2015:174).

Semakin meningkatnya pertumbuhan pengguna Instagram di Indonesia tentunya memberikan perubahan-perubahan terhadap pola komunikasi konvensional yaitu yang berdasarkan kesepakatan umum. Seperti adat, kebiasaan dan kelaziman menjadi pola komunikasi modern yaitu adanya kemajuan media yang digunakan, atau cara menyampaikan suatu pesan tanpa harus memerlukan waktu lama dalam penyampaian. Sebagai kalangan masyarakat, ketergantungan pada jejaring sosial ini telah menggeser kebutuhan prioritas mereka untuk berkomunikasi.

Berdasarkan uraian tersebut di atas sebagai latar belakang masalah, maka penulis sangat tertarik untuk mengadakan penelitian terkait pengaruh jejaring media sosial dengan judul **“Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Antarpersonal Remaja Di Desa Cikijing Kecamatan Cikijing Kabupaten Majalengka”**.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian di atas maka penulis membuat rumusan masalah sebagai berikut: “Bagaimana pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap pola komunikasi antarpersonal masyarakat desa Cikijing kecamatan Cikijing kabupaten Majalengka”.

1.3. Identifikasi Masalah

Berdasarkan latar belakang di atas, maka ada beberapa masalah yang dapat diidentifikasi, yaitu:

1. Sejauh mana pola komunikasi antarpersonal Remaja di Desa Cikijing?
2. Sebesar apa pengaruh yang diterima terhadap pola komunikasi Antarpersonal akibat dari penggunaan media sosial Instagram?
3. Sejauh mana tingkat pengaruh media sosial Instagram terhadap perubahan pola komunikasi antarpersonal remaja di Desa Cikijing?

1.4. Tujuan Penelitian

Berdasarkan dari rumusan masalah, maka peneliti bertujuan untuk:

1. Untuk mengetahui pola komunikasi antarpersonal masyarakat Desa Cikijing
2. Mengetahui sebesar apa pengaruh yang diterima terhadap pola komunikasi antarpersonal akibat dari penggunaan media sosial Instagram?
3. Untuk mengetahui sejauh mana tingkat pengaruh media sosial Instagram terhadap perubahan pola komunikasi antarpersonal remaja di Desa Cikijing.

1.5. Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian diatas, penulis berharap penelitian ini dapat memberi manfaat antara lain:

a. Manfaat Teoritis

Hasil penelitian ini diharapkan memberikan masukan dan memperluas pengetahuan bagi ilmu komunikasi, khususnya dalam bidang kajian komunikasi massa mengenai teknologi komunikasi Instagram yang berkaitan dengan pola komunikasi.

b. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian ini dapat bermanfaat sebagai berikut:

a. Bagi Penulis

Dapat menambah wawasan dan pengalaman tentang bagaimana pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perubahan pola komunikasi antarpersonal masyarakat Desa Cikijing.

b. Bagi Mahasiswa

Penelitian ini dapat berguna bagi mahasiswa Universitas Swadaya Gunung Jati Cirebon secara umum dan program studi Ilmu Komunikasi secara khusus sebagai bahan literatur terutama bagi peneliti selanjutnya yang melakukan penelitian pada bahan kajian penelitian yang sama.

1.6. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

1.6.1. Kerangka Pemikiran

Sebagai landasan dan dukungan dasar teoritis dalam rangka memecahkan masalah yang telah dikemukakan diatas, untuk itu peneliti memerlukan kerangka pemikiran yang relevan dengan masalah yang ada berupa teori atau pendapat para ahli yang tidak diragukan lagi kebenarannya. Melalui kerangka pemikiran ini peneliti ingin mengutarakan tujuan penelitian berdasarkan keterkaitan judul serta teori yang digunakan.

1.6.2. Komunikasi

Pada kenyataannya sikap, pendapat, atau perilaku seseorang dapat berubah oleh orang lain apabila komunikasi yang terjadi memang komunikatif seperti apa yang sudah diuraikan diatas. Situasi komunikatif dapat terjadi apabila ada pemilihan kata-kata atau susunan kalimat yang cocok dan dapat dimengerti oleh yang berkomunikasi dengan apa yang dinamakan Wilbur Scharmm (Effendi, 2003:30) “Frame off Reference” atau dalam bahasa Indonesiannya kerangka acuan, yaitu panduan pengalaman dan pengertian (collection off experience and meanings).

Secara terminologis, komunikasi berarti proses penyampaian suatu pernyataan kepada orang lain, dari pengertian itu jelas bahwa komunikasi melibatkan sejumlah orang, dimana seseorang menyatakan sesuatu kepada orang lain sebagai konsekuensi dari hubungan sosial (Effendy, 2002:4).

