

**HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA  
SOSIAL INSTAGRAM DENGAN KOMUNIKASI  
INTERPERSONAL MAHASISWA PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA MALIK  
IBRAHIM MALANG**

**SKRIPSI**



**oleh**

**AGUS NASHIHUDIN ALI  
15410215**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2021**

**HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM DENGAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL  
MAHASISWA PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA  
MALIK IBRAHIM MALANG**

**SKRIPSI**

Diajukan kepada  
Dekan Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang  
untuk memenuhi salah satu persyaratan  
dalam memperoleh gelar sarjana Psikologi (S.Psi)

**oleh**

**AGUS NASHIHUDIN ALI  
15410215**

**FAKULTAS PSIKOLOGI  
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI  
MAULANA MALIK IBRAHIM MALANG  
2021**

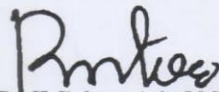
**HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM DENGAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL  
MAHASISWA PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA  
MALIK IBRAHIM MALANG**

**SKRIPSI**

oleh

**AGUS NASHIHUDIN ALI  
15410215**

**Telah disetujui oleh:  
Dosen Pembimbing**



**Dr. H. Rahmat Aziz, M.Si  
NIP. 19700813 200112 1 001**

**Mengetahui,  
Dekan Fakultas Psikologi**



  
**Dr. H. Kifa Hidayah, M.Si.  
NIP. 19761128 200212 2 001**

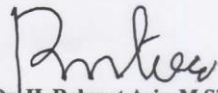
**SKRIPSI**

**HUBUNGAN ANTARA INTENSITAS PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL  
INSTAGRAM DENGAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL  
MAHASISWA PSIKOLOGI UNIVERSITAS ISLAM NEGERI MAULANA  
MALIK IBRAHIM MALANG**

telah dipertahankan didepan Dewan Penguji  
pada tanggal, 7... Mei... 2021....

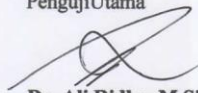
**Susunan Dewan Penguji**

**Anggota/Sekretaris**



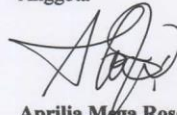
**Dr. H. Rahmat Aziz, M.Si**  
NIP. 19700813 200112 1 001

**Ketua  
Penguji Utama**



**Dr. Ali Ridho, M.Si**  
NIP. 19780429 200604 1 001

**Anggota**



**Aprilia Mega Rosdiana, M.Si**  
NIP. 19900410 202012 2 004

Skripsi ini telah diterima sebagai salah satu persyaratan  
untuk memperoleh gelar Sarjana Psikologi  
Tanggal, 29... Agustus... 2021

**Mengesahkan  
Dekan Fakultas Psikologi  
UIN Maulana Malik Ibrahim Malang**



**Dr. Hj. Rifa Hidayah, M.Si.**  
NIP. 19761128 200212 2 001

### Pernyataan Orisinalitas

Yang bertanda tangan dibawah ini :

Nama : Agus Nashihudin Ali

NIM : 15410215

Fakultas : Psikologi UIN Malang

Menyatakan bahwa skripsi yang saya buat untuk menyelesaikan syarat akhir dari perkuliahan pada umumnya dengan judul "Hubungan Antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram Dengan Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang", adalah benar-benar hasil karya sendiri baik sebagian maupun keseluruhan, kecuali dalam bentuk kutipan yang sebagaimana seharusnya dalam metode kepenulisan *maka harus disebutkan sumbernya. Apabila dikemudian hari ada klaim pihak lain, bukan menjadi tanggung jawab Dosen Pembimbing dan pihak Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.*

Demikian surat pernyataan ini saya buat dengan sebenar-benarnya dan apabila pernyataan ini tidak benar maka saya bersedia mendapat sanksi.

Malang, 29 Agustus 2022

Penulis,



Agus Nashihudin Ali  
NIM. 15410251

## **Motto**

“Hal paling penting dalam komunikasi adalah mendengarkan  
apa yang tidak dikatakan.”

