



UIN SUNAN AMPEL
S U R A B A Y A

**PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
INSTAGRAM TERHADAP PERUBAHAN POLA
KOMUNIKASI INTERPERSONAL REMAJA DI
SIDOARJO**

SKRIPSI

Diajukan Kepada Universitas Islam Negeri Sunan Ampel
Surabaya, Guna Memenuhi Salah Satu Syarat Memperoleh
Gelara Sarjana Ilmu Komunikasi (S.I.Kom)

Oleh:

Syafa Tasya Arliesya Ardiansyah
NIM. B95218142

**PROGRAM STUDI ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL
SURABAYA
2021**

PERNYATAAN KEASLIAN KARYA

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Syafa Tasya Arliesya Ardiansyah

NIM : B95218142

Prodi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sesungguhnya bahwa skripsi berjudul Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja Di Sidoarjo adalah benar merupakan karya sendiri. Hal-hal yang bukan karya saya, dalam skripsi tersebut diberi tanda sitasi dan ditunjukkan dalam daftar pustaka.

Apabila di kemudian hari terbukti pernyataan saya tidak benar dan ditemukan pelanggaran atas karya skripsi ini, saya bersedia menerima sanksi akademik berupa pencabutan skripsi dan gelar yang saya peroleh dari skripsi tersebut.

Surabaya, 29 November 2021

Yang membuat pernyataan

A handwritten signature in black ink is written over a yellow and red Indonesian postage stamp. The stamp features the Garuda Pancasila emblem and the text '10000', 'REPUBLIK INDONESIA', and '2E66AAJX55 911 R26'.

Syafa Tasya Arliesya Ardiansyah

NIM. B95218142

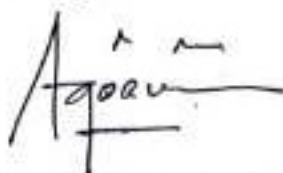
LEMBAR PERSETUJUAN PEMBIMBING

Nama : Syafa Tasya Arliesya Ardiansyah
NIM : B95218142
Program Studi : Ilmu Komunikasi
Judul Skripsi : PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA
SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP
PERUBAHAN POLA KOMUNIKASI
INTERPERSONAL REMAJA DI
SIDOARJO.

Skripsi ini telah diperiksa dan disetujui untuk diujikan.

Surabaya, 29 November 2021

Menyetujui
Pembimbing,

A handwritten signature in black ink, appearing to read 'Agoes', with a horizontal line extending to the right.

Dr. Agoes Moh. Moefad, SH., M.Si
NIP. 197008252005011004

LEMBAR PENGESAHAN UJIAN SKRIPSI

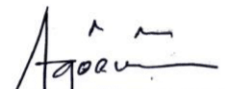
PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP PERUBAHAN POLA KOMUNIKASI INTERPERSONAL REMAJA DI SIDOARJO

Disusun Oleh
Syafa Tasya Arliesya Ardiansyah
B95218142

Telah diuji dan dinyatakan lulus dalam ujian Sarjana Strata Satu
Pada tanggal 29 Desember 2021

Tim Penguji

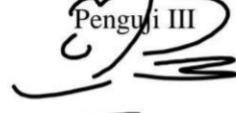
Penguji I


Dr. Agoes Mohr Moefad, SH., M.Si
NIP. 197008252005011004

Penguji II


Imam Maksum, M.Ag.
NIP. 197306202006041001

Penguji III


Dr. Abdullah Sattar, S.Ag., M.Fil.I.
NIP. 196514171997031002

Penguji IV


Dr. Nikmah Hadisti St., SIP, M.Si
NIP. 197301141999032004



Disetujui pada tanggal 29 Desember 2021
Di Sidoarjo
Dr. Abdul Halim, M.Ag
NIP. 19507251991031003



**KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SUNAN AMPEL SURABAYA
PERPUSTAKAAN**

Jl. Jend. A. Yani 117 Surabaya 60237 Telp. 031-8431972 Fax.031-8413300
E-Mail: perpustakaan@uinsby.ac.id

**LEMBAR PERNYATAAN PERSETUJUAN PUBLIKASI
KARYA ILMIAH UNTUK KEPENTINGAN AKADEMIS**

Sebagai sivitas akademika UIN Sunan Ampel Surabaya, yang bertanda tangan di bawah ini, saya:

Nama : SYAFA TASYA ARLIESYA ARDIANSYAH
NIM : B95218142
Fakultas/Jurusan : FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI / ILMU KOMUNIKASI
E-mail address : syafatasyaaa21@gmail.com

Demi pengembangan ilmu pengetahuan, menyetujui untuk memberikan kepada Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif atas karya ilmiah :

☒ Sekripsi ☐ Tesis ☐ Desertasi ☐ Lain-lain (.....)

yang berjudul :

PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM TERHADAP

PERUBAHAN POLA KOMUNIKASI INTERPERSONAL REMAJA DI SIDOARJO

beserta perangkat yang diperlukan (bila ada). Dengan Hak Bebas Royalti Non-Eksklusif ini Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya berhak menyimpan, mengalih-media/format-kan, mengelolanya dalam bentuk pangkalan data (database), mendistribusikannya, dan menampilkan/mempublikasikannya di Internet atau media lain secara **fulltext** untuk kepentingan akademis tanpa perlu meminta ijin dari saya selama tetap mencantumkan nama saya sebagai penulis/pencipta dan atau penerbit yang bersangkutan.

Saya bersedia untuk menanggung secara pribadi, tanpa melibatkan pihak Perpustakaan UIN Sunan Ampel Surabaya, segala bentuk tuntutan hukum yang timbul atas pelanggaran Hak Cipta dalam karya ilmiah saya ini.

Demikian pernyataan ini yang saya buat dengan sebenarnya.

Surabaya, 20 Januari 2022

Penulis

(SYAFA TASYA ARLIESYA ARDIANSYAH)

ABSTRAK

Syafa Tasya Arliesya Ardiansyah, B95218142, 2021. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja Di Sidoarjo.

Perkembangan teknologi memberikan pengaruh kepada kehidupan manusia terlebih dengan adanya fasilitas dan kemudahan media sosial membuat munculnya fenomena komunikasi bermedia atau interaksi manusia – manusia berubah menjadi interaksi manusia – teknologi.

Ada dua persoalan yang dikaji dalam penelitian ini, yaitu:
(1) Apakah ada Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja di Sidoarjo.
(2) Sejauh mana tingkat Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja di Sidoarjo dengan tujuan mengetahui dan menjelaskan Pengaruh dan tingkat Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja di Sidoarjo.

Metode dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan jenis penelitian korelatif dan menggunakan rumus Korelasi Product Moment. Teori yang digunakan dalam penelitian ini yakni Teori S-O-R. Hasil penelitian ini adalah r hitung $>$ r tabel ($0,768 > 0,256$) maka H_a diterima dan H_o ditolak. Serta terdapat pengaruh media sosial Instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal remaja dengan pengaruh yang kuat.

Kata Kunci : *Instagram, Komunikasi Interpersonal, Remaja*

ABSTRACT

Syafa Tasya Arliesya Ardiansyah, B95218142, 2021. The Effect of Using Instagram Social Media on Changes in Teenage Interpersonal Communication Patterns in Sidoarjo.

Technological developments have an influence on human life, especially with the facilities and convenience of social media, making the phenomenon of mediated communication or human-human interaction turn into human-technology interaction.

There are two issues examined in this study, namely: (1) Is there an Influence of Instagram Social Media on Changes in Teenage Interpersonal Communication Patterns in Sidoarjo. (2) The extent of the influence of Instagram Social Media on Changes in Adolescent Interpersonal Communication Patterns in Sidoarjo with the aim of knowing and explaining the Influence of Instagram Social Media on Changes in Adolescent Interpersonal Communication Patterns in Sidoarjo.

The method in this study uses a quantitative approach with the type of correlative research and uses the Product Moment Correlation formula. The theory used in this study is the S-O-R Theory. The results of this study are $r_{\text{arithmic}} > r_{\text{table}}$ ($0.768 > 0.256$) then H_a is accepted and H_o is rejected. As well as the influence of social media Instagram on changes in adolescent interpersonal communication patterns with a strong influence.

Keywords: *Instagram, Interpersonal Communication, Youth*

نبذة مختصرة

سيافا تاسيا ارليسيا ارديانسيه ، رقم التسجيل ب٢٤١٨١٢٥٩ ، ٢٠٢٠ ، ١٢٠٢
تأثير استخدام وسائل التواصل الاجتماعي في انستغرام على التغييرات في أنماط
التواصل بين الأشخاص في سن المراهقة في سيدوارجو.

تؤثر التطورات التكنولوجية على حياة الإنسان ، لا سيما مع مرافق وسائل
التواصل الاجتماعي وراحتها ، مما يجعل ظاهرة الاتصال الوسيط أو التفاعل بين
الإنسان والبشر تتحول إلى تفاعل بين الإنسان والتكنولوجيا.

هناك مسألتان تمت دراستهما في هذه الدراسة ، وهما: (١) هل هناك تأثير لوسائل
التواصل الاجتماعي في انستغرام على التغييرات في أنماط التواصل بين الأشخاص
في سن المراهقة في سيدوارجو. (2) مدى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في
انستغرام على التغييرات في أنماط التواصل بين الأشخاص للمراهقين في
سيدوارجو بهدف معرفة وشرح تأثير ومستوى تأثير وسائل التواصل الاجتماعي
في انستغرام على التغييرات في أنماط التواصل بين الأشخاص للمراهقين في
سيدوارجو.

تستخدم الطريقة في هذه الدراسة نهجًا كميًا مع نوع البحث المترابط وتستخدم
الصيغة ارتباط لحظة المنتج. النظرية المستخدمة في هذه الدراسة هي نظرية
SOR. لنوع البحث المترابط. نتائج هذه الدراسة حسابية < جدول ر (٨٦٧,٠) <
(٦٥٢,٠) ثم قبول ه١ ورفض ه٠. وهناك تأثير وسائل التواصل الاجتماعي في
انستغرام على التغييرات في أنماط التواصل بين الأشخاص للمراهقين ذات التأثير
القوي.

الكلمات المفتاحية: انستغرام ، التواصل بين الأشخاص ، الشباب

DAFTAR ISI

JUDUL PENELITIAN.....	
PERSETUJUAN DOSEN PEMBIMBING	i
PENGESAHAN TIM PENGUJI	ii
MOTTO DAN PERSEMBAHAN	iii
PERNYATAAN OTENTISITAS SKRIPSI	iv
ABSTRAK.....	i
KATA PENGANTAR	viii
DAFTAR ISI.....	x
DAFTAR TABEL.....	xiii
DAFTAR GAMBAR	xv
BAB I : PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah.....	7
C. Tujuan Penelitian	8
D. Manfaat Penelitian.....	8
E. Definisi Operasional	9
F. Sistematika Pembahasan	11
BAB II : KAJIAN TEORETIK.....	13

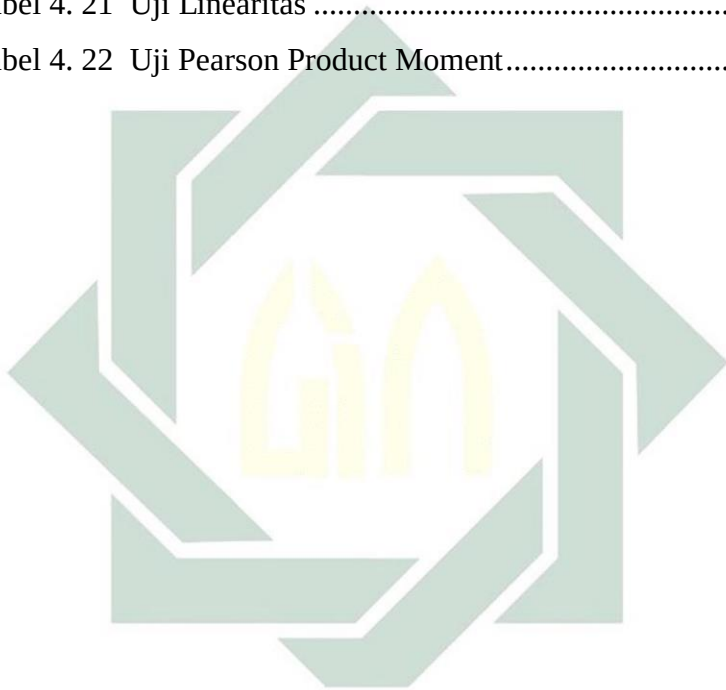
A. Penelitian Terdahulu Yang Relevan	13
B. Kerangka Teori	19
1. Media Sosial	19
2. Instagram	22
3. Remaja	24
4. Komunikasi Interpersonal.....	25
5. Teori S-O-R	28
6. Perspektif Islam	30
C. Paradigma Penelitian	33
D. Hipotesis Penelitian	34
BAB III : METODE PENELITIAN	36
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	36
B. Lokasi Penelitian	37
C. Populasi, Sampel, Dan Teknik Sampling	38
D. Variabel Dan Indikator Penelitian	41
E. Tahap-Tahap Penelitian	42
F. Teknik Pengumpulan Data.....	45
G. Teknik Validitas Instrumen Penelitian	48
H. Teknik Analisis Data	52
BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....	56

A. Gambaran Umum Obyek Penelitian.....	56
B. Penyajian Data	56
1. Uji Validitas.....	58
2. Uji Reliabilitas	59
3. Demografi Responden	60
4. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram.....	62
5. Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja	68
C. Pengujian Hipotesis	75
1. Uji Prasyarat	75
2. Uji Hipotesis	78
D. Pembahasan Hasil Penelitian.....	82
1. Perspektif Teoritis.....	82
2. Perspektif Keislaman	85
BAB V : PENUTUP	88
A. Kesimpulan.....	88
B. Saran Dan Rekomendasi.....	89
C. Keterbatasan Penelitian	90
DAFTAR PUSTAKA	91
LAMPIRAN.....	Error! Bookmark not defined.