Proses suatu penyampaian suatu pesan dalam bentuk lambang bermakna sebagai panduan pikiran dan perasaan berupa ide, informasi, kepercayaan, harapan imbauan, dan sebagai yang dilakukan seseorang kepada orang lain, baik langsung secara tatap muka maupun tidak langsung melalui media, dengan tujuan mengubah sikap, pandangan atau perilaku. Dalam definisi tersebut tersimpul tujuan, yakni memberia tahu atau merubah sikap (attitude), pendapat (oppinion), atau perilaku (behaviour).

1.6.3. New Media

Kemunculan new media atau media baru tidak terlepas dari kemunculan internet di dunia ini. Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan era digital, komputer, atau jaringan teknologi dan komunikasi pada abad ke-20. Sebagian besar teknologi yang digambarkan sebagai media baru era digital yang mempunyai karakteristik dapat memanipulasi, bersifat jaringan, padat, mapat, interaktif dan memikat. Kehadiran media baru dipahami semata-mata sebagai konsekuensi teknologi komunikasi yang membuat batas platform media yang sebelumnya ada menjadikabu (Widjayanti, 2016:348)

Pemahaman atas media baru atau new media tentu saja tidak dipahami hanya dengan salah satu bentuk teknis dan teknologi komunikasi semata. Apalagi kemunculan media internet sebagai salah satu new media. Integritas media yang dimunculkan oleh new media juga memunculkan dampak sosial yang kecil dalam kehidupan masyarakat. Dalam pemahaman McQuails new media ini tidak hanya sebagai perangkat teknologi semata. Menurutnya, media baru juga mempunyai implikasi terhadap proses komunikasi yang menyertainya. Selain itu keberadaannya yang berbeda dengan media yang sudah terlebih ada membawa konsekuensi pula baik secara langsung maupun tidak langsung (Widjayanti, 2016:348).

1.6.4. Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi berbagai dan video yang memungkinkan pengguna mengambil foto, video, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai laan jejaring sosial, termasuk milik Instagram sendiri. Satu fitur yang unik di Instagram adalah memotong foto menjadi bentuk persegi, sehingga akan terlihat seperti hasil kamera Kodak dan juga polaroid. Hal ini berbeda dengan rasio aspek 4:3 yang umum digunakan oleh kamera pada peranti bergerak.

Instagram berasal dari kata “insta” berasal dari kata “instan”. Seperti kamera Polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti Polaroid didalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram” yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itu Instagram merupakan lakuran dari kata instan dan telegram.

Diikuti dari Wikipedia.org terdapat banyak fitur instagram yang dimiliki dengan berbeda fungsi di setiap masing-masing fitur:

1. Pengikut

Sistem sosial didalam Instagram adalah dengan menjadi mengikuti akun pengguna lainnya, atau memiliki pengikut Instagram. Dengan demikian komunikasi antara sesama pengguna Instagram sendiri dapat terjalin dengan memberikan tanda like dan juga mengomentari foto-foto yang telah di unggah oleh pengguna lainnya. Pengikut juga menjadi termasuk unsur yang penting dalam fitur ini, serta jumlah like dari pengikut sangat mempengaruhi apakah foto tersebut dapat menjadi populer atau tidak.

2. Mengunggah Foto

Instagram adalah sebagai tempat untuk berbagi foto kepada pengguna lainnya dengan cara mengunggah foto yang ada di galeri maupun melalui kamera (salah satu fitur Instagram).

3. Kamera

Instagram juga menyediakan fitur kamera di dalamnya. Foto yang diambil melalui kamera dalam Instagram juga dapat diputar arahnya sesuai dengan keinginan penggunanya. Foto-foto yang diunggah tidak terbatas atas jumlah tertentu, namun memiliki keterbatasan ukuran.

Ukuran yang digunakan adalah dengan rasio 3:2 atau sebatas bentuk kotak saja. Setelah pengguna memilih sebuah foto untuk diunggah, maka pengguna akan membawa kehalaman selanjutnya untuk menyunting foto tersebut.

4. Tanda Suka

Fitur ini berfungsi sebagai penanda bahwa pengguna lain menyukai foto yang telah diunggah. Jumlah pengikut juga menjadi salah satu unsur yang penting untuk membuat foto menjadi terkenal. Jika foto tersebut terkenal, maka secara langsung foto tersebut masuk kedalam halaman populer.

5. Peraturan Instagram

Ada beberapa peraturan yang tersedia dalam Instagram agar pengguna tidak mengunggah foto yang tidak sesuai dengan peraturan. Seperti pelarangan untuk mengunggah foto-foto yang berbaur pornografi, dan juga mengunggah foto pengguna lain tanpa meminta izin terlebih dahulu. Bila ada salah satu foto dari akun yang terlihat sama oleh pengguna lain, maka pengguna tersebut memiliki hak untuk menandai foto tersebut dengan bendera atau melaporkannya kepada pihak Instagram.