Peter F. Drucker

## **Persembahan**

*Segala puji bagi Allah Yang Maha Kuasa karena telah memberikan rahmat, hidayah serta karunia-Nya berupa kesehatan, kesempatan, dan kesadaran kepada hamba sehingga bisa terus berusaha untuk menjadi diri yang lebih baik. Sholawat serta salam semoga tetap tercurah limpahkan atas Keharibaan Nabi Muhammad shallallahu 'alaihi wa sallam karena berkat beliaulah sehingga saya bisa merasakan keindahan dalam mencari ilmu.*

*Skripsi ini saya persembahkan untuk kedua orang tua tercinta yaitu bapak dan ibu yang selalu memberikan doa serta kasih sayang yang tak terbatas, memberikan motivasi serta doa yang tiada henti dan selalu mengingatkan untuk selalu bertawakkal kepada Allah setiap selesai mengerjakan. Tak lupa semua saudara saya yang juga selalu memberikan motivasi.*

*Berkat dukungan keluarga saya dapat menyelesaikan penulisan tugas akhir skripsi. Semoga hal tersebut menjadi langkah awal saya untuk bisa terus membanggakan dan membahagiakan kedua orang tua dan keluarga.  
Amin.*

## **Kata Pengantar**

*Bismillahi walhamdulillahi robbil 'alamin*, penulis panjatkan syukur atas kehadiran Allah SWT yang telah memberikan limpahan nikmat serta hidayah-Nya. Tak lupa sholawat dan salam tetap tercurah limpahkan atas baginda Nabi Muhammad SAW yang telah mengenalkan cahaya Islam pada kehidupan ini sehingga penulis dapat menyelesaikan penulisan proposal skripsi ini. Penulisan proposal skripsi ini dapat terselesaikan tak lepas dari bimbingan, dorongan dan bantuan dari berbagai pihak. Oleh karena itu penulis ingin menyampaikan terima kasih kepada:

1. Bapak Prof. Dr. M. Zainudin, MA, selaku Rektor Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
2. Ibu Dr. Hj. Rifa Hidayah, M. Si, selaku Dekan Fakultas Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.
3. Bapak Dr. H. Rahmat Aziz, M.Si, selaku Dosen Pembimbing yang luarbiasa tabahnya menghadapi mahasiswa seperti penulis dan senantiasa meluangkan waktu untuk membimbing penulis dengan penuh kesabaran. Tidak ada kata yang mampu mewakili kebaikan beliau.
4. Seluruh dosen pegajar Fakultas Psikologi dan jajaran civitas akademik Fakultas Psikologi UIN Malang.



5. Bapak Nur Ali (Alm) dan Ibu Sami'ah yang selalu memberikan motivasi dan juga dukungan serta do'a yang tiada henti.
6. Imam Syafi'I, Janatul Aliyah, Siti Anita Rohmawati, Nasihun Amin yang selalu memberikan dukungan dan nasihat
7. PMII Rayon Penakluk Al- Adawiyah
8. Kader Ndableg Rayon Penakluk Al-Adawiyah

Akhirnya dengan pengetahuan yang terbatas oleh penulis yang dilapisi dengan usaha maka penulis mampu menyelesaikan tugas akhir perkuliahan. Dengan ini jika ada kekurangan maka penulis memohon maaf yang sebesar-besarnya, semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi pembacanya.

Malang, 25 Maret 2021

Penulis,

Agus Nashihudin Ali

## Daftar Isi

<b>Halaman Persetujuan .....</b>	<b>iii</b>
<b>Halaman Pengesahan.....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Pernyataan Orisinalitas .....</b>	<b>Error! Bookmark not defined.</b>
<b>Motto .....</b>	<b>vi</b>
<b>Persembahan .....</b>	<b>vii</b>
<b>Kata Pengantar .....</b>	<b>viii</b>
<b>Daftar Isi .....</b>	<b>x</b>
<b>Daftar Tabel.....</b>	<b>xiii</b>
<b>Daftar Lampiran .....</b>	<b>xiv</b>
<b>Abstrak.....</b>	<b>xv</b>
<b>Abstract.....</b>	<b>xvi</b>
<b>BAB I PENDAHULUAN.....</b>	<b>1</b>
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah .....	8
C. Tujuan Penelitian .....	8
D. Manfaat Penelitian .....	9
<b>BAB II KAJIAN TEORI .....</b>	<b>11</b>
A. Komunikasi Interpersonal .....	11
1. Pengertian Komunikasi Interpersonal .....	11
2. Tujuan Komunikasi Interpersonal .....	13
3. Prinsip-prinsip Komunikasi Interpersonal .....	14
4. Aspek-aspek Komunikasi Interpersonal.....	16
5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Interpersonal.....	19
6. Hambatan-hambatan dalam Komunikasi Interpersonal .....	21
B. Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram.....	24
1. Pengertian Intensitas .....	24
2. Aspek-aspek Intensitas Penggunaan Internet .....	24
3. Waktu Intensitas Penggunaan Internet .....	25
4. Pengertian Media Sosial .....	26
5. Karakteristik Media Sosial .....	26
6. Penggunaan Media Sosial Instagram .....	28
C. Hubungan Komunikasi Interpersonal dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram pada Mahasiswa .....	29
D. Hipotesis.....	32