DAFTAR TABEL

Tabel 3. 1	Variabel, Dimensi, dan Indikator.....	41
Tabel 3. 2	Kisi-Kisi Pernyataan	46
Tabel 4. 1	Hasil Uji Validitas.....	58
Tabel 4. 2	Hasil Uji Reliabilitas.....	60
Tabel 4. 3	Data Jenis Kelamin	61
Tabel 4. 4	Data Usia.....	61
Tabel 4. 5	Jawaban Responden Pada X1	62
Tabel 4. 6	Jawaban Responden Pada X2	63
Tabel 4. 7	Jawaban Responden Pada X3	64
Tabel 4. 8	Jawaban Responden Pada X4	65
Tabel 4. 9	Jawaban Responden Pada X5	65
Tabel 4. 10	Jawaban Responden Pada X6	66
Tabel 4. 11	Data Hasil Keseluruhan Variabel X.....	67
Tabel 4. 12	Jawaban Responden Pada Y1	68
Tabel 4. 13	Jawaban Responden Pada Y2	69
Tabel 4. 14	Jawaban Responden Pada Y3	69
Tabel 4. 15	Jawaban Responden Pada Y4	70
Tabel 4. 16	Jawaban Responden Pada Y5	71

Tabel 4. 17 Jawaban Responden Pada Y6	72
Tabel 4. 18 Data Hasil Keseluruhan Variabel Y.....	73
Tabel 4. 19 Data Hasil Keseluruhan Variabel.....	74
Tabel 4. 20 Uji Normalitas.....	76
Tabel 4. 21 Uji Linearitas	77
Tabel 4. 22 Uji Pearson Product Moment.....	80



DAFTAR GAMBAR

Gambar 2. 1	Kerangka Teoritik	29
Gambar 2. 2	Bagan Paradigma	34
Gambar 3. 1	Teori Slovin.....	39
Gambar 3. 2	Rumus Korelasi Product Moment.....	49
Gambar 3. 3	Rumus Alpha Cronbach	51
Gambar 3. 4	Kategori Koefisien Reliabilitas	51
Gambar 3. 5	Skala Interval	52
Gambar 3. 6	Rumus Korelasi Product Moment.....	53
Gambar 3. 7	Interval Koefisien Korelasi	54
Gambar 4. 1	Google Form	57
Gambar 4. 2	Interval Koefisien Korelasi	81

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG MASALAH

Kemajuan ilmu pengetahuan dan teknologi berdampak besar pada aktivitas manusia. Teknologi yang tumbuh pesat disaat ini merupakan teknologi data dimana bagi *Information Technology Association of America* (ITAA) teknologi data ialah rancangan, kajian, pertumbuhan, ataupun sistem data lewat *gadget* khususnya aplikasi fitur lunak serta fitur keras,¹ dan media sosial adalah contoh produk terkini yang dikembangkan melalui teknologi. Media sosial merupakan wadah dimana berfokus pada kehadiran pengguna dan memudahkan dalam beraktifitas, juga dapat dikatakan sebagai hubungan antar pengguna sebagai hubungan sosial.²

Media sosial yang banyak digunakan di Indonesia terlebih lagi di dunia salah satunya ialah Instagram. Banyaknya pengguna Instagram memberikan perubahan – perubahan terhadap pola komunikasi. Pola adalah sebuah

¹ Sutarman, 2009 *Pengantar Teknologi Informasi*. (Jakarta: Bumi Aksara). 13.

² Rulli Nasrullah, 2016 *Media Sosial*. (Bandung: Simbiosis Rekatama Media). 11.

bentuk yang tetap. Maka dari itu pola komunikasi adalah komunikasi antara komunikator dan komunikan melalui sebuah cara yang tepat sehingga kedua pihak dapat memahami satu sama lain.³ 5 poin utama dalam komunikasi ialah komunikator, pesan, media, komunikan, serta dampak.⁴ Selanjutnya, tiga faktor dapat digunakan untuk menentukan bagaimana orang menggunakan media diantaranya, total waktu yang terkait dengan frekuensi, intensitas, dan durasi akses media. Langkah selanjutnya adalah isi media, atau memilih media yang tepat untuk komunikasi yang efektif, dan yang terakhir ada hubungan media dengan pengguna atau ketertarikan seseorang dengan media sosial.⁵ Berdasarkan data berikut dapat terlihat pola penggunaan media sosial Instagram yakni, terdapat 97 persen pengguna selalu berkomentar dan men – tag teman mereka, 97 persen pengguna menggunakan fitur *search* untuk mencari informasi dengan detail, 89 persen pengguna Instagram di Indonesia berusia 18 hingga 34 tahun, 63 persennya ialah wanita, 85 persen pengguna Instagram di

³ Syaiful Bahri Djamarah, 2004 *Pola Komunikasi Orang Tua & Anak Dalam Keluarga (Sebuah Perspektif Pendidikan Islam)*. (Jakarta: PT. Rineka Cipta). 1.

⁴ Onong Uchjana Effendy, 2005 *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*. (Bandung: Remaja Rosdakarya). 10.

⁵ Thea Rahmani, 2016 *PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI PENGUASAAN DASAR-DASAR FOTOGRAFI PONSEL*. (Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta). 22.

tanah air meng-*share* postingannya ke media sosial yang lain, dan yang terakhir 45 persen orang di Indonesia membeli benda – benda yang mereka temukan di Instagram.⁶

Fenomena pemakaian media sosial membuat pengguna memilih komunikasi bermedia dan meninggalkan komunikasi tatap muka. Terlebih dengan adanya fasilitas Instagram yang menyediakan fitur *Direct Message* dan fasilitas lainnya yang membuat para pengguna dapat mengirim pesan maupun *phone call* dan *video call* satu sama lain kapanpun dan dimanapun secara mudah. Dengan segala kemudahan media sosial tentunya mengubah cara orang berkomunikasi atau interaksi tatap muka menurun dan menghindari komunikasi tersebut.⁷ Menurut McLuhan, teknologi komunikasi merupakan penyebab utama perubahan budaya.⁸ Interaksi manusia – manusia sudah berganti menjadi interaksi manusia – teknologi dimana tanpa kita sadari teknologi dapat membatasi interaksi secara

⁶ Ketut Krisna Wijaya, 2016 'Indonesia Ternyata Pengguna Instagram Terbanyak Ketiga Di Dunia'. Diakses pada Oktober 2021 dari <https://id.techinasia.com/jumlah-pengguna-instagram-indonesia>.

⁷ K. R. Subramanian, 'Influence of Social Media in Interpersonal Communication', *INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC PROGRESS AND RESEARCH (IJSPR)*. Vol. 38, No. 2. 2017.

⁸ Morissan, 2010 *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*. (Jakarta: Penerbit Kencana). 31.

langsung dengan orang – orang terdekat di sekitar. Terlebih disaat pandemi seperti ini yang mengharuskan manusia untuk membatasi pertemuan yang makin membuat interaksi sesama manusia tergantikan menjadi interaksi melalui teknologi. Terdapat penelitian terdahulu yang menunjukkan bahwa remaja menghabiskan kebanyakan waktu yang mereka punya untuk mengakses media sosial dan media sosial mempunyai peran penting dimana mereka mengandalkan media sosial untuk memperkuat komunikasi interpersonal mereka.⁹

Untuk menanggapi konflik yang peneliti ambil, peneliti memakai Teori S-O-R dimana teori ini ialah reaksi dari seseorang disaat menerima stimulus dari media dan seseorang dapat memperkirakan efek apa yang akan didapat dari media massa terhadap reaksi khalayak. Teori ini menunjukkan antara aksi dan reaksi dengan asumsi media massa dapat menimbulkan efek atau respon yakni perubahan sikap. Effendy menambahkan bahwa masalah utama penelitian komunikasi massa tidaklah bagaimana memperbaiki sikap dan tingkah laku masyarakat, melainkan bagaimana media massa merespon kepentingan pribadi dan sosial masyarakat.¹⁰

⁹ Fredrick Leica Oloo, 'Instagratication: Uses and Gratification of Instagram by University Students For Interpersonal Communication', *Thesis*, Master of Arts in Communication and Media Studies Eastern Medditerranean University: North Cyprus, 2013.

Dari data yang ditunjukkan oleh Napoleon Cat selama periode Januari 2020, pengguna Instagram di Indonesia berjumlah 62.230.000 pengguna dan didominasi oleh kelompok usia 18 hingga 24 tahun yakni 23.000.000 pengguna.¹¹ Pada Mei 2021 dengan sumber yang sama yakni Napoleon Cat merilis kembali bahwa pengguna paling banyak masih didominasi oleh kelompok usia 18 hingga 24 tahun dengan rincian 19,3% pengguna perempuan dan 17% pengguna laki-laki.¹² Hasil terbaru yakni pada Agustus 2021, pengguna Instagram di Indonesia meningkat menjadi 98.060.000 dimana kelompok usia 18 hingga 24 tahun juga meningkat menjadi 36.000.000 dan tetap menjadi kelompok usia yang memiliki pengguna terbanyak.¹³ Hal ini menunjukkan peningkatan yang sangat drastis, dilihat dari awal pandemi pengguna Instagram sejumlah 62.230.000

¹⁰ Onong Uchjana Effendy, 2003 *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. (Bandung: Citra Aditya Bakti). 407.

¹¹ Napoleon Cat, '*Instagram Users in Indonesia January 2020*'. Diakses pada September 2021 dari <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2020/01/>.

¹² Napoleon Cat, '*Pengguna Instagram Di Indonesia Mayoritas Perempuan*'. Diakses pada September 2021 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/29/perempuan-paling-banyak-gunakan-instagram-di-indonesia>.

¹³ Napoleon Cat, '*Instagram Users in Indonesia August 2021*'. Diakses pada September 2021 dari <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2021/08/>.

menjadi 98.060.000 atau naik sebanyak 35.830.000 pengguna secara umum, sedangkan pada kelompok usia 18 hingga 24 tahun meningkat sebanyak 13.000.000 pengguna dari yang awalnya 23.000.000 menjadi 36.000.000. Selain itu, menurut *onlinesense.org/phubbing* sebanyak 87% remaja memilih berkomunikasi melalui *smartphone* daripada berinteraksi antar sesama melalui tatap muka. Kejadian tersebut memperlihatkan bahwa terdapat fenomena *phubbing* di remaja sekarang dimana hal itu dapat mempengaruhi pola komunikasi interpersonal pada remaja.

Terdapat penelitian yang mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial mempengaruhi perilaku bahasa pengguna dikarenakan dekatnya media sosial dengan keseharian yang tentunya berdampak dimana bergantung pada bagaimana penggunaan dan pola interaksi pengguna.¹⁴ Penelitian lain menunjukkan bahwa media sosial menjauhkan lingkungan yang dekat. Hal itu merupakan dampak negatif penggunaan media sosial karena membuat interaksi secara langsung menurun dan membuat orang terbiasa menggunakan media.¹⁵ Ditambah meningkatnya penggunaan Instagram terutama di kalangan remaja

¹⁴ Septiana Wulandari, 'MEDIA SOSIAL DAN PERUBAHAN PERILAKU BAHASA', *Mediakom : Jurnal Ilmu Komunikasi*. Vol. 2, No. 1, 2018. 187. <https://doi.org/10.35760/mkm.2018.v2i1.1890>.

¹⁵ Sutra Rahayu, 'Media Sosial Dan Pengembangan Hubungan Interpersonal Remaja Di Sidoarjo', *Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*, 2018. 2.

menyebabkan segala hal mengenai berubahnya sikap serta perilaku pada remaja itu sendiri, terlebih disaat pandemi saat ini.

Berdasarkan penjelasan diatas ditambah dengan belum adanya penelitian mengenai Pengaruh Instagram pada remaja padahal Instagram adalah media sosial yang mempunyai banyak *user* terlebih remaja yang merupakan usia produktif membuat peneliti ingin mengetahui apakah ada pengaruh dan sejauh mana tingkat pengaruh media sosial Instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal remaja di Sidoarjo.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan konteks yang telah dijelaskan diatas, peneliti sampai pada kesimpulan berikut tentang rumusan masalah :

1. Apakah ada Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja di Sidoarjo?
2. Sejauh mana tingkat Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja di Sidoarjo?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan definisi masalah di atas, tujuan penelitian ini yaitu :

1. Untuk mengetahui dan menjelaskan Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja di Sidoarjo.
2. Untuk mengetahui dan menjelaskan tingkat Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja di Sidoarjo.

D. MANFAAT PENELITIAN

Peneliti berharap penelitian ini bermanfaat baik secara teoritis maupun praktis. Secara teoritis, penelitian ini akan membantu dalam kemajuan ilmu komunikasi, khususnya dalam hal Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja. Serta dapat memaparkan wawasan tentang perubahan pola komunikasi interpersonal yang biasa dilakukan oleh para remaja di Media Sosial Instagram.

Sedangkan secara praktis, penelitian ini diharapkan menjadi gambaran dan pembaca mampu mengetahui, memahami, dan menyadari tentang pengaruh media sosial terlebih Instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal, sekiranya pembaca dapat memilah – milah dan lebih selektif dan menyikapi secara efektif, bisa

meningkatkan produktivitas ke arah yang positif.

E. DEFINISI OPERASIONAL

1. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram

Aplikasi yang membuat pemakai dapat terhubung sesama pemakai melalui akun masing – masing adalah media sosial.¹⁶ Berkembangnya teknologi membuat bertambahnya media sosial yang bermunculan, salah satunya Instagram. Dengan menggunakan Instagram, kita bisa melakukan berbagai macam hal tanpa terhalang waktu dan tempat. Penggunaan media oleh seseorang dapat dilihat melalui total waktu dimana berkaitan dengan frekuensi yang digunakan ketika mengakses media dan isi media atau memilih media yang pas agar komunikasi dapat berjalan dengan baik.¹⁷ Namun, semakin tingginya penggunaan media sosial tentunya akan menimbulkan berbagai macam pengaruh baik itu positif maupun negatif terhadap penggunaanya seperti kecanduan atau bahkan berkurangnya atau berubahnya pola komunikasi dikarenakan nyaman

¹⁶ Nurudin, 2012 *Media Sosial Baru*. (Yogyakarta: Mata Padi Pressindo). 63.

¹⁷ Rahmani, *PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI PENGUASAAN DASAR-DASAR FOTOGRAFI PONSEL...*, 22.

menggunakan media sosial terlebih di masa pandemi seperti ini. Hal ini membuat peneliti ingin mengetahui lebih lanjut apakah ada pengaruh dalam penggunaan media sosial Instagram.

2. Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja

Interaksi antara dua orang atau lebih dimana pembicara dapat menyampaikan informasi secara langsung dan penerima dapat menerima dan membalas dengan cepat merupakan pengertian dari Komunikasi interpersonal.¹⁸ Pola komunikasi interpersonal merujuk kepada bentuk yang menjelaskan bagaimana bentuk individu berkomunikasi dengan individu lainnya dan mempengaruhi serta memberi efek semua orang secara langsung. Terdapat pula unsur komunikasi interpersonal yakni proses pengiriman pesan dan saluran atau melalui apa pesan itu terkirim.¹⁹ Namun, perkembangan teknologi membuat banyak media sosial yang bermunculan, salah satunya Instagram. Munculnya sosial media terlebih Instagram membuat perubahan pola komunikasi interpersonal khususnya pada remaja, dimana remaja menjadi pengguna yang paling banyak menggunakan Instagram. Yang dimaksudkan disini ialah, para remaja lebih memilih menyukai berkomunikasi menggunakan

¹⁸ Suranto, 2011 *Komunikasi Interpersonal*. (Yogyakarta: Graha Ilmu). 13.

¹⁹ Supratiknya, 1995 *Komunikasi Antar Pribadi*. (Yogyakarta: Kanisius).

Instagram dan lebih asyik bermain media sosial tersebut. Hal itu membuat perubahan pola komunikasi interpersonal pada remaja. Atas dasar fenomena tersebut peneliti ingin meneliti lebih jauh mengenai hal tersebut.

