

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL TERHADAP
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DI KALANGAN MAHASISWA
ILMU KOMUNIKASI UIN SUMATERA UTARA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Medan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S. Ikom)



Afwan Syahril Manurung

NIM: 0105173192

**FAKULTAS ILMU SOSIAL
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA
MEDAN
2021**

**PENGARUH KOMUNIKASI INTERPERSONAL TERHADAP
PENGUNAAN MEDIA SOSIAL DI KALANGAN MAHASISWA
ILMU KOMUNIKASI UIN SUMATERA UTARA**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara
Medan Untuk Memenuhi Salah Satu Persyaratan Memperoleh Gelar Sarjana Ilmu
Komunikasi (S. Ikom)



Afwan Syahril Manurung

NIM: 0105173192

Pembimbing I:

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'M. Alfikri'.

Dr. Muhammad Alfikri, S. Sos, M. Si

NIP 19830323 201001 1026

Pembimbing II:

A handwritten signature in black ink, appearing to be 'Achiriah'.

Dra. Achiriah, M.Hum

NIP 19631010 199403 2001

**FAKULTAS ILMU SOSIAL UNIVERSITAS ISLAM NEGERI
SUMATERA UTARA 2021/2022**

SURAT PERSETUJUAN SKRIPSI

Kepada

Yth. Dekan

Cq. Ketua Prodi ilmu Komunikasi

Fakultas ilmu Sosial

UIN Sumatera Utara Medan

Di Medan

Assalamu'alaikum wr. wb.

Setelah membaca, meneliti, memberikan petunjuk dan mengoreksi serta mengadakan perbaikan seperlunya, makakami selaku pembimbing berpendapat bahwa proprosal skripsi Saudara:

Nama : Afwan Syahril Manurung

NIM : 0105173195

Judul Skripsi : Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap
Penggunaan Media sosial Di Kalangan Mahasiswa Ilmu
Komunikasi UIN Sumatera Utara

Sudah dapat diajukan kepada Fakultas ilmu Sosial Jurusan/ Program Studi ilmu Komunikasi Universitas islam Negeri Sumatera Utara sebagai gagasan untuk memperoleh gelar Sarjana Strata Satu. Dengan ni kami berharap agar Skripsi saudara tersebut diatas dapat segera dimunaqasyahkan. Atas perhatiannya kami ucapkan terima kasih.

Medan, / /2021

Pembimbing I

Pembimbing II

Dr. Muhammad Alfikri,S.Sos, M.Si
NIP.19830323 201001 1026

Dra. Achiriah, M.Hum
NIP.19631010 199403 200

SURAT PERNYATAAN

Saya yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Afwan Syahril Manurung
NIM : 0105173192
Tempat/Tgl Lahir : Medan /10 Januari 2000
Pekerjaan : Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial UINSU
Medan
Alamat : Komp Polda Medan Sunggal Blok D No:13

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa Skripsi yang berjudul “Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara”, adalah benar hasil karya asli saya, kecuali kutipan-kutipan yang disebutkan sumbernya.

Apabila terjadi kesalahan dan kekeliruan di dalamnya, sepenuhnya menjadi tanggung jawab saya.

Demikian surat pernyataan ini saya perbuat dengan sesungguhnya

Medan, 3 September 2021
Yang membuat pernyataan

Afwan Syahril Manurung
NIM 0105173192

ABSTRAK



Nama : Afwan Syahril Manurung
 NIM : 0105173192
 Judul : **Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Penggunaan Media Sosial Dikalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara**
 Pembimbing I : Dr. Muhammad Alfikri, S.SoS, M.Si
 Pembimbing II : Dra. Achiriah, M.Hum
 Tempat/Tanggal Lahir : Medan, 10 Januari 2000
 No. Hp : 081397122635
 Email : Afwansyahril86@gmail.com

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, dengan teori *uses and gratifications*. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui apakah ada Pengaruh komunikasi interpersonal terhadap penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa program studi ilmu komunikasi UIN Sumatera Utara. Populasi pada penelitian ini adalah mahasiswa program studi ilmu komunikasi UIN Sumatera Utara stambuk 2018 sebanyak 296 orang. Teknik yang digunakan dalam pengambilan sampel adalah menggunakan rumus *Slovin* dengan taraf signifikans 10%. Maka ditetapkan sampel sebanyak 76 responden. Hasil penelitian ini pada uji t dengan 28 pertanyaan dan setiap variabel digunakan 14 pertanyaan hasil pertanyaan variabel komunikasi interpersonal di jawab dengan tidak setuju sedangkan dari variabel penggunaan medias sosial menjawab bahwa penggunaan media sosial *Facebook* mengarah ke intraksi sosial sedangkan media sosial *Instagram* mengarah ke informasi

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

Pembimbing I

Dr. Muhammad Al Fikri Mtd, S.Sos, M.Si
 NIP. 1983032 201001 1 026

ABSTRAK

This study uses quantitative methods, with uses and gratifications theory. This study aims to determine whether there is an influence of interpersonal communication on the use of social media among students of the communication science study program at UIN North Sumatra. The population in this study were 296 students of the communication science study program at UIN Sumatera Utara Stambuk 2018 as many as 296 people. The technique used in sampling is using the Slovin formula with a significance level of 10%. Then set a sample of 76 respondents. The results of this study on a t-test with 28 questions and each variable used 14 questions. The results of the interpersonal communication variable questions were answered with disagreement, while the use of social media variables answered that the use of Facebook social media leads to social interaction while Instagram social media leads to information.

Keywords: Interpersonal Communication, Use of social media, Facebook, Instagram

KATA PENGANTAR

Segala Puji bagi Allah SWT yang telah memberikan rahmat dan karuniaNya kepada penulis, sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik. Shalawat dan salam senantiasa tercurahkan kepada Rasulullah SAW yang mengantarkan manusia dari zaman kegelapan menuju zaman yang terang benderang saat ini. Penulisan skripsi ini dimaksudkan untuk memenuhi sebagian syarat – syarat guna mencapai gelar Sarjana Ilmu Komunikasi (I.KOM) di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

Penulis menyadari bahwa penulisan ini tidak dapat terselesaikan tanpa dukungan dari berbagai pihak baik moril maupun materil. Oleh karena tu penulis ingin menyampaikan ucapan terimakasih kepada semua pihak yang telah membantu dalam penyusunan skripsi ini terutama kepada orang tua saya baik ayah Purbatua Manurung dan ibunda saya Romida Wati yang telah memberikan dorongan baik moril dan materil serta doa – doa yang tiada henti – hentinya kepada penulis. Serta ucapan terimakasih dari berbagai pihak diantaranya:

1. Kepada Prof. Dr. Syahrin Harahap, MA selaku Rektor UIN Sumatera Utara Medan dan Wakil Rektor I, Dan II UIN serta segenap jajarannya yang telah memberikan kemudahan sehingga penulis dapat belajar dengan baik sampai akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini dengan baik.
2. Kepada Dekan Fakultas Ilmu Sosial Dr. Maraimbang Daulay,MA beserta staf dan jajarannya yang telah memberikan kesempatan untuk penulis meraih gelar Sarjana di Fakultas Ilmu Sosial UINSU Medan.
3. Terimakasih penulis ucapkan kepada Dosen Pembimbing I adalah Dr. Muhammad Alfikri, S. Sos, M. Si dan Dosen Pembimbing II adalah ibu Dra.Achiriah, M.Hum yang telah meluangkan waktunya guna memberikan bimbingan, bantuan, pengarahan, serta perbaikan terhadap penulisan skripsi ini.
4. Terimakasih penulis ucapkan kepada ketua jurusan Dr. Muhammad Alfikiri,S.Sos, M.Si Sekretaris Jurusan Ilmu Komunikasi Dr. Solihah Titin

Sumanti, M.Ag yang telah memberikan kemudahan dalam pengurusan administrasi sehingga skripsi ini selesai.

5. Terimakasih kepada Bapak dan Ibu Dosen serta segenap Civitas Akademika Fakultas Ilmu Sosial UIN Sumatera Utara Medan yang selama ini telah mendidik & memberikan ilmunya kepada penulis sehingga penulis dapat menyelesaikan studi di Fakultas Ilmu Sosial UIN SU Medan.
6. Terimakasih kepada teman-teman saya dan adik-adik kelas yang sudah membantu mengisi kuesioner saya.
7. Terimakasih kepada sahabat-sahabat penulis Agung Prasetya, Audina Putri , Dwiku Zhuri, Evan Danda, Indah Sriwahyuni, Lia Pratiwi, Raden Tasya dan Uswatun Hasannah yang telah berkenan membantu, menghibur, memberi semangat kepada penulis dalam proses tahap penyelesaian skripsi. Terimakasih kepada telah memberi dukungan moral kepada penulis.
8. Terimakasih kepada sahabat di kelas Jurnalistik 3 yang telah memberikan kontribusi bermanfaat selama berkuliah di UINSU Medan.
9. Teman tersayang ilmu komunikasi Humas dan Jurnalistik. Tanpa dukungan, motivasi, dan juga penghibur penulis tidak akan bisa sampai pada tahap akhir penyelesaian skripsi ini.

Setelah melalui proses yang panjang dan penuh tantangan, akhirnya penulis dapat menyelesaikan skripsi ini yang tentunya masih banyak kekurangan dan jauh dari kesempurnaan serta terbatasnya pengalaman dan pengetahuan yang dimiliki penulis. Oleh karena tu, penulis mengharapkan segala bentuk saran serta masukan bahkan kritik yang membangun dari berbagai pihak. Semoga skripsi ini dapat bermanfaat bagi para pembaca dan semua pihak khususnya dalam bidang ilmu Komunikasi.

Medan, 3 September 2021

Penyusun

Afwan Syahril Manurung

DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR	ii
DAFTAR ISI.....	viii
DAFTAR TABEL.....	x
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang.....	1
B. Batasan masalah.....	7
C. Rumusan Masalah.....	7
D. Tujuan Penelitian.....	7
BAB II LANDASAN TEORI	9
A. Komunikasi.....	10
B. Komunikasi Interpersonal.....	12
C. Perkembangan Teknologi informasi dan Komunikasi.....	13
D. Media Baru	16
E. Media Sosial.....	18
F. Penggunaan Media	19
G. Adab penggunaan media sosial dalam pandangan islam.....	21
H. Kerangka Konsep	23
I. Penelitian Terdahulu	25
BAB III METODE PENELITIAN	35
A. Pendekatan Penelitian.....	35
B. Lokasi Penelitian	36
C. Populasi dan Sampel.....	36
D. Teknik pengumpulan data	37
E. Teknik Pengolahan Data	38
G. Teknik analisis data	38
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN	42
A. Gambar Lokasi Penelitian	42
B. Hasil Penelitian	43

C. Deskripsi Data Penelitian.....	45
BAB V PENUTUP.....	83
A. Kesimpulan.....	83
B. Saran	83

DAFTAR TABEL

Tabel 1.....	45
Tabel 2.....	47
Tabel 3.....	48
Tabel 4.....	49
Tabel 5.....	51
Tabel 6.....	52
Tabel 7.....	53
Tabel 8.....	55
Tabel 9.....	56
Tabel 10.....	57
Tabel 11.....	58
Tabel 12.....	60
Tabel 13.....	61
Tabel 14.....	63
Tabel 15.....	64
Tabel 16.....	65
Tabel 17.....	67
Tabel 18.....	68
Tabel 19.....	69
Tabel 20.....	71
Tabel 21.....	72
Tabel 22.....	73
Tabel 23.....	75
Tabel 24.....	76
Tabel 25.....	77
Tabel 26.....	79
Tabel 27.....	80
Tabel 28.....	81

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk sosial dimana pada diri manusia memiliki tiga gagasan prinsip utama yang berguna untuk menjaga kelangsungan hidup menjadi makhluk sosial. Pertama, secara konsisten melakukan intraksi satu sama lain (*human relations*). Kedua, manusia adalah pencari informasi, dan ketiga, manusia adalah pengolah informasi. Untuk menerapkan konsep ini dengan benar, manusia harus berkomunikasi satu sama lain seperti yang ditunjukkan oleh Harold Laswell dalam buku Mulyana (2010: 69). Komunikasi dapat digambarkan dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: “*Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?*” Dengan kata lain, siapa yang menggunakan saluran apa memiliki pengaruh apa? Di era globalisasi ini, di mana saluran komunikasi atau media melihat perkembangan yang sangat penting.

Dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang luar biasa saat ini, manusia dapat berkomunikasi dan memperoleh informasi dengan mudah dan cepat. Sebelum perkembangan ini, manusia membutuhkan waktu yang lama untuk berkomunikasi dan memperoleh informasi, kini dengan bantuan teknologi komputer dan internet, manusia dapat melakukan keduanya dalam hitungan detik.

Dari teknologi komputer dan internet inilah muncul istilah *new media* atau media baru. Secara lugas *new media* berasal dari kata “*new*” yang berarti baru dan “*media*” yang berarti alat yang digunakan untuk sumber menyampaikan pesannya kepada penerima (Mulyana, 2008:70). Media baru adalah istilah pembaharuan sebuah inovasi konvergensi lanjutan teknologi komunikasi digital yang terkait dengan jaringan internet.

Seperti yang diindikasikan oleh Mc Quail Media baru atau *new media* adalah alat, perantara yang memudahkan orang untuk menyampaikan pesannya, terutama ketika menyampaikannya dalam jarak jauh (Mulyana, 2008:70). Media baru adalah sebuah perangkat teknologi komunikasi yang bersifat digitalisasi dan memiliki cakupan yang luas untuk pgunanya dan memiliki fungsi sebagai alat komunikasi. Berbicara tentang media baru juga tidak terlepas dari teknologi, khususnya teknologi di bidang komunikasi. Munculnya media baru melalui perangkat internet merupakan salah satu penemuan baru di bidang teknologi komunikasi. Sebagaimana disebutkan di atas, melalui perangkat internet ini proses komunikasi tidak lagi dibatasi oleh ruang dan waktu, karena dengan menggunakan media internet, orang dapat berkomunikasi dengan siapa saja dan dimana saja melalui media baru tanpa terhalang oleh masalah jarak atau jarak. Seperti Facebook dan Instagram. Media baru saat ini sedang berkembang dan akan terus mengikuti perkembangan zaman. Media semacam ini telah melahirkan inovasi-inovasi di bidang teknologi, komunikasi dan informasi (Ardianto, 2007: 26).

Seperti yang ditunjukkan Flew, "*the idea of new media captures both the development of unique forms of digital media, and the remaking of more traditional media forms to adopt and adapt to the new media technologies.*"

Dalam hal ini, beberapa ahli sepakat untuk menggunakan istilah tersebut. Media baru digunakan untuk membedakannya dengan media lama atau media tradisional yang sudah ada sebelumnya. Misalnya, dalam dekade sebelum munculnya media baru, media cetak seperti koran semuanya berbasis kertas, dan orang harus membeli atau berlangganan untuk membacanya. Contoh lain, orang biasa mengirim surat melalui pos, dan butuh beberapa hari untuk mendapat tanggapan, tetapi sekarang mereka bisa langsung mendapatkannya menggunakan input media baru. Dalam perkembangan media baru, peran internet sangat dibutuhkan. Seperti yang dikatakan Flew: "*The Internet represents the newest, most widely discussed, and perhaps most significant manifestation of new media.*" internet merupakan salah satu konsep dasar yang melahirkan media baru, yang memungkinkan individu untuk berkomunikasi dan mencari informasi secara langsung. Internet yang terkoneksi pada komputer yang menghubungkan komputer satu sama lain di

seluruh dunia di mana terdapat banyak sekali informasi di dalamnya yang memungkinkan terjadinya komunikasi antar satu sama lain.

Ketika Internet pertama kali muncul, diperkirakan ada lebih dari 100 juta pengguna pada Januari 1997. Pada akhir tahun 2000, jumlah pengguna telah melampaui 418 juta, dan terus bertambah sejak saat itu. Seperti dilansir laman katadata.co.id, hingga Maret 2019, ada 3,49 miliar pengguna internet di seluruh dunia. Di antara mereka, Asia Timur memiliki distribusi pengguna Internet terluas, dengan 923 juta pengguna. Pada saat yang sama, jumlah pengguna di Afrika dan Timur Tengah sebenarnya rendah. Hal ini mengindikasikan bahwa pemanfaatan jaringan internet sebagai salah satu cara untuk menjangkau media baru semakin diakui dan dibutuhkan oleh masyarakat dunia, tak terkecuali di Indonesia.

Praktek media baru publik Indonesia mulai bermunculan. Hal ini semakin diperkuat dengan meningkatnya penggunaan internet untuk akses setiap tahunnya. Sejak Internet masuk ke Indonesia pada tahun 1990-an, tingkat pertumbuhan penggunaannya terus meningkat. Statistik Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) mengkonfirmasi hal ini. Jumlah pengguna Internet di Indonesia terus meningkat, dari 512.000 pada tahun 1998 menjadi 4.500.000 pada tahun 2002. Bahkan pada tahun 2018, pengguna internet Indonesia mencatat jumlah penduduk sebanyak 264.161 juta jiwa, mencapai 171,17 juta jiwa. Hal ini terlihat dalam infografis pengguna Internet Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2018.