<b>BAB III METODE PENELITIAN .....</b>	<b>34</b>
A. Rancangan Penelitian .....	34
B. Identifikasi Variabel Penelitian.....	34
C. Definisi Operasional .....	36
D. Populasi dan Sampel Penelitian .....	37
1. Populasi dan Sampel Penelitian .....	37
E. Teknik Pengumpulan Data.....	39
1. Skala Penelitian .....	42
2. Blueprint Penelitian.....	43
3. Alat Ukur Penelitian.....	45
F. Validitas dan Reliabilitas .....	47
1. Validitas .....	47
2. Reliabilitas.....	48
G. Analisis Data.....	50
1. Uji Asumsi.....	50
2. Uji Hipotesis.....	51
<b>BAB IV HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN.....</b>	<b>52</b>
A. Pelaksanaan Penelitian .....	52
1. Gambaran Lokasi Penelitian .....	52
2. Waktu dan Tempat .....	53
3. Prosedur.....	53
B. Hasil Penelitian .....	54
1. Deskripsi Data Penelitian .....	54
2. Uji Asumsi.....	57
3. Uji Hipotesis.....	60
C. Pembahasan Hasil Data Penelitian.....	63
1. Tingkat Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram pada Mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang .....	63
2. Tingkat Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang.....	64
3. Hubungan antara Komunikasi Interpersonal dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram .....	66
<b>BAB V PENUTUP.....</b>	<b>69</b>
A. Kesimpulan .....	69
B. Saran.....	70
<b>DAFTAR PUSTAKA .....</b>	<b>72</b>
<b>LAMPIRAN.....</b>	<b>75</b>



## Daftar Tabel

<b>Tabel 1. Bobot Penilaian Skala .....</b>	<b>42</b>
<b>Tabel 2. Blueprint Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram .....</b>	<b>43</b>
<b>Tabel 3. Blueprint Komunikasi Interpersonal .....</b>	<b>44</b>
<b>Tabel 4. Blueprint Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram .....</b>	<b>45</b>
<b>Tabel 5. Blueprint Komunikasi Interpersonal .....</b>	<b>46</b>
<b>Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Alpha Cronbach .....</b>	<b>49</b>
<b>Tabel 7. Analisis Deskripsi Jenis Kelamin .....</b>	<b>54</b>
<b>Tabel 8. Statistik Deskriptif .....</b>	<b>54</b>
<b>Tabel 9. Hasil Presentasi Variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram .....</b>	<b>56</b>
<b>Tabel 10. Hasil Presentasi Variabel Komunikasi Interpersonal .....</b>	<b>57</b>
<b>Tabel 11. Hasil Uji Normalitas .....</b>	<b>58</b>
<b>Tabel 12. Hasil Uji Linieritas .....</b>	<b>59</b>
<b>Tabel 13. Hasil Analisis Regresi .....</b>	<b>60</b>
<b>Tabel 14. Model Regresi .....</b>	<b>61</b>
<b>Tabel 15. Standar Koefesien .....</b>	<b>61</b>
<b>Tabel 16. Hasil Uji Korelasi .....</b>	<b>62</b>

## Daftar Lampiran

Lampiran 1. Lampiran Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram .....	76
Lampiran 2. Lampiran Skala Komunikasi Interpersonal .....	79
Lampiran 3. Lampiran Data Responden .....	82
Lampiran 4. Lampiran Kategorisasi.....	85
Lampiran 5. Lampiran Hasil Uji Normalitas .....	86
Lampiran 6. Lampiran Hasil Uji Linieritas.....	87
Lampiran 7. Lampiran Anova Table.....	88
Lampiran 8. Lampiran Hasil Uji Korelasi.....	89

## Abstrak

Nashihudin Ali, Agus. 2021. **Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang**. Skripsi. Jurusan Psikologi, Fakultas Psikologi, Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Pengampu : Dr. H. Rahmat Aziz, M.Si.