F. SISTEMATIKA PEMBAHASAN

Agar penelitian ini dapat terstruktur dengan baik, diperlukan suatu pembahasan yang sistematis dimana terdiri dari 5 bab. Berikut ini adalah spesifikasinya :

BAB I : PENDAHULUAN

Dimana berisikan Latar Belakang, Rumusan Masalah, Tujuan Penelitian, Manfaat Penelitian, Definisi Operasional, dan Sistematika Pembahasan.

BAB II : KAJIAN TEORETIK

Hal ini memuat Penelitian Terdahulu yang Relevan, Kerangka Teori dan Perspektif Islam, Paradigma Penelitian, dan yang terakhir Hipotesis.

BAB III : METODE PENELITIAN

Berisikan Pendekatan dan Jenis Penelitian, Lokasi Penelitian, Populasi, Sampel, dan Teknik Sampling, Variabel dan Indikator Penelitian, Tahap – Tahap Penelitian,

Teknik Pengumpulan Data, Teknik Validitas Instrumen Penelitian, dan terakhir ada Teknik Analisis Data.

BAB IV : HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

Bab keempat berisi deskripsi umum obyek penelitian dan hasil penelitian, serta analisis terhadap data – data yang didapat guna menjawab rumusan masalah yang relevan dengan judul penelitian. Sub – bab dalam penelitian ini antara lain Gambaran Umum dan Obyek Penelitian, Penyajian Data, Pengujian Hipotesis, dan terakhir ada Pembahasan Hasil Penelitian (Perspektif Teoritis dan Perspektif Keislaman).

BAB V : PENUTUP

Bab kelima merupakan bab akhir yang berisi Kesimpulan dari permasalahan dalam penulisan selain itu juga terdapat Saran dan Rekomendasi untuk penelitian selanjutnya, serta Keterbatasan Penelitian.

BAB II

KAJIAN TEORETIK

A. PENELITIAN TERDAHULU YANG RELEVAN

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

1. Skripsi *Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook Terhadap Pola Komunikasi Interpersonal di SDN IV Sudirman Makassar*.²⁰ Disusun oleh Doni Pranata Yusuf pada tahun 2017 Mahasiswa Universitas Hasanuddin, Makassar.

Hasil dari penelitian tersebut menunjukkan bahwa pemanfaatan Facebook oleh siswa SDN IV Sudirman Makassar masih cukup rendah dimana masih sebagian kecil siswa yang menggunakan Facebook. Namun dilihat dari pola komunikasi interpersonal sudah cukup

²⁰ Doni Pranata Yusuf. 'PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK TERHADAP POLA KOMUNIKASI INTERPERSONAL DI SDN IV SUDIRMAN MAKASSAR', *Skripsi*, Jurusan Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin, Makassar, 2017.

tinggi.

Persamaan : Pengaruh penggunaan media sosial dan pola komunikasi adalah topik yang penelitian sebelumnya dan penelitian ini ambil.

Perbedaan : Obyek penelitian terdahulu menggunakan siswa SD dan menggunakan media sosial Facebook sedangkan penelitian ini berfokus kepada remaja dengan media sosial Instagram.

2. *Jurnal Pengaruh Penggunaan Smartphone Terhadap Pola Komunikasi Interpersonal Siswa SMP Negeri 50 Bandung.*²¹ Jurnal ini dibuat oleh Pitthaully Haomasan pada tahun 2018.

Temuan penelitian ini mengungkapkan bahwa penggunaan *smartphone* memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pola komunikasi interpersonal siswa sekolah. Pola komunikasi interpersonal tinggi walaupun adanya larangan membawa *smartphone* di sekolah sehingga siswa menggunakan *smartphone* hanya diluar jam sekolah.

Persamaan : Penelitian terdahulu dengan penelitian

²¹ Pitthaully Haomasan and Nofharina, 'PENGARUH PENGGUNAAN SMARTPHONE TERHADAP POLA KOMUNIKASI INTERPERSONAL SISWA SMP NEGERI 50 BANDUNG', *Jurnal Komunikasi*, Vol. 12, No. 1. 2018. <https://doi.org/10.21107/ilkom.v12i1.3710>.

ini ingin mengetahui mengenai pengaruh penggunaan ‘sesuatu’ terhadap pola komunikasi.

Perbedaan : Penelitian terdahulu menggunakan *smartphone* dimana berbeda dengan penelitian ini yang menggunakan media sosial Instagram. Hal lain yaitu, penelitian terdahulu menggunakan siswa SMP yang berbeda dengan penelitian ini yang menggunakan remaja.

3. *Jurnal Dampak Media Sosial terhadap Komunikasi Interpersonal Pustakawan di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta.*²² Jurnal ini dibuat oleh Nailul Husna pada tahun 2017.

Pemakaian media sosial yang tidak efisien berpengaruh terhadap sulitnya berkomunikasi interpersonal yang tentunya akan berpengaruh pada kinerja pustakawan di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga, hal tersebut merupakan penjelasan hasil penelitian ini.

Persamaan : Penelitian terdahulu dan penelitian ini ingin mengetahui mengenai media sosial terhadap komunikasi interpersonal.

Perbedaan : Penelitian terdahulu ingin mengetahui

²² Nailul Husna, ‘Dampak Media Sosial Terhadap Komunikasi Interpersonal Pustakawan Di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta’, *Jurnal Libria*, Vol. 9, No. 2. 2017.

dampak dan hubungan pada pustakawan, sedangkan penelitian ini ingin mengetahui mengenai pengaruh, perubahan, dan pola komunikasi interpersonal pada remaja.

4. Jurnal Internasional *Influence of Social Media in Interpersonal Communication*.²³ Dipublikasikan oleh Subramanian pada tahun 2017.

Penelitian ini menunjukkan hasil dimana *It is impossible to prevent or restrict young people from accessing social media sites that provide a variety of services. Face – to – face encounters have reduced as a result of the growth of social media. There could be a variety of explanations for this, but the fact remains the same! We need to know whether this has resulted in favorable or bad outcomes. The two main issues with social media are information overload and a loss of privacy. You have no control over the information you obtain from social media sites. As a result, face-to-face communication becomes increasingly rare.* Dimana dalam Bahasa Indonesia berarti, sulit untuk menghentikan atau melarang anak muda menggunakan platform media sosial yang menawarkan berbagai kemudahan. Media sosial telah mengubah cara orang berkomunikasi – interaksi tatap muka telah menurun.

²³ Subramanian, 'Influence of Social Media in Interpersonal Communication'.

Mungkin ada banyak alasan untuk ini, tetapi kenyataannya sama! Kita perlu memahami apakah ini memiliki konsekuensi positif atau negatif. Informasi yang berlebihan dan kurangnya privasi adalah dua masalah utama dengan media sosial. Tidak ada kontrol atas informasi yang Anda terima melalui media sosial. Ini secara bertahap mengarah pada penghindaran komunikasi tatap muka.

Persamaan : Penelitian terdahulu dan penelitian ini ingin mengetahui perkembangan media sosial dalam hubungan atau komunikasi interpersonal.

Perbedaan : Penelitian terdahulu menggunakan obyek secara luas sedangkan penelitian ini memfokuskan pada Remaja sebagai obyek.

5. Penelitian *International Instagratication : Uses and Gratification of Instagram by University Students for Interpersonal Communication*.²⁴ Tesis yang disusun oleh Fredrick Leica Oloo pada tahun 2013 mahasiswa di Eastern Mediterranean University.

Hasil dari penelitian ini yaitu *People are conscious and proactive in their use of social media networking sites for interpersonal connections, according to the uses and gratification model. The data show that social media*

²⁴ Oloo, 'Instagratication: Uses and Gratification of Instagram by University Students For Interpersonal Communication'.

has a significant influence on students everyday life, peer connections, and the intensity of these interactions. Based on her research, the scientist was able to come to this conclusion. Students at universities spend the majority of their time online and on social media sites. They must rely on the SNS to help them maintain these interactions with their peers. According to the findings, social media sites continue to play a significant role in interpersonal communication. Computer communications are continually changing, and new channels will emerge in the not – too – distant future, yang berarti, Hasil penelitian menunjukkan bahwa, menurut model uses and gratification, partisipan sadar dan proaktif dalam memilih SNS untuk komunikasi interpersonal. Menurut temuan, keterlibatan media sosial sangat penting karena dalam kehidupan sehari – hari siswa dan hubungan dengan teman sebaya media sosial memiliki peran penting didalamnya. Berdasarkan penelitian, ilmuwan dapat menentukan hal ini. mahasiswa menghabiskan sebagian besar hari mereka online dan di SNS. Untuk mempertahankan hubungan ini dengan rekan – rekan mereka, mereka harus mengandalkan SNS untuk memperkuat mereka. Memang, penelitian menunjukkan bahwa SNS masih memainkan peran besar dalam komunikasi interpersonal. Komunikasi komputer terus berkembang dan media baru akan segera terbentuk.

Persamaan : Penelitian terdahulu dan penelitian ini ingin mengetahui tentang komunikasi interpersonal remaja dalam Instagram.

Perbedaan : Penelitian terdahulu lebih fokus kepada mahasiswa dan ingin mengetahui kebutuhan komunikasinya. Sedangkan, penelitian ini ingin mengetahui pengaruh dan perubahan atau dapat peneliti simpulkan berbeda di fokus penelitian.

B. KERANGKA TEORI

1. Media Sosial

Media sosial merupakan aplikasi dimana pengguna dapat terhubung dengan pengguna lain melalui akun pribadi masing – masing.²⁵ Pengertian lain diungkapkan oleh Van Dijk yakni media sosial merupakan wadah yang berfokus dengan kehadiran pengguna dan memfasilitasi para pengguna dalam berkehidupan. Dengan demikian, media sosial bisa dikatakan sebagai penyedia atau penghubung antar pengguna.²⁶ Media sosial memfasilitasi pengguna untuk membuat akun pribadi yang dapat

²⁵ Nurudin, *Media Sosial Baru...* 63.

²⁶ Jose van Dijck, 2013 *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. (UK: Oxford University Press).
<https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199970773.001.0001>.

tersambung dengan orang lain untuk memberi kabar atau berkomunikasi.

Berdasarkan riset yang dilakukan pada Januari 2021, platform media sosial terpopuler di Indonesia adalah Youtube, WhatsApp, dan Instagram dengan 86,6% dari seluruh penggunaan.²⁷

Fungsi dari media sosial antara lain :

- a.) Menemukan berita, ilmu, dan informasi.
- b.) Mendapat hiburan.
- c.) Komunikasi bermedia.
- d.) Menggerakkan masyarakat.
- e.) Tempat berbagi.²⁸

Jaringan, Informasi, Arsip, Interaksi, Pelatihan Sosial, Konten Pengguna, dan Penyebaran adalah beberapa karakteristik dari media sosial.²⁹

²⁷ Simon, '*Digital 2021 : Indonesia*'. Diakses pada Oktober 2021 dari <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>.

²⁸ Hilda Tenia, '*Pengertian Media Sosial*'. Diakses pada Oktober 2021 dari <https://www.kata.co.id/Pengertian/Media-Sosial/879>.

²⁹ Rulli Nasrullah, *Media Sosial...11*.

Dengan adanya media sosial ditambah dengan perkembangan teknologi informasi menciptakan kehidupan baru di masyarakat saat ini, dimana yang biasanya hanya kehidupan bermasyarakat secara nyata atau langsung menjadi kehidupan bermasyarakat secara maya.³⁰

Media sosial juga berpengaruh pada tingkah laku remaja saat ini. Terdapat penelitian yang menunjukkan bahwa remaja menjadi lebih apatis atau tidak peduli dengan sekitarnya serta perilaku konsumtif pada remaja semakin naik karena media sosial membuat para remaja mengikuti *trend* yang ada.³¹ Penelitian lain menunjukkan bahwa media sosial menjauhkan lingkungan yang dekat. Hal itu merupakan dampak negatif penggunaan media sosial karena membuat interaksi secara langsung menurun dan membuat orang terbiasa menggunakan media.³²

³⁰ Vitri Nainggolan, Sintje A Randonuwu, and Grace J Waleleng, 'Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Unsrat Manado', *Jurnal Acta Diurna*, Vol. 7, No. 4. 2018.

³¹ Feriani Harefa, 'Pengaruh Konsep Diri Tentang Pemakaian Media Sosial Dengan Perilaku Remaja Di Sma Parulian 1 Medan Tahun 2019', Skripsi, 2019. 70. <http://repository.helvetia.ac.id/2418/>.

³² Rahayu, *Media Sosial Dan Pengembangan Hubungan Interpersonal Remaja Di Sidoarjo...* 2.

2. Instagram

Kata Instagram atau “Insta” dan “Gram” terinspirasi dari kamera polaroid dan telegram. Pada Oktober 2010 pendiri mendirikan Instagram dan sekarang berisi berbagai fitur.

Fungsi Instagram antara lain :

- a.) Dapat digunakan untuk meng*Upload* dan mengambil video atau foto.
- b.) Menemukan dan berbagi informasi atau pengetahuan.
- c.) Sebagai alat penjualan.
- d.) Sebagai sarana interaksi sesama pengguna Instagram.³³

³³ Nur Sundawati, ‘Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Upaya Meningkatkan Hasil Belajar Dan Motivasi Siswa Kelas XI Pada Materi Sel’, *Skripsi*, Universitas Pasundan, 2018. 14–15. [http://repository.unpas.ac.id/40202/%0Ahttp://repository.unpas.ac.id/40202/5/8. BAB II.pdf](http://repository.unpas.ac.id/40202/%0Ahttp://repository.unpas.ac.id/40202/5/8.BAB%20II.pdf).

Berdasarkan data berikut dapat terlihat pola penggunaan media sosial Instagram yakni, terdapat 97 persen pengguna selalu berkomentar dan men-*tag* teman mereka, 97 persen pengguna menggunakan fitur *search* untuk mencari informasi dengan detail, 89 persen pengguna Instagram di Indonesia berusia 18 hingga 34 tahun, 63 persennya ialah wanita, 85 persen pengguna Instagram di tanah air meng-*share* postingannya ke media sosial yang lain, dan yang terakhir 45 persen orang di Indonesia membeli benda – benda yang mereka temukan di Instagram.³⁴

Instagram juga mempengaruhi konsep diri remaja dimana terkait atas pemahaman diri sendiri dan orang lain. Bagi seseorang yang memahami dirinya sendiri akan lebih yakin serta percaya diri. Sedangkan orang lain mempengaruhi dengan memberikan suka, komentar yang baik maupun buruk.³⁵ Terdapat juga penelitian yang mengungkapkan bahwa penggunaan media sosial mempengaruhi perilaku bahasa pengguna dikarenakan dekatnya media sosial dengan keseharian yang tentunya

³⁴ Wijaya, *Indonesia Ternyata Pengguna Instagram Terbanyak Ketiga Di Dunia...*

³⁵ Yenni Novianti, 2017 'Konsep Diri Remaja Dalam Media Sosial'.

berdampak dimana bergantung pada bagaimana penggunaan dan pola interaksi pengguna.³⁶

3. Remaja

Masa remaja merupakan masa peralihan seseorang dari masa kanak – kanak menuju masa dewasa. Selama masa ini, anak melewati fase perkembangan fisik dan psikologis serta pertumbuhan. Mereka bukan anak – anak atau orang dewasa yang matang dalam hal penampilan tubuh, mentalitas, atau perilaku.³⁷

Ada tiga fase pertumbuhan remaja dalam proses penyesuaian diri menjadi dewasa diantaranya, Masa Remaja Pada Tahap Awal atau remaja yang masih terheran pada perubahan yang terjadi, Remaja di Tahap Pertengahan atau remaja yang jauh lebih bebas, dan

³⁶ Wulandari, MEDIA SOSIAL DAN PERUBAHAN PERILAKU BAHASA... 187.