1.6.5. Pola Komunikasi Antarpersonal

Pola Komunikasi Antarpersonal adalah komunikasi antar pribadi dengan proses paduan penyampaian pikiran dan perasaan oleh seseorang kepada orang lain agar mengetahui, mengerti, dan melakukan kegiatan tertentu. Secara umum komunikasi antarpersonal dapat diartikan sebagai proses pertukaran informasi diantara komunikator dengan komunikan. Pola komunikasi jenis ini dianggap paling efektif dalam hal mengubah sikap, pendapat, atau perilaku seseorang, karena sifatnya dialogis berupa percakapan. Komunikasi antarpersonal dampaknya dapat dirasakan pada waktu itu juga oleh pihak yang terlibat.

1.6.6. *Teori S-O-R*

Menurut Effendy dalam buku Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi (2008 : 225) menjelaskan Teori S-O-R diterapkan dalam penelitian ini dengan artian teori ini menggambarkan reaksi seseorang terhadap stimulus yang diterima dari media. seseorang dapat memberkirakan efek apa yang akan didapat dari media massa terhadap reaksi khalayak. Jiwa manusia menurut pandangan ini meliputi unsur sikap, pendapat, perilaku, emosi, dan konasi.

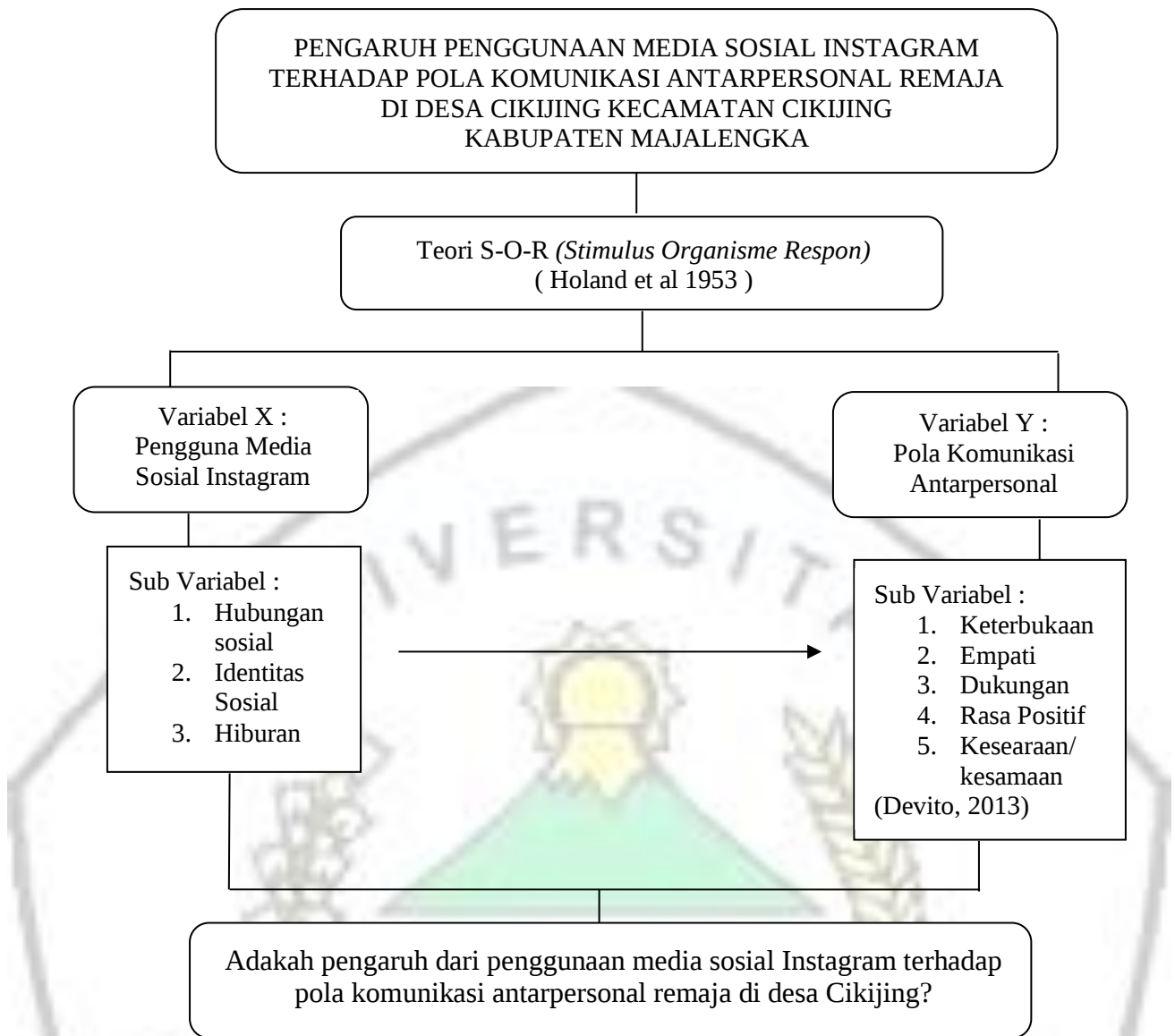
Dengan anggapan bahwa media massa dapat menimbulkan efek atau respon, yaitu perubahan sikap, teori ini menggambarkan hubungan antara aksi dan reaksi. 3 unsur penting dalam teori ini yakni :