Keywords : Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram, Komunikasi Interpersonal.

---

Judul penelitian ini adalah, " Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram terhadap Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang ". Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat intensitas penggunaan media social Instagram, mengetahui tingkat komunikasi interpersonal dan mengetahui hubungan antara intensitas penggunaan media social Instagram dan komunikasi interpersonal mahasiswa psikologi di Universitas Islam Negeri Maulana malik Ibrahim Malang. Metode yang digunakan dalam mengumpulkan data yang berkaitan dengan subjek penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan analisis korelasi. Sampel dikumpulkan dengan teknik purposive sampling. Data dianalisis dan dikumpulkan melalui metode kuisioner dengan model skala likert untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi responden tentang suatu fenomena.

nilai F hitung = 22,960 > 4,04 (F tabel) dan P = 0,000 < 0.05, sehingga dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang positif dan simultan antara Intensitas penggunaan media social Instagram dan komunikasi interpersonal. Maka pada penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis (Ha) dalam penelitian ini diterima bahwa Intensitas penggunaan media social Instagram memiliki hubungan yang signifikan terhadap komunikasi interpersonal mahasiswa psikologi Angkatan 2017, 2018, 2019 di Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Kesimpulan dari penelitian ini menjelaskan bahwa intensitas penggunaan media social Instagram memberikan sumbangsih pengaruh 19% terhadap variabel komunikasi interpersonal, dan 81% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lain, diluar variabel intensitas penggunaan media social instagram. Dengan begitu maka intensitas penggunaan media social masih memiliki hubungan terhadap komunikasi interpersonal walaupun pada tingkat rendah, terdapat pengaruh positif yang signifikan pada hubungan variabel tersebut. Dengan demikian bisa dikatakan bahwa terdapat hubungan pada permasalahan yang sudah dijabarkan tersebut.

## Abstract

Nashihudin Ali, Agus. 2021. **The Relationship of Instagram Social Media Intensity to Interpersonal Communication of Psychology Students of Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang. Essay. Department of Psychology, Faculty of Psychology, Maulana Malik Ibrahim State Islamic University of Malang.**

Supervisor : Dr. H. Rahmat Aziz, M.Si.

Keywords : Intensity Use of Instagram Social Media, Interpersonal Communication.

---

The title of this research is, "The Intensity Relationship of Using Instagram Social Media to Interpersonal Communication of Psychology Students of Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang". The purpose of this study was to determine the intensity level of the use of social media Instagram, to know the level of interpersonal communication and to know the relationship between the intensity of the use of social media Instagram and interpersonal communication of psychology students at the State Islamic University of Maulana Malik Ibrahim Malang. The method used in collecting data related to the subject of this study is a quantitative method with correlation analysis. Samples were collected by using purposive sampling technique. Data were analyzed and collected through a questionnaire method with a Likert scale model to measure respondents' attitudes, opinions and perceptions about a phenomenon.

$F_{count} = 22.960 > 4.04$  ( $F_{table}$ ) and  $P = 0.000 < 0.05$ , so it can be interpreted that there is a positive and simultaneous relationship between the intensity of using Instagram social media and interpersonal communication. So in this study it can be concluded that the hypothesis ( $H_a$ ) in this study is accepted that the intensity of the use of social media Instagram has a significant relationship to interpersonal communication of psychology students Class of 2017, 2018, 2019 at Maulana Malik Ibrahim State Islamic University Malang.

The conclusion of this study explains that the intensity of the use of social media Instagram contributes to the influence of 19% on interpersonal communication variables, and 81% is influenced by other factors, apart from the intensity variable of using social media Instagram. That way, the intensity of the use of social media still has a relationship to interpersonal communication even though at a low level, there is a significant positive effect on the relationship of these variables. Thus it can be said that there is a relationship to the problems that have been described.





# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Masalah**

Perkembangan sosial pada mahasiswa merupakan salah satu aspek yang patut untuk diperhatikan. Tidak sedikit permasalahan yang timbul pada diri mahasiswa dilatar belakangnya oleh perkembangan sosial yang tidak stabil. Dalam perkembangan sosial mahasiswa, kebutuhan untuk membangun hubungan baik dengan lingkungan sangat kuat. Terkadang membangun hubungan antar teman dan lingkungan sendiri tidaklah mudah. Proses membangun hubungan antar teman dan lingkungan, sangat erat kaitannya dengan proses komunikasi.

Salah satu bentuk komunikasi yang memiliki pengaruh besar dalam membangun hubungan adalah komunikasi interpersonal. Tidak dipungkiri bahwa dalam membangun hubungan manusia seringkali dihadapkan pada situasi untuk menyatakan pendapat tanpa disertai emosi, marah, sikap kasar, bahkan harus menetralkan keadaan apabila dihadapkan pada suatu konflik, situasi ini memerlukan komunikasi yang baik dan berkualitas. Komunikasi dikatakan berkualitas apabila dalam proses komunikasi terdapat kontak batin yang baik, yaitu saling memahami dan mengerti perasaan masing-masing.

Pada zaman modern dan praktis ini proses komunikasi menjadi sangat dimudahkan dengan adanya berbagai temuan teknologi komunikasi. Teknologi komunikasi saat ini bagaikan dua sisi mata pisau, dengan kemajuan

pesat tidak hanya membawa dampak positif namun juga membawa dampak negatif bagi masyarakat dengan adanya perubahan struktur dan pola interaksi di masyarakat, yang awalnya komunikasi dilakukan secara face to face dalam ruang yang sama, sekarang dengan adanya teknologi komunikasi, proses komunikasi bisa dilakukan dimana saja tanpa terbatas ruang dan waktu tanpa dituntut bertemu secara langsung.

Hubungan komunikasi interpersonal dengan baik akan menghasilkan umpan balik yang baik pula. Komunikasi interpersonal diperlukan untuk mengatur tata krama pergaulan antar manusia, sebab dengan melakukan komunikasi interpersonal dengan baik akan memberikan pengaruh langsung pada struktur seseorang dalam kehidupannya. Wisnuwardhani dan Mashoedi (2012) mengatakan bahwa ketika menjalin hubungan dengan orang lain, individu mencoba mengenali dan memahami kebutuhan satu sama lain, membentuk interaksi dan berusaha mempertahankan interaksi tersebut. Ketika individu mencoba berinteraksi dengan orang lain, maka individu tersebut melakukan hubungan interpersonal. Salah satu cara terpenting untuk membangun hubungan interpersonal adalah melalui komunikasi.

Perkembangan teknologi saat ini, banyak hal yang dapat dikerjakan dengan mudah, salah satunya dalam hal berkomunikasi. Jika dahulu kala orang berkomunikasi dengan bertatap muka secara langsung agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik, namun sekarang orang tidak harus bertatap muka secara langsung agar dapat berkomunikasi. Sehingga komunikasi dapat berlangsung lebih mudah dengan adanya teknologi.

Terdapat kelebihan dalam komunikasi interpersonal yaitu, terdapat kedekatan emosional karena intensitas dalam berkomunikasi, dapat menyampaikan pesan dengan hanya berkomunikasi di dunia maya seperti di jejaring sosial dan tanpa harus bertemu tatap muka secara langsung. Ada juga kekurangan dalam komunikasi interpersonal yaitu, tidak dapat berkomunikasi dengan orang yang ada di tempat yang berbeda karena jangkauan tatap muka ini sangat terbatas sehingga memerlukan media untuk menghubungkan antara satu sama lain agar dapat berkomunikasi. Jadi dalam tatap muka ini yang menjadi kendala adalah waktu dan jangkauannya yang terbatas.

Teknologi komunikasi yang marak digunakan pada saat ini adalah teknologi komunikasi online yaitu media sosial. Kemunculan media sosial menjadi wadah baru untuk melakukan komunikasi yang efisien, masalah jarak dan waktu tidak menjadi penghambat dalam melakukan komunikasi. Munculnya situs-situs pertemanan (media sosial) yang kian digandrungi jutaan penduduk dunia ternyata juga mampu memicu pergeseran nilai-nilai sosial dalam masyarakat, khususnya mahasiswa. Media sosial menghapus batasan-batasan dalam bersosialisasi.