³⁷ Zakiah Darajat, 1990 *Pendekatan Psikologis Dan Fungsi Keluarga Dalam Menanggulangi Kenakalan Remaja*. (Semarang). 23.

Remaja Akhir dimana ditandai dengan minat yang lebih konsisten.³⁸

Remaja menurut *World Health Organization* (WHO) adalah orang – orang dengan kategori usia antara 12 hingga 24 tahun, dimana hal itu yang menjadi acuan bagi peneliti dimana akhirnya peneliti memutuskan menggunakan remaja berusia 20 hingga 24 tahun.

4. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi merupakan jalan dimana sebuah ide beralih dari sumber ke penerima dengan tujuan mengubah perilaku mereka.³⁹ Komunikasi intrapersonal dan interpersonal merupakan dua jenis komunikasi dimana komunikasi interpersonal ialah komunikator mengirim dan menerima pesan langsung dari komunikan dalam kontak dua arah antara dua orang atau lebih.⁴⁰

³⁸ Sarwono, 2002 *Psikologi Sosial: Individu Dan Teori - Teori Psikologi Sosial*. (Jakarta: Balai Pusat). 30.

³⁹ Deddy Mulyana, 2005 *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. (Bandung: PT. Remaja Rosdakarya). 62.

⁴⁰ Suranto, *Komunikasi Interpersonal...* 13.

Komunikasi Interpersonal biasanya bersifat pribadi dan berlangsung secara tatap muka.

Pola adalah sebuah bentuk yang tetap. Maka dari itu pola komunikasi adalah komunikasi antara komunikator dan komunikan melalui sebuah cara yang tepat sehingga kedua pihak dapat memahami satu sama lain.⁴¹ Komunikator, pesan, media, komunikan, dan dampak adalah 5 poin utama komunikasi.⁴²

Selain itu, tiga faktor dapat digunakan untuk menentukan penggunaan media seseorang, diantaranya :

- a.) Total waktu, yang meliputi frekuensi, intensitas, dan lama durasi akses media.
- b.) Isi media atau pemilihan media yang tepat untuk menjamin kelancaran komunikasi.
- c.) Hubungan media dengan pengguna atau kepentingan individu dalam media sosial.

Pola yang menunjukkan bagaimana komunikasi antara dua individu secara langsung mempengaruhi satu

⁴¹ Djamarah, *Pola Komunikasi Orang Tua & Anak Dalam Keluarga (Sebuah Perspektif Pendidikan Islam)*... 1.

⁴² Effendy, *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek*... 10.

sama lain dikenal sebagai pola komunikasi interpersonal. Namun, keberadaan media sosial sedikit banyak mengubah pola komunikasi masyarakat ditambah lagi dengan adanya modernitas yang membuat segalanya semakin berkembang. Terdapat penelitian yang menunjukkan terjadinya perubahan komunikasi yang awalnya komunal menjadi individual. Pola komunikasi bermedia membuat remaja memiliki lingkup pertemanan berkelompok dengan tujuan yang sama tanpa batas ruang dan waktu.⁴³

Budaya yang dahulunya tradisional berganti menjadi modern dan membuat komunikasi menjadi tidak terhalang ruang dan waktu.⁴⁴ Era modern menimbulkan dampak yang besar bagi khalayak yang memaksa khalayak turut andil dan maju dalam segala bidang.⁴⁵

⁴³ Hesti Komah, Rustiyarso, and Izhar Salim, 'POLA KOMUNIKASI ANTAR REMAJA DI ERA DIGITAL DI DESA SERUMPUN KECAMATAN SALATIGA', *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa*, Vol. 8, No. 9. 2019. 10.

⁴⁴ Elva Ronaning Roem and Sarmiati Sarmiati, 'Perubahan Sosial Budaya Akibat Media Instagram Bagi Kalangan Mahasiswi Di Kota Padang', *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*, Vol. 21, No. 2. 2019. 203. <https://doi.org/10.25077/jantro.v21.n2.p202-210.2019>.

⁴⁵ Delia Eka Putri, 2016 'Analisis Perilaku Mimetik Di Kalangan Siswi Sma Negeri 1 Makassar Terhadap Tren Fashionista Instagram', *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol. 5, No. 2. 2016.

Dimana menurut McLuhan, teknologi komunikasi adalah penyebab utama perubahan budaya.⁴⁶

5. Teori S-O-R

Teori S-O-R diterapkan dalam penelitian ini dengan artian teori ini menggambarkan reaksi seseorang terhadap stimulus yang diterima dari media. Seseorang dapat memperkirakan efek apa yang akan didapat dari media massa terhadap reaksi khalayak. Jiwa manusia menurut pandangan ini meliputi unsur sikap, pendapat, perilaku, emosi, dan konasi.⁴⁷

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

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

⁴⁶ Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu...* 31.

⁴⁷ Effendy, *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi...* 225.

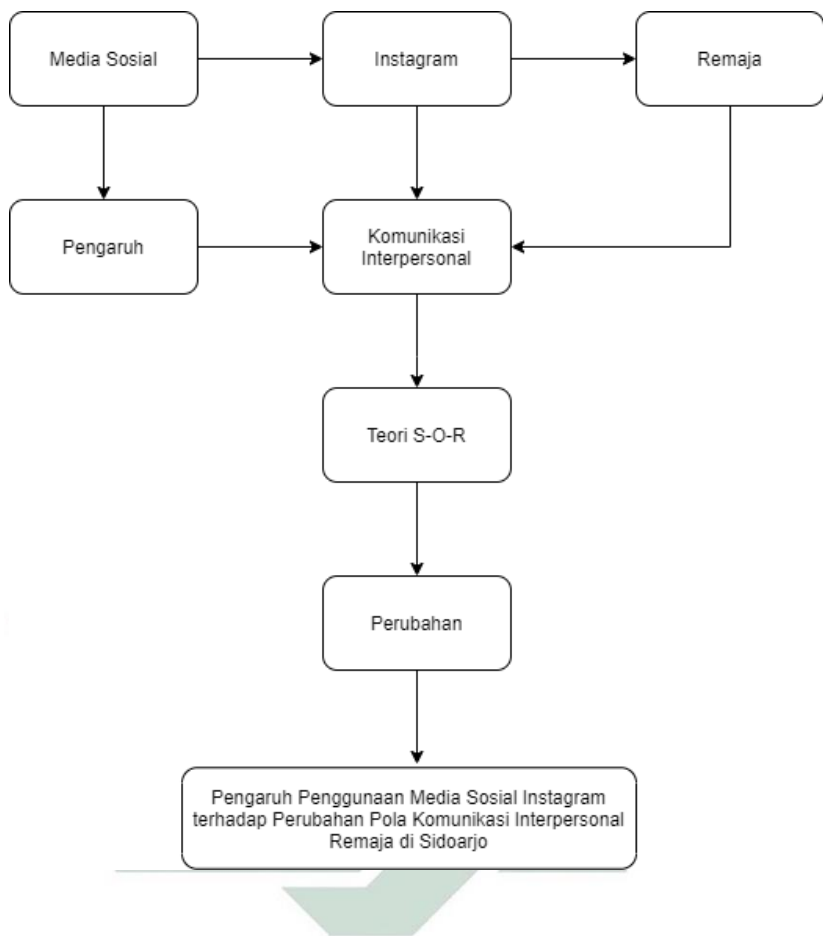
Konsep penyebab perubahan berdasarkan stimulus yang berkomunikasi dengan organisme dan termasuk dalam prinsip komunikasi merupakan dasar dari teori ini.⁴⁸ Maka teori ini merupakan kaitan media dengan pengguna. Media berisi berbagai macam stimulus yang menghasilkan interaksi yang berbeda sesuai dengan karakter masing – masing pengguna.

Media Sosial Instagram merupakan Stimulus dalam penelitian ini dengan Organisme Remaja di Sidoarjo dan Respon yakni Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal.

“Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja di Sidoarjo” akan dijelaskan dengan bagan dibawah ini :

Gambar 2. 1
Kerangka Teoritik

⁴⁸ Puput Purwanti, 2021 ‘Teori Stimulus Respon Dalam Komunikasi Massa Yang Efektif’. 1. Diakses pada Oktober 2021 dari <https://pakarkomunikasi.com/teori-stimulus-respon-dalam-komunikasi-massa>.



6. Perspektif Islam

Komunikasi Interpersonal dalam konteks islam sama dengan komunikasi interpersonal dalam arti umum dimana suatu pesan dikirimkan langsung langsung kepada komunikan yang kemudian dapat menerima dan merespon secara langsung pula. Namun dalam perspektif islam hal ini berkaitan dengan berkomunikasi atau mengatakan pesan dengan benar.

Salah satu contoh Komunikasi Interpersonal yang terdapat dalam Al-Qur'an berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا

سَدِيدًا ٧٠

Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar
(Qs. Al-Ahzab [33] : 70)

Proses penyampaian komunikasi yang mengandung nilai – nilai keislaman baik isi maupun gaya penyampaian, serta petunjuk – petunjuk utama Al – Qur'an, dan mengkomunikasikan konsep – konsep inti islam dan dasar perilaku islam, disebut sebagai

komunikasi dalam islam.⁴⁹ Berikut ini adalah beberapa kata dalam Al – Qur'an yang menjelaskan komunikasi :

1. Qaulan Sadidan, atau berkata dengan benar karena menyampaikan pesan secara akurat merupakan syarat untuk menerima kebenaran amal.⁵⁰
2. Qaulan Maysura, atau berkata dengan sopan, tidak merendahkan harga diri orang lain atau kemuliaan orang, tidak menghina, ataupun mengungkit kebaikan yang telah diberikan kepada orang lain.⁵¹
3. Qaulan Layyinan, atau berbicara dengan lembut, dapat memahami lawan bicara dan menjaga kontrol emosi.⁵²

⁴⁹ Amal Ibrahim Abd El-Fattah Khalil, 'The Islamic Perspective of Interpersonal Communication', *Journal of Islamic Studies and Culture*, Vol. 4, No. 2, 2016. 22–37. <https://doi.org/10.15640/jisc.v4n2a3>.

⁵⁰ Mubarak and Made Dwi Andjani, 2014 *Komunikasi Antarpribadi Dalam Masyarakat Majemuk*. (Jakarta: Dapur Buku).

⁵¹ Mubarak and Andjani, *Komunikasi Antarpribadi Dalam Masyarakat Majemuk*.

⁵² Harjani Hefni, 2017 *Komunikasi Islam*. (Jakarta: Prenamedia Group).

4. Qaulan Kariman, atau berkata mulia, baik itu isi pesannya, teknik dan niatnya selalu baik dimana mencerminkan akhlak terpuji dan luhur. Komunikator menggunakan komentar yang menyenangkan dan sopan untuk membuat komunikan merasa senang, dihormati, dan dipuji.⁵³
5. Qaulan Ma'rufan, atau berkata dengan bijak, yang terdiri dari dialog yang bermanfaat dan bahasa yang menyenangkan, sopan, dan tidak menyinggung.⁵⁴
6. Qaulan Baligha, atau kata – kata yang memiliki arti yang jelas dan mengungkapkan apa yang ingin dikatakan.⁵⁵

C. PARADIGMA PENELITIAN

Dikarenakan penelitian kuantitatif didasarkan pada filosofi positivisme, maka paradigma positivistic akan diterapkan dalam penelitian kuantitatif ini dimana filsafat

⁵³ Hefni, *Komunikasi Islam*.

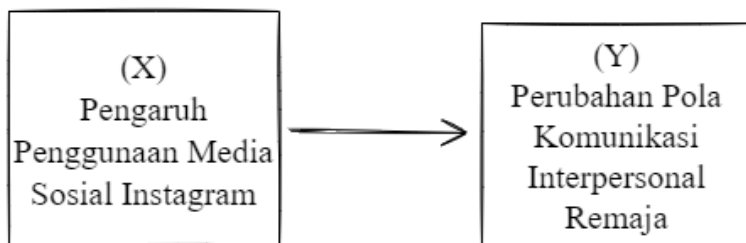
⁵⁴ Hefni, *Komunikasi Islam*.

⁵⁵ Mubarok and Andjani, *Komunikasi Antarpribadi Dalam Masyarakat Majemuk*.

tersebut berpegang pada realitas, gejala ada peristiwa yang dapat dikategorikan, spesifik, dapat diamati dan diukur, relatif tetap, dan ada hubungan sebab – akibat.⁵⁶

Peneliti bertujuan untuk melihat apakah variabel X dalam hal ini yaitu Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram berkaitan dengan variabel Y yaitu Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja.

Gambar 2. 2
Bagan Paradigma



D. HIPOTESIS PENELITIAN

Hipotesis adalah pernyataan spekulatif tentang fakta

⁵⁶ Nirmala, 'Proses Kognitif Dalam Ungkapan Metaforis', *PAROLE : Journal of Linguistics and Education*, Vol. 4, No. 1, 2017.

yang diketahui.⁵⁷ Untuk menguji hipotesis dibutuhkanlah beberapa data guna mendukung ataupun yang bertolak belakang dengan hipotesis. Data akan dihitung menggunakan rumus yang dipilih untuk menghasilkan temuan yang akan menerima atau menolak hipotesis. Hipotesis kerja (H_a) dan hipotesis nihil (H_o) adalah dua versi hipotesis.

Untuk mengetahui apakah media sosial Instagram berpengaruh pada perubahan pola komunikasi interpersonal remaja, perlu ditelaah hipotesis. Kriteria berikut digunakan untuk membentuk hipotesis :

H_o = Tidak ada pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal remaja.

H_a = Terdapat pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal remaja.

⁵⁷ Nazir, 2011 *Metode Penelitian*. (Jakarta: Ghalia Indonesia). 76.

BAB III

METODE PENELITIAN

A. PENDEKATAN DAN JENIS PENELITIAN

Strategi guna mempelajari sekelompok populasi maupun sampel tertentu berdasar pada ideologi positivis adalah penjelasan dari pendekatan kuantitatif yang peneliti gunakan dalam penelitian ini. Metode pengambilan sampel biasanya secara acak, pengumpulan data dilakukan dengan instrumen penelitian, dan pengolahan data bersifat kuantitatif atau statistik untuk mengevaluasi hipotesis yang telah disiapkan.⁵⁸ Alasan penggunaan pendekatan kuantitatif ialah untuk menunjukkan adanya hubungan sebab akibat antara pengaruh penggunaan media sosial Instagram dan perubahan pola komunikasi interpersonal yang berdasarkan filosofi positivistik.