- a. Stimulus (S)
- b. Organisme (O)
- c. Efek atau Respon (R)

Konsep penyebab perubahan berdasarkan stimulus yang berkomunikasi dengan organisme dan termasuk dalam prinsip komunikasi merupakan dasar teori ini. Maka teori ini merupakan kaitan media dengan pengguna. Media berisi berbagai macam stimulus yang menghasilkan interaksi yang berbeda sesuai dengan karakter masing-masing pengguna.

Media sosial Instagram merupakan Stimulus dalam penelitian ini dengan Organisme Remaja di Desa Cikijing dan Respon yakni perubahan Pola Komunikasi Antarpersonal.

“Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap perubahan Pola Komunikasi Antarpersonal Remaja di Desa Cikijing Kecamatan Cikijing Kabupaten Majalengka” akan dijelaskan dengan bagan dibawah ini:



Gambar 1. Kerangka Alur Pemikiran

1.7. Hipotesis

Hipotesis adalah jawaban sementara dalam rumusan penelitian. Hal ini dikatakan sementara karena jawaban yang diberikan baru berdasarkan pada teori yang relevan. Belum didasarkan pada data-data yang ditemukan pada waktu pengumpulan data oleh penulis.

Dalam buku Statistika untuk Penelitian oleh Sugiyono, dijelaskan bahwa hipotesis merupakan jawaban sementara dari rumusan masalah di dalam suatu penelitian (2013). Lalu kebenaran dari hipotesis tersebut dibuktikan dengan penelitian yang dilakukan. Setelah dilakukan penelitian, hipotesis yang dijabarkan bisa benar dan juga bisa salah. Jika hipotesis benar, maka hipotesis akan diterima, yang disebut juga hipotesis alternatif yang diberi notasi H_a . Jika hipotesis salah, maka hipotesis akan ditolak, yang disebut juga hipotesis nol, dan diberi notasi H_o (Sugiyono, 2013:253).

Maka, penulis dapat menarik Hipotesis dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_o : tidak adanya pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap pola komunikasi antarpersonal masyarakat Desa Cikijing.

H_a : adanya pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap pola komunikasi antarpersonal masyarakat Desa Cikijing.

1.7. Definisi dan Operasionalisasi Varibel Penelitian

1.7.1. Definisi Operasional

Untuk mengetahui bagaimana pengaruh media sosial Instagram terhadap pola komunikasi antarpersonal masyarakat Cikijing, penulis membatasi konsep abstrak variabel penelitian menjadi definisi operasional agar dapat menyentuh gejala-gejala yang ditemui. Adapun definisi operasional terhadap variabel-variabel tersebut adalah :

1. Variabel Bebas (X) sebagai penggunaan media sosial Instagram.

Media sosial merupakan saluran untuk menyampaikan pesan atau informasi dari satu sumber kepada penerimanya melalui satu struktur sosial yang terbentuk dari simpul-simpul (individu atau organisasi) dan diikat dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman dan lainnya. Adapun Dimensi Variabel Bebas (X) mengenai Penggunaan Media Sosial Instagram, terdiri dari:

- a. Hubungan Sosial
- b. Identitas Personal
- c. Hiburan

2. Variabel Terikat (Y) sebagai Pola Komunikasi Antarpersonal

Pola komunikasi antarpersonal merupakan interaksi tatap muka antar individu yang satu dengan individu atau kelompok yang lainnya dengan menerapkan pola tertentu. Adapun Variabel Bebas (X) mengenai Penggunaan Media Sosial Instagram, terdiri dari:

- a. Keterbukaan (Openness)
- b. Empati (Empathy)
- c. Dukungan (Supportiveness)
- d. Rasa positif (Positiveness)
- e. Kesetaraan atau Kesamaan (Equality)