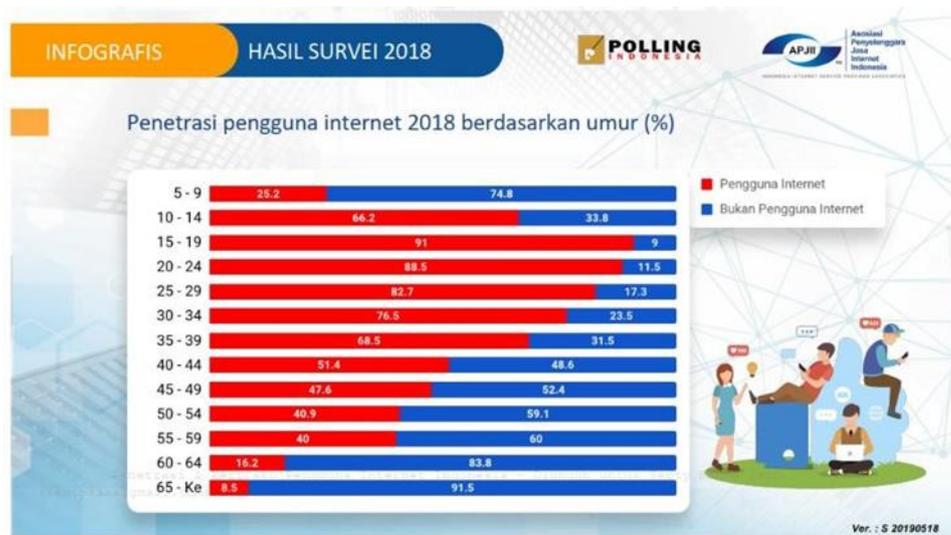
Gambar Infografis Pengguna Internet 2018

Berdasarkan infografis tersebut, pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 meningkat sebesar 12,10% menjadi 64,8 %, dari 54,86% pada tahun 2017. Tiga tujuan mendasar di balik penggunaan internet adalah yang pertama, ialah komunikasi, yang kedua adalah media sosial, dan yang ketiga adalah mencari pekerjaan. Artinya internet telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari umat manusia. Penggunaan Internet untuk mengakses media baru telah menjadi media komunikasi yang super, memungkinkan setiap warga negara untuk berkomunikasi satu sama lain. Internet juga memungkinkan kita untuk berbagi dan memperoleh informasi melalui media baru dalam hitungan menit atau bahkan detik. Dengan berkembangnya Internet, jarak dan waktu yang dahulu menjadi kendala kini berangsur-angsur menghilang seiring dengan pertumbuhan pengguna Internet. Internet memiliki pengaruh besar pada media baru, dan bahkan mempengaruhi gaya hidup masyarakat.

Penggunaan media baru sebagai alat untuk mengatasi berbagai masalah, mulai dari informasi dan komunikasi hingga demokratisasi akses yang meluas dan tidak terbatas oleh individu di seluruh dunia, mulai diterapkan di wilayah metropolitan dan sub-metropolitan. Bahkan saat ini, otoritas publik juga mengeksplorasi kompleksitas media baru untuk menyampaikan data kepada masyarakat umum, misalnya data tentang pendekatan, bantuan publik, dan lain sebagainya. Media baru telah secara signifikan memengaruhi cara orang

berbicara. orang lain. Individu dapat memanfaatkan media baru kapan pun dan di mana pun selama ada gadget seperti komputer , ponsel canggih, dan organisasi web

Keberadaan media baru sekarang ini telah menjangkau berbagai kalangan, terutama di kalangan anak muda. Selain itu, hingga saat ini aksi new media di kalangan anak muda Indonesia sedang berada di puncaknya, terbukti dari informasi APJII pada tahun 2018, dimana sebagian besar pengguna jaringan internet di Indonesia yang berusia 15-19 tahun memiliki infiltrasi sebesar 91%. Pada saat itu usia dibawah 20-24 tahun dengan tingkat 88,5%. Selain itu kelompok umur 25-29 tahun sebanyak 82,7%, kelompok umur 30-34 tahun 76,5% dan kelompok umur 35-39 tahun 68,5%.



Infografis Pengguna Internet Berdasarkan Umur

Gambar di atas menegaskan bahwa rentang usia pengguna internet di Indonesia masih penuh dengan anak muda, khususnya kaum milenial, seperti tahun-tahun sebelumnya. Saat ini, sebanyak 94% milenial yang tinggal di Indonesia terkoneksi dengan internet. Milenial bisa dikatakan sebagai generasi yang dekat dengan media baru. Tentu tidak disangka-sangka, mengingat dengan kemajuan media baru lahirlah generasi milenial. Bahkan bagi sebagian orang, generasi milenial disebut juga sebagai generasi internet, generasi digital, generasi media baru, dll. Yuswohady berpendapat bahwa generasi milenial mengacu pada

usia antara pertengahan 1980-an hingga pertengahan 2000-an, sehingga usianya antara 17-38 tahun. Rentang usia tersebut sesuai dengan usia rata-rata mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan tinggi, yaitu sekitar 18-35 tahun.

Mahasiswa sangat akrab dengan media sosial memiliki ciri-ciri kreativitas, informatif dan produktif di bandingkan generasi mahasiswa sebelumnya, pada mahasiswa generasi milenial ini lebih berteman baik dengan teknologi informasi dan komunikasi, pada kalangan mahasiswa generasi ini, peran teknologi sangat terlibat dalam kehidupannya dan juga mempunyai karakteristik komunikasi yang terbuka, menggunakan media sosial yang fanatik, kehidupannya sangat terpengaruh dengan perkembangan teknologi, serta lebih terbuka dengan pandangan politik dan ekonomi.

Secara lugas dapat dikatakan bahwa kehadiran media sosial berjalan seirama dengan kalangan mahasiswa tetapi semenjak kedatangan media sosial ini mahasiswa sudah beralih yang dulunya mereka berkomunikasi secara langsung dan secara interpersonal sekarang sudah berkomunikasi lewat virtual dengan kehadiran media sosial ini dan semenjak kedatangan media sosial ini menjadi hambatan besar pada seluruh mahasiswa untuk melakukan komunikasi interpersonal dikarenakan mereka sudah beralih menggunakan media sosial menjadi alat mereka berkomunikasi, seperti contoh sebelum kedatangan media sosial mahasiswa masih sering berkomunikasi secara langsung dan melakukan secara interpersonal baik sesama mahasiswa dan mahasiswa dengan dosen, semenjak kedatangan media sosial komunikasi secara langsung sudah beralih komunikasi secara virtual melalui media sosial tersebut

Berdasarkan uraian yang telah dikemukakan diatas, maka peneliti merasa tertarik melakukan penelitian mengenai pengaruh komunikasi interpersonal terhadap penggunaan media sosial di kalangan milenial (Studi Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara).

B. Batasan masalah

Batasan masalah merupakan bagian yang memuat penjelasan tentang masalah yang ada di judul penelitian yang bertujuan untuk membatasi masalah-masalah yang ada dan di jadikan pedoman dalam penelitian. Adapun yang menjadi pembatasan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Pada penelitian ini mengkaji perihal pengaruh komunikasi interpersonal terhadap penggunaan Facebook dan Intagram di kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Sumatera Utara
2. Objek penelitian ini adalah Mahasiswa aktif di jurusan Ilmu Komunikasi di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, stambuk 2018.

C. Rumusan Masalah

Berdasarkan pembatasan masalah diatas maka penulis merumuskan masalah sebagai berikut:

1. Bagaimana pengaruh komunikasi interpersonal terhadap penggunaan media sosial Facebook dan Instagram di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara.

D. Tujuan Penelitian

Untuk mengetahui bagaimana penggunaan Facebook Intagram di kalangan mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

1. Untuk mengetahui pengaruh komunikasi interpersonal terhadap penggunaan media sosial Facebook dan Instagram di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara.

E. Manfaat Penelitian

Adapun yang menjadi manfaat penelitian ini adalah:

1. Secara teoritis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pengetahuan kepada peneliti dan sarjana lainnya terkait dengan teknologi media komunikasi, serta memperluas dan menggunakan teknologi media

komunikasi sebagai bagian dari ilmu komunikasi.

2. Secara akademis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat bagi penelitian dan pengembangan Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara khususnya penggunaan fecebook Instagram oleh mahasiswa di Ilmu Komuniksi Fakultas Ilmu Sosial. Universitas Islam Negeri Sumatera Utara juga diharapkan dapat menyumbangkan ide untuk pembacanya.
3. Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat bermanfaat dan mendorong mahasiswa berperan dalam perkembangan teknologi komunikasi dan memberikan kontribusi yang positif bagi pembaca dalam memahami teori dan praktik di lapangan.

BAB II

LANDASAN TEORI

Kerangka teori sangat penting untuk penelitian, peneliti memberikan penjelasan untuk masalah-masalah yang berkaitan dengan variabel utama, subvariabel atau topik dalam penelitiannya (Arikunto, 2002: 92). Peran teori dalam penelitian adalah menjelaskan fenomena sosial atau alam yang menjadi fokus perhatian. Teori adalah sekumpulan konstruk (konsep), definisi dan proposisi yang mengungkapkan pandangan sistematis gejala dengan menggambarkan hubungan antar variabel, sehingga menjelaskan dan memprediksi gejala tersebut (Kriyanto, 2006: 45).

Adapaun Teori komunikasi dan Teori Sosilogi yang sesuai adalah:

1. Teori uses and gratification (pengguna dan kepuasan) pada teori ini, para pengguna media memiliki peran aktif memilih media yang di gunakan, sehingga pengguna media dikatakan sebagai pihak utama dalam proses komunikasi dalam hal ini pengguna berhak menentukan media yang sesuai dengan kebutuhannya, seperti pada kalangan mahasiswa, mereka bebas menggunakan media sosial apa yang sesuai dengan kebutuhannya dan juga kepuasaannya seperti media sosial untuk menghibur diri, berbagi informasi dan lain-lainya.
2. Teori tradisi Sosiopsikologis pendekatan individualis memberi ciri pada tradisi ini yang merupakan hal umum dalam pembahasan komunikasi serta lebih luas dalam ilmu pengetahuan sosial dan perilaku. Dan biasanya membahas topik tentang diri individu, pesan, percakapan, hubungan interpersonal, media, budaya dan *society* (Littlejhon, 2009:63). Dalam teori ini di perlukan dalam penelitian saya yang membahas pengaruh penggunaan komunikasi interpersonal terhadap media sosial Facebook dan Instagram di kalangan Mahasiswa, semenjak kedatangan media sosial mereka sangat kurang melakukan komunikasi interpersonal dengan orang lain.

A. Komunikasi

Kata *komunikasi* atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata Latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communicatio*, atau *communicare* yang berarti “membuat sama” (*to make common*). Istilah pertama (*communis*) paling sering disebut sebagai asal kata komunikasi, yang merupakan akar dari kata – kata Latin lainnya yang sebanding. Komunikasi mengusulkan agar ide, suatu makna, atau suatu pesan dianut secara sama. Definisi kontemporer dalam hal komunikasi merujuk pada cara berbagai hal-hal tersebut, seperti dalam kalimat “Kita berbagi pikiran,” “Kita mendiskusikan makna,” dan “Kita mengirim pesan.” (Mulyana, 2010 : 46)

Harold Lasswell (Mulyana, 2010: 69) menjelaskan bahwa pendekatan yang paling ideal untuk menggambarkan komunikasi adalah dengan menjawab pertanyaan-pertanyaan berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom with What Effect?*. Jawaban bagi pertanyaan pandangan Lasswell komponen dari siklus proses komunikasi yang meliputi komunikator, pesan, media, komunikan, dan efek. Pandangan Lasswell di atas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan, yakni :

1. Komunikator (*communicator*, *sender*, *source*) adalah orang yang menyampaikan pesan atau informasi.
2. Pesan (*message*) adalah pernyataan yang didukung oleh lambing, bahasa, gambar, dan sebagainya.
3. Media (*channel*, *media*) adalah sarana atau saluran yang mendukung pesan bila komunikan jauh jauh tempatnya atau banyak jumlahnya, maka diperlukan media sebagai penyampai pesan.
4. Komunikan (*communicant*, *communicate*, *receiver*, *recipient*) adalah orang yang menerima pesan atau informasi yang disampaikan komunikator.
5. Efek (*effect*, *impact*, *influence*) adalah dampak sebagai pengaruh dari pesan.

Adapun fungsi-fungsi dari komunikasi yang diungkapkan oleh Effendy dalam Ardianto (2007: 18) adalah sebagai berikut:

1. Menyampaikan Informasi (To Inform). Kemampuan mengkomunikasikan informasi tidak hanya sekedar informasi, tetapi juga informasi, pikiran, ide, emosi, dan komentar. Kapasitas komunikasi dalam menyampaikan informasi, tidak hanya informasi tetapi disertai pesan, pemikiran, gagasan, sentimen dan komentar. Sehingga masyarakat bisa mengetahui keadaan yang terjadi dimanapun.
2. Mendidik (To Educate). Sebagai metode informasi, komunikasi dapat memandu dan menyebarkan inovasi, tidak hanya memberikan kesenangan, tetapi juga memberikan pelatihan pengetahuan terbuka dan kebebasan untuk memperoleh pendidikan, serta memberikan berbagai informasi sebagai fakta untuk menjadikan masyarakat lebih baik, lebih maju, dan lebih berkembang.
3. Menghibur (To Entertain). Komunikasi tidak hanya menambah warna pada informasi, tetapi juga menambah warna pada hiburan. Semua kelompok memanfaatkannya sebagai bentuk hiburan dalam kegiatan sosial.
4. Mempengaruhi (To Influence). Komunikasi merupakan sarana mempengaruhi pendengar untuk memotivasi anggota, mendorong mereka untuk memperhatikan kemajuan orang lain melalui apa yang mereka lihat, baca, dan dengar.

Dalam berkomunikasi tidak hanya untuk memahami dan mengerti satu dan lainnya tetapi juga memiliki tujuan dalam berkomunikasi. Ada empat tujuan komunikasi (Effendy, 2004: 11) antara lain:

1. Perubahan Sikap memberikan berbagai informasi kepada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat akan berubah sikapnya.
2. Perubahan Pendapat memberikan berbagai informasi pada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat mau merubah pendapat dan persepsinya terhadap tujuan informasi yang disampaikan.
3. Perubahan Perilaku memberikan informasi pada masyarakat dengan tujuan agar masyarakat akan berubah perilakunya.
4. Perubahan Sosial memberikan berbagai informasi kepada masyarakat,

yang pada akhirnya bertujuan agar masyarakat mau mendukung dan ikut serta berpartisipasi terhadap tujuan informasi yang disampaikan.

B. Komunikasi Interpersonal

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

Komunikasi interpersonal mempengaruhi komunikasi dan hubungan dengan orang lain. Komunikasi interpersonal juga diartikan sebagai komunikasi yang terjadi antara dua orang yang memiliki hubungan yang jelas satu sama lain, misalnya dialog antara ayah dan anak, dialog antara suami dan istri, dialog antara guru dengan siswa dan lain sebagainya.

Ada delapan ciri komunikasi interpersonal, yaitu

1. Selektif

Kita tidak dapat berkomunikasi dengan semua orang secara akrab dalam kehidupan sehari-hari, dan kita berusaha bekerja terbuka sepenuhnya dengan beberapa orang yang kita kenal baik.

2. Sistematis

Mengapa bersifat sistemik adalah karena terjadi di dalam suatu sistem dan memiliki varian. Komunikasi berlangsung di lingkungan yang berpengaruh dalam peristiwa dan makna yang terkait dengannya. Ada banyak sistem yang melekat pada proses komunikasi interpersonal yang mempengaruhi harapan kita terhadap orang lain. Cara manusia berkomunikasi yang sangat bervariasi.

3. Unik

pada tingkat terdalam komunikasi interpersonal bersifat unik. Dalam hubungan yang lebih dari sekedar peran sosial, setiap orang adalah unik

dan karena itu tidak dapat tergantikan. Kita dapat mengganti lawan dalam sebuah pertandingan, tetapi kita tidak dapat menggantikan hubungan karib (untimates). Ketika kita kehilangan teman dekat, atau kekasih yang kita cintai, kita mungkin dapat menemukan teman baru atau kekasih baru pula tetapi hubungan ini tidak dapat dipertukarkan dengan teman atau kekasih yang telah pergi. Sama halnya hampir setiap kebanyakan orang yang memiliki keunikan tersendiri baik dalam hubungan persahabatan ataupun percintaan.

4. *Processual*

komunikasi interpersonal adalah proses yang berlangsung dan berkelanjutan. Dengan demikian berarti, pertama komunikasi akan terus berkembang dari waktu ke waktu, semakin lama akan semakin pribadi. Semakin lama kita mengenal seseorang, kemungkinan juga kita akan semakin dekat dan semakin pribadi apalagi terhadap orang baru yang masuk dalam kehidupan kita. Meskipun pada dasarnya sebuah hubungan tidak ditentukan oleh waktu, namun dengan demikian seiring berjalannya waktu dalam sebuah hubungan akan lebih mudah berkembang menjadi sebuah hubungan yang dekat dan intim.

5. Transaksional

komunikasi interpersonal adalah proses transaksi antara beberapa orang misalnya ketika berbicara kepada seorang teman, kemudian teman tersebut tertawa, atau ketika atasan menjelaskan sebuah ide, dan gagasan lalu bawahan mengangguk untuk menunjukkan bahwa bawahan tersebut memahami. Dalam percakapan interpersonal semua pihak berkomunikasi secara terus-menerus dalam waktu yang bersamaan.

C. Perkembangan Teknologi informasi dan Komunikasi

Teknologi informasi dan komunikasi dalam bahasa Inggris biasanya disebut sebagai Information and Communication Technology (ICT). Secara umum teknologi informasi dan komunikasi dapat diartikan sebagai semua teknologi yang berhubungan dengan pengambilan, pengumpulan, pengolahan, penyimpanan,

penyebaran, dan penyajian informasi (Asmani, 2011: 99). Teknologi informasi dan komunikasi menggabungkan dua bagian dasar rekonsiliasi, yaitu teknologi informasi dan teknologi komunikasi. Teknologi informasi menggabungkan semua masalah yang terkait dengan siklus, penggunaan sebagai alat, kontrol, dan pengolahan informasi.