Penelitian korelatif merupakan metode penelitian yang digunakan dalam penelitian kuantitatif ini. Koefisien korelasi digunakan dalam penelitian korelasi untuk mengukur sejauh mana variabel dalam suatu komponen berhubungan dengan variabel lainnya.⁵⁹ Peneliti

⁵⁸ Sugiyono, 2013 *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. (Bandung: Alfabeta). 13.

⁵⁹ Suryabrata, 1994 *Metode Penelitian* (Jakarta: Rajawali Press).

menggunakan penelitian korelatif dikarenakan peneliti meneliti korelasi antara Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja.

B. LOKASI PENELITIAN

Sidoarjo dipilih sebagai lokasi penelitian untuk penelitian ini. Sidoarjo merupakan sebuah Kabupaten di Provinsi Jawa Timur dengan koordinat $112^{\circ}5'$ dan $112^{\circ}9'$ Bujur Timur dan $7^{\circ}3'$ dan $7^{\circ}5'$ Lintang Selatan. Batas wilayah Kabupaten Sidoarjo yakni, Kota Surabaya dan Kabupaten Gresik berada di sisi utara, Kabupaten Pasuruan terletak di sisi selatan kota, Kabupaten Mojokerto terletak di sisi barat kota, dan Selat Madura berada di sisi timur.⁶⁰

Pemilihan lokasi tersebut didasari oleh keterjangkauan lokasi oleh peneliti, dimana dilihat dari efisiensi waktu, lokasi tersebut mudah dijangkau karena peneliti bertempat tinggal di Sidoarjo, hal tersebut juga membuat peneliti cukup memahami situasi dan kondisi remaja di wilayah tersebut. Selain itu, Sidoarjo merupakan wilayah yang termasuk memiliki banyak remaja maka dari itu peneliti ingin mengetahui seberapa jauh tingkat Pengaruh Media Sosial Instagram terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja di Sidoarjo.

⁶⁰ Pemerintah Kabupaten Sidoarjo, 'Geografis Sidoarjo'. Diakses pada September 2021 dari <https://www.sidoarjokab.go.id/geografis>.

C. POPULASI, SAMPEL, DAN TEKNIK SAMPLING

1. Populasi (N)

Populasi ialah kategori luas dimana hal – hal atau orang – orang dengan bobot yang bervariasi diidentifikasi oleh peneliti, dievaluasi, dan ditarik kesimpulan.⁶¹

Remaja di Sidoarjo merupakan populasi dalam penelitian ini dikarenakan Sidoarjo merupakan wilayah yang termasuk memiliki banyak remaja. Adapun remaja yang digunakan dalam penelitian berusia 20 hingga 24 tahun yang berjumlah 193.564 orang.⁶² Pemilihan hal tersebut mempertimbangkan bahwa remaja dalam usia tersebut adalah usia produktif dimana sering menggunakan Instagram dalam keseharian.

2. Sampel (n)

Sampel merupakan beberapa bagian dari sebuah populasi.⁶³ Karena populasinya sangat besar, maka

⁶¹ Sugiyono, 2018 *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. (Bandung: Alfabeta). 80.

⁶² Badan Pusat Statistik, 'Penduduk Menurut Jenis Kelamin Dan Kelompok Umur (Jiwa), 2018 - 2020'. Diakses pada September 2021 dari <https://sidoarjokab.bps.go.id/indicator/12/118/1/penduduk-menurut-jenis-kelamin-dan-kelompok-umur.html>.

⁶³ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*... 80.

diperlukanlah teori Slovin untuk menghitung jumlah sampel dengan rumus :

Gambar 3. 1
Teori Slovin

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

Keterangan :

- n = Sampel
- N = Populasi
- e = Taraf Signifikan atau *standart error* yang diinginkan (kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel populasi)

Berikut hasil perhitungan sampel dengan nilai krisis 10% :

$$n = \frac{193.564}{1 + 193.564 (0,1)^2}$$

$$n = \frac{193.564}{1 + 193.564 \times 0,01}$$

$$n = \frac{193.564}{1 + 1935,64}$$

$$n = \frac{193.564}{1.936,64}$$

n = 99,94 atau dibulatkan keatas menjadi 100

Menggunakan rumus Slovin, jumlah sampel yang dibutuhkan untuk penelitian ini dihitung dengan total 100 Responden.

3. Teknik Sampling

Dengan mempelajari ciri – ciri populasi dan distribusinya untuk menghasilkan sampel yang representatif. Melalui ukuran sampel yang dipakai sebagai sumber data sebenarnya, pendekatan sampling berusaha mengidentifikasi ukuran sampel yang sama.⁶⁴

Strategi pengambilan sampel yang digunakan dalam penelitian ini guna menunjukkan sampel dimana diambil langsung dari populasi dengan kemungkinan besar yang sama yakni *Simple Random Sampling* atau pengambilan sampel acak sederhana.

Pemilihan tersebut dikarenakan anggota populasi penelitian ini dianggap homogen karena semuanya bertempat tinggal di tempat yang sama dengan peneliti dan sampel yang dikumpulkan adalah remaja dari lingkungan yang sama yaitu remaja Sidoarjo yang berusia 20 sampai dengan 24 tahun.

⁶⁴ Margono, 2004 *Metode Penelitian Pendidikan*. (Jakarta: Rineka Cipta).

D. VARIABEL DAN INDIKATOR PENELITIAN

Penelitian yang berjudul “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja di Sidoarjo” ini memiliki dua variabel yaitu variabel bebas yang diduga menjadi penyebab dari variabel lain dan variabel terikat atau variabel yang dipengaruhi oleh variabel sebelumnya.

Variabel bebasnya (x) dalam penelitian ini ialah “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram” dengan dimensi yakni “Jumlah waktu” dan “Isi media” serta indikator antara lain :

- a. Frekuensi pemakaian Instagram oleh pengguna
- b. Pemanfaatan fasilitas Instagram oleh pengguna
- c. Pemanfaatan informasi dan konten oleh pengguna

Dan variabel terikatnya (y) ialah “Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja” dengan dimensi yakni “Proses pengiriman pesan” dan “Saluran atau media” serta indikator antara lain :

- a. Hubungan media dengan individu
- b. Interaksi sesama pengguna
- c. Komunikasi bermedia

Tabel 3. 1
Variabel, Dimensi, dan Indikator

Variabel	Dimensi	Indikator
Pengaruh Penggunaan	1. Jumlah waktu	1. Frekuensi pemakaian

Media Sosial Instagram (Variabel X)	2. Isi media	Instagram oleh pengguna 2. Pemanfaatan fasilitas Instagram oleh pengguna 3. Pemanfaatan informasi dan konten Instagram oleh pengguna
Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja (Variabel Y)	1. Proses pengiriman pesan 2. Saluran atau Media	1. Hubungan media dengan individu 2. Interaksi sesama pengguna 3. Komunikasi bermedia

E. TAHAP-TAHAP PENELITIAN

1. Memilih dan menentukan masalah

Mempertimbangkan permasalahan yang akan dibahas dalam penelitian adalah hal yang dilakukan peneliti pada tahap ini. Setelah memikirkan lebih lanjut, peneliti lalu memutuskan menggunakan permasalahan “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram

Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja di Sidoarjo” dikarenakan semakin hari semakin banyak remaja yang lebih asyik dengan komunikasi melalui media sosial terlebih di masa pandemi ini dan dari situlah peneliti mengangkat permasalahan tersebut.

2. Melakukan pra survey dan studi pendahuluan

Dalam hal ini, peneliti melihat lapangan dan mencari penelitian terdahulu sebagai acuan untuk menentukan permasalahan dan hal – hal lain dalam penelitian ini.

3. Merumuskan pernyataan masalah

Dalam hal ini, peneliti akhirnya memutuskan untuk mengangkat masalah utama penelitian ini. Lalu peneliti memaparkan permasalahan tersebut dan menjelaskan tujuan dipilihnya masalah dan manfaatnya.

4. Merumuskan anggapan dasar dan hipotesis

Setelah menentukan permasalahan, selanjutnya munculah pemikiran dasar dan hipotesis yang harus peneliti tentukan. Dimana hipotesis terdiri dari hipotesis kerja dan hipotesis nihil.

5. Memilih pendekatan

Hal ini sangat penting karena peneliti menentukan teori dan metodologi apa yang digunakan di bagian ini karena hal tersebut ialah acuan dari penelitian.

6. Menentukan variabel dan sumber data

Dalam hal ini peneliti melakukan pembedahan terhadap judul, apakah variabel dalam judul sudah benar dan menunjukkan hubungan kausalitas (sebab akibat) atau tidak. Peneliti juga melakukan hal lain seperti menentukan dari mana sumber data penelitian ini.

7. Menyusun instrumen atau mengumpulkan data

Peneliti menyiapkan instrumen dan mengumpulkan data untuk penelitian ini setelah mengidentifikasi sumber data pada langkah sebelumnya. Data didapatkan oleh peneliti melalui sumber data yang dipilih sebelumnya.

8. Analisis data

Setelah data sudah peneliti dapatkan maka perlulah untuk melakukan analisis data guna mendapatkan hasil atau jawaban dari rumusan masalah penelitian ini.

9. Menarik kesimpulan

Setelah semua data terkumpul dan sudah di analisis sebaiknya kita menarik kesimpulan dari data tersebut mengenai jawaban dari permasalahan dalam penelitian ini.

10. Menulis laporan

Setelah semua selesai, barulah kita menulis laporan apa saja yang peneliti kerjakan selama ini, apa hasilnya, dan lain sebagainya guna mempertanggung jawabkan penelitian ini.

F. TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Penelitian ini menggunakan Sumber Primer dan Sumber Sekunder, dimana sumber data yang mengirimkan data secara langsung ke pencari data dikenal sebagai sumber primer, sedangkan sumber data yang tidak mengirimkan data secara langsung dikenal sebagai sumber sekunder. Data yang digunakan dalam penelitian ini adalah data kuantitatif dimana informasi yang diperoleh berupa angka atau bilangan. Sedangkan data penelitian ini didasarkan pada data interval.

Teknik pengumpulan data berkaitan dengan metode yang digunakan untuk mendapatkan data yang diperlukan untuk penelitian. Kuesioner (angket) atau teknik pengumpulan data melalui formulir yang berisi pernyataan – pernyataan yang disampaikan kepada sekelompok responden guna memperoleh data dan informasi yang dibutuhkan peneliti sebagai sumber primer dan dokumentasi sebagai sumber sekunder. Dokumen dan *screenshot* peneliti gunakan untuk memperoleh data sekunder yang tidak terkait langsung dengan topik kajian. Peneliti menggunakan angket tertutup, yaitu angket dengan beberapa pilihan jawaban dengan alasan memudahkan responden untuk memberikan jawaban dan juga ringkas

terlebih dengan terbatasnya waktu penelitian.

Tabel 3. 2
Kisi-Kisi Pernyataan

Variabel	Indikator	Kisi-Kisi Pernyataan
Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram (Variabel X)	1. Frekuensi pemakaian Instagram oleh pengguna 2. Pemanfaatan fasilitas Instagram oleh pengguna 3. Pemanfaatan Informasi dan konten Instagram oleh pengguna	1. Saya mengakses media sosial Instagram dalam sehari 2. Saya menghabiskan waktu luang dan santai untuk mengakses Instagram 3. Saya menggunakan fasilitas Instagram Story 4. Saya mengUpload foto atau video di Instagram 5. Saya

		mencari informasi atau berita melalui Instagram 6. Saya mencari suatu barang melalui Instagram
Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja (Variabel Y)	1. Hubungan media dengan individu 2. Interaksi sesama pengguna 3. Komunikasi bermedia	1. Saya menggunakan fasilitas Direct Message di Instagram 2. Saya menggunakan fasilitas Like atau Comment saat teman Update Foto atau Video di Instagram 3. Saya sering melakukan komunikasi atau interaksi melalui Instagram 4. Saya lebih

		mudah mendapat teman melalui Instagram 5. Saya lebih suka berinteraksi dengan Instagram daripada secara langsung 6. Instagram merupakan media penting bagi saya terlebih dalam melakukan komunikasi dan interaksi
--	--	--

G. TEKNIK VALIDITAS INSTRUMEN PENELITIAN

Reliabilitas dan validitas ialah bagian yang termasuk penting dalam penelitian. Reliabilitas dan validitas dilakukan guna mendapat kredibilitas maupun kebenaran dari penemuan yang dapat diandalkan. Jika reliabilitas dan validitas tidak diketahui maka tidak akan dapat menarik

kesimpulan atau memberikan penjelasan tentang hubungan antar variabel karena tidak dapat dipercaya. Secara umum, reliabilitas dan validitas mengacu pada kualitas keseluruhan proses pengumpulan data mulai dari penyiapan data hingga analisis data.

1. Validitas

Uji validitas dapat digunakan untuk memperkirakan apa yang ingin dihitung atau sebagai target untuk alat kalkulasi. Tingkat kesesuaian antara data yang diperoleh di lapangan dengan data yang disajikan oleh peneliti disebut validitas. Data yang valid adalah data yang “tidak dapat dibedakan” dari data peneliti dan data yang dikumpulkan dari obyek penelitian.

Penelitian yang baik adalah penelitian yang memiliki data penelitian yang valid, dapat diandalkan, dan obyektif, akibatnya, agar penelitian itu dianggap akurat, validitasnya harus diuji. Uji validitas dapat digunakan untuk menilai validitas tanggapan responden terhadap suatu kuesioner. Dalam uji validitas, item pernyataan dibandingkan dengan skor keseluruhan. Korelasi Product Moment digunakan untuk pengujian validitas penelitian ini dengan rumus sebagai berikut :

Gambar 3. 2 **Rumus Korelasi Product Moment**

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

Keterangan

r_{xy} : Koefisien validitas

N : Banyaknya subjek

X : Nilai pembanding

Y : Nilai dari instrument yang akan dicari validitasnya.

2. Reliabilitas

Uji reliabilitas menentukan sejauh mana temuan pengukuran konsisten ketika studi yang sama diuji ulang. Reliabilitas memiliki arti dapat dipercaya yang bertautan dengan keandalan sebuah indikator. Dengan kata lain, data yang ditampilkan sebuah indikator tidak berubah akibat indikasi tersebut. Sebuah alat ukur andalan dapat dikatakan sebagai hasil uji reliabilitas.

Teknik Alpha Cronbach digunakan untuk mengukur reliabilitas dalam penelitian ini. Semakin dekat koefisien reliabilitasnya dengan 1, semakin kuat konsistensi internalnya. Alpha Cronbach memiliki batas bawah 0,70 secara umum, namun 0,60 masih dapat diterima.⁶⁵ Rumus Alpha Cronbach yaitu :

⁶⁵ U. Sekaran, 2001 *Research Methods for Business: A Skills Building Approach*. 2nd Edition. (New York: John Wiley and Sons , Inc.).