1.7.2. Operasionalisasi Variabel Penelitian

Tabel 1

Operasionalisasi Variabel

Variabel Penelitian	Dimensi	Indikator
Penggunaan Media Sosial Instagram (X)	1. hubungan sosial	a. berkenalan dengan orang baru b. mengomentari dan menyukai foto teman atau orang lain. c. menambah pertemanan baru dan menemukan teman lama
	2. identitas personal	a. mengupdate insta story b. mengupload foto atau video c. mengupdate highlight instagram
	3. diversif/hiburan	a. jual beli b. mengupdate cerita pribadi di insta story

Pola Komunikasi Antarpersonal (Y)	1. keterbukaan	a. mampu menerima kritik dan masukan b. memiliki sikap terbuka c. bertanggung jawab terhadap ucapan dan pesan yang diberikan
	2. empati	a. kata-kata yang disampaikan mudah dimengerti b. mampu berkomunikasi secara singkat dan jelas c. memiliki perhatian
	3. dukungan	a. memberikan respon terhadap pertanyaan yang diberikan khalayak b. memberikan jawaban kepada khalayak dengan lugas.
	4. rasa positif	a. menghargai b. berpikir positif c. memberikan pujian

	5. kesetaraan/kesamaan	a. mampu berkomunikasi dua arah b. mempunyai hubungan saling memerlukan satu sama lain
--	------------------------	---

1.8. Metode Penelitian

1.8.1. Metode Penelitian Yang Digunakan

Metode penelitian adalah cara dan prosedur yang sistematis serta terorganisasi untuk menyelidiki suatu masalah tertentu dengan maksud mendapatkan informasi untuk digunakan sebagai solusi atas masalah tersebut. Cara dimaksud dilakukan dengan menggunakan metode ilmiah yang terdiri dari berbagai tahapan atau langkah-langkah. Oleh karena itu, metode merupakan keseluruhan langkah ilmiah yang digunakan untuk menemukan solusi atas sesuatu masalah (Silalahi, 2009:12-13).

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini merupakan penelitian korelasional dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Rakhmat (2004:31) mengatakan bahwa metode korelasional merupakan metode yang berusaha menjelaskan suatu permasalahan atau gejala yang lebih khusus dalam penjelasan antara dua objek. Metode penelitian ini bertujuan untuk menemukan ada tidaknya hubungan, dan apabila ada seberapa besar eratnya hubungan serta berarti atau tidaknya hubungan tersebut.

Penelitian korelasional ini bertujuan untuk melihat sejauh mana pengaruh media sosial instagram terhadap pola komunikasi interpersonal masyarakat desa Cikijing kecamatan Cikijing kabupaten Majalengka. Adapun cara yang digunakan adalah dengan mengambil data melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden.

1.8.2. Populasi dan Penarikan Sampel

a. Populasi

Dalam penelitian ini populasi yang dimaksud adalah remaja desa Cikijing yang aktif menggunakan media sosial Instagram. Peneliti melakukan penelitian di desa Cikijing khususnya di dusun Salasa, dusun Cirawa dan dusun Mayasari dengan populasi sebanyak 196 orang pada usia 19-20 tahun menurut hasil data dari SDGs. Pemilihan usia 19-20 tahun ini mempertimbangkan bahwa pada tingkatan usia remaja tersebut telah memiliki kemampuan yang lebih bijak dalam menggunakan media sosial Instagram sehingga lebih mampu memahami permasalahan yang ada, dapat dilihat pada tabel berikut ini:

Tabel 1.1.

Distribusi Remaja Desa Cikijing Pengguna Media Sosial Instagram

Uraian	Perempuan	Laki-laki	Total
Usia 19 tahun	64 orang	44 orang	108 orang
Usia 20 tahun	56 orang	32 orang	88 orang
Total	120 orang	76 orang	196 orang

b. Penarikan Sampel

Sampel menurut Sugiyono (2013:118) menyatakan bahwa sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi tersebut. Jika populasi besar, dan keterbatasan dana, tenaga serta waktu, maka peneliti dapat memakai sampel yang diambil dari populasi tersebut. Mengingat bahwa jumlah populasi cukup banyak, maka penentuan jumlah sampel dengan menggunakan teori slovin dengan rumus sebagai berikut:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

Keterangan:

N : Jumlah Populasi

n : Jumlah Sampel

e : presisi (diambil 10%)