Kemudian, teknologi komunikasi diidentifikasi dengan penggunaan alat bantu untuk mengukur dan memindahkan informasi mulai dari satu alat kemudian ke alat lainnya. Ananta Sannai mencirikan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) sebagai media atau membantu dalam memperoleh pengetahuan antara satu individu dengan individu lainnya. Lebih lanjut, Kementerian Riset dan Teknologi mengungkapkan bahwa inovasi data dan korespondensi (TIK) sangat penting bagi ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) yang secara keseluruhan adalah semua inovasi yang diidentifikasi dengan recovery, assortment, preparation, capacity, scattering dan show of data (Rusman, 2011: 88).

Bersamaan dengan kemajuan pesat di bidang teknologi komunikasi, pemahaman tentang kemajuan teknologi komunikasi telah mendapat banyak pertimbangan dari para ahli. Menurut Everett M. Rogers (1986) dalam Darmawan (2009: 43) teknologi komunikasi memiliki beberapa kualitas, yaitu:

1. Teknologi komunikasi berkaitan dengan perangkat keras atau alat
2. Teknologi komunikasi muncul dalam suatu struktur ekonomi, sosial, dan politik tertentu
3. Teknologi komunikasi membawa nilai-nilai tertentu dari struktur diatas
4. Teknologi komunikasi berhubungan dengan perangkat keras di bidang komunikasi

Berbeda dengan Rogers yang melihat teknologi komunikasi dalam peralatan, Mc Omer dari Abrar (2003: 7) mengaitkan teknologi komunikasi dengan budaya melalui sudut pandang berikut:

1. Teknologi komunikasi dianggap sebagai faktor penentu masyarakat yang mandiri dan mampu menciptakan perubahan sosial.
2. Sebagai produk industrialisasi, teknologi komunikasi telah diciptakan dalam jumlah yang besar.

3. Teknologi komunikasi telah melahirkan alat baru Tidak semua orang tahu dimana tidak mungkin secara akurat memprediksi interaksi antara teknologi komunikasi itu sendiri dengan kekuatan sosial yang ada di masyarakat.

Menurut Everett M. Rogers di dalam buku Darmawan (2009:50), kemajuan komunikasi, termasuk didalamnya inovasi teknologi yang digolongkan menjadi 4 era yaitu:

1. Era Tulisan (the writing era)

Penilaian Rogers M Everett tidak diragukan lagi bahwa era menulis sebenarnya adalah era pertama. Berhubung tulisan harus ada hurufnya, tentu ada huruf tertentu, tapi sayangnya saya tidak yakin apa huruf utama di dunia ini. Di era penulisan ini, buku ini menyinggung beberapa bukti. Bangsa Sumeria menggunakan tanah ini untuk menulis surat. Kemudian pada tahun 1041 SM Cina menemukan jenis cetakan alfabet pada buku, kemudian pada tahun 1241 Korea menemukan jenis cetakan alfabet dari tanah ke logam. Menunjukkan bahwa era menulis memang yang pertama.

2. Era Cetak (the printing era)

Rogers menjelaskan bahwa periode komunikasi manusia ini dikembangkan lebih lanjut dengan menggunakan teknologi pencetakan. Awalnya dengan munculnya bahan baku pembuatan kertas, bahan cetak ini mulai berkembang di China. Selain itu, dengan berkembangnya mesin cetak, teknologi cetak mulai dari China hingga Korea Selatan hingga Jerman mulai diciptakan. Kemajuan tiada henti dari teknologi pencetakan tingkat tinggi ini dipamerkan pada tanggal 3 September 1883, ketika Benjamin Day dengan menarik mendistribusikan koran New York Sun, atau disebut "Penny Press" dengan alasan bahwa harga satu duplikat kertas adalah satu sen atau satu sen.

3. Era Telekomunikasi (telecommunication era)

Menurut Rogers, era perkembangan pesat yang dimulai pada tahun 1800-an memasuki era inovasi elektronik. Rogers menemukan metode transmisi informasi dari Baltimore ke Washington, D.C. melalui kabel (kemudian disebut telegraf) oleh Samuel Morse pada tanggal 24 Mei 1844, pesan terkenal "Tuhan

memalsukan apa?". Munculnya telegraf mendorong para ahli untuk mengembangkan teknologi yang lebih baru termasuk radio dan televisi.

4. Era Interaktif (interactive era)

Era interaktif Komputer mainframe terpusat di ENIAC memiliki 18.000 tabung vakum. Komputer ini dibuat oleh William Shockley, John Bardeen dari University of Pennsylvania, dan Walter Brattain dari Bell Laboratories untuk mengembangkan semikonduktor solid-state yang dapat mengubah perbesaran pesan elektronik Ampex Company di Redwood City California menciptakan Videotape Rusia meluncurkan satelit ruang angkasa (Sputnik) pertama kali Pendaratan manusia di bulan pertama kali oleh NASA yang dipandu oleh minicomputer yang berukuran 2 x 1,5 feet, atau 3000 kali lebih kecil dibandingkan dengan komputer ENIAC Penciptaan microprosesor, suatu unit kontrol komputer (Central Processing Unit/CPU) pada chip semi konduktor oleh Ted Hoff at Intel Corporation.

D. Media Baru

Teknologi komputer dan internet merupakan hal yang mendasari perkembangan istilah media baru. Pada dasarnya, media baru berasal dari kata "new" yang mengandung arti baru dan "media" yang mengandung arti alat yang digunakan oleh sumber untuk menyampaikan pesannya kepada penerima (Mulyana, 2008: 70). Media baru adalah suatu jenis gabungan atau pemusatan antara media tradisional dengan media lanjutan. Sisi positif dari media baru adalah sifatnya yang berkelanjutan, di mana individu dapat mengakses data dan layanan dengan cepat, kapan pun dan di mana pun selama mereka terkait dengan gadget modern dan organisasi web.

Denis McQuail (2011: 16) mencirikan new media sebagai perangkat elektronik dengan berbagai kegunaan. Media elektronik baru ini menggabungkan beberapa kerangka kerja mekanis, seperti: sistem transmisi (melalui kabel atau satelit), sistem miniaturisasi, sistem penyimpanan dan pencarian informasi, sistem penyajian gambar (dengan menggunakan kombinasi teks dan grafik secara lentur), dan sistem pengendalian (oleh komputer) Menurut Carey (1989) media baru

adalah media yang berbasis internet dengan menggunakan komputer dan telepon genggam canggih. Dua kekuatan utama perubahan awalnya adalah komunikasi satelit dan pemanfaatan komputer. Kunci untuk kekuatan komputer yang besar sebagai sebuah mesin komunikasi terletak pada proses digitalisasi yang memungkinkan segala bentuk informasi dibawa dengan efisien dan saling berbaur. (McQuail, 2011:43)

Mc Quail (2011:156) telah mengidentifikasi media baru kedalam lima kategori yang dibedakan berdasarkan jenis, penggunaan, konteks, dan kategorinya yaitu:

- 1) Media komunikasi interpersonal. Telepon seluler dan email semakin cepat (yang desain dasarnya adalah untuk bekerja, namun sekarang lebih dekat dengan rumah). Biasanya, konten lebih bersifat pribadi dan berumur pendek (misalnya tercemar oleh infeksi, dan sebagainya) dan koneksi yang dibuat-buat mungkin menjadi prioritas yang lebih tinggi daripada data yang diteruskan. Kurir saat seperti Whatsapp, LINE termasuk dalam klasifikasi ini.
- 2) Media permainan interaktif. Yang termasuk dalam klasifikasi ini adalah video game komputer utama yang berbasis, dan ditambah perangkat virtual reality. Inovasi utamanya terletak pada interaktivitas antar pengguna/pemain. mungkin saat komunikasi berlangsung ‘proses’ lebih cenderung mendominasi dari penggunaan medianya. Dalam kategori inilah game online mengambil tempat.
- 3) Media pencarian informasi. Kelas ini adalah klasifikasi umum, namun media baru seperti www (World Wide Web) adalah model utamanya. Internet dianggap sebagai perpustakaan dan sumber informasi yang sangat baik. Fakta dan kecepatan internet menjadikan Internet representasi yang sempurna. Selain internet, telepon seluler juga banyak digunakan untuk retrieval informasi, seperti layanan siaran teletexts dan data radio, atau biasa disebut dengan layanan radio paket umum (GPRS).
- 4) Partisipasi kolektif di media. Pengguna media baru untuk berbagi dan bertukar informasi, ide, dan pengalaman. Umumnya para pengguna media

secara aktif mengembangkan hubungan pribadinya melalui media komputer atau telepon genggam. Aktif berhubungan pada pekerjaan, bisnis, dan sebagainya, sampai hingga hubungan afektif dan hubungan emosional. Kategori ini termasuk media sosial, seperti Instagram, Facebook.

- 5) Substitusi media siaran merupakan media yang dapat memudahkan pengguna dalam mengunduh konten (seperti konten film, lagu dan lainnya).

Adapun media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, Path, dan Youtube merupakan jenis-jenis media baru yang termasuk dalam kategori online media. Jenis-jenis media baru ini memungkinkan orang biasa berbicara, berpartisipasi, berbagi dan menciptakan jejaring secara online. Selain itu, masih ada jenis new media lainnya seperti: komputer atau notebook, DVD, VCD, Portable media player, Smartphone, video game dan virtual reality. (Hamidati,2011: 13).

E. Media Sosial

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

Teknologi Web baru memudahkan siapa saja untuk membuat, dan yang terpenting, mendistribusikan konten mereka sendiri. Postingan blog, tweet, atau video di Youtube dapat disalin secara gratis dan dilihat oleh jutaan orang. Media sosial yang dipilih oleh peneliti adalah:

1. Instagram

Instagram adalah jaringan media sosial yang dapat digunakan melalui iOS, Android, BB, dan Windows Phone. Instagram dibuka pada Oktober 2010 (Bambang, 2012: 3). Berkat kemudahan dan kecepatan berbagi foto serta beberapa filter retro yang menarik, Instagram menjadi sangat populer di kalangan anak muda. Instagram memberikan cara baru untuk berkomunikasi di jejaring sosial melalui foto. Konsep jejaring sosial yang diikuti dengan ketat (seperti foto, tagar, dan peluang untuk mendapatkan popularitas) bahkan membuatnya gila (Bambang, 2012: 2). Saat ini, fungsi di Instagram meliputi cerita Insta, efek khusus, eksplorasi, suka, komentar, berbagi Instagram merupakan suatu jejaring sosial media yang dapat digunakan melalui IOS, Android, BB, dan Windows Phone. Instagram ini diresmikan pada tanggal Oktober 2010 (Bambang, 2012: 3).

2. Facebook

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

F. Penggunaan Media

Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia, penggunaan mengacu pada proses dan cara menggunakan sesuatu. *Use* adalah pengguna atau penggunaan aktivitas seperti sarana atau komoditas. *Snow* menggunakan media untuk menciptakan dan memelihara perilaku sehari-hari, dan juga membantu menjaga ritme dan emosi. Sejauh orang mengatur penggunaan media sehari-hari, interaksi dengan media membutuhkan ritme dan ritme mereka sendiri. Misalnya membaca koran pada waktu yang sama di pagi hari, selalu mendengarkan ramalan cuaca dari stasiun radio tertentu pada waktu tertentu, dan menonton acara televisi secara rutin setiap minggunya.

Bagi sebagian orang, kegiatan sehari-hari diatur berdasarkan interaksinya dengan media beberapa orang menggunakan media untuk mempromosikan kegiatan non-media dalam keadaan ini, emosi yang dihasilkan oleh ritme internal dan ritme media menjadi sangat penting. Kita bisa membaca cerita misterius saat liburan, mendengarkan musik sambil belajar, dan mendengarkan talk show sambil mengemudi. *Snow* percaya bahwa dengan meningkatnya interaksi dengan media, media telah menjadi sumber utama ritme dan ritme perkembangan individu dan seluruh masyarakat. Penggunaan media akan mempengaruhi pengguna dan berdampak signifikan terhadap mereka. Menurut Ardianto (2007: 215) tingkat penggunaan media dapat dilihat dan diukur dari frekuensi dan durasi penggunaan media. Rakhmat mengungkapkan bahwa dalam menggunakan media individu dipengaruhi oleh sebab-sebab tertentu, motif tersebut dilandasi oleh motivasi untuk memenuhi kebutuhan realisasinya, sehingga setiap orang mempunyai motif yang berbeda-beda dalam menggunakan media (Kriyanto, 2006: 206).

Didalam buku Kriyanto (2006:216) di jelaskan bahwa terdapat empat motif penggunaan media yang dijelaskan oleh McQuail yaitu:

- a. Motif Informasi (Information Seeking) yaitu media menyediakan informasi yang membuat pengguna untuk mengetahui ataupun mencari informasi-informasi yang dibutuhkan, seperti :
 - 1) Mencari berita tentang peristiwa dan kondisi yang berkaitan dengan lingkungan terdekat, masyarakat, dan dunia.
 - 2) Mencari bimbingan berbagai masalah praktis, pendapat, dan hal-hal yang berkaitan dengan penentuan pilihan.
 - 3) Memuaskan rasa ingin tahu dan minat umum.
 - 4) Belajar, pendidikan diri sendiri.
 - 5) Memperoleh rasa damai melalui penambahan pengetahuan.
- b. Motif Identitas Personal (Personal Identity) yaitu dorongan untuk memperkuat nilai-nilai pribadi, memperkuat kredibilitas, stabilitas, dan status. Bisa dikatakan menggunakan media untuk memenuhi kebutuhan identitas pribadi, seperti :

- 1) Menemukan penunjang nilai-nilai pribadi.
 - 2) Menemukan model perilaku.
 - 3) Mengidentifikasi diri dengan nilai-nilai lain dalam media.
 - 4) Meningkatkan pemahaman tentang diri sendiri.
- c. Motif Integrasi dan Interaksi Sosial (Social Integration and Interaction) yaitu media memberi ruang untuk berinteraksi dengan lingkungan sosial, seperti:
- 1) Memperoleh pengetahuan tentang keadaan orang lain.
 - 2) Mengidentifikasi diri dengan orang lain dan meningkatkan rasa memiliki.
 - 3) Menemukan bahan percakapan dan interaksi sosial.
 - 4) Membantu menjalankan peran sosial.
 - 5) Memungkinkan diri untuk dapat menghubungi sanak keluarga, teman, dan masyarakat.
- d. Motif Hiburan (Entertainment) yaitu pengguna menggunakan isi dari media untuk mencari ataupun mendapatkan hiburan, seperti :
- 1) Melepaskan diri dari tekanan dan permasalahan
 - 2) Bersantai.
 - 3) Memperoleh kenikmatan jiwa dan estetis.
 - 4) Mengisi waktu.
 - 5) Penyaluran emosi.

G. Adab penggunaan media sosial dalam pandangan islam

Islam berkata dalam penggunaan media sosial hendaknya kita melakukan

1. *Tabbayun* (Cek dan Ricek)

Dalam QS. An-Nur ayat 12

لَوْلَا إِذْ سَمِعْتُمُوهُ ظَنَّ الْمُؤْمِنُونَ وَالْمُؤْمِنَاتُ بِأَنفُسِهِمْ خَيْرًا وَقَالُوا هَذَا إِفْكٌ مُّبِينٌ

Artinya: Mengapa disaat kamu mendengarkan berita bohong itu orang-orang mukminin dan mukminat tidak bersangka baik terhadap diri mereka sendiri, dan (mengapa tidak) berkata “ini adalah satu berita bohong yang nyata”

Dalam Tafsir Al-Madinah Al-Munawwarah disebutkan bahwa semestinya orang-orang beriman Ketika mendengarkan ucapan para pembawa berita itu hendaklah mengukur hal itu pada diri mereka sendiri. Apabila hal itu tidak mungkin terjadi pada mereka, sudah barang tentu mustahil lagi terjadi pada Aisyah RA sang Ummul Mukminin.

Ayat ini menjelaskan bahwa setiap ada informasi baik langsung maupun tidak langsung kita terima hendaklah kita cek dulu kebenaran informasi tersebut harus kita seleksi apakah informasi ini layak kita konsumsi dan layak kita sebar luaskan.

2. Menyampaikan informasi dan berkata dengan benar.

Islam mengajarkan opini yang jujur dan didasarkan pada bukti dan fakta serta diungkapkan dengan tulus. Tidak menyebarkan informasi yang belum diketahui kebenarannya di media sosial. Istilah ini disebut qaul zur yang berarti perkataan buruk atau kesaksian palsu. Seperti hadis Nabi saw yang memerintakan untuk bertutur kata yang baik dan menjadikannya sebagai salah satu indikator keimanan kepada Allah, sebagai mana sabdanya:

Dari Abi Hurairah ra dari Rasullah saw beliau bersabda: “barang siapa yang beriman kepada Allah dan hari akhir makan hendaknya ia berkata yang baik atau diam.” (HR. Bukahri dan Muslim).

3. Haram menebar fitnah, kebencian, dan lainnya

Dalam Fatwa MUI No 24 Tahun 2017, disebutkan juga mengenai Hukum dan Pedoman Bermuamalah Melalui Media Sosial. Hal ini berkaitan dengan perilaku masyarakat dalam menggunakan medsos yang berdampak positif. Isi dari fatwa tersebut sebagai berikut:

1. Melakukan ghibah; fitnah, namimah (adu-domba); dan menyebarkan permusuhan. Melakukan bullying, ujaran kebencian, dan permusuhan berdasarkan suku, ras atau antara golongan.
2. Menyebarkan hoax serta informasi bohong meskipun dengan tujuan baik, seperti info tentang kematian orang yang masih hidup.
3. Menyebarkan materi pornografi, kemaksiatan, dan segala yang terlarang secara syari.
4. Menyebarkan konten yang benar tetapi tidak sesuai dengan tempat atau

waktunya.