Gambar 3. 3
Rumus Alpha Cronbach

$$r_{ac} = \left(\frac{k}{k-1} \right) \left[1 - \frac{\sum \sigma_b^2}{\sigma_t^2} \right]$$

Keterangan :

r_{ac} = koefisien reliabilitas alpha cronbach

k = banyak butir/item pertanyaan

$\sum \sigma_b^2$ = jumlah/total varians per-butir/item pertanyaan

σ_t^2 = jumlah atau total varians

Untuk kategori koefisien reliabilitasnya sebagai berikut :

Gambar 3. 4
Kategori Koefisien Reliabilitas

- $0,80 < r_{11} \leq 1,00$ reliabilitas sangat tinggi
- $0,60 < r_{11} \leq 0,80$ reliabilitas tinggi
- $0,40 < r_{11} \leq 0,60$ reliabilitas sedang
- $0,20 < r_{11} \leq 0,40$ reliabilitas rendah
- $-1,00 < r_{11} \leq 0,20$ reliabilitas sangat rendah

H. TEKNIK ANALISIS DATA

Data yang dapat memiliki nilai – nilai yang berada dalam suatu interval dan diturunkan dari hasil perhitungan panjang adalah data kontinum. Dalam penelitian ini, skala interval digunakan untuk menentukan skala dan tingkat pengukuran. Skala interval menurut Sekaran dapat menunjukkan ketidaksamaan, deretan, dan persamaan besaran yang berbeda setiap variabel.⁶⁶ Alasan peneliti menggunakan skala interval adalah peneliti menggunakan pernyataan dengan :

Gambar 3. 5
Skala Interval

Pernyataan	Nilai
Sangat Tidak Setuju	1
Tidak Setuju	2
Netral	3
Setuju	4
Sangat Setuju	5

⁶⁶ Sekaran, 2006 *Metode Penelitian Bisnis* (Jakarta: Salemba Empat).

Dalam perhitungan Statistik, Interval termasuk kedalam Statistik Inferensial (*Inferential Statistics*). Statistik Inferensial merupakan sebuah metode statistik guna membuat inferensi mengenai populasi dari probabilitas sampel. Peneliti menggunakan statistik parametrik, yang merupakan semacam statistik inferensial.

Hubungan antara variabel penelitian diuji melalui pengujian hipotesis asosiatif dimana dugaan adanya hubungan antara variabel penelitian. Koefisien korelasi mengukur kekuatan hubungan antara variabel – variabel tertentu dan mengukur seberapa jauh perubahan dalam satu variabel terkait dengan perubahan variabel lain. Untuk menguji hipotesis asosiatif hubungan antara dua variabel untuk data interval, peneliti menggunakan “Korelasi Product Moment”. Rumus dari Korelasi Product Moment adalah :

Gambar 3. 6
Rumus Korelasi Product Moment

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

Keterangan

r_{xy} : Koefisien validitas

N : Banyaknya subjek

X : Nilai pembanding

Y : Nilai dari instrument yang akan dicari validitasnya.

Untuk menentukan apakah variabel X dan Y memiliki hubungan yang kuat atau lemah, diperlukanlah Tabel interpretasi nilai r . Temuan perhitungan korelasi semuanya termasuk dalam kelompok respons yang sama, seperti yang ditunjukkan pada tabel di bawah ini :

Gambar 3. 7
Interval Koefisien Korelasi⁶⁷

⁶⁷ Sugiyono, 2017 *Statistika Untuk Penelitian*. (Bandung: CV Alfabeta). 230.

Interpretasi Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. GAMBARAN UMUM OBYEK PENELITIAN

Sekumpulan orang atau benda yang akan diteliti maupun suatu masalah yang diteliti guna memperoleh hasil yang lebih terarah ialah obyek penelitian.⁶⁸ Dalam penelitian ini, peneliti mengamati remaja di Sidoarjo yang berusia antara 20 hingga 24 tahun.

Kontak tatap muka menjadi semakin jarang seiring kemajuan teknologi dan lebih mengandalkan komunikasi bermedia, terutama dalam masa pandemi yang memaksa kita untuk membatasi pertemuan.

Oleh karena itu, tujuan dari penelitian ini adalah untuk melihat apakah ada pengaruh media sosial terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal remaja di Sidoarjo.

B. PENYAJIAN DATA

Peneliti mengumpulkan data dengan memberikan kuesioner kepada remaja usia 20 sampai 24 tahun di Sidoarjo. Telah diperoleh 100 responden dari jumlah populasi sebanyak 193.564 orang yang disebarkan melalui

⁶⁸ Supranto, 2000 *Statistik Teori Dan Aplikasi*. (Jakarta: Erlangga). 21.

Google Form dengan mengirimkan melalui pesan *online*. Terdapat 6 pernyataan untuk setiap variabel atau jika dijumlah terdapat 12 total pernyataan.

Gambar 4. 1 Google Form

Pertanyaan Jawaban 100 Setelan

Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja Di Sidoarjo

Responden yang terhormat,
Saya mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sunan Ampel Surabaya mengharapkan kesediaan anda yakni para remaja yang berusia 20 hingga 24 tahun dan tinggal di Sidoarjo untuk mengisi kuesioner penelitian saya. Kuisisioner ini sebagai alat pengambilan data dalam penyusunan skripsi. Informasi yang sedianya anda berikan sangat membantu kelancaraan penelitian skripsi saya. Atas perhatian dan kesediaan saudara untuk mengisi kuesioner ini, saya ucapkan terima kasih.

Peneliti,
Syafa Tasya Arliesya Ardiansyah

Cara mengisi kuesioner ini :
Berikan tanda checklist (✓) pada pendapat yang anda anggap sesuai.
Keterangan :
1 = Sangat Tidak Setuju
2 = Tidak Setuju
3 = Netral
4 = Setuju
5 = Sangat Setuju



Sebelum ke penyajian data, berikut adalah hasil uji validitas dan reliabilitas penelitian ini

1. Uji Validitas

Untuk menilai validitas jawaban responden dalam angket, dilakukan uji validitas dengan menghubungkan setiap pernyataan dengan total *score*. Perhitungan Korelasi Product Moment menggunakan 10% atau 0,1 menghasilkan *r* tabel sebesar 0,463. Jika nilai *r* yang dihitung lebih dari 0,463, pernyataan tersebut sah, jika kurang dari 0,463 bisa dikatakan tidak valid. Uji validitas yang dilakukan dengan menggunakan software SPSS versi 25.0 diperoleh hasil sebagai berikut :

Tabel 4. 1
Hasil Uji Validitas

Item	Nilai Koefisien Korelasi (<i>r</i> hitung)	Nilai <i>r</i> tabel	Keterangan
X1	0,619	0,463	Valid
X2	0,645	0,463	Valid
X3	0,731	0,463	Valid
X4	0,803	0,463	Valid
X5	0,765	0,463	Valid
X6	0,628	0,463	Valid
Y1	0,697	0,463	Valid
Y2	0,578	0,463	Valid

Y3	0,870	0,463	Valid
Y4	0,862	0,463	Valid
Y5	0,856	0,463	Valid
Y6	0,884	0,463	Valid

Sumber : Output SPSS versi 25.0

Berdasarkan tabel diatas, terlihat bahwa ke – 12 item pernyataan yang diuji yang meliputi 6 pernyataan variabel X dan 6 pernyataan variabel Y semua sudah **valid** atau **sah** sebab melebihi 0,463. Nilai tertinggi terdapat pada item Y6 yang bernilai 0,884 dan memuat pernyataan “Instagram merupakan media penting bagi saya terlebih dalam melakukan komunikasi dan interaksi” sedangkan item Y2 dengan pernyataan “Saya menggunakan fasilitas *Like* atau *Comment* saat teman *Update* Foto atau Video di Instagram.” memiliki nilai terendah yakni 0,578.

2. Uji Reliabilitas

Pengujian reliabilitas merupakan teknik untuk menentukan seberapa konsisten temuan pengukuran ketika sebuah penelitian diulang setidaknya dua kali. Dalam penelitian ini, Alpha Cronbach digunakan, dan semakin dekat koefisien keandalannya ke 1, semakin kuat konsistensi internal secara keseluruhan. Alpha

Cronbach memiliki batas bawah 0,70 namun 0,60 masih dapat diterima. Setelah validitas ditetapkan, langkah selanjutnya adalah menguji reliabilitas. Tabel dibawah ini menunjukkan hasil uji reliabilitas penelitian ini :

Tabel 4. 2
Hasil Uji Reliabilitas

Cronbach's Alpha	N of Items
,923	12

Sumber : Output SPSS versi 25.0

Karena memiliki nilai Alpha Cronbach sebesar 0,923 atau di atas 0,70 maka dianggap reliabel dengan tingkat reliabilitas yang sangat tinggi, sesuai dengan temuan uji reliabilitas dengan 12 item pernyataan.

Selanjutnya, data yang dikumpulkan dari kuesioner dijelaskan dalam paragraf berikut :

3. Demografi Responden

a. Jenis kelamin

Presentasi jenis kelamin responden tercantum dalam tabel di bawah ini :

Tabel 4. 3
Data Jenis Kelamin

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
Laki-Laki	52	52%
Perempuan	48	48%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan tabel diatas, terdapat 52 laki – laki dan 48 perempuan di antara 100 remaja Sidoarjo yang mengisi angket. Dengan persentase 52% untuk laki – laki dan 48% perempuan dari total 100 responden.

Dari data diatas dapat diketahui bahwa remaja pengguna media sosial Instagram di Sidoarjo didominasi oleh laki – laki.

b. Usia

Berikut adalah tabel persentase usia responden yang diperoleh :

Tabel 4. 4
Data Usia

Jenis Kelamin	Jumlah	Presentase
20	18	18%

21	43	43%
22	21	21%
23	15	15%
24	3	3%
Total	100	100%

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan tabel 4.4, responden berusia 20 tahun sebanyak 18 orang atau 18%, 21 tahun sebanyak 43 orang atau 43%, 22 tahun sebanyak 21 orang atau 21%, 23 tahun sebanyak 15 orang atau 15%, dan 24 tahun sebanyak 3 orang atau 3%.

Dari data diatas, mayoritas anak muda di Sidoarjo yang menggunakan Instagram berusia 21 tahun.

4. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram

Tabel 4. 5
Jawaban responden pada X1

“Saya mengakses media sosial Instagram dalam sehari”

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak	3	3,0	3,0	3,0

Setuju				
Tidak Setuju	2	2,0	2,0	5,0
Netral	16	16,0	16,0	21,0
Setuju	29	29,0	29,0	50,0
Sangat Setuju	50	50,0	50,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Output SPSS versi 25.0

Seperti yang terlihat pada tabel diatas, sebanyak 50 orang mengakses media sosial Instagram dalam sehari. 29 orang setuju dengan pernyataan tersebut, 16 orang netral, 2 orang tidak setuju, dan 3 orang sangat tidak setuju.

Tabel 4. 6
Jawaban responden pada X2

“Saya menghabiskan waktu luang dan santai untuk mengakses Instagram”

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
Tidak Setuju	7	7,0	7,0	10,0
Netral	30	30,0	30,0	40,0
Setuju	29	29,0	29,0	69,0
Sangat Setuju	31	31,0	31,0	100,0

Total	100	100,0	100,0	
-------	-----	-------	-------	--

Sumber : Output SPSS versi 25.0

Pada tabel diatas, sebanyak 31 orang menghabiskan waktu luang dan santai untuk mengakses Instagram. Sedangkan 29 orang setuju dengan pernyataan tersebut, 30 orang netral, 7 orang tidak setuju, dan 3 orang sangat tidak setuju.

Tabel 4. 7
Jawaban responden pada X3
“Saya menggunakan fasilitas Instagram Story”

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	2	2,0	2,0	2,0
Tidak Setuju	10	10,0	10,0	12,0
Netral	21	21,0	21,0	33,0
Setuju	36	36,0	36,0	69,0
Sangat Setuju	31	31,0	31,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Output SPSS versi 25.0

Pada tabel diatas, sebanyak 31 orang menggunakan fasilitas Instagram Story. Sedangkan 36 orang setuju dengan pernyataan tersebut, 21 orang netral, 10 orang tidak setuju, dan 2 orang sangat tidak setuju.

Tabel 4. 8
Jawaban responden pada X4
 “Saya meng*Upload* foto atau video di Instagram”

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	4	4,0	4,0	4,0
Tidak Setuju	11	11,0	11,0	15,0
Netral	24	24,0	24,0	39,0
Setuju	27	27,0	27,0	66,0
Sangat Setuju	34	34,0	34,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Output SPSS versi 25.0

Pada tabel diatas, sebanyak 34 orang meng*Upload* foto atau video di Instagram. Sedangkan 27 orang setuju, 24 orang netral, 11 orang tidak setuju, dan 4 orang sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4. 9
Jawaban responden pada X5
 “Saya mencari informasi atau berita melalui Instagram”

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak	2	2,0	2,0	2,0

Setuju				
Tidak Setuju	11	11,0	11,0	13,0
Netral	23	23,0	23,0	36,0
Setuju	27	27,0	27,0	63,0
Sangat Setuju	37	37,0	37,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Output SPSS versi 25.0

Pada tabel diatas, sebanyak 37 orang mencari informasi atau berita melalui Instagram. Sedangkan 27 orang setuju, 23 orang netral, 11 orang tidak setuju, dan 2 orang sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4. 10
Jawaban responden pada X6
“Saya mencari suatu barang melalui Instagram”

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	4	4,0	4,0	2,0
Tidak Setuju	15	15,0	15,0	13,0
Netral	35	35,0	35,0	36,0
Setuju	25	25,0	25,0	63,0
Sangat Setuju	21	21,0	21,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Output SPSS versi 25.0

Pada tabel diatas, sebanyak 21 orang mencari suatu barang melalui Instagram. Sedangkan 25 orang setuju, 35 orang netral, 15 orang tidak setuju, dan 4 orang sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4. 11
Data Hasil Keseluruhan Variabel X (Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram)

No.	STS	TS	N	S	SS	Total
X1	3%	2%	16%	29%	50%	100%
X2	3%	7%	30%	29%	31%	100%
X3	2%	10%	21%	36%	31%	100%
X4	4%	11%	24%	27%	34%	100%
X5	2%	11%	23%	27%	37%	100%
X6	4%	15%	35%	25%	21%	100%

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan data hasil keseluruhan Variabel X yakni “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram”, item pernyataan yang memiliki jumlah responden skala sangat setuju tertinggi dimiliki oleh item pernyataan X1 dengan 50% responden. 50 responden sangat setuju bahwa mereka mengakses media sosial Instagram dalam sehari.

Sedangkan nomor item pernyataan dengan jumlah responden skala sangat tidak setuju tertinggi dimiliki oleh item pernyataan X4 dan X6 dengan 4% responden. 4 responden sangat tidak setuju dengan pernyataan bahwa mereka meng*Upload* foto atau video di Instagram dan mencari suatu barang melalui Instagram.

5. Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja

Tabel 4. 12
Jawaban responden pada Y1
“Saya menggunakan fasilitas *Direct Message* di Instagram”

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	1	1,0	1,0	1,0
Tidak Setuju	6	6,0	6,0	7,0
Netral	11	11,0	11,0	18,0
Setuju	33	33,0	33,0	51,0
Sangat Setuju	49	49,0	49,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Output SPSS versi 25.0

Pada tabel diatas, sebanyak 49 orang menggunakan fasilitas *Direct Message* di Instagram. Sedangkan 33

orang setuju, 11 orang netral, 6 orang tidak setuju, dan 1 orang sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4. 13
Jawaban responden pada Y2
 “Saya menggunakan fasilitas *Like* atau *Comment* saat teman *Update* foto atau video di Instagram”

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	2	2,0	2,0	2,0
Tidak Setuju	5	5,0	5,0	7,0
Netral	19	19,0	19,0	26,0
Setuju	30	30,0	30,0	56,0
Sangat Setuju	44	44,0	44,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Output SPSS versi 25.0

Pada tabel diatas, sebanyak 44 orang menggunakan fasilitas *Like* atau *Comment* saat teman *Update* foto atau video di Instagram. 30 orang setuju, 19 orang netral, 5 orang tidak setuju, dan 2 orang sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4. 14

Jawaban responden pada Y3

“Saya sering melakukan komunikasi atau interaksi melalui Instagram”

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	3	3,0	3,0	3,0
Tidak Setuju	11	11,0	11,0	14,0
Netral	19	19,0	19,0	33,0
Setuju	38	38,0	38,0	71,0
Sangat Setuju	29	29,0	29,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Output SPSS versi 25.0

Pada tabel diatas, sebanyak 29 orang sering melakukan komunikasi atau interaksi melalui Instagram. Sedangkan 38 orang setuju, 19 orang netral, 11 orang tidak setuju, dan 3 orang sangat tidak setuju dengan pernyataan tersebut.

Tabel 4. 15

Jawaban responden pada Y4

“Saya lebih mudah mendapat teman melalui Instagram”

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	13	13,0	13,0	13,0

Tidak Setuju	19	19,0	19,0	32,0
Netral	28	28,0	28,0	60,0
Setuju	15	15,0	15,0	75,0
Sangat Setuju	25	25,0	25,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Output SPSS versi 25.0

Pada tabel diatas, sebanyak 25 orang lebih mudah mendapat teman melalui Instagram. Sedangkan 15 orang setuju dengan pernyataan tersebut, 28 orang netral, 19 orang tidak setuju, dan 13 orang sangat tidak setuju.

Tabel 4. 16
Jawaban responden pada Y5

“Saya lebih suka berinteraksi dengan Instagram daripada secara langsung”

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	30	30,0	30,0	30,0
Tidak Setuju	32	32,0	32,0	62,0
Netral	15	15,0	15,0	77,0
Setuju	7	7,0	7,0	84,0
Sangat Setuju	16	16,0	16,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Output SPSS versi 25.0

Pada tabel diatas, sebanyak 16 orang lebih suka berinteraksi dengan Instagram daripada secara langsung. Sedangkan 7 orang setuju dengan pernyataan tersebut, 15 orang netral, 32 orang tidak setuju, dan 30 orang sangat tidak setuju.

Tabel 4. 17
Jawaban responden pada Y6

“Instagram merupakan media penting bagi saya terlebih dalam melakukan komunikasi dan interaksi”

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Sangat Tidak Setuju	8	8,0	8,0	8,0
Tidak Setuju	21	21,0	21,0	29,0
Netral	31	31,0	31,0	60,0
Setuju	21	21,0	21,0	81,0
Sangat Setuju	19	19,0	19,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber : Output SPSS versi 25.0

Pada tabel diatas, 19 orang sangat setuju bahwa Instagram merupakan media penting bagi saya terlebih dalam melakukan komunikasi dan interaksi. Sedangkan 21 orang setuju, 31 orang netral, 21 orang tidak setuju, dan 8 orang sangat tidak setuju.

Tabel 4. 18
Data Hasil Keseluruhan Variabel Y (Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja)

No.	STS	TS	N	S	SS	Total
Y1	1%	6%	11%	33%	49%	100%
Y2	2%	5%	19%	30%	44%	100%
Y3	3%	11%	19%	38%	29%	100%
Y4	13%	19%	28%	15%	25%	100%
Y5	30%	32%	15%	7%	16%	100%
Y6	8%	21%	31%	21%	19%	100%

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan data hasil keseluruhan Variabel Y yakni “Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja”, item pernyataan yang memiliki jumlah responden skala sangat setuju tertinggi dimiliki oleh item pernyataan Y1 dengan 49% responden. 49 responden sangat setuju bahwa mereka menggunakan fasilitas *Direct Message* di Instagram.

Sedangkan nomor item pernyataan dengan jumlah responden skala sangat tidak setuju tertinggi dimiliki oleh item pernyataan Y5 dengan 30% responden. 30 orang sangat tidak setuju dengan anggapan bahwa mereka lebih

suka berinteraksi dengan Instagram daripada secara langsung.

Setelah melihat hasil data dari masing – masing variabel yakni Variabel X “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram” dan Variabel Y “Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja” maka berikut adalah gabungan kedua data dari kedua variabel tersebut :

Tabel 4. 19
Data Hasil Keseluruhan Variabel (Pengaruh
Penggunaan Media Sosial Instagram - Perubahan
Pola Komunikasi Interpersonal Remaja)

No.	STS	TS	N	S	SS	Total
X1	3	2	16	29	50	100%
X2	3	7	30	29	31	100%
X3	2	10	21	36	31	100%
X4	4	11	24	27	34	100%
X5	2	11	23	27	37	100%
X6	4	15	35	25	21	100%
Y1	1	6	11	33	49	100%
Y2	2	5	19	30	44	100%
Y3	3	11	19	38	29	100%

Y4	13	19	28	15	25	100%
Y5	30	32	15	7	16	100%
Y6	8	21	31	21	19	100%

Sumber : Data Primer diolah

Berdasarkan data hasil keseluruhan kedua Variabel, item pernyataan yang memiliki jumlah responden skala sangat setuju tertinggi dimiliki oleh item pernyataan X1 dengan 50% responden. 50 responden sangat setuju bahwa mereka mengakses media sosial Instagram dalam sehari.

Sedangkan nomor item pernyataan dengan jumlah responden skala sangat tidak setuju tertinggi dimiliki oleh item pernyataan Y5 dengan 30% responden. 30 orang sangat tidak setuju dengan anggapan bahwa mereka lebih suka berinteraksi dengan Instagram daripada secara langsung.

C. PENGUJIAN HIPOTESIS

1. Uji Prasyarat

Setelah mendapatkan data, langkah selanjutnya yakni melakukan uji prasyarat. Hal ini dilakukan sebelum menguji hipotesis untuk melihat apakah data yang

dikumpulkan memenuhi kriteria ataupun layak untuk dianalisis.

a. Uji Normalitas

Uji normalitas memastikan bahwa data untuk setiap variabel penelitian terdistribusi secara normal. Bila menggunakan pendekatan *Kolmogorov – Smirnov*, distribusi data dianggap normal jika nilai Asymp.Sig lebih dari 0,05 dan abnormal jika nilainya kurang dari 0,05. Hasil uji normalitas penelitian adalah sebagai berikut :

Tabel 4. 20
Uji Normalitas
One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3,31357249
Most Extreme Differences	Absolute	.078
	Positive	.049
	Negative	-.078
Test Statistic		.078
Asymp. Sig. (2-tailed)		.138 ^c

Sumber : Output SPSS versi 25.0

Berdasarkan tabel diatas, data Asymp. Sig penelitian ini menunjukkan 0,138 dan dapat disimpulkan bahwa distribusi data dinyatakan normal atau data variabel X “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram” dengan variabel Y “Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja” berdistribusi normal karena memenuhi syarat uji normalitas *Kolmogorov – Smirnov*. Maka peneliti bisa menggunakan uji parametrik yakni Product Moment untuk uji hipotesis.

b. Uji Linearitas

Uji linearitas menentukan apakah variabel bebas dan variabel terikat berhubungan linear. Jika Sig. > 0,05 maka variabel X berpengaruh signifikan terhadap variabel Y, jika Sig. < 0,05 maka Variabel X tidak berpengaruh signifikan terhadap variabel Y.⁶⁹ Berikut adalah temuan uji linearitas penelitian ini :

Tabel 4. 21
Uji Linearitas
ANOVA Table

⁶⁹ Joko Widiyanto, 2012 *SPSS For Windows*. (Surakarta: FKIP Universitas Muhammadiyah Surakarta).

			Sum of Squares	Df	Mean Square	F	Sig.
Variabel Y*Variabel X	Between Groups	(Combined)	1766.265	18	98.126	9.004	.000
		Linearity	1561.993	1	1561.993	143.331	.000
		Deviation from Linearity	204.272	17	12.016	1.103	.366
	Within Groups		882.725	81	10.898		
Total			2648.990	99			

Sumber : Output SPSS versi 25.0

Nilai signifikansi *Deviation from Linearity* pada kedua variabel adalah $> 0,05$. Berdasarkan temuan di atas, peneliti dapat menyimpulkan bahwa sebaran data variabel X dan variabel Y memiliki hubungan linear dan memiliki pengaruh secara signifikan, atau data variabel X “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram” dengan variabel Y “Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja” dikatakan linear karena memenuhi syarat asumsi. Maka peneliti bisa menggunakan uji parametrik yakni Product Moment untuk uji hipotesis.

2. Uji Hipotesis

Tahap selanjutnya adalah pengujian hipotesis. Peneliti dapat menggunakan uji parametrik dengan uji Pearson Product Moment karena hasil uji prasyarat menunjukkan bahwa hasil hubungan kedua variabel yaitu variabel X “Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram” dan variabel Y “Perubahan Pola Komunikasi Remaja” berdistribusi normal dan linier.

Untuk menunjukkan hubungan antara hipotesis kedua variabel, digunakanlah Uji Pearson Product Moment.⁷⁰ Peneliti melakukan uji Pearson Product Moment melalui SPSS versi 25.0 dengan rumusan hipotesis :

Ho = Tidak ada pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal remaja.

Ha = Terdapat pengaruh penggunaan media sosial instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal remaja.

Berikut ini adalah hasil pengujian dari penelitian ini :

⁷⁰ Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D...* 228.

Tabel 4. 22
Uji Pearson Product Moment

		Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram	Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja
Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram	Pearson Correlation	1	,768**
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja	Pearson Correlation	,768**	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

Sumber : Output SPSS versi 25.0

Tabel 4.22 menunjukkan bahwa nilai signifikansinya adalah 0 dari 100 tanggapan. Jika nilai signifikansi $< 0,05$ maka berkorelasi. Dapat disimpulkan bahwa terdapat korelasi antara Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja.

Untuk melihat besar kecilnya koefisien korelasi, maka dapat dilihat pada ketentuan tabel dibawah ini :

Gambar 4. 2
Interval Koefisien Korelasi⁷¹

Interpretasi Koefisien	Tingkat Hubungan
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 - 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Kuat
0,80 – 1,000	Sangat Kuat

Besarnya keterkaitan antara Variabel X dan Variabel Y memiliki signifikansi yang kuat, terbukti dari tabel diatas dan nilai pearson yang diperoleh dari penelitian ini yaitu 0,768.

Jika r hitung lebih besar dari r tabel, maka hipotesis diterima atau terdapat pengaruh. Jika r hitung lebih kecil

⁷¹ Sugiyono, 2017 *Statistika Untuk Penelitian*. (Bandung: CV Alfabeta). 230.

dari r tabel, hipotesis ditolak atau tidak ada pengaruh. Korelasi Pearson atau r hitung adalah 0,768 berdasarkan temuan pengujian. Peneliti dapat menyimpulkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal remaja di Sidoarjo atau H_a diterima dan H_o ditolak berdasarkan nilai r tabel 100 responden dengan taraf signifikan 10%.

D. PEMBAHASAN HASIL PENELITIAN

1. Perspektif Teoritis

Setelah peneliti mendapatkan data-data melalui penyebaran angket dengan Google Form kepada responden yakni remaja di Sidoarjo yang memiliki rentang usia 20 hingga 24 tahun, peneliti menyimpulkan jawaban terbanyak pada setiap pernyataan yakni, remaja lelaki dengan usia 21 tahun adalah pengisi angket paling banyak di Sidoarjo. Pada variabel X, responden mengakses media sosial Instagram dalam sehari serta menghabiskan waktu luang dan santai untuk mengakses Instagram. Mereka setuju dengan pernyataan menggunakan fasilitas Instagram Story. Mereka meng*Upload* foto atau video di Instagram dan mencari informasi atau berita melalui Instagram. Mereka memilih netral dengan mencari suatu barang melalui Instagram. Lalu pada variabel Y, mereka menggunakan fasilitas

Direct Message di Instagram, fasilitas *Like* atau *Comment* saat teman *Update* foto atau video di Instagram. Mereka setuju dengan pernyataan sering melakukan komunikasi atau interaksi melalui Instagram, netral dengan lebih mudah mendapatkan teman melalui Instagram, tidak setuju dengan lebih suka berinteraksi dengan Instagram daripada secara langsung, dan netral dengan pernyataan Instagram merupakan media penting terlebih dalam melakukan komunikasi dan interaksi.

Uji Pearson Product Moment kemudian digunakan untuk mengevaluasi hipotesis dengan *software* SPSS versi 25.0. Peneliti memperoleh hasil sebesar 0,768 dari pengujian ini yang menunjukkan bahwa besarnya hubungan antara Variabel X dan Variabel Y memiliki signifikansi yang kuat.

Berdasarkan hasil uji tersebut pula, peneliti dapat menyimpulkan bahwa hipotesis kerja (H_a) diterima dan hipotesis nihil (H_o) ditolak. Hal itu disebabkan karena nilai r hitung yang didapat yakni 0,768 dimana jauh lebih tinggi dari nilai r tabel 100 responden dengan taraf signifikan 10% yakni 0,256. Dan dapat peneliti simpulkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan media sosial Instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal remaja di Sidoarjo.

Jika dilihat dari teoritik dimana pola komunikasi interpersonal ialah bentuk yang menunjukkan bagaimana

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

Jika dihubungkan dengan Stimulus (S), Organisme (O), dan Efek atau Respons (R) atau tiga unsur dari teori S-O-R yang digunakan dalam penelitian ini, teori ini merupakan reaksi seseorang saat menerima stimulus dari

media dan memperkirakan efek yang didapat. Teori ini menunjukkan antara aksi dan reaksi dengan asumsi media massa dapat menimbulkan efek atau respon yakni perubahan sikap. Teori ini merupakan kaitan media dengan pengguna.