Berdasarkan data yang ada, maka penelitian ini memerlukan sampel sebanyak:

$$n = \frac{N}{1+N(e)^2}$$

$$n = \frac{196}{1+196(0,10)^2}$$

$$n = \frac{196}{2,96}$$

$$n = 66,21$$

atau dibulatkan menjadi 66 orang responden.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan sampel sebanyak 66 orang dan jumlah yang dianggap representatif. Kemudian metode penarikan sampel menggunakan teknik sampling berstrata (Stratified sampling). Teknik sampling berstrata biasa digunakan jika populasi terdiri

dari beberapa golongan atau kelompok yang mempunyai susunan bertingkat. Di desa Cikijing, misalnya populasi dikelompokkan ke dalam kelompok atau kategori yang disebut strata adalah masyarakat umur 19 tahun dan umur 20 tahun dengan perhitungan dibawah ini:

$$19 \text{ tahun} = \frac{120}{196} \times 66 = 36 \text{ orang}$$

$$20 \text{ tahun} = \frac{76}{196} \times 66 = 30 \text{ orang}$$

66 orang

Dari hasil perhitungan jumlah sampel tersebut di atas maka dapat disajikan melalui tabel berikut:

Tabel 1.2.
Sampel Penelitian

No	Usia	Jumlah sampel
1.	Usia 19 tahun	36 orang
2.	Usia 20 tahun	30 orang
	Jumlah	66 orang

1.8.3. Teknik Pengumpulan Data

Teknik pengumpulan data merupakan cara yang digunakan peneliti dalam mengumpulkan data yang akan menjadi penentuan kualitas dari penelitian itu sendiri. Adapun teknik-teknik yang digunakan dalam pengumpulan data penelitian ini adalah sebagai berikut :

a. Penelitian Kepustakaan (*Library Research*)

Penelitian dilakukan dengan mengumpulkan data melalui literatur dan sumber bacaan yang mendukung penelitian melalui buku-buku, jurnal, media online, internet, dan lainnya yang sesuai dengan masalah yang dibahas. Adapun peneliti menggunakan buku Jalaluddin Rakhmat. 2004 Metode Penelitian Komunikasi sebagai salah satu bahan acuan untuk penelitian ini.

b. Penelitian Lapangan (*Field Research*)

Untuk memperoleh data dan informasi yang berkaitan dengan permasalahan, digunakan teknik pengumpulan data melalui penelitian lapangan sebagai berikut:

a. Angket/Kuesioner

Kuesioner merupakan daftar pertanyaan yang telah disusun secara sistematis dengan alternatif jawaban yang telah tersedia sehingga responden tinggal memilih jawaban yang sesuai dengan aspirasi, persepsi, sikap, keadaan atau pendapat pribadinya.

1.8.4. Uji Instrumen Penelitian

Uji instrumen diperlukan untuk mengetahui apakah instrumen yang digunakan tersebut benar-benar sahih (valid) dan handal (reliabel). Yang dimaksud dengan valid atau sahih adalah melihat apakah alat ukur tersebut mampu mengukur apa yang hendak diukur. Sedangkan yang dimaksud dengan reliabel atau handal adalah untuk melihat apakah suatu alat ukur

mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten dalam waktu dan tempat yang berbeda.

1. Uji Validitas

Uji validitas adalah sejauh mana ketepatan dan kecermatan suatu alat ukur dalam melakukan fungsi ukurnya. Artinya dapat mengukur secara tepat dan mempunyai kemampuan cermat untuk dapat menunjukkan bagian gejala yang hendak diukur (Saifuddin Azwar, 2007:5).

Uji validitas bertujuan untuk mengukur apa yang ingin diukur atau alat ukur yang digunakan sebagai sasaran. Menurut Sugiyono (2016:352) menyatakan bahwa “Validitas merupakan derajat ketepatan antara data yang sesungguhnya terjadi pada objek penelitian dengan data yang dapat dilaporkan oleh peneliti.

Uji validitas digunakan untuk mengetahui kelayakan butir-butir dalam suatu daftar pernyataan dalam mendefinisikan suatu variabel. Sebuah kuesioner dikatakan valid jika setiap butir pernyataan yang menyusun kuesioner tersebut memiliki keterkaitan yang tinggi (Wahyu Agung, 2010:89). Validitas suatu butir pernyataan dapat dilihat dari nilai Corrected Item-Total Correlation masing-masing butir pernyataan pada hasil output SPSS (Statistical Package for Social Science), ataupun dengan metode korelasi Person Product Moment yang selanjutnya diinterpretasikan dengan mengacu pada tabel koefisien korelasi. Adapun formula untuk uji validitas yaitu (Wahyu Agung, 2010:90) :

$$r = \frac{n(\sum xy) - (\sum x \sum y)}{\sqrt{\{n\sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n\sum Y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

r : koefisien korelasi
 N : ukuran sampel
 X dan Y : nilai dalam variabel X dan Y
 X² dan Y² : perkalian nilai dalam variabel X dan Y
 XY : perkalian dari skor dalam variabel X dan Y

Untuk mengetahui tinggi dan rendahnya korelasi antara variabel X dan variabel Y maka dapat dilihat pada tabel interpretasi nilai r. Dengan melihat tabel tersebut dapat diketahui hasil perhitungan korelasi masuk dalam kategori jawaban yang sama.