H. Kerangka Konsep

Teori-teori yang dijadikan landasan pada kerangka teori harus dapat menghasilkan beberapa konsep yang disebut dengan kerangka konsep. Kerangka konsep dalam suatu penelitian hendaknya jelas. Konsep penelitian merupakan suatu persoalan yang perlu dirumuskan. Variabel penelitian yang terdapat masalah penelitian perlu dibatasi pengertiannya untuk menghindari penafsiran yang salah antara peneliti dengan pembaca. Pembatasan konsep dalam penelitian tidak saja menghindari salah persepsi dalam memahami konsep penelitian atau pembatasan penelitian, tetapi batasan konsep sangat diperlukan untuk penjabaran variabel penelitian maupun indikator variabel (Bungin, 2005: 92).

Disini peneliti ingin mengetahui bagaimana penggunaan facebook Instagram di kalangan mahasiswa fakultas ilmu sosial dan pengaruhnya terhadap komunikasi interpersonal, peneliti terlebih dahulu harus mengetahui bagaimana penggunaan facebook intagram di kalangan responden. Dalam penelitian ini, peneliti akan menggunakan beberapa indicator:

- 1) Durasi penggunaan Fecebook Instagram untuk memahami intensitas penggunaan media ini di kalangan milenial, khususnya mahasiswa ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial. Kemudian, peneliti juga menggunakan indikator motif penggunaan media yang dikemukakan oleh McQuail untuk memahami motif-motif apa yang mendasari mahasiswa ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial saat menggunakan media tersebut di karenakan setiap orang menggunakan media sosial tersebut digerakkan oleh motif- motif tertentu, termasuk mahasiswa ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial. Hal ini akan memunculkan pola perilaku yang menggunakan media sebagai ekspresi motivasi yang ada. Hal ini akan menimbulkan suatu pola perilaku penggunaan media sebagai perwujudan dari motif yang ada. Artinya, pengguna akan memutuskan memilih atau tidak suatu media tertentu dipengaruhi oleh sebab-sebab tertentu yaitu yang didasari motif pemenuhan sejumlah kebutuhan. Dengan begitu, peneliti bisa mengetahui

bagaimana pola penggunaan media fecebook Instagram berdasarkan dari penggunaan media (media use) di kalangan mahasiswa fakultas ilmu sosial.

- 2) Setelah mendapat motif apa di dalam penggunaan fecebook Instagram di kalangan mahasiwa dan durasi menggunakan media sosial tersebut apakah mereka sudah tidak melakukan komunikasi interpersonal dengan orang sekitarnya, atau malah sama sekali tidak melakukan komunikasi intersersonal dengan oranglain.

Jadi pada variable X dan Y yang akan peneliti ambil adalah di variable X. pengaruh komunikasi interpersonal dikalangan mahasiswa ilmu komunikasi sedangkan untuk variabel Y penggunaan media sosial Facebook dan Instagram.

I. Penelitian Terdahulu

Berdasarkan landasan teori yang di uraikan diatas, maka berikut ini akan memukakan beberapa penelitian yang ada berkaitan dengan penelitian yang saya teliti:

No	Nama peneliti	Judul peneliti	Abstrak	Persamaan	Perbedaan
1	Asas Putra dan Diah Ayu Putriningrum Jurnal Penelitian Komunikasi Vol. 21 No. 2, Desember 2018: 159-172 ISSN: 1410-8291 e-ISSN: 2460-0172.	PENGARUH YOUTUBE DI SMARTPHONE TERHADAP PERKEMBANGAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL ANAK	Saat ini aplikasi yang digunakan pada smartphome semakin berkembang, dan berbanding lurus dengan perkembangan ilmu pengetahuan, bukan hanya orang dewasa, namun anak Taman Kanak-Kanak (TK) sudah menggunakan smartphome setiap harinya untuk mencari hiburan melalui aplikasi Youtube. Penelitian ini dilakukan untuk mengetahui seberapa besar pengaruh aplikasi Youtube di smartphome terhadap perkembangan kemampuan komunikasi	Membahas mengenai media sosial dan komunikasi interpersonal	Pada jurnal tersebut media sosial yang di gunakan ialah Youtube, sedangkan pada penelitian di skripsi ini menggunakan media sosial Facebook dan Instagram.

			<p>interpersonal anak TK di Kota Bandung. Penelitian ini juga diharapkan menjawab isu yang beredar tentang pengaruh teknologi terhadap kemampuan komunikasi anak usia TK yang beredar tanpa berdasarkan data dan riset yang jelas. Metode yang digunakan ialah kuantitatif dengan jenis penelitian deskripsi. Penggunaan metode kuantitatif agar data yang didapatkan bisa akurat, terukur, dan teruji. Penelitian ini melibatkan satu variabel independen dan satu variabel dependen. Pengambilan sampel menggunakan rumus probability sampling dengan pendekatan Slovin dengan jumlah responden 70</p>		
--	--	--	--	--	--

			<p>anak TK. Teknik analisis data adalah deskripsi dan analisis regresi linear sederhana. Simpulan penelitian ini, pengaksesan youtube di smartphone untuk anak TK di Kota Bandung yang dilakukan setiap harinya bisa memengaruhi perkembangan kemampuan komunikasi interpersonal anak.</p>		
2	<p>FINA WINDARTI (2020). Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah INSTITUT AGAMA ISLAM NEGERI TULUNGAGUNG</p>	<p>PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TERHADAP KOMUNIKASI INTERPERSONAL SISWA KELAS VII MTS DARUL FALAH</p>	<p>Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan jenis penelitian korelasional. Metode pengumpulan data pada penelitian ini dengan menggunakan dua angket dengan skala Linkert sebagai skala pengukurannya, yakni angket Penggunaan Media Sosial dan</p>	<p>Membahas mengenai media sosial dan komunikasi interpersonal</p>	<p>Pada skripsi tersebut menggunakan angket yang membahas penggunaan media sosial dan angket komunikasi interpersonal</p>

		<p>SUMBERGEMPOL TULUNGAGUNG</p>	<p>angket Komunikasi Interpersonal. Angket Penggunaan Media Sosial disusun berdasarkan teori dari Lometti, Reeves dan Bybee, sedangkan angket Komunikasi Interpersonal yang disusun berdasarkan teori dari Yosep Devito. Jumlah subyek dalam penelitian ini adalah seluruh siswa kelas VII Mts Darul Fiah Sumbergempol yang berjumlah 83 siswa-siswi. Data dari hasil penelitian kemudian dianalisis menggunakan teknik korelasi Product Moment Pearson dengan sebelumnya melalui uji prasarat analisis yang</p>		<p>sedangkan saya hanya menggunakan angket tentang penggunaan media sosial saja kerana dalam penggunaan media sosial yang berlebihan maka setiap mahasiswa pasti sedikit melakukan komunikasi interpersonal dengan lingkungannya.</p>
--	--	-------------------------------------	--	--	---

			<p>berupa uji normalitas dan uji linieritas. Berdasarkan uji normalitas dari kedua variabel didapatkan hasil sebesar 0,339 ($p > 0,05$) artinya data berdistribusi normal, dan dari hasil uji data linieritas didapatkan nilai signifikasi pada Linierity sebesar 0,015 ($p < 0,05$) artinya hubungan dari kedua variabel bersifat linier. Hasil analisis data penelitian menunjukkan terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial terhadap komunikasi interpersonal pada siswa kelas VII Mts Darul Falah Sumbergempol dengan nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,260 serta Sig.(2-tailed)</p>		
--	--	--	---	--	--

			<p>sebesar 0,018 ($p < 0,05$). Derajat hubungan dari kedua variabel berkategori rendah dan hubungannya bersifat negatif. Data dianalisis menggunakan bantuan program Statistical Product Service Solution (SPSS) 20 for windows.</p>		
3	Viona Permatasari (2016), Universitas Mercu Buana Fakultas Ilmu Komunikasi	<p>PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL WHATSAPP DIKALANGAN MAHASISWA TERHADAP POLA KOMUNIKASI INTERPERSONAL (Survei Terhadap Mahasiswa Jurusan</p>	<p>Penelitian ini semakin berkembangnya zaman yang semakin modern tentu sekarang banyak aplikasi-aplikasi message instant salah satunya whatsapp. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media social whatsapp dikalangan mahasiswa, untuk menganalisis komunikasi interpersonal pada</p>	<p>Membahas mengenai penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa</p>	<p>Pada skripsi tersebut media sosial yang digunakan ialah Whatsapp, sedangkan pada penelitian di skripsi ini menggunakan media sosial Facebook dan</p>

		<p>Broadcasting Angkatan 2016 Universitas Mercu Buana)</p>	<p>Universitas Mercu Buana.</p> <p>Teori yang digunakan dalam penelitian ini adalah teori S-O-R (Stimulus – Organism – Respon) yaitu manusia yang jiwa nya meliputi komponen-komponen sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi.</p> <p>Metode pengumpulan data pada penelitian adalah kuisisioner, wawancara dan observasi. Jenis penelitian yang digunakan adalah jenis penelitian verifikatif, yaitu penelitian yang bertujuan untuk mengetahui pengaruh variabel independent (media</p>		<p>Instagram. Di dalam skripsi tersebut juga membahas pola komunikasi interpersonal di media sosial whatsapp tersebut.</p>
--	--	--	--	--	--

			<p>social whatsapp) dengan variabel dependen (komunikasi interpersonal). Hasil analisis menggunakan regresi linear sederhana dan uji t dapat diketahui bahwa variabel media social whatsapp dikalangan mahasiswa berpengaruh signifikan terhadap pola komunikasi interpersonal pada Universitas Mercu Buana. Hasil analisis menggunakan koefisien determinasi diketahui bahwa variabel komunikasi interpersonal (Y) dapat dijelaskan oleh variabel media social whatsapp (X) sebesar 33.6 %. Sedangkan sisanya 66,4% dijelaskan oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti.</p>		
--	--	--	--	--	--

BAB III

METODE PENELITIAN

A. Pendekatan Penelitian

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 langka-langka. Oleh karena itu, metode merupakan keseluruhan langka ilmiah yang digunakan untuk menemukan solusi atas suatu masalah. Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan kuantitatif. Dalam penelitian kuantitatif adalah penelitian ilmiah yang sistematis terhadap bagian-bagian dan fenomena serta hubungan-hubungannya. Dalam penelitian ini menggunakan pengukuran data kuantitatif dan statistik berdasarkan objek perhitungan ilmiah yang berasal dari sampel yang digunakan dan jawaban yang di peroleh dari angket yang di berikan. Menurut Sugiyono (2013 :13).

Metode penelitian kuantitaif adalah sebuah metode yang dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivisme, digunakan untuk meneliti pada populasi atau sampel tertentu. Data kuantitatif dapat disebut sebagai data berupa angka dalam arti sebenarnya. Jadi, berbagai operasi matematika dapat dilakukan pada data kuantitatif. Berdasarkan hal tersebut maka penelitian ini bertujuan untuk mengetahui Pengaruh komunikasi interpersonal terhadap penggunaan Facebook Instagram di kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara. Cara pengumpulan data yaitu dengan menggunakan kuesioner dan disebarakan kepada responden. Penelitian ini mencari pengaruh variable X terhadap Y.

Varibel yang terdapat dalam penelitian ini terdiri dari variable bebas dan variable terikat. Dimana variabel terikat adalah pengaruh komunikasi interpersonal mahasiswa dan variabel bebas terhadap penggunaan Facebook dan Instagram di kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi di Fakultas Ilmu Sosial Universitas Islam Negeri Sumatera Utara.

B. Lokasi Penelitian

Penelitian ini dilaksanakan di Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UINSU) Fakultas Ilmu Sosial, Jalan Wiliam Iskandar Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang, Medan Sumatera Utara.

C. Populasi dan Sampel

Populasi adalah wilayah generalisasi dimana terdiri dari kumpulan individu atau sejenis objek, subjek, dan memiliki waktu yang di tentukan atau bisa juga bebas. Untuk objek sendiri bisa dengan menggunakan orang dan benda-benda. Populasi berupa jumlah yang ada pada objek atau subjek yang di pelajari serta seluruh karakteristik atau siafat yang dimiliki oleh subjek atau objek itu (V. Wiratna, 2014:91).

Menurut hasil riset data yang telah diperoleh, maka populasi yang akan diambil pada penelitian ini adalah mahasiswa semester VI Jurusan Ilmu Komuniaksi di Fakultas Ilmu Sosial sebanyak 330 orang mahasiswa keseluruhan semester VI Jurusan Ilmu Komunikasi dan sampel yang diambil ialah 76 mahasiswa yang mempunyai aplikasi Facebook Instagram. Penarikan sampel saya menggunakan Sistem Simple Random Sampling, yakni pengambilan anggota sampel dan populasi yang akan dilakukan secara acak tanpa harus memperhatikan strata yang terdapat di dalam populasi tersebut. Untuk mengetahui banyaknya sampel yang dapat diambil maka saya menggunakan rumus Slovin dengan tingkat error 10% (Wiratna, 2014: 66)

Adapun rumusan tersebut sebagai berikut:

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

Keterangan:

N: ukuran sampel

N: populasi

E: persentasi kelonggaran ketidakterikatan karena kesalahan pengambilan sampel yang masih diinginkan

Dari rumus tersebut maka:

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

$$n = \frac{330}{1 + (332 \times 0,1^2)}$$

$$= 76 \text{ Orang}$$

D. Teknik pengumpulan data

Untuk menjangring data peneliti menggunakan teknik:

- 1) Kuesioner dalam kuesioner terdapat sejumlah angket atau pertanyaan-pertanyaan mengenai pengaruh komunikasi interpersonal terhadap penggunaan fecebook Instagram di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi universitas islam negeri sumatera utara.
- 2) Test data test dilakukan dengan memberi pertanyaan kepada sampel. Pengumpulan data test menggunakan Skala Likert yang direspon dalam bentuk setuju, sangat setuju, tidak setuju, sangat tidak setuju, dengan memberikan nilai skor di masing-masing pilihan. (V. Wiratna, 2014:91). Kategori Sangat Setuju (SS), diberi skor 4, Kategori Setuju (S), diberi skor 3, Kategori Tidak Setuju (TS), diberi skor 2, Kategori Sangat Tidak Setuju (STS), diberi skor 1.

E. Teknik Pengolahan Data

Setelah data terkumpul, kemudian dilakukan pengolahan data tersebut yang disesuaikan dengan kebutuhan analisis yang akan dikerjakan. Proses awal pengolahan data dimulai dengan melakukan:

- a) Editing setiap data yang masuk. Setelah dilakukan proses editing, dilanjutkan dengan proses.
- b) Coding atau pengkodean, yaitu mengklasifikasikan jawaban responden menurut macamnya.
- c) Kemudian untuk memperjelas melihat kategori atau klasifikasi data tersebut, dibuat tabel frekuensinya atau proses tabulasi dengan memasukkan data-data pada tabel tertentu dan mengatur angka-angka serta menghitungnya.

G. Teknik analisis data

Data yang dihasilkan oleh sampel akan digunakan untuk menguji hipotesis, oleh karena itu data tersebut harus di analisis. Analisis data pada penelitian ini dilakukan dengan menggunakan statistik deskriptif, dimana data yang diperoleh akan di tabulasikan dengan penyusunan table-tabel. Kemudian dihitung persentasenya dan interprestasikan, untuk menghitung persentase jawaban yang di berikan responden menggunakan rumus:

$$p = \frac{f}{n} \times 100\%$$

Keterangan:

P = presentase

F = jumlah jawaban responden

N = sampel

Untuk menafsirkan besarnya presentase yang didapatkan dari tabulasi data, penulis menggunakan metode penafsiran yang dikemukakan oleh arikunto sebagai berikut:

0 % - 20 % = sangat lemah

21 % - 40 % = lemah

41 % - 60 % = cukup

61 % - 80 % = kuat

81 % - 100 % = sangat kuat

Uji Validitas

Data Uji Validitas item adalah Uji Statistik yang digunakan untuk menentukan seberapa valid suatu item pertanyaan mengukur variabel yang diteliti. Dengan teknik Korelasi Product Moment. Korelasi ini juga dapat digunakan untuk mengetahui validitas soal yaitu skor tiap butir soal dikorelasikan dengan skor total.

Angka indeks korelasi Product Moment dilambangkan dengan r_{xy} . Dengan rumus sebagai berikut:

$$r_{xy} = \frac{N \sum XY - (\sum X)(\sum y)}{\sqrt{\{N \sum x^2 - (\sum X)^2\}\{N \sum y^2 - (\sum Y)^2\}}}$$

Keterangan:

X: skor butir test yang akan dihitung validitasnya

Y: skor total

Uji Reliabilitas

Data Uji reliabilitas adalah uji untuk memastikan apakah kuesioner penelitian yang akan dipergunakan untuk mengumpulkan data variable penelitian reliable atau tidak. Kuesioner dikatakan reliabel jika kuesioner tersebut dilakukan pengukuran ulang, maka akan mendapatkan hasil yang sama. Dalam pengambilan

keputusan reliabilitas, suatu instrumen dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih besar dari 0,6 (Ghozali, 2001).

Dalam hal ini peneliti menguji angket dengan rumus menghitung Koefisien Reliabilitas Instrumen dengan menggunakan Cronbach Alpha sebagai berikut:

$$r = \left[\frac{K}{(K - 1)} \right] X \left[1 - \frac{\sum \sigma_{xi}^2}{\sigma_x^2} \right]$$

Keterangan:

r: koefisien reliabilitas instrumen

K: banyaknya butir pernyataan atau banyaknya soal

$\sum \sigma_{xi}^2$: total varians butir

σ_x^2 : total varians

$$r = \left[\frac{28}{(28 - 1)} \right] X \left[1 - \frac{10,2}{57,35} \right]$$

$$r = 0,85$$

Berdasarkan perhitungan diatas diperoleh nilai sebesar 0,85 yang berarti angket kuesioner yang digunakan dikatakan Reliabel.