Media sosial tidak ada batasan ruang dan waktu, mereka dapat berkomunikasi kapanpun dan dimanapun mereka berada. Tidak dapat dipungkiri bahwa media sosial mempunyai pengaruh yang besar dalam kehidupan seseorang. Media sosial saat ini ada beberapa yang digunakan oleh para mahasiswa Indonesia yakni facebook, twitter, instagram dan WhatsApp. Salah satu media sosial yang sedang banyak digunakan oleh pengguna gadget

seperti mahasiswa saat ini adalah Instagram. Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto yang memungkinkan pengguna mengambil foto, menerapkan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial, termasuk Instagram tersebut.

Fenomena yang sering terjadi ialah dimana orang melakukan komunikasi melalui telepon atau internet dalam berhubungan dengan orang yang berada di wilayah berbeda, misalkan pada mahasiswa. Penggunaan teknologi sekarang ini sangat membantu orang-orang termasuk mahasiswa untuk saling terhubung dan komunikasi dengan keluarga yang dilakukan tidak hanya sekedar berbentuk tatap muka melainkan sudah menjadi fenomena umum bahwa komunikasi yang terjalin tidak hanya terjadi di dunia nyata tetapi juga di dunia maya yang sering disebut dengan media sosial.

Mahasiswa kerap sibuk sendiri dengan handphone miliknya dikarenakan terus menerus online di media sosialnya khususnya Instagram untuk berkomunikasi dengan teman-teman media sosialnya. Mahasiswa yang sangat dibebaskan menggunakan ponsel miliknya untuk online media sosial Instagramnya saat berada dirumah maupun diluar rumah seperti dikampus dan tempat lainnya, seringkali tidak menyadari lingkungan sekitar dikarenakan sibuk dengan ponsel miliknya yang sedang online media sosial Instagram nya tersebut.

Melihat fenomena tersebut, terdapat kalangan mahasiswa di Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim, dimana telah diteliti secara langsung oleh peneliti banyak yang merupakan pengguna aktif media sosial Instagram.

Mahasiswa-mahasiswa tersebut saat ketika sedang berada dirumah maupun berada di kampus kebanyakan menghabiskan waktunya untuk mengakses akun Instagramnya.

Petrovic (2013) menyatakan bahwa media sosial sebagai media komunikasi yang sangat penting untuk menjaga kelangsungan hubungan interpersonal. Melalui media sosial orang dapat berbagi informasi mengenai dirinya dengan membuat status tentang apa yang sedang dirasakan, tentang kegiatan yang dilakukan, mengunggah foto, bercakap-cakap, berbagi berita. Semakin banyak informasi yang dibagikan kepada teman atau pasangan dalam hubungan interpersonal mendorong timbulnya saling pengertian, saling menghargai dan yang paling penting saling mengembangkan kualitas hubungan interpersonal (Rakhmat, 2013).

Selanjutnya menurut Anderson & Emmer-Sommer (2006), bahwa adanya akses internet sangat memudahkan orang untuk berkomunikasi melalui media sosial sehingga perubahan cara berkomunikasi tersebut akan mempengaruhi kualitas hubungan interpersonal.

Terdapat banyak fenomena yang terjadi pada mahasiswa sekarang ini, dimana mahasiswa lebih memainkan atau menggunakan ponselnya untuk aktif online media sosialnya, meskipun mahasiswa tersebut berada ditengah-tengah suatu kegiatan atau sosialisasi dengan orang disekitarnya. Sebab berbicara di dunia maya merupakan hal yang mengasyikkan sekaligus memberikan pengalaman (Santor, 2007). Selain itu karena dalam penggunaan media sosial seperti Instagram tersebut biasanya mereka tidak pernah peduli

dengan segala apapun baik dengan waktu, makan, aktivitas lain bahkan tugas-tugas kuliahnya karena bagi mereka bermain dengan menggunakan media sosial adalah sesuatu hal yang sangat menyenangkan dari pada melakukan segala hal yang dianggap tidak terlalu penting.

Media sosial Instagram telah menjadi bagian dari pengalaman tumbuh dewasa untuk para mahasiswa. Media sosial Instagram memang menawarkan banyak kemudahan yang membuat para mahasiswa betah berlama-lama berselancar di dunia maya. Para pengguna media sosial Instagram pun dapat dengan bebas berkomentar serta menyalurkan pendapatnya tanpa rasa khawatir.