Tabel 1.3.

Interpretasi Koefisien Korelasi

Interval Koefisien	Tingkat Hubungan
Kurang dari 0,20	Hubungan rendah sekali
0,20 – 0,40	Hubungan rendah tetapi pasti
0,40 – 0,70	Hubungan yang cukup berarti
Lebih dari 0,90	Hubungan kuat dan dapat diandalkan

Luiford dalam Rakhmat (Rakhmat, 2011:9)

Setelah diperoleh ada beberapa besar nilai koefisien korelasi product moment, maka selanjutnya adalah membuktikan berapa besar hubungan antara akses Media Sosial Instagram terhadap Pola Komunikasi Interpersonal Remaja di desa Cikijing kecamatan Cikijing kabupaten

Majalengka diuji dengan menggunakan koefisien determinasi (Kd) dengan rumus sebagai berikut:

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

Keterangan :

Kd : Koefisien Determinasi

r : Koefisien Product Moment

2. Uji Reabilitas

Uji reabilitas pada dasarnya merupakan alat pengujian untuk menunjukkan sejauh mana konsistensi hasil pengukuran apabila penelitian yang sama diulang dua kali atau lebih.

Uji reabilitas digunakan untuk mengetahui konsistensi alat ukur (kuesioner). Besarnya reabilitas atau keandalan alat ukur dalam mengukur subjek penelitian (Wahyu Agung, 2010:95). Pada perhitungan reabilitas peneliti ini menggunakan formulasi alpha cronbach yang pada hakekatnya merupakan rata-rata dari semua koefisien korelasi yang mungkin dibuat dari suatu alat ukur. Reabilitas alat ukur yang digunakan dapat dilihat dari nilai alpha yang diperoleh.

1.8.5. Teknik Analisis Data

Analisis data adalah penyederhanaan data ke dalam bentuk yang lebih mudah dibaca dan dipresentasikan (Singarumbun, 2011:263). Setelah peneliti mengumpulkan data yang diperoleh dari 46 orang yang menjadi sampel penelitian, data akan dianalisis dan diinterpretasikan kedalam beberapa tahap analisis, sebagai berikut:

1. Analisis Statistik Deskriptif

Analisis deskriptif merupakan suatu metode analisis statistik yang bertujuan untuk memberikan deskripsi atau gambaran mengenai subjek penelitian berdasarkan data variabel yang diperoleh dari kelompok subjek tertentu. Teknik analisis ini umumnya memaparkan data karakteristik responden dan tidak diolah menjadi kesimpulan yang dapat digeneralisasi untuk umum.

2. Uji Korelasi Pearson

Analisis korelasi didefinisikan sebagai teknik analisis yang bertujuan untuk mengukur kuat lemahnya hubungan antara dua variabel atau lebih. Teknik analisis korelasional yang digunakan pada penelitian ini adalah uji korelasi pearson. Uji korelasi pearson ini dilakukan untuk mengetahui ada tidaknya hubungan antar variabel. Pada penelitian ini, peneliti juga menerapkan fitur two tailed untuk mengetahui hubungan antar variabel secara dua arah. Kedua variabel dapat dikatakan berhubungan apabila memiliki hasil uji korelasi pearson dengan signifikansi < 0.05 (Ghozali, 2005). Angka ini mengungkapkan bahwa variabel bebas memiliki hubungan yang kuat dengan variabel terikat.

1.9. Lokasi dan Rencana Penelitian

1.9.1. Lokasi Penelitian

Lokasi penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah di desa Cikijing kecamatan Cikijing kabupaten Majalengka. Adapun alasan peneliti memilih desa Cikijing sebagai tempat penelitian karena peneliti dapat memperoleh data mengenai Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Pola Komunikasi Antarpersonal, alasan lainnya memilih lokasi di desa Cikijing adalah karena peneliti berasal dari desa tersebut dan cukup mengetahui situasi dan kondisi mengenai masyarakat disana.