Uji Hipotesis

Dalam sebuah penelitian harus menggunakan hipotesa agar pengelolaan data diharapkan kearah penelitian tersebut. Hipotesa adalah suatu jawaban sementara terhadap suatu masalah, dan perlu dibuktikan melalui pengujian hipotesis, dari penjelasan diatas dapat ditarik kesimpulan bahwa:

- a. Hipotesis Alternatif (Ha) Terdapat pengaruh yang signifikan antara komunikasi interpersonal terhadap penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sumatera Utara.
- b. Hipotesis nihil (Ho) Tidak ada pengaruh yang signifikan antara komunikasi interpersonal terhadap penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sumatera Utara.

Hipotesis di uji dengan t one sampel dengan rumus:

$$t_{hit} = \frac{x}{\frac{s}{\sqrt{n}}}$$

Keterangan:

X: rata – rata

S: standar deviasi

N: banyaknya sampel

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Gambar Lokasi Penelitian

Program studi Ilmu Komunikasi lahir diawali adanya pemikiran bahwa dengan adanya kemajuan yang tercapai di dalam bidang komunikasi, informasi dan teknologi, ditandai dengan semakin meningkatnya jumlah perusahaan yang ada semakin luas jaringan usaha sektor komunikasi. Maka ada dua hal yang perlu diperhatikan adalah sektor dunia bisnis bidang komunikasi, dan sektor kontribusi penerapan ilmu komunikasi dalam menunjang kegiatan tersebut. Oleh karena itu, maka perlu diwujudkan program studi yang dapat memanfaatkan tuntutan kebutuhan akan sumberdaya manusia yang berkompeten, profesional, dan religious dalam bidang komunikasi.

Demikian pula seiring dengan perubahan nama dari Institut Agama Islam Negeri Sumatera Utara (IAIN-Samtera Utara) menjadi Universitas Islam Negeri Sumatera Utara (UIN- Sumatera Utara), maka lahirlah beberapa program studi baru termasuk ilmu komunikasi berdasarkan keputusan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan Republik Indonesia No. 273 Tahun 2014.

Ilmu komunikasi merupakan salah satu jurusan yang terletak di Fakultas Ilmu Sosial yang berdiri sekitar 6 tahun yang lalu tepatnya pada tahun 2015 sebelumnya berada di Fakultas Dakwah dan Komunikasi (FDK). Kemudian pada tahun 2017 jurusan ini pindah ke Fakultas Ilmu Sosial, Bersama 3 jurusan lainnya. Fokus jurusan ilmu komunikasi kini terbagi 2 yaitu: Jurnalistik dan Public Relations (Hubungan Masyarakat).

Visi-Misi Program Studi Ilmu Komunikasi:

- Visi: Terwujudnya prodi ilmu komunikasi yang unggul dan berstandar internasional dan mengamalkan nilai-nilai Islam.
- Misi:
 - A. menyelenggarakan Pendidikan dan pengajaran untuk mengembangkan pola pikir, wawasan dan keterampilan komunikasi secara kreatif dan inovatif berbasis potensi local serta berdasarkan nilai-nilai islam.

- B. Meningkatkan penelitian di kalangan dosen, mahasiswa terkait permasalahan bidang komunikasi di bidang komunikasi lingkungan masyarakat.
- C. Meningkatkan pengabdian kepada masyarakat dalam bentuk pelatihan Teknik dibidang komunikasi. Dan pemanfaatan media
- D. Meningkatkan kerja sama untuk penguatan institusi dan peningkatan kualitas lulusan.

B. Hasil Penelitian

pengaruh komunikasi interpersonal terhadap penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sumatera Utara.

Variabel Komunikasi Interpersonal (X) Dalam mengukur pengaruh komunikasi interpersonal terhadap penggunaan media sosial Facebook dan Instagram dari hasil kuesioner penelitian dengan memaparkan empat pertanyaan setiap penggunaan media sosial Facebook dan Instagram. Pertanyaan pertama dalam penggunaan media sosial Facebook ialah apakah semenjak kedatangan Facebook di dalam kehidupan anda, membuat anda jarang melakukan komunikasi interpersonal dengan orang lain? Dalam kuesioner ini mendapatkan nilai 69,2% dari 62 orang yang memilih tidak setuju dari 91 keseluruhan sampel. Pertanyaan kedua ialah menurut anda selama menggunakan Facebook dalam kehidupan anda, apakah anda kurang melakukan komunikasi interpersonal dengan orang sekitar anda? Dalam kuesioner ini mendapatkan nilai 62,6% dari 57 orang yang memilih tidak setuju dari 91 orang keseluruhan sampel. Pertanyaan ketiga ialah menurut anda selama menggunakan Facebook dalam kehidupan anda, apakah anda merasa terhambat melakukan komunikasi interpersonal? Dalam kuesioner ini mendapatkan nilai 65,9% dari 60 orang yang memilih tidak setuju dari 91 orang keseluruhan sampel. Pertanyaan keempat ialah apakah semenjak anda menggunakan Facebook, anda merasa tidak melakukan komunikasi secara langsung? Dalam kuesioner ini mendapatkan nilai 63,7% dari 58 orang yang memilih tidak setuju dari 91 keseluruhan sampel. Berdasarkan hasil nilai

tersebut bahwa hipotesis nihil (H_0) tidak ada pengaruh yang signifikan antara komunikasi interpersonal terhadap penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sumatera Utara. Di sebabkan dari empat kuesioner ini sampel memilih tidak setuju.

Begitu juga dengan pertanyaan mengenai pengaruh komunikasi terhadap penggunaan media sosial Instagram dari empat pertanyaan yang sama sampel juga memilih tidak setuju. Maka dapat disimpulkan bahwa tidak ada pengaruh komunikasi interpersonal terhadap penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sumatera Utara. Dikarenakan mereka tetap bisa membatasi penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa tersebut.

Variabel penggunaan media sosial Facebook dan Instagram (Y)

Dari hasil penelitian yang telah dihitung dalam penggunaan media sosial Facebook dan Instagram, peneliti menggunakan indikator penggunaan motif yang di kemukakan oleh McQuail yaitu Motif Informasi, Identitas Personal, Motif Interaksi sosial dan Motif Hiburan. Dalam kuesioner penelitian penggunaan media sosial Facebook dari motif informasi mendapatkan nilai 54,9% dengan 50 orang yang memilih setuju dari 91 orang keseluruhan sampel. Dari motif Identitas Personal mendapatkan nilai 67% dengan 61 orang yang memilih tidak setuju dari 91 orang keseluruhan sampel. Dari motif Interaksi sosial mendapatkan nilai 70,3% dengan 64 orang yang memilih setuju dari 91 orang keseluruhan sampel. Dari motif Hiburan mendapatkan nilai 67% dengan 61 orang yang memilih setuju dari 91 orang keseluruhan sampel. Berdasarkan data yang di peroleh maka dapat disimpulkan bahwa indikator yang di gunakan termasuk kategori kuat.

Penggunaan media sosial Instagram dengan menggunakan indikator yang sama seperti penggunaan media sosial Facebook, Motif informasi mendapatkan nilai 76,9% dengan 70 orang yang memilih setuju dari 91 orang keseluruhan sampel. Dari motif Identitas Personal mendapatkan nilai 59,3% dengan 54 orang yang memilih setuju dari 91 orang keseluruhan sampel. Dari motif Interaksi Sosial mendapatkan nilai 75,8% dari 69 orang yang memilih setuju dari 91 orang keseluruhan sampel.

Dari motif hiburan mendapatkan nilai 74,7% dari 64 orang yang memilih setuju dari 91 orang. Berdasarkan data yang di peroleh maka dapat di simpulkan bahwa indikator yang di gunakan termasuk kategori sangat kuat. indikator yang terdapat dalam intensitas pengaruh penggunaan tiktok yaitu berdasarkan data yang diperoleh nilai rata-rata representase sebesar 64,9%. Berdasarkan skor interpretasi menurut Arikunto, dapat disimpulkan bahwa indikator yang terdapat dalam penggunaan tiktok termasuk kategori yang sangat kuat. Hasil analisis dari penelitian ni telah menunjukkan bahwa tidak ada pengaruh yang signifikan antara komunikasi interpersonal terhadap penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sumatera Utara. Dan dari segi penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sumatera Utara melalui indikator motif penggunaan yang di kemukakan oleh McQuail. Penggunaan media sosial Facebook tersebut menonjol ke arah motif interaksi sosial sebanyak 64 orang dari keseluruhan sampel. Sedangkan motif penggunaan media sosial Instagram tersebut menonjol ke arah motif informasi sebanyak 70 orang dari keseluruhan sampel.

C. Deskripsi Data Penelitian

Deskripsi Data Penggunaan Media Sosial Facebook:

Tabel 1

Soal Nomor 1

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
Apakah anda setiap hari menggunakan Facebook?	Sangat Setuju	14	15,3%
	Setuju	35	38,4%
	Tidak Setuju	36	39,5%
	Sangat Tidak Setuju	6	6,5%
	Total	91	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 14 orang atau 15,3% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 35 orang atau 38,4 % responden menjawab Setuju (S), sebanyak 36 orang atau 39,5% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 6 orang atau 6,5% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden mengatakan bahwa setiap hari menggunakan Facebook. Terbukti dari data 91 orang responden, 53 % responden mengatakan bahwa tidak setuju.

Apakah anda setiap hari menggunakan Facebook?

Menjawab 4	: 14 orang	= 4×14	= 56
Menjawab 3	: 35 orang	= 3×35	= 105
Menjawab 2	: 36 orang	= 2×36	= 72
Menjawab 1	: 6 orang	= 1×6	= 6
<hr/>			
			+

Jumlah : 91 orang = 239

a. Jumlah skor tem deal tertinggi = 91×4 = 364

Jumlah skor tem deal terendah = 91×1 = 91

kriteria interpretasi skor menurut Arikunto.

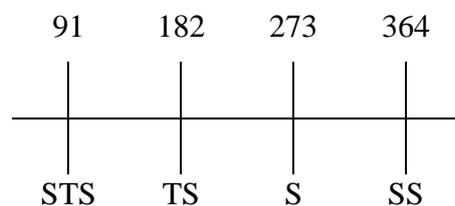
0% - 20% : sangat lemah

21% - 40% : lemah

41% - 60% : cukup

61% - 80% : kuat

81% - 100% : sangat kuat



b. Berdasarkan data yang diperoleh dari 91 responden, maka $\frac{239}{364} \times 100\% =$

65,6% maka presentasinya adalah kuat

Tabel 2

Soal Nomor 2

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
Apakah anda dalam satu hari bisa menghabiskan waktu lebih dari 2 jam menggunakan Fecebook?	Sangat Setuju	1	1,0%
	Setuju	16	17,5%
	Tidak Setuju	53	58,2%
	Sangat Tidak Setuju	21	23,0%
	Total	91	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 1 orang atau 1,0% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 16 orang atau 17,5% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 53 orang atau 58,2% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 21 orang atau 23,0% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden mengatakan bahwa setiap hari anda dalam satu hari bisa menghabiskan waktu lebih dari 2 jam menggunakan Fecebook menggunakan Facebook. Terbukti dari data 91 orang responden, 58,2% responden mengatakan bahwa tidak setuju.

Apakah anda dalam satu hari bisa menghabiskan waktu lebih dari 2 jam menggunakan Fecebook?

Menjawab 4	: 1 orang	= 4 × 1	= 4
Menjawab 3	: 16 orang	= 3 × 16	= 48
Menjawab 2	: 53 orang	= 2 × 53	= 106
Menjawab 1	: 21 orang	= 1 × 21	= 21

Jumlah	: 91 orang	= 179
--------	------------	-------

a. Jumlah skor tem deal tertinggi = 91 × 4 = 364

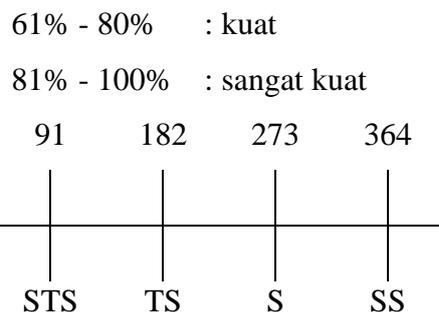
Jumlah skor tem deal terendah = 91 × 1 = 91

kriteria interpretasi skor menurut Arikunto.

0% - 20% : sangat lemah

21% - 40% : lemah

41% - 60% : cukup



- b. Berdasarkan data yang diperoleh dari 91 responden, maka $\frac{179}{364} \times 100\% = 49,1\%$ maka presentasinya adalah cukup.

Tabel 3

Soal 3

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
Apakah Facebook adalah aplikasi yang anda pergunakan?	Sangat Setuju	5	5,4%
	Setuju	53	58,2%
	Tidak Setuju	25	27,4%
	Sangat Tidak Setuju	8	8,7%
	Total	91	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 5 orang atau 5,4% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 53 orang atau 58,2% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 25 orang atau 27,4% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 8 orang atau 8,7% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden mengatakan bahwa setiap hari anda dalam satu hari bisa menghabiskan waktu lebih dari 2 jam menggunakan Fecebook menggunakan Facebook. Terbukti dari data 91 orang responden, 58,2% responden mengatakan bahwa setuju.

Apakah Facebook adalah aplikasi yang anda pergunakan?

Menjawab 4	: 5 orang	= 4 × 5	= 20
Menjawab 3	: 53 orang	= 3 × 53	= 159
Menjawab 2	: 25 orang	= 2 × 25	= 50
Menjawab 1	: 8 orang	= 1 × 8	= 8

$$\begin{aligned} \text{Jumlah} & : 91 \text{ orang} & = 237 \\ \text{a. Jumlah skor tem deal tertinggi} & = 91 \times 4 & = 364 \\ \text{Jumlah skor tem deal terendah} & = 91 \times 1 & = 91 \end{aligned}$$

kriteria interpretasi skor menurut Arikunto.

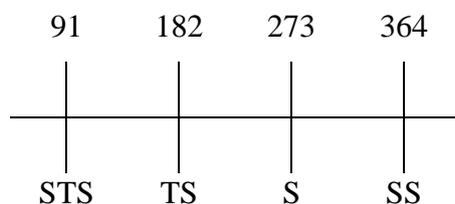
0% - 20% : sangat lemah

21% - 40% : lemah

41% - 60% : cukup

61% - 80% : kuat

81% - 100% : sangat kuat



- b. Berdasarkan data yang diperoleh dari 91 responden, maka $\frac{237}{364} \times 100\% = 65,1\%$ maka presentasinya adalah kuat.

Tabel 4

Soal 4

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
Apakah anda suka dengan fitur yang di sediakan Facebook?	Sangat Setuju	6	6,5%
	Setuju	64	70,3%
	Tidak Setuju	17	18,6%
	Sangat Tidak Setuju	4	4,3%
	Total	91	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 6 orang atau 6,5% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 64 orang atau 70,3% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 17 orang atau 18,6% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 4 orang atau 4,3% responden menjawab

Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden mengatakan bahwa fitur yang di sediakan Facebook di sukai. Terbukti dari data 91 orang responden, 70,3% responden mengatakan bahwa setuju.

Apakah anda suka dengan fitur yang di sediakan Facebook?

Menjawab 4	: 5 orang	= 4×5	= 20
Menjawab 3	: 53 orang	= 3×53	= 159
Menjawab 2	: 25 orang	= 2×25	= 50
Menjawab 1	: 8 orang	= 1×8	= 8

Jumlah	: 91 orang	= 237
--------	------------	-------

- a. Jumlah skor tem deal tertinggi = 91×4 = 364
 Jumlah skor tem deal terendah = 91×1 = 91

kriteria interpretasi skor menurut Arikunto.

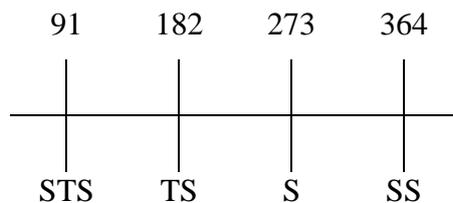
0% - 20% : sangat lemah

21% - 40% : lemah

41% - 60% : cukup

61% - 80% : kuat

81% - 100% : sangat kuat



- b. Berdasarkan data yang diperoleh dari 91 responden, maka $\frac{237}{364} \times 100\% = 65,1\%$ maka presentasinya adalah kuat.

Tabel 5

Soal 5

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
Apakah fitur yang di sediakan Facebook membuat anda nyaman dan membuat anda suka untuk menggunakannya?	Sangat Setuju	3	3,2%
	Setuju	63	69,2%
	Tidak Setuju	21	23,0%
	Sangat Tidak Setuju	4	4,3%
	Total	91	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 3 orang atau 3,2% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 63 orang atau 69,2% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 21 orang atau 23,0% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 4 orang atau 4,3% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden mengatakan bahwa fitur yang di sediakan Facebook membuat nyaman dan suka untuk menggunakannya. Terbukti dari data 91 orang responden, 69,2% responden mengatakan bahwa setuju.

Apakah fitur yang di sediakan Facebook membuat anda nyaman dan membuat anda suka untuk menggunakannya?

$$\text{Menjawab 4} \quad : 6 \text{ orang} \quad = 4 \times 6 \quad = 24$$

$$\text{Menjawab 3} \quad : 63 \text{ orang} \quad = 3 \times 63 \quad = 189$$

$$\text{Menjawab 2} \quad : 21 \text{ orang} \quad = 2 \times 21 \quad = 42$$

$$\text{Menjawab 1} \quad : 4 \text{ orang} \quad = 1 \times 4 \quad = 4$$

$$\text{Jumlah} \quad : 91 \text{ orang} \quad = 259$$

$$\text{a. Jumlah skor tem deal tertinggi} \quad = 91 \times 4 \quad = 364$$

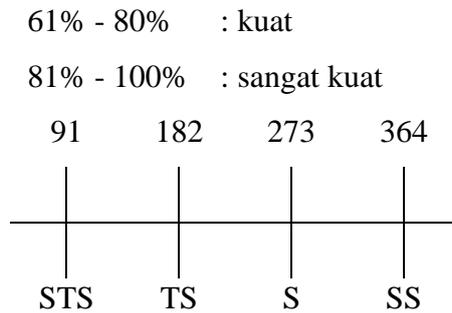
$$\text{Jumlah skor tem deal terendah} \quad = 91 \times 1 \quad = 91$$

kriteria interpretasi skor menurut Arikunto.