Dalam penelitian ini stimulus berupa Media Sosial Instagram memberikan efek atau respon kepada organisme atau remaja di Sidoarjo yakni perubahan pola komunikasi interpersonal mereka.

2. Perspektif Keislaman

Respon remaja di Sidoarjo terhadap penggunaan media sosial Instagram sejalan dengan prinsip – prinsip Islam dalam metode pesan dan penyampaian yang berpedoman pada Al – Qur'an, mengkomunikasikan prinsip – prinsip dasar Islam dan meletakkan dasar perilaku Islam, seperti yang ditunjukkan oleh hasil analisis di atas. Mereka juga berkomunikasi sesuai dengan ayat yang berbunyi :

يَا أَيُّهَا الَّذِينَ آمَنُوا اتَّقُوا اللَّهَ وَقُولُوا قَوْلًا

سَدِيدًا ٧٠

Wahai orang-orang yang beriman! Bertakwalah kamu kepada Allah dan ucapkanlah perkataan yang benar
(Qs. Al-Ahzab [33] : 70)

Dalam perspektif Islam, Komunikasi Interpersonal sama dengan komunikasi interpersonal dalam pengertian umum, dimana komunikator menyampaikan pesan secara langsung kepada komunikan dan komunikan menerima dan membalas langsung kepada komunikator. Namun hal ini berkaitan dengan berkomunikasi dan mengatakan pesan dengan benar. Dapat dilihat bahwa responden menggunakan media sosial Instagram dengan baik dan benar seperti menggunakan fasilitas – fasilitas Instagram seperti Instagram Story, meng*Upload* foto atau video, *Direct Message* untuk berkomunikasi, *Like* atau *Comment* saat teman *Update* foto atau video di Instagram, menggunakan Instagram untuk mencari informasi atau berita, mencari suatu barang, dan lain – lain. Dapat disimpulkan bahwa mereka menggunakan media sosial Instagram dengan baik.

Dilihat dari kata – kata dalam Al - Qur'an yang merupakan penjelasan dari komunikasi atau perkataan (Qaulan) antara lain, Qaulan Sadidan atau perkataan yang benar, Qaulan Maysura atau perkataan yang ringan, Qaulan Layyinan atau perkataan yang lembut, Qaulan Kariman atau perkataan yang mulia, Qaulan Ma'rufan

atau perkataan yang baik, dan Qaulan Baligha atau mudah dimengerti, mereka sudah menerapkan hal – hal tersebut dalam penggunaan media sosial Instagram mereka.

Seperti halnya “Qaulan Kariman” atau perkataan yang mulia, mereka berkomunikasi dengan baik yaitu melalui fasilitas *Direct Message* sesuai dengan pengertiannya yaitu mengandung isi, pesan, cara serta tujuannya selalu baik. Mereka juga melakukan komunikasi dengan baik dilihat dari mereka menggunakan fasilitas *Like* atau *Comment* saat teman *update* di Instagram. Mereka juga menjalin silaturahmi yang baik dilihat dari seringnya melakukan komunikasi atau interaksi melalui Instagram, lebih mudah mendapat teman melalui Instagram, dan lain – lain. Dimana hal itu sejalan dengan QS. Al Isra’ Ayat 23 yang memerintahkan untuk selalu mengucapkan perkataan yang baik atau mulia dimana perkataan tersebut merupakan komunikasi yang menyeru kepada kebaikan. Sejalan juga dengan etika bermedia yakni menjamin dan mengatur kebebasan berekspresi dimana terdapat dalam QS. Ali Imran ayat 104 yang menekankan sebagai manusia harus melakukan apa yang baik dan benar.

BAB V

PENUTUP

A. KESIMPULAN

Setelah peneliti mengamati dan menemukan hasil analisa pada bab sebelumnya tentang Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja di Sidoarjo. Peneliti kemudian menarik kesimpulan antara lain :

1. Penelitian tentang Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan Pola Komunikasi Interpersonal Remaja di Sidoarjo memakai rumus Korelasi Product Moment serta menghasilkan bahwa penggunaan media sosial Instagram memiliki pengaruh terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal remaja di Sidoarjo. Perihal ini dibuktikan dengan pengujian yang mendapatkan nilai 0,768 dimana jauh lebih besar dari nilai r tabel 100 responden dengan taraf signifikan 10% yakni 0,256. Lewat pengujian tersebut dapat diartikan bahwa tingkat hubungan antara Variabel X dan Variabel Y mempunyai signifikansi yang kuat serta hipotesis kerja (H_a) diterima sedangkan hipotesis nihil (H_o) ditolak atau disimpulkan bahwa terdapat pengaruh penggunaan

media sosial Instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal remaja di Sidoarjo.

2. Melihat hasil perhitungan koefisien korelasi sebesar 0,768, maka sesuai dengan tabel koefisien korelasi, dapat disimpulkan bahwa pengaruh media sosial Instagram terhadap perubahan pola komunikasi interpersonal remaja di Sidoarjo kuat.

B. SARAN DAN REKOMENDASI

Berdasarkan penelitian yang telah dijalankan, terdapat beberapa saran dan rekomendasi yang dapat diajukan, sebagai berikut :

1. Sebaiknya tetap menggunakan media sosial secara positif dalam hal apapun terlebih dalam berkomunikasi, mencari informasi, dan lain – lain.
2. Disarankan untuk peneliti selanjutnya mengambil sampel yang lebih banyak dan lebih luas dengan tujuan keakuratan data yang lebih baik dan melihat hasil penelitian yang lebih menggambarkan keadaan yang sesungguhnya secara lebih umum dan luas.

3. Melakukan studi berkelanjutan untuk memantau dan mengevaluasi setiap perubahan perilaku responden dari waktu ke waktu.

C. KETERBATASAN PENELITIAN

Berikut ini adalah beberapa keterbatasan penelitian, diantaranya :

1. Ukuran sampel penelitian yang hanya 100 responden, jelas tidak cukup untuk menggambarkan situasi yang sebenarnya secara lebih umum dan luas.
2. Penelitian yang hanya berfokus pada sosial media Instagram dimana hanya satu dari banyak sosial media lain.

DAFTAR PUSTAKA

- Badan Pusat Statistik, 'Penduduk Menurut Jenis Kelamin Dan Kelompok Umur (Jiwa), 2018 - 2020'. Diakses pada September 2021 dari <https://sidoarjo.bps.go.id/indicator/12/118/1/penduduk-menurut-jenis-kelamin-dan-kelompok-umur.html>
- Darajat, Z., *Pendekatan Psikologis Dan Fungsi Keluarga Dalam Menanggulangi Kenakalan Remaja*. Semarang, 1990.
- Departemen Agama RI, *Al - Qur'an Dan Terjemahannya*. Jakarta: PT. Kumudasmoro Grafindo Semarang, 1994.
- Djamarah, S. B., *Pola Komunikasi Orang Tua & Anak Dalam Keluarga (Sebuah Perspektif Pendidikan Islam)*. Jakarta: Rineka Cipta, 2004.
- Effendy & Onong U., *Ilmu, Teori Dan Filsafat Komunikasi*. Bandung: Citra Aditya Bakti, 2003.
- , *Ilmu Komunikasi Teori Dan Praktek* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2005.
- Haomasan, P., & Nofharina, 'PENGARUH PENGGUNAAN SMARTPHONE TERHADAP POLA KOMUNIKASI INTERPERSONAL SISWA SMP NEGERI 50

BANDUNG'. *Jurnal Komunikasi*, Vol. 12, No.1, 2018.
<https://doi.org/10.21107/ilkom.v12i1.3710>

Harefa, F., 'Pengaruh Konsep Diri Tentang Pemakakaian Media Sosial Dengan Perilaku Remaja Di SMA Parulian 1 Medan Tahun 2019', [Skripsi].
<http://repository.helvetia.ac.id/2418/>

Hefni, H., *Komunikasi Islam*. Jakarta: Prenadamedia Group, 2017.

Husna, N., 'Dampak Media Sosial Terhadap Komunikasi Interpersonal Pustakawan Di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Nailul Husna', *Jurnal Libria*, Vol. 9, No. 2, 2017.

Khalil, A. I. A. E. F., 'The Islamic Perspective of Interpersonal Communication', *Journal of Islamic Studies and Culture*, Vol. 4, No. 2, 2016. <https://doi.org/10.15640/jisc.v4n2a3>

Komah, H., Rustiyarso, & Izhar S., 'POLA KOMUNIKASI ANTAR REMAJA DI ERA DIGITAL DI DESA SERUMPUN KECAMATAN SALATIGA', *Jurnal Pendidikan Dan Pembelajaran Khatulistiwa*, Vol. 8, No. 9, 2019.

Margono, *Metode Penelitian Pendidikan*. Jakarta: Rineka Cipta, 2004.

Morissan, *Periklanan Komunikasi Pemasaran Terpadu*.

Jakarta: Penerbit Kencana, 2010.

Mubarak, & Andjani, M. D., *Komunikasi Antarpribadi Dalam Masyarakat Majemuk*, Jakarta: Dapur Buku, 2014.

Mulyana, D., *Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya, 2005.

Nainggolan, Vitri, Sintje A. R., & Grace J. W., 'Peranan Media Sosial Instagram Dalam Interaksi Sosial Antar Mahasiswa Fakultas Ilmu Sosial Dan Politik Unsrat Manado', *Jurnal Acta Diurna*, Vol 7, No. 4, 2018.

Napoleon Cat, 'Instagram Users in Indonesia January 2020'. Diakses pada September 2021 dari <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2020/01/>

———, 'Instagram Users in Indonesia August 2021'. Diakses pada September 2021 dari <https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2021/08/>

———, 'Pengguna Instagram Di Indonesia Mayoritas Perempuan'. Diakses pada September 2021 dari <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/06/29/perempuan-paling-banyak-gunakan-instagram-di-indonesia>.

Nasrullah, R., *Media Sosial*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media, 2016.

- Nazir, *Metode Penelitian*. Jakarta: Ghalia Indonesia, 2011.
- Nirmala, 'Proses Kognitif Dalam Ungkapan Metaforis', *PAROLE : Journal of Linguistics and Education*, Vol. 4, No. 1, 2017.
- Novianti, Y., 'Konsep Diri Remaja Dalam Media Sosial', 2017.
- Nurudin, *Media Sosial Baru*. Yogyakarta: Mata Padi Pressindo, 2012.
- Oloo, F. L., '*Instagratication: Uses and Gratification of Instagram by University Students For Interpersonal Communication*', [Thesis, Estern Medditerranean University: North Cyprus], 2013.
- Pemerintah Kabupaten Sidoarjo, '*Geografis Sidoarjo*'. Diakses pada September 2021 dari <https://www.sidoarjokab.go.id/geografis>
- Purwanti, P., 2021 'Teori Stimulus Respon Dalam Komunikasi Massa Yang Efektif'. <https://pakarkomunikasi.com/teori-stimulus-respon-dalam-komunikasi-massa>
- Putri, D. E., 'Analisis Perilaku Mimetik Di Kalangan Siswi SMA Negeri 1 Makassar Terhadap Tren Fashionista Instagram', *Jurnal Komunikasi KAREBA*, Vol. 5, No. 2, 2016.
- Rahayu, S., 'Media Sosial Dan Pengembangan Hubungan

Interpersonal Remaja Di Sidoarjo', *Ilmu Komunikasi, Universitas Muhammadiyah Sidoarjo*, 2018.

Rahmani, T., 'PENGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI PENGUASAAN DASAR-DASAR FOTOGRAFI. Yogyakarta: Universitas Islam Negeri Sunan Kalijaga Yogyakarta, 2016. *Suka.Ac.Id*

Ronaning R., Elva, & Sarmiati, 'Perubahan Sosial Budaya Akibat Media Instagram Bagi Kalangan Mahasiswi Di Kota Padang', *Jurnal Antropologi: Isu-Isu Sosial Budaya*, Vol. 21, No. 2, 2019. <https://doi.org/10.25077/jantro.v21.n2.p202-210.2019>

Sekaran, *Metode Penelitian Bisnis*. Jakarta: Salemba Empat, 2006.

———, *Research Methods for Business: A Skills Building Approach*. New York: John Wiley and Sons, 2001.

Simon, 'Digital 2021 : Indonesia'. Diakses pada Oktober 2021 dari <https://datareportal.com/reports/digital-2021-indonesia>

Subramanian, K. R., 'Influence of Social Media in Interpersonal Communication', *INTERNATIONAL JOURNAL OF SCIENTIFIC PROGRESS AND RESEARCH (IJSPR)*. Vol. 38, No. 2, 2017.

Sugiyono, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan*

Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D. Bandung: Alfabeta, 2013.

———, *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, Dan R&D*. Bandung: Alfabeta, 2018.

———, *Statistika Untuk Penelitian*. Bandung: Penerbit Alfabeta, 2017.

Sundawati, N., 'Penggunaan Media Sosial Instagram Dalam Upaya Meningkatkan Hasil Belajar Dan Motivasi Siswa Kelas XI Pada Materi Sel', [Skripsi, Universitas Pasundan: Bandung], 2018.
[http://repository.unpas.ac.id/40202/%0Ahttp://repository.unpas.ac.id/40202/5/8.BAB II.pdf](http://repository.unpas.ac.id/40202/%0Ahttp://repository.unpas.ac.id/40202/5/8.BAB%20II.pdf)

Sarwono, *Psikologi Sosial: Individu Dan Teori - Teori Psikologi Sosial*. Jakarta: Balai Pusat, 2002.

Supranto, *Statistik Teori Dan Aplikasi*. Jakarta: Erlangga, 2000.

Supratiknya, *Komunikasi Antar Pribadi*. Yogyakarta: Kanisius, 1995.

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

Suryabrata, *Metode Penelitian*. Jakarta: Rajawali Press, 1994.

Sutarman, *Pengantar Teknologi Informasi*. Jakarta: Bumi Aksara, 2009.

- Tenia, H., 'Pengertian Media Sosial'. Diakses pada Oktober 2021 dari <https://www.kata.co.id/Pengertian/Media-Sosial/879>
- Van Dijck, J., *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*, *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. UK: Oxford University Press, 2013.
<https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780199970773.001.0001>
- Widiyanto, J., *SPSS For Windows*. Surakarta: FKIP Universitas Muhammadiyah Surakarta, 2012.
- Wijaya, K. K., 'Indonesia Ternyata Pengguna Instagram Terbanyak Ketiga Di Dunia', 2016.
<https://id.techinasia.com/jumlah-pengguna-instagram-indonesia>
- Wulandari, S., 'MEDIA SOSIAL DAN PERUBAHAN PERILAKU BAHASA', *Mediakom: Jurnal Ilmu Komunikasi*, Vol. 2, No. 1, 2018.
<https://doi.org/10.35760/mkm.2018.v2i1.1890>
- Yusuf, D. P., 'PENGARUH PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL FACEBOOK TERHADAP POLA KOMUNIKASI INTERPERSONAL DI SDN IV SUDIRMAN MAKASSAR', [Skripsi, Universitas Hasanuddin, Makassar], 2017.