1.9.2. Rencana Penelitian

Tabel 2

Rencana Penelitian

No	Kegiatan	2022															
		Maret				April				Mei				Juni			
		1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4
1	Penelitian Awal																
2	Penyusunan Proposal Penelitian																
3	Bimbingan Proposal Penelitian																
4	Seminar Proposal Penelitian																
5	Penelitian Lapangan																
6	Olah Data Penelitian																
7	Penyusunan Draft Skripsi																
8	Bimbingan Draft skripsi																
9	Seminar Draft Skripsi																
10	Ujian Sidang Skripsi																

DAFTAR PUSTAKA

AW Suranto. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu

Rahmat, Jalaluddin. 2004. *Metode Penelitian Komunikasi: dilengkapi dengan contoh Analisis Statistic*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya

Sugiyono, 2013. *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*, Bandung : CV. Alfabeta

Ardianto, Elvinaro. 2009. *Public Relations Praktis*. Edisi pertama. Jakarta: Widya Padjajaran

Devito, Joseph A. 2011. *"Komunikasi Antar Manusia"*. Tangerang: Kharisma

Effendy, Onong Uchjana. 2007. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung Remaja Rosdakarya

Internet:

Herdianto, Yayan and Muhibudin, Muhibudin and Setyorini, Deviani (2011) Pengaruh Situs Jejaring Sosial Facebook Terhadap Pola Komunikasi Interpersonal (Studi Kasus MAN 2 Serang). Skripsi ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Sultan Ageng Tirtayasa Serang

Maulana, Bahtiar (2019) KOMUNIKASI INTERPERSONAL DALAM PERILAKU PENYIMPANGAN SEKSUAL BROKEN HOME. Jurnal Komunikasi Interpersonal

<http://eprints.rclis.org/29798/3/BAB%20III%20SKRIPSI%20ISMA.pdf>

https://elibrary.unikom.ac.id/id/eprint/3454/7/UNIKOM_41816057_Ananda%20Maghfira%20Insani_BAB%20II.pdf

Qomariyah, (2020) PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP HUBUNGAN INTERPERSONAL REMAJA.

Jurnal Media Sosial untuk Berkomunikasi

Vensy, Nursanti, dan Anna (2014) Pengaruh Sosial Media Terhadap
Komunikasi Interpersonal dan Chyiberbullying Pada Remaja.

Jurnal Tranformatika, Volume 12, No. 1, Juli 2014



Yusup, Febrianawati (2018) Uji Validitas dan Reliabilitas
Instrumen Penelitian Kuantitatif

*Jurnal Tarbiyah : Jurnal Ilmu Pendidikan Vol.7 No. 1. Januari-Juni
2018 (17-23).*



LAMPIRAN

KUISIONER

A. Keterangan

- STS : Sangat Tidak Setuju
TS : Tidak Setuju
KS : Kurang Setuju
S : Setuju
SS : Sangat Setuju

Lampiran 1. Persepsi Responden mengenai Penggunaan Media Sosial Instagram

No.	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya mengakses media sosial instagram dalam sehari					
2.	Saya mencari informasi dan berita melalui instagram					
3.	Saya menghabiskan waktu luang dan santai untuk mengakses akun instagram					
4.	Saya meng-upload foto atau video yang berhubungan dengan diri saya di instagram					
5.	Saya mendapatkan informasi dan berita ter-update di instagram					
6.	Saya menggunakan fasilitas direct message di instagram					
7.	Saya meng-update insta story di instagram setiap kali membuka akun instagram					
8.	Saya mencari suatu barang melalui fasilitas promosi di instagram					

Lampiran 2. Persepsi Responden Mengenai Pola Komunikasi Antarpersonal

Dimensi 1. Keterbukaan

No.	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya mampu menerima kritik dan saran dari teman/orang lain di instagram					
2.	Saya memiliki sikap terbuka saat menggunakan media sosial instagram					
3.	Saya bertanggung jawab terhadap ucapan yang saya ucapkan ketika bermedia sosial					

Dimensi 2. Empati

No.	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya mampu berkomunikasi dengan singkat dan jelas saat bermain instagram					
2.	Saya memiliki perhatian lebih kepada teman/orang lain di media sosial instagram					

Dimensi 3. Dukungan

No.	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya selalu memberikan respon baik terhadap teman/orang lain yang bertanya di media sosial instagram					
2.	Saya selalu memberikan jawaban yang lugas terhadap pertanyaan yang diberikan kepada saya di instagram					

Dimensi 4. Rasa Positif

No.	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya selalu menghargai konten yang dibuat teman/orang lain di media sosial instagram					
2.	Saya selalu memberikan pujian kepada teman/orang lain di media sosial instagram					

Dimensi 5. Kesetaraan/Kesamaan

No.	Pertanyaan	Alternatif Jawaban				
		STS	TS	KS	S	SS
1.	Saya mempunyai hubungan yang saling memerlukan satu sama lain dengan sesama pengguna media sosial instagram					
2.	Saya mampu memberikan umpan balik atas kritik dan saran yang diterima					