0% - 20% : sangat lemah

21% - 40% : lemah

41% - 60% : cukup



- b. Berdasarkan data yang diperoleh dari 91 responden, maka $\frac{259}{364} \times 100\% = 71,1\%$ maka presentasinya adalah kuat.

Tabel 6

Soal 6

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
Apakah anda sering mengikuti perkembangan fitur-fitur Facebook, selama anda menggunakannya?	Sangat Setuju	0	0%
	Setuju	29	31,8%
	Tidak Setuju	53	58,2%
	Sangat Tidak Setuju	9	9,8%
	Total	91	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 0 orang atau 0% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 29 orang atau 31,8% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 53 orang atau 58,2% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 9 orang atau 9,8% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden mengatakan bahwa tidak sering mengikuti perkembangan fitur yang di sediakan Facebook selama menggunakannya. Terbukti dari data 91 orang responden, 58,2% responden mengatakan bahwa tidak setuju.

Apakah anda sering mengikuti perkembangan fitur-fitur Facebook, selama anda menggunakannya?

Menjawab 4 : 0 orang = $4 \times 0 = 0$

Menjawab 3 : 29 orang = $3 \times 29 = 87$

$$\text{Menjawab 2} \quad : 53 \text{ orang} \quad = 2 \times 53 \quad = 106$$

$$\text{Menjawab 1} \quad : 9 \text{ orang} \quad = 1 \times 9 \quad = 9$$

 +

$$\text{Jumlah} \quad : 91 \text{ orang} \quad = 202$$

$$\text{a. Jumlah skor tem deal tertinggi} \quad = 91 \times 4 \quad = 364$$

$$\text{Jumlah skor tem deal terendah} \quad = 91 \times 1 \quad = 91$$

kriteria interpretasi skor menurut Arikunto.

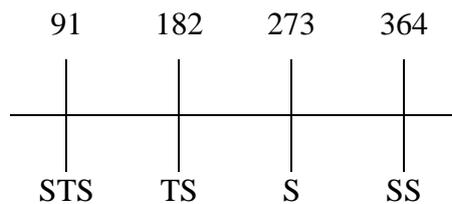
0% - 20% : sangat lemah

21% - 40% : lemah

41% - 60% : cukup

61% - 80% : kuat

81% - 100% : sangat kuat



- b. Berdasarkan data yang diperoleh dari 91 responden, maka $\frac{202}{364} \times 100\% = 55,4\%$ maka presentasinya adalah cukup.

Tabel 7

Soal 7

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
Apakah Facebook yang anda gunakan sebagai pemahaman tentang diri anda?	Sangat Setuju	3	3,2%
	Setuju	20	21,9%
	Tidak Setuju	61	67,0%
	Sangat Tidak Setuju	7	7,6%
	Total	91	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 3 orang atau 3,2% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 20 orang atau 21,9% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 61 orang atau 67,0% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 7 orang atau 7,6% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden mengatakan Facebook yang di gunakan tidak sebagai pemahaman tentang diri. Terbukti dari data 91 orang responden, 67,0% responden mengatakan bahwa tidak setuju.

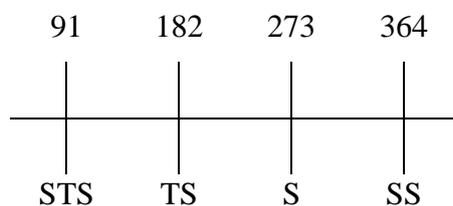
Apakah Facebook yang anda gunakan sebagai pemahaman tentang diri anda?

Menjawab 4	: 3 orang	= 4 × 3	= 12
Menjawab 3	: 20 orang	= 3 × 20	= 60
Menjawab 2	: 61 orang	= 2 × 61	= 122
Menjawab 1	: 7 orang	= 1 × 7	= 7
<hr/>			
Jumlah	: 91 orang		= 201

- a. Jumlah skor tem deal tertinggi = $91 \times 4 = 364$
 Jumlah skor tem deal terendah = $91 \times 1 = 91$

kriteria interpretasi skor menurut Arikunto.

0% - 20%	: sangat lemah
21% - 40%	: lemah
41% - 60%	: cukup
61% - 80%	: kuat
81% - 100%	: sangat kuat



- b. Berdasarkan data yang diperoleh dari 91 responden, maka $\frac{201}{364} \times 100\% = 55,2\%$ maka presentasinya adalah cukup.

Tabel 8

Soal 8

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
	Apakah Facebook yang anda gunakan sebagai sarana informasi untuk diri anda?	Sangat Setuju	
Setuju		50	54,9%
Tidak Setuju		29	31,8%
Sangat Tidak Setuju		6	6,5%
Total		91	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 6 orang atau 6,5% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 50 orang atau 54,9% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 29 orang atau 31,8% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 6 orang atau 6,5% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden mengatakan Facebook yang di gunakan sebagai sarana informasi. Terbukti dari data 91 orang responden, 54,9% responden mengatakan bahwa setuju.

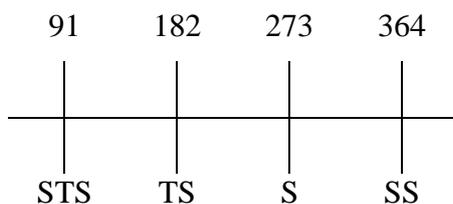
Apakah Facebook yang anda gunakan sebagai pemahaman tentang diri anda?

Menjawab 4	: 3 orang	= 4×3	= 12
Menjawab 3	: 20 orang	= 3×20	= 60
Menjawab 2	: 61 orang	= 2×61	= 122
Menjawab 1	: 7 orang	= 1×7	= 7

Jumlah	: 91 orang	= 201
a. Jumlah skor tem deal tertinggi	= 91×4	= 364
Jumlah skor tem deal terendah	= 91×1	= 91

kriteria interpretasi skor menurut Arikunto.

0% - 20%	: sangat lemah
21% - 40%	: lemah
41% - 60%	: cukup
61% - 80%	: kuat
81% - 100%	: sangat kuat



- b. Berdasarkan data yang diperoleh dari 91 responden, maka $\frac{201}{364} \times 100\% = 55,2\%$ maka presentasinya adalah cukup.

Tabel 9

Soal 9

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
Apakah Facebook yang anda gunakan sebagai media berinteraksi dengan orang lain?	Sangat Setuju	8	8,7%
	Setuju	64	70,3%
	Tidak Setuju	16	17,5%
	Sangat Tidak Setuju	3	3,2%
	Total	91	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 8 orang atau 8,7% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 64 orang atau 70,3% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 16 orang atau 17,5% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 3 orang atau 3,2% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden mengatakan Facebook yang di gunakan sebagai media berinteraksi dengan orang lain. Terbukti dari data 91 orang responden, 70,3% responden mengatakan bahwa setuju.

Apakah Facebook yang anda gunakan sebagai media berinteraksi dengan orang lain?

Menjawab 4	: 8 orang	= 4 × 8	= 32
Menjawab 3	: 64 orang	= 3 × 64	= 192
Menjawab 2	: 16 orang	= 2 × 16	= 31
Menjawab 1	: 3 orang	= 1 × 3	= 3

+

$$\begin{aligned} \text{Jumlah} & : 91 \text{ orang} & = 258 \\ \text{a. Jumlah skor tem deal tertinggi} & = 91 \times 4 & = 364 \\ \text{Jumlah skor tem deal terendah} & = 91 \times 1 & = 91 \end{aligned}$$

kriteria interpretasi skor menurut Arikunto.

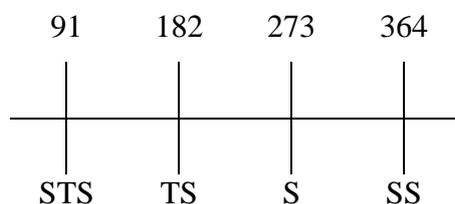
0% - 20% : sangat lemah

21% - 40% : lemah

41% - 60% : cukup

61% - 80% : kuat

81% - 100% : sangat kuat



- b. Berdasarkan data yang diperoleh dari 91 responden, maka $\frac{258}{364} \times 100\% = 70,8\%$ maka presentasinya adalah cukup.

Tabel 10

Soal 10

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
Apakah Facebook yang anda gunakan sebagai sarana menghibur diri anda?	Sangat Setuju	7	7,6%
	Setuju	61	67,0%
	Tidak Setuju	22	24,1%
	Sangat Tidak Setuju	1	1,0%
	Total	91	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 7 orang atau 7,6% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 61 orang atau 67,0% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 22 orang atau 24,1% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 1 orang atau 1,0% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden

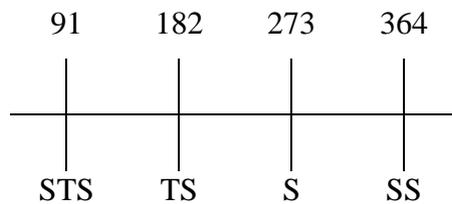
mengatakan Facebook yang di gunakan sebagai sarana menghibur diri. Terbukti dari data 91 orang responden, 67,0% responden mengatakan bahwa setuju.

Apakah Facebook yang anda gunakan sebagai sarana menghibur diri anda?

Menjawab 4	: 8 orang	= 4×8	= 32
Menjawab 3	: 64 orang	= 3×64	= 192
Menjawab 2	: 16 orang	= 2×16	= 31
Menjawab 1	: 3 orang	= 1×3	= 3
+			
Jumlah	: 91 orang		= 258
a. Jumlah skor tem deal tertinggi		= 91×4	= 364
Jumlah skor tem deal terendah		= 91×1	= 91

kriteria interpretasi skor menurut Arikunto.

0% - 20%	: sangat lemah
21% - 40%	: lemah
41% - 60%	: cukup
61% - 80%	: kuat
81% - 100%	: sangat kuat



- b. Berdasarkan data yang diperoleh dari 91 responden, maka $\frac{258}{364} \times 100\% = 70,8\%$ maka presentasinya adalah cukup.

Tabel 11

Soal 11

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
Apakah semenjak kedatangan Facebook di dalam kehidupan anda,	Sangat Setuju	0	0%
	Setuju	8	8,7%

membuat anda jarang lagi melakukan komunikasi interpersonal dengan orang lain?	Tidak Setuju	63	69,2%
	Sangat Tidak Setuju	20	21,9%
	Total	91	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 0 orang atau 0% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 8 orang atau 8,7% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 63 orang atau 69,2% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 20 orang atau 21,9% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden mengatakan semenjak Facebook dalam kehidupannya tidak menjadi jarang melakukan komunikasi interpersonal dengan orang lain. Terbukti dari data 91 orang responden, 69,2% responden mengatakan bahwa tidak setuju.

Apakah semenjak kedatangan Facebook di dalam kehidupan anda, membuat anda jarang lagi melakukan komunikasi interpersonal dengan orang lain?

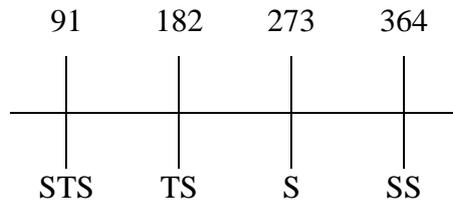
Menjawab 4	: 0 orang	= 4×0	= 0
Menjawab 3	: 8 orang	= 3×8	= 24
Menjawab 2	: 69 orang	= 2×69	= 138
Menjawab 1	: 20 orang	= 1×20	= 20

Jumlah	: 91 orang	= 182
--------	------------	-------

a. Jumlah skor tem deal tertinggi	= 91×4	= 364
Jumlah skor tem deal terendah	= 91×1	= 91

kriteria interpretasi skor menurut Arikunto.

0% - 20%	: sangat lemah
21% - 40%	: lemah
41% - 60%	: cukup
61% - 80%	: kuat
81% - 100%	: sangat kuat



- b. Berdasarkan data yang diperoleh dari 91 responden, maka $\frac{182}{364} \times 100\% = 50\%$ maka presentasinya adalah cukup.

Tabel 12

Soal 12

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
	Jawaban	Jumlah	
Menurut anda selama menggunakan Facebook dalam kehidupan anda, apakah anda kurang melakukan komunikasi interpersonal dengan orang sekitar anda?	Sangat Setuju	1	1,0%
	Setuju	12	13,1%
	Tidak Setuju	57	62,6%
	Sangat Tidak Setuju	21	23,0%
	Total	91	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 1 orang atau 1,0% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 12 orang atau 13,1% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 57 orang atau 62,6% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 21 orang atau 23,0% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden mengatakan semenjak menggunakan Facebook dalam kehidupannya tidak kurang melakukan komunikasi interpersonal dengan orang sekitar. Terbukti dari data 91 orang responden, 62,6% responden mengatakan bahwa tidak setuju.

Menurut anda selama menggunakan Facebook dalam kehidupan anda, apakah anda kurang melakukan komunikasi interpersonal dengan orang sekitar anda?

Menjawab 4	: 1 orang	= 4 × 1	= 4
Menjawab 3	: 12 orang	= 3 × 12	= 36
Menjawab 2	: 57 orang	= 2 × 57	= 114

$$\begin{array}{r} \text{Menjawab 1} \quad : 21 \text{ orang} \quad = 1 \times 21 \quad = 21 \\ \hline \text{Jumlah} \quad : 91 \text{ orang} \quad = 175 \end{array} +$$

a. Jumlah skor tem deal tertinggi $= 91 \times 4 = 364$
 Jumlah skor tem deal terendah $= 91 \times 1 = 91$

kriteria interpretasi skor menurut Arikunto.

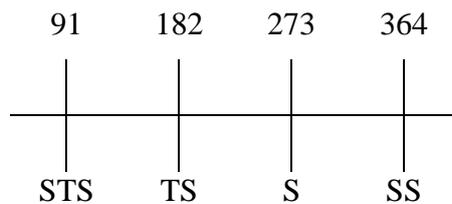
0% - 20% : sangat lemah

21% - 40% : lemah

41% - 60% : cukup

61% - 80% : kuat

81% - 100% : sangat kuat



- b. Berdasarkan data yang diperoleh dari 91 responden, maka $\frac{175}{364} \times 100\% = 48\%$ maka presentasinya adalah cukup.

Tabel 13

Soal 13

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
Menurut anda selama menggunakan Facebook dalam kehidupan anda, apakah anda merasa terhambat melakukan komunikasi interpersonal dengan orang lain?	Sangat Setuju	1	1,0%
	Setuju	11	12,0%
	Tidak Setuju	60	65,9%
	Sangat Tidak Setuju	19	20,8%
	Total	91	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 1 orang atau 1,0% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 11 orang atau 12,0% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 60 orang atau 65,9% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 19 orang atau 20,8% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden mengatakan semenjak menggunakan Facebook dalam kehidupannya tidak terhambat melakukan komunikasi interpersonal dengan orang lain. Terbukti dari data 91 orang responden, 65,9% responden mengatakan bahwa tidak setuju.

Menurut anda selama menggunakan Facebook dalam kehidupan anda, apakah anda merasa terhambat melakukan komunikasi interpersonal dengan orang lain?

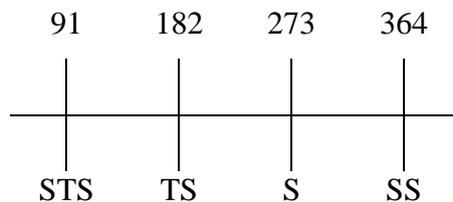
Menjawab 4	: 1 orang	= 4×1	= 4
Menjawab 3	: 12 orang	= 3×12	= 36
Menjawab 2	: 57 orang	= 2×57	= 144
Menjawab 1	: 21 orang	= 1×21	= 21

Jumlah	: 91 orang	= 175
--------	------------	-------

a. Jumlah skor tem deal tertinggi	= 91×4	= 364
Jumlah skor tem deal terendah	= 91×1	= 91

kriteria interpretasi skor menurut Arikunto.

0% - 20%	: sangat lemah
21% - 40%	: lemah
41% - 60%	: cukup
61% - 80%	: kuat
81% - 100%	: sangat kuat



- b. Berdasarkan data yang diperoleh dari 91 responden, maka $\frac{175}{364} \times 100\% = 48\%$ maka presentasinya adalah cukup.

Tabel 14

Soal 14

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
Apakah semenjak anda menggunakan Facebookm anda merasa tidak lagi melakukan komunikasi secara langsung?	Sangat Setuju	1	1,0%
	Setuju	8	8,7%
	Tidak Setuju	58	63,7%
	Sangat Tidak Setuju	24	26,3%
	Total	91	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 1 orang atau 1,0% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 8 orang atau 8,7% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 58 orang atau 63,7% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 24 orang atau 26,3% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden mengatakan semenjak menggunakan Facebook merasa tetap melakukan komunikasi secara langsung Terbukti dari data 91 orang responden, 63,7% responden mengatakan bahwa tidak setuju.

Apakah semenjak anda menggunakan Facebookm anda merasa tidak lagi melakukan komunikasi secara langsung?

Menjawab 4	: 1 orang	= 4 × 1	= 4
Menjawab 3	: 8 orang	= 3 × 8	= 24
Menjawab 2	: 58 orang	= 2 × 59	= 118
Menjawab 1	: 24 orang	= 1 × 24	= 24

Jumlah : 91 orang = 170

a. Jumlah skor tem deal tertinggi = 91 × 4 = 364

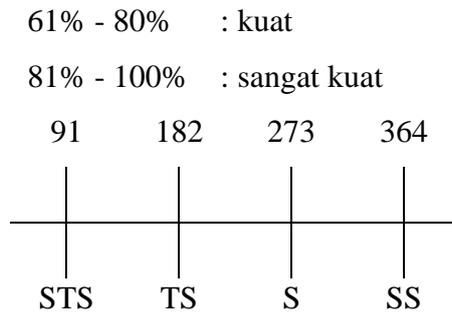
Jumlah skor tem deal terendah = 91 × 1 = 91

kriteria interpretasi skor menurut Arikunto.

0% - 20% : sangat lemah

21% - 40% : lemah

41% - 60% : cukup



- b. Berdasarkan data yang diperoleh dari 91 responden, maka $\frac{170}{364} \times 100\% = 46,7\%$ maka presentasinya adalah cukup.

Deskripsi data Penggunaan Media Sosial Instagram:

Tabel 15

Soal 1

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
Apakah anda setiap hari menggunakan Instagram?	Sangat Setuju	24	26,3%
	Setuju	59	64,8%
	Tidak Setuju	7	7,6%
	Sangat Tidak Setuju	1	1,0%
	Total	91	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 24 orang atau 26,3% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 59 orang atau 64,8% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 7 orang atau 7,6% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 1 orang atau 1,0% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden setiap hari menggunakan Instagram. Terbukti dari data 91 orang responden, 64,8% responden mengatakan bahwa setuju.

Apakah anda setiap hari menggunakan Instagram?

$$\text{Menjawab 4} \quad : 24 \text{ orang} \quad = 4 \times 24 \quad = 96$$

$$\text{Menjawab 3} \quad : 59 \text{ orang} \quad = 3 \times 59 \quad = 177$$

$$\text{Menjawab 2} \quad : 7 \text{ orang} \quad = 2 \times 7 \quad = 14$$

$$\text{Menjawab 1} \quad : 1 \text{ orang} \quad = 1 \times 1 \quad = 1$$

 +

$$\text{Jumlah} \quad : 91 \text{ orang} \quad = 288$$

$$\text{a. Jumlah skor tem deal tertinggi} \quad = 91 \times 4 \quad = 364$$

$$\text{Jumlah skor tem deal terendah} \quad = 91 \times 1 \quad = 91$$

kriteria interpretasi skor menurut Arikunto.

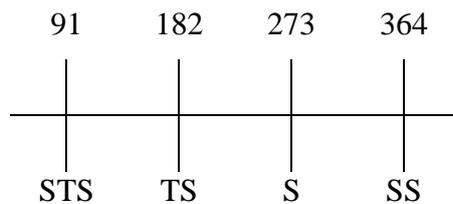
0% - 20% : sangat lemah

21% - 40% : lemah

41% - 60% : cukup

61% - 80% : kuat

81% - 100% : sangat kuat



$$\text{b. Berdasarkan data yang diperoleh dari 91 responden, maka } \frac{288}{364} \times 100\% =$$

79,1% maka presentasinya adalah kuat.

Tabel 16

Soal 2

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
Apakah anda setiap hari bisa menghabiskan waktu lebih dari 2 jam menggunakan Instagram?	Sangat Setuju	19	20,8%
	Setuju	45	49,4%
	Tidak Setuju	26	28,5%
	Sangat Tidak Setuju	1	1,0%
	Total	91	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 19 orang atau 20,8% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 45 orang atau 49,4% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 26 orang atau 28,5% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 1 orang atau 1,0% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden setiap hari bisa menghabiskan waktu lebih dari 2 jam menggunakan Instagram. Terbukti dari data 91 orang responden, 49,4% responden mengatakan bahwa setuju.

Apakah anda setiap hari bisa menghabiskan waktu lebih dari 2 jam menggunakan Instagram?

Menjawab 4	: 19 orang	= 4×19	= 76
Menjawab 3	: 45 orang	= 3×45	= 90
Menjawab 2	: 26 orang	= 2×26	= 52
Menjawab 1	: 1 orang	= 1×1	= 1
+			
Jumlah	: 91 orang		= 219
a. Jumlah skor tem deal tertinggi		= 91×4	= 364
Jumlah skor tem deal terendah		= 91×1	= 91

kriteria interpretasi skor menurut Arikunto.

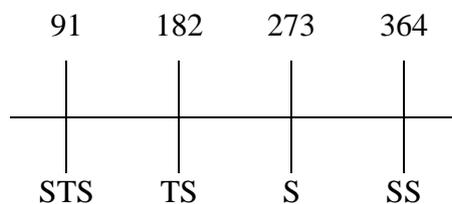
0% - 20% : sangat lemah

21% - 40% : lemah

41% - 60% : cukup

61% - 80% : kuat

81% - 100% : sangat kuat



- b. Berdasarkan data yang diperoleh dari 91 responden, maka $\frac{219}{364} \times 100\% = 60,1\%$ maka presentasinya adalah kuat.

Tabel 17

Soal 3

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
Apakah Instagram adalah aplikasi yang anda pergunakan?	Sangat Setuju	23	25,2%
	Setuju	68	74,7%
	Tidak Setuju	0	0%
	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	91	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 23 orang atau 25,2% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 68 orang atau 74,7% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 0 rang atau 0% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 0 orang atau 0% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden aplikasi Instagram adalah aplikasi yang di pergunakan. Terbukti dari data 91 orang responden, 74,7% responden mengatakan bahwa setuju.

Apakah Instagram adalah aplikasi yang anda pergunakan?

$$\text{Menjawab 4} \quad : 23 \text{ orang} \quad = 4 \times 23 \quad = 92$$

$$\text{Menjawab 3} \quad : 68 \text{ orang} \quad = 3 \times 68 \quad = 136$$

$$\text{Menjawab 2} \quad : 0 \text{ orang} \quad = 2 \times 0 \quad = 0$$

$$\text{Menjawab 1} \quad : 0 \text{ orang} \quad = 1 \times 0 \quad = 0$$

$$\text{Jumlah} \quad : 91 \text{ orang} \quad = 228$$

$$\text{a. Jumlah skor tem deal tertinggi} \quad = 91 \times 4 \quad = 364$$

$$\text{Jumlah skor tem deal terendah} \quad = 91 \times 1 \quad = 91$$

kriteria interpretasi skor menurut Arikunto.

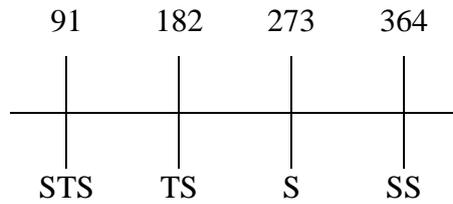
0% - 20% : sangat lemah

21% - 40% : lemah

41% - 60% : cukup

61% - 80% : kuat

81% - 100% : sangat kuat



- b. Berdasarkan data yang diperoleh dari 91 responden, maka $\frac{228}{364} \times 100\% = 62,6\%$ maka presentasinya adalah kuat.

Tabel 18

Soal 4

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
Apakah anda suka dengan fitur yang disediakan Instagram?	Sangat Setuju	29	31,8%
	Setuju	61	67,0%
	Tidak Setuju	1	1,0%
	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	91	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 29 orang atau 31,8% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 61 orang atau 67,0% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 1 orang atau 1,0% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 0 orang atau 0% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden menyukai fitur yang disediakan Instagram. Terbukti dari data 91 orang responden, 67,0% responden mengatakan bahwa setuju.

Apakah anda suka dengan fitur yang disediakan Instagram?

Menjawab 4	: 29 orang	= 4 × 29	= 116
Menjawab 3	: 61 orang	= 3 × 61	= 183
Menjawab 2	: 1 orang	= 2 × 1	= 2
Menjawab 1	: 0 orang	= 1 × 0	= 0

+

$$\begin{aligned} \text{Jumlah} & : 91 \text{ orang} & = 301 \\ \text{a. Jumlah skor tem deal tertinggi} & = 91 \times 4 & = 364 \\ \text{Jumlah skor tem deal terendah} & = 91 \times 1 & = 91 \end{aligned}$$

kriteria interpretasi skor menurut Arikunto.

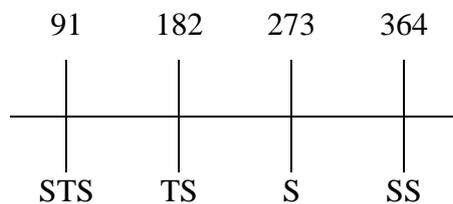
0% - 20% : sangat lemah

21% - 40% : lemah

41% - 60% : cukup

61% - 80% : kuat

81% - 100% : sangat kuat



- b. Berdasarkan data yang diperoleh dari 91 responden, maka $\frac{301}{364} \times 100\% = 82,6\%$ maka presentasinya adalah sangat kuat.

Tabel 19

Soal 5

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
Apakah fitur yang disediakan Instagram membuat anda nyaman dan membuat anda suka untuk menggunakannya?	Sangat Setuju	22	24,1%
	Setuju	67	73,6%
	Tidak Setuju	2	2,1%
	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	91	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 22 orang atau 24,1% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 67 orang atau 73,6% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 2 orang atau 2,1% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 0 orang atau 0% responden menjawab

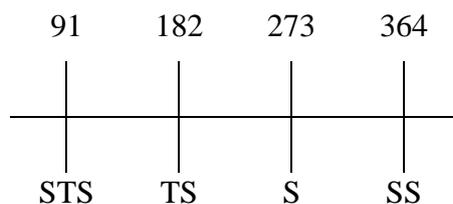
Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden nyaman dengan fitur yang disediakan oleh Instagram dan membuat nyaman untuk di pergunakan. Terbukti dari data 91 orang responden, 73,6% responden mengatakan bahwa setuju.

Apakah fitur yang disediakan Instagram membuat anda nyaman dan membuat anda suka untuk menggunakannya?

Menjawab 4	: 22 orang	= 4×22	= 88
Menjawab 3	: 67 orang	= 3×67	= 201
Menjawab 2	: 2 orang	= 2×2	= 4
Menjawab 1	: 0 orang	= 1×0	= 0
+			
Jumlah	: 91 orang		= 293
a. Jumlah skor tem deal tertinggi		= 91×4	= 364
Jumlah skor tem deal terendah		= 91×1	= 91

kriteria interpretasi skor menurut Arikunto.

0% - 20%	: sangat lemah
21% - 40%	: lemah
41% - 60%	: cukup
61% - 80%	: kuat
81% - 100%	: sangat kuat



- b. Berdasarkan data yang diperoleh dari 91 responden, maka $\frac{293}{364} \times 100\% = 80,4\%$ maka presentasenya adalah kuat.

Tabel 20

Soal 6

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
Apakah anda sering mengikuti perkembangan fitur-fitur Instagram, selama anda menggunakannya?	Sangat Setuju	18	19,7%
	Setuju	58	63,7%
	Tidak Setuju	15	16,4%
	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	91	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 18 orang atau 19,7% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 58 orang atau 63,7% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 15 orang atau 16,4% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 0 orang atau 0% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden bahwa mereka sering mengikuti perkembangan fitur-fitur Instagram selama mereka pergunakan. Terbukti dari data 91 orang responden, 63,7% responden mengatakan bahwa setuju.

Apakah anda sering mengikuti perkembangan fitur-fitur Instagram, selama anda menggunakannya?

Menjawab 4	: 18 orang	= 4×18	= 72
Menjawab 3	: 58 orang	= 3×58	= 174
Menjawab 2	: 15 orang	= 2×15	= 30
Menjawab 1	: 0 orang	= 1×0	= 0

Jumlah : 91 orang = 276

a. Jumlah skor tem deal tertinggi = 91×4 = 364

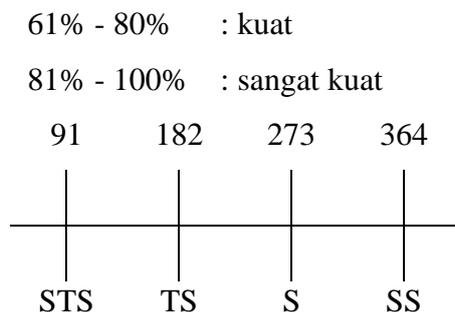
Jumlah skor tem deal terendah = 91×1 = 91

kriteria interpretasi skor menurut Arikunto.

0% - 20% : sangat lemah

21% - 40% : lemah

41% - 60% : cukup



- b. Berdasarkan data yang diperoleh dari 91 responden, maka $\frac{276}{364} \times 100\% = 75,8\%$ maka presentasinya adalah kuat.

Tabel 21

Soal 7

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
Apakah Instagram yang anda gunakan sebagai sarana pemahaman tentang diri anda?	Sangat Setuju	7	7,6%
	Setuju	54	59,3%
	Tidak Setuju	29	31,8%
	Sangat Tidak Setuju	1	1,0%
	Total	91	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 7 orang atau 7,6% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 54 orang atau 59,3% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 29 orang atau 31,8% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 1 orang atau 1,0% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden menggunakan Instagram sebagai sarana pemahaman tentang diri. Terbukti dari data 91 orang responden, 59,3% responden mengatakan bahwa setuju.

Apakah Instagram yang anda gunakan sebagai sarana pemahaman tentang diri anda?

$$\text{Menjawab 4} \quad : 7 \text{ orang} \quad = 4 \times 7 \quad = 28$$

$$\text{Menjawab 3} \quad : 54 \text{ orang} \quad = 3 \times 54 \quad = 162$$

$$\text{Menjawab 2} \quad : 29 \text{ orang} \quad = 2 \times 29 \quad = 58$$

$$\begin{array}{rclcl}
 \text{Menjawab 1} & : & 1 \text{ orang} & = & 1 \times 1 & = & 1 \\
 \hline
 & & & & & & + \\
 \text{Jumlah} & : & 91 \text{ orang} & & & = & 249 \\
 \text{a. Jumlah skor tem deal tertinggi} & = & 91 \times 4 & = & 364 \\
 \text{Jumlah skor tem deal terendah} & = & 91 \times 1 & = & 91
 \end{array}$$

kriteria interpretasi skor menurut Arikunto.

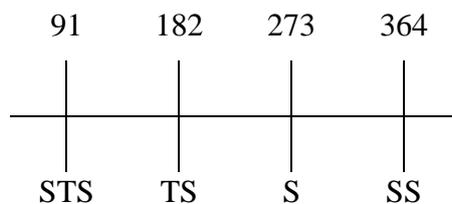
0% - 20% : sangat lemah

21% - 40% : lemah

41% - 60% : cukup

61% - 80% : kuat

81% - 100% : sangat kuat



- b. Berdasarkan data yang diperoleh dari 91 responden, maka $\frac{249}{364} \times 100\% = 68,4\%$ maka presentasinya adalah kuat.

Tabel 22

Soal 8

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
Apakah Instagram yang anda gunakan sebagai sarana informasi untuk diri anda	Sangat Setuju	13	14,2%
	Setuju	70	76,9%
	Tidak Setuju	8	8,7%
	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	91	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 13 orang atau 14,2% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 70 orang atau 76,9% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 8 orang atau 8,7% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 0 orang atau 0% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden mempergunakan Instagram sebagai sarana informasi untuk diri mereka. Terbukti dari data 91 orang responden, 76,9% responden mengatakan bahwa setuju.

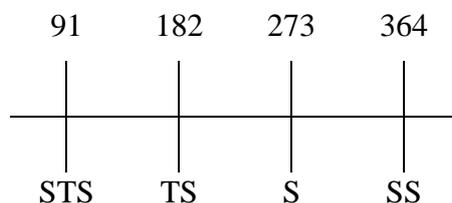
Apakah Instagram yang anda gunakan sebagai sarana pemahaman tentang diri anda?

Menjawab 4	: 13 orang	= 4×13	= 52
Menjawab 3	: 70 orang	= 3×70	= 210
Menjawab 2	: 8 orang	= 2×8	= 16
Menjawab 1	: 0 orang	= 1×0	= 0

Jumlah	: 91 orang	= 278	+
a. Jumlah skor tem deal tertinggi	= 91×4	= 364	
Jumlah skor tem deal terendah	= 91×1	= 91	

kriteria interpretasi skor menurut Arikunto.

0% - 20%	: sangat lemah
21% - 40%	: lemah
41% - 60%	: cukup
61% - 80%	: kuat
81% - 100%	: sangat kuat



- b. Berdasarkan data yang diperoleh dari 91 responden, maka $\frac{278}{364} \times 100\% = 76,3\%$ maka presentasinya adalah kuat.

Tabel 23

Soal 9

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
Apakah Instagram yang anda gunakan sebagai media berinteraksi dengan orang lain?	Sangat Setuju	12	13,1%
	Setuju	69	75,8%
	Tidak Setuju	10	10,9%
	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	91	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 12 orang atau 13,1% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 69 orang atau 75,8% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 10 orang atau 10,9% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 0 orang atau 0% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden mempergunakan Instagram sebagai media berinteraksi dengan orang lain. Terbukti dari data 91 orang responden, 75,8% responden mengatakan bahwa setuju.

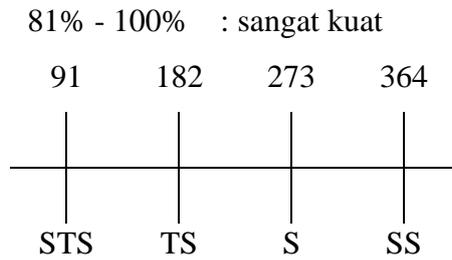
Apakah Instagram yang anda gunakan sebagai media berinteraksi dengan orang lain?

Menjawab 4	: 12 orang	= 4 × 12	= 48
Menjawab 3	: 69 orang	= 3 × 69	= 207
Menjawab 2	: 10 orang	= 2 × 10	= 20
Menjawab 1	: 0 orang	= 1 × 0	= 0

Jumlah	: 91 orang	= 275
a. Jumlah skor tem deal tertinggi	= 91 × 4	= 364
Jumlah skor tem deal terendah	= 91 × 1	= 91

kriteria interpretasi skor menurut Arikunto.

0% - 20%	: sangat lemah
21% - 40%	: lemah
41% - 60%	: cukup
61% - 80%	: kuat



- b. Berdasarkan data yang diperoleh dari 91 responden, maka $\frac{275}{364} \times 100\% = 75,5\%$ maka presentasinya adalah kuat.

Tabel 24

Soal 10

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
Apakah Instagram yang anda gunakan sebagai sarana menghibur diri anda?	Sangat Setuju	21	23,0%
	Setuju	68	74,7%
	Tidak Setuju	2	2,1%
	Sangat Tidak Setuju	0	0%
	Total	91	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 21 orang atau 23,0% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 68 orang atau 74,7% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 2 orang atau 2,1% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 0 orang atau 0% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden mempergunakan Instagram sebagai sarana menghibur diri. Terbukti dari data 91 orang responden, 74,7% responden mengatakan bahwa setuju.

Apakah Instagram yang anda gunakan sebagai media berinteraksi dengan orang lain?

Menjawab 4	: 21 orang	= 4 × 21	= 84
Menjawab 3	: 68 orang	= 3 × 68	= 204
Menjawab 2	: 2 orang	= 2 × 2	= 4
Menjawab 1	: 0 orang	= 1 × 0	= 0

$$\begin{aligned} \text{Jumlah} & : 91 \text{ orang} & = 292 \\ \text{a. Jumlah skor tem deal tertinggi} & = 91 \times 4 & = 364 \\ \text{Jumlah skor tem deal terendah} & = 91 \times 1 & = 91 \end{aligned}$$

kriteria interpretasi skor menurut Arikunto.

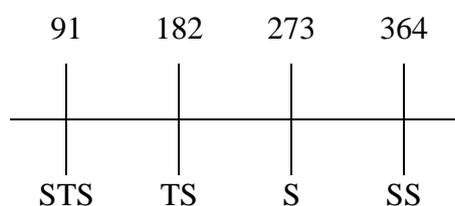
0% - 20% : sangat lemah

21% - 40% : lemah

41% - 60% : cukup

61% - 80% : kuat

81% - 100% : sangat kuat



- b. Berdasarkan data yang diperoleh dari 91 responden, maka $\frac{292}{364} \times 100\% = 80,2\%$ maka presentasinya adalah kuat.

Tabel 25

Soal 11

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
Apakah semenjak kedatangan Instagram di dalam kehidupan anda, membuat anda jarang lagi melakukan komunikasi interpersonal dengan orang lain?	Sangat Setuju	2	2,1%
	Setuju	15	16,4%
	Tidak Setuju	60	65,9%
	Sangat Tidak Setuju	14	15,3%
	Total	91	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 2 orang atau 2,1% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 15 orang atau 16,4% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 60 orang atau 65,9% responden

menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 14 orang atau 15,3% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden bahwa semenjak kedatangan Instagram di kehidupan mereka tidak jarang lagi melakukan komunikasi interpersonal dengan orang lain, tetapi mereka tetap juga melakukan komunikasi interpersonal. Terbukti dari data 91 orang responden, 65,9% responden mengatakan bahwa tidak setuju.

Apakah semenjak kedatangan Instagram di dalam kehidupan anda, membuat anda jarang lagi melakukan komunikasi interpersonal dengan orang lain?

Menjawab 4	: 2 orang	= 4 × 2	= 8
Menjawab 3	: 15 orang	= 3 × 15	= 45
Menjawab 2	: 60 orang	= 2 × 60	= 120
Menjawab 1	: 14 orang	= 1 × 14	= 14
<hr/>			
			+

Jumlah	: 91 orang	= 187
--------	------------	-------

a. Jumlah skor tem deal tertinggi = $91 \times 4 = 364$

Jumlah skor tem deal terendah	= $91 \times 1 = 91$
-------------------------------	----------------------

kriteria interpretasi skor menurut Arikunto.

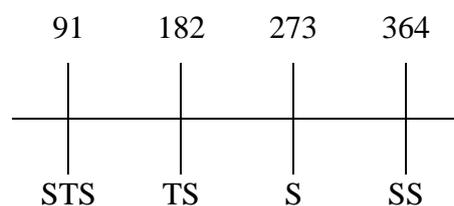
0% - 20% : sangat lemah

21% - 40% : lemah

41% - 60% : cukup

61% - 80% : kuat

81% - 100% : sangat kuat



- b. Berdasarkan data yang diperoleh dari 91 responden, maka $\frac{187}{364} \times 100\% = 51,3\%$ maka presentasinya adalah cukup.

Tabel 26

Soal 12

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
Menurut anda selama menggunakan Instagram dalam kehidupan anda, apakah anda kurang melakukan komunikasi interpersonal dengan orang sekitar anda?	Sangat Setuju	1	1,0%
	Setuju	11	12,0%
	Tidak Setuju	65	71,4%
	Sangat Tidak Setuju	14	15,3%
	Total	91	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 1 orang atau 1,0% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 11 orang atau 12,0% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 65 orang atau 71,4% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 14 orang atau 15,3% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden yang telah menggunakan Instagram dalam kehidupannya tidak merasa berkurang melakukan komunikasi Interpersonal dengan orang sekitar. Terbukti dari data 91 orang responden, 71,4% responden mengatakan bahwa tidak setuju.

Menurut anda selama menggunakan Instagram dalam kehidupan anda, apakah anda kurang melakukan komunikasi interpersonal dengan orang sekitar anda?

Menjawab 4	: 1 orang	= 4 × 1	= 4
Menjawab 3	: 11 orang	= 3 × 11	= 33
Menjawab 2	: 65 orang	= 2 × 65	= 130
Menjawab 1	: 14 orang	= 1 × 14	= 14

Jumlah : 91 orang = 181

a. Jumlah skor tem deal tertinggi = 91 × 4 = 364

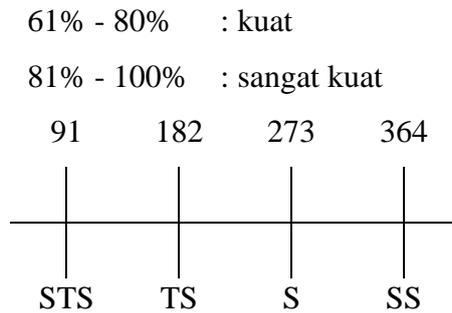
Jumlah skor tem deal terendah = 91 × 1 = 91

kriteria interpretasi skor menurut Arikunto.

0% - 20% : sangat lemah

21% - 40% : lemah

41% - 60% : cukup



- b. Berdasarkan data yang diperoleh dari 91 responden, maka $\frac{181}{364} \times 100\% = 49,7\%$ maka presentasinya adalah cukup.

Tabel 27

Soal 13

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
Menurut anda selama menggunakan Instagram dalam kehidupan anda, apakah anda merasa terhambat melakukan komunikasi interpersonal dengan orang lain?	Sangat Setuju	0	0%
	Setuju	15	16,4%
	Tidak Setuju	64	70,3%
	Sangat Tidak Setuju	12	13,1%
	Total	91	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 0 orang atau 0% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 15 orang atau 16,4% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 64 orang atau 70,3% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 12 orang atau 13,1% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden yang telah menggunakan Instagram dalam kehidupannya tidak merasa terhambat melakukan komunikasi Interpersonal dengan orang lain. Terbukti dari data 91 orang responden, 70,3% responden mengatakan bahwa tidak setuju. Menurut anda selama menggunakan Instagram dalam kehidupan anda, apakah anda merasa terhambat melakukan komunikasi interpersonal dengan orang lain?

Menjawab 4 : 0 orang = $4 \times 0 = 0$

Menjawab 3	: 15 orang	= 3×15	= 45
Menjawab 2	: 64 orang	= 2×64	= 128
Menjawab 1	: 12 orang	= 1×12	= 12

Jumlah : 91 orang = 185

a. Jumlah skor tem deal tertinggi = 91×4 = 364

Jumlah skor tem deal terendah = 91×1 = 91

kriteria interpretasi skor menurut Arikunto.

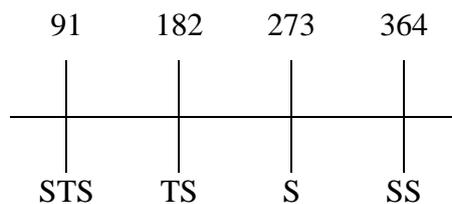
0% - 20% : sangat lemah

21% - 40% : lemah

41% - 60% : cukup

61% - 80% : kuat

81% - 100% : sangat kuat



- b. Berdasarkan data yang diperoleh dari 91 responden, maka $\frac{185}{364} \times 100\% = 50,8\%$ maka presentasinya adalah cukup.

Tabel 28

Soal 14

Item Pernyataan	Jawaban Responden		Percent
Apakah semenjak anda menggunakan Instagram, anda merasa tidak melakukan komunikasi secara langsung?	Sangat Setuju	1	1,0%
	Setuju	10	10,9%
	Tidak Setuju	61	67,0%
	Sangat Tidak Setuju	19	20,8%
	Total	91	100%

Berdasarkan tabel di atas dapat disimpulkan sebanyak 1 orang atau 1,0% responden menjawab Sangat Setuju (Ss), sebanyak 10 orang atau 10,9% responden menjawab Setuju (S), sebanyak 61 orang atau 67,0% responden menjawab Tidak Setuju (TS), sebanyak 19 orang atau 20,8% responden menjawab Sangat Tidak Setuju (STS). Data yang diperoleh menunjukkan bahwa responden yang telah menggunakan Instagram tidak merasa, tidak melakukan komunikasi secara langsung. Terbukti dari data 91 orang responden, 67,0% responden mengatakan bahwa tidak setuju.

Apakah semenjak anda menggunakan Instagram, anda merasa tidak melakukan komunikasi secara langsung?

Menjawab 4	: 1 orang	= 4×1	= 4
Menjawab 3	: 10 orang	= 3×10	= 30
Menjawab 2	: 61 orang	= 2×61	= 122
Menjawab 1	: 19 orang	= 1×19	= 19
+			
Jumlah	: 91 orang		= 175
a. Jumlah skor tem deal tertinggi		= 91×4	= 364
Jumlah skor tem deal terendah		= 91×1	= 91

kriteria interpretasi skor menurut Arikunto.

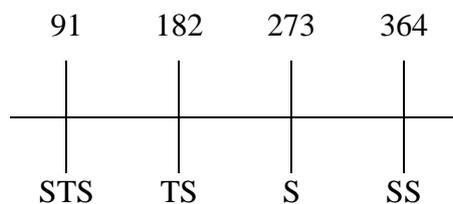
0% - 20% : sangat lemah

21% - 40% : lemah

41% - 60% : cukup

61% - 80% : kuat

81% - 100% : sangat kuat



- b. Berdasarkan data yang diperoleh dari 91 responden, maka $\frac{175}{364} \times 100\% = 48,0\%$ maka presentasinya adalah cukup.

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian pada bab sebelumnya serta pembahasan mengenai Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara dapat disimpulkan: Setelah diuji menunjukkan hipotesis nihil (H_0) tidak ada pengaruh yang signifikan antara komunikasi interpersonal terhadap penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sumatera Utara. Di sebabkan dari empat kuesioner ini sampel memilih tidak setuju.

Tetapi dari indikator motif penggunaan media sosial Facebook dan Instagram di kalangan mahasiswa Ilmu komunikasi UIN Sumatera Utara menunjukkan bahwa penggunaan media sosial Facebook di pergunakan untuk motif interaksi sosial dan motif penggunaan media sosial Instagram di pergunakan untuk motif informasi.

B. Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian mengenai pengaruh komunikasi interpersonal terhadap penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sumatera Utara. Maka di sarankan penelitian lanjutannya ialah pengaruh intraksi sosial terhadap penggunaan media sosial Facebook di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sumatera Utara. Dan pengaruh informasi terhadap penggunaan media sosial Instagram di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sumatera Utara di karenakan dari hasil kuesioner angket penggunaan media sosial Facebook lebih ke motif intraksi sosial sedangkan penggunaan media sosial Instagram lebih ke motif informasi maka dari itu peneliti mensarankan penelitian lanjutannya seperti yang di sebutkan di atas.

DAFTAR PUSTAKA

BUKU:

Abrar, Ana Nadya. 2003. *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: LESFI.

Ardianto, Elvinaro. 2011. *Komunikasi 2.0 Teoritis dan Implikasi*. Yogyakarta: ASPIKOM

Ardianto, Elvinaro. 2007. *Komunikasi Massa Suatu Pengantar*. Bandung: Simbosa Rekatama

Arikunto, S. 2002. *Metodologi Penelitian*. Jakarta: PT. Rineka Cipta.

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

Darmawan, D. 2009. *Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi*. Bandung: PT.Remaja Rosdakaya

Effendy, Uchjana Onong. 2004. *Ilmu Komunikasi Teori dan Praktek*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

Febrian, Jack. 2005. *Menggunakan Internet*. Bandung: Informatika.

Hamidati, Anis, dkk. 2011. *Komunikasi 2.0 Teoritisasi dan Implikasi*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo

Kurniali, Sartika. 2009. *Step by Step Facebook*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo

Littlejhon, S. W., & Foss, K. A. 2009. *Teori Komunikasi Edisi 9*. Jakarta: Salemba Humanika.

Mulyana, Deddy. 2008. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

Mulyana, Deddy. 2010. *Ilmu Komunikasi : Suatu Pengantar*. Bandung: Remaja Rosdakarya.

McQuail, D. 2011. *Teori Komunikasi Massa*. Jakarta: Salemba Humanika.

Purwandi I. dkk, 2016. *Indonesia 2020: The Urban Middle Class Millenials*. Alvara Research Center

Rusman, dkk. 2011. *Pembelajaran Berbasis Teknologi Informasi dan*

Komunikasi: Mengembangkan Profesionalisme Guru. Jakarta: Rajawali Pers. PT. Raja Grafindo Persada.

Sujarweni. V.Wiratna., *Metodologi Penelitian*, Yogyakarta, PT Pustaka Baru, 2014.

WEB:

Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. 2017. Profil Generasi Milenial Indonesia. Jakarta: Kementerian Pemberdayaan Perempuan dan Perlindungan Anak. 2017.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia [APJII]. (2019). Profil Pengguna Internet Indonesia tahun 2018. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia

Lampiran 1

Angket penggunaan media sosial Facebook

Nama:

Kelas:

Semester:

Stambuk:

No	Pertanyaan	Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Apakah anda setiap hari menggunakan Facebook?				
2	Apakah anda dalam satu hari bisa menghabiskan waktu lebih dari 2 Jam menggunakan Facebook?				
3	Apakah Facebook adalah aplikasi yang anda pergunakan?				
4	Apakah anda suka dengan fitur yang disediakan Facebook?				
5	Apakah fitur yang di sediakan Facebook membuat anda nyaman dan membuat anda suka untuk menggunakannya?				
6	Apakah anda sering mengikuti perkembangan fitur-				

	fitur Facebook, selama anda menggunakannya?				
7	Apakah Facebook yang anda gunakan sebagai sarana pemahaman tentang diri anda?				
8	Apakah Facebook yang anda gunakan sebagai sara informasi untuk diri anda?				
9	Apakah Facebook yang anda gunakan sebagai media berinteraksi dengan orang lain?				
10	Apakah Facebook yang anda gunakan sebagai sarana menghibur diri anda?				
11	Apakah semenjak kedatangan Facebook di dalam kehidupan anda, membuat anda jarang lagi melakukan komunikasi interpersonal dengan orang lain?				
12	Menurut anda selama menggunakan Facebook dalam kehidupan anda, apakah anda kurang melakukan komunikasi interpersonal dengan orang sekitar anda?				
13	Menurut anda selama menggunakan Facebook				

	dalam kehidupan anda, apakah anda merasa terhambat melakukann komunikasi interpersonal dengan orang lain?				
14	Apakah semenjak anda menggunakan Facebook, anda merasa anda tidak melakukan komunikasi secara langsung?				

Angket penggunaan Instagram

Nama:

Kelas:

Semester:

Stambuk:

No	Pertanyaan	Setuju	Sangat Setuju	Tidak Setuju	Sangat Tidak Setuju
1	Apakah anda setiap hari menggunakan Instagram?				
2	Apakah anda dalam satu hari bisa menghabiskan waktu lebih dari 2 Jam menggunakan Instagram?				
3	Apakah Instagram adalah aplikasi yang anda pergunakan?				
4	Apakah anda suka dengan fitur yang disediakan Instagram?				
5	Apakah fitur yang di sediakan Instagram membuat anda nyaman dan membuat anda suka untuk menggunakannya?				

6	Apakah anda sering mengikuti perkembangan fitur-fitur Instagram, selama anda menggunakannya?				
7	Apakah Instagram yang anda gunakan sebagai sarana pemahaman tentang diri anda?				
8	Apakah Instagram yang anda gunakan sebagai sara informasi untuk diri anda?				
9	Apakah Instagram yang anda gunakan sebagai media berinteraksi dengan orang lain?				
10	Apakah Instagram yang anda gunakan sebagai sarana menghibur diri anda?				
11	Apakah semenjak kedatangan Instagram di dalam kehidupan anda, membuat anda jarang lagi melakukan komunikasi interpersonal dengan orang lain?				
12	Menurut anda selama menggunakan				

	Instagran dalam kehidupan anda, apakah anda kurang melakukan komunikasi interpersonal dengan orang sekitar anda?				
13	Menurut anda selama menggunakan Instagram dalam kehidupan anda, apakah anda merasa terhambat melakukann komunikasi interpersonal dengan orang lain?				
14	Apakah semenjak anda menggunakan Instagram, anda merasa anda tidak melakukan komunikasi secara langsung?				