Terdapat pula kelebihan dalam penggunaan media sosial tersebut, yaitu dapat menjalin silaturahmi sesama teman kita dimana saja tanpa harus bertatap muka dan mendapatkan banyak teman dari mana saja. Terkadang dengan media sosial, kita bisa bertemu dengan teman lama yang sudah lama tidak pernah ketemu. Menghasilkan uang dari media sosial seperti memanfaatkan jual online. Kekurangan dalam penggunaan media sosial, yaitu sering di salah gunakan oleh oknum-oknum yang tidak benar untuk melakukan tindak kriminal, bagi mahasiswa tidak ada aturan ejaan dan tata bahasa di situs media sosial, hal ini membuat mereka semakin sulit untuk membedakan antara berkomunikasi di dunia maya dan di dunia nyata, media sosial mengharuskan orang untuk membuat profil mereka sendiri. Profil tersebut diciptakan dari rincian pribadi seseorang yang bisa di salah gunakan oleh orang yang tidak dikenal.

Dalam penelitian Vensy,dkk dalam penelitian Pengaruh Sosial Media Terhadap Komunikasi Interpersonal dan Cyberbullying Pada Remaja. Yang mana hasil dari penelitian tersebut menunjukkan hubungan yang signifikan antara penggunaan media sosial tergdap komunikasi interpersonal. Dalam penelitian Khairil Anwar dan Rahmad Saleh dengan judul penelitian Komunikasi Interpersonal Mahasiswa pada Media Sosial Facebook menunjukkan adanya hubungan antara komunikasi interpersonal dengan media sosial.

Peneliti telah melakukan pre research pada beberapa mahasiswa fakultas psikologi yang dilakukan pada tanggal 11 - 13 Desember 2019 diperoleh keterangan bahwa komunikasi interpersonal merupakan salah satu komunikasi yang paling dominan pada subyek dan intensitas penggunaan media sosial Instagram sangat tinggi sehingga mempengaruhi komunikasi yang terjadi disekitarnya.

Subyek dalam penelitian ini yaitu Mahasiswa Psikologi Angkatan 2017 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang, dengan pertimbangan bahwa mahasiswa Angkatan 2017, 2018, 2019 merupakan mahasiswa yang sedang dalam proses penentuan jati diri. Penggunaan media komunikasi yang mudah dan murah menjadi pilihan utama para mahasiswa sehingga semua kebutuhan informasi terhadap perkuliahan maupun mahasiswa dapat terpenuhi.



## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latarbelakang diatas, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana Tingkat intensitas penggunaan media sosial Instagram pada mahasiswa psikologi uin maulana malik Ibrahim malang?
2. Bagaimana Tingkat komunikasi interpersonal mahasiswa psikologi uin maulana malik Ibrahim malang?
3. Bagaimana hubungan antara komunikasi interpersonal terhadap intensitas penggunaan media sosial Instagram pada mahasiswa psikologi uin maulana malik Ibrahim malang?

## **C. Tujuan Penelitian**

Adapun tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Mengetahui Tingkat intensitas penggunaan media sosial Instagram pada mahasiswa psikologi uin maulana malik Ibrahim malang.
2. Mengetahui Tingkat komunikasi interpersonal mahasiswa psikologi uin maulana malik Ibrahim malang.
3. Mengetahui hubungan antara komunikasi interpersonal terhadap intensitas penggunaan media sosial Instagram pada mahasiswa psikologi uin maulana malik Ibrahim malang.

#### **D. Manfaat Penelitian**

Adapun manfaat dari penelitian yang dapat diambil dari penelitian ini adalah :

1. Manfaat Teoritis

Manfaat dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan sumbangan bagi pengembang Psikologi, yaitu terhadap adanya kemungkinan keterkaitan antara komunikasi interpersonal dengan intensitas penggunaan media sosial Instagram pada mahasiswa.

2. Manfaat Praktis

- a. Bagi Peneliti

Agar peneliti dapat memahami bagaimana perbedaan komunikasi interpersonal pada mahasiswa yang menggunakan media sosial khususnya pada Instagram dan lebih mengkaitkan apa yang akan diteliti dan tidak membahas yang lain selain komunikasi interpersonal dengan intensitas penggunaan media sosial Instagram.

- b. Bagi Mahasiswa

Penting bagi mahasiswa untuk menggunakan teknologi komunikasi dengan baik dan benar sehingga dapat membawa manfaat yang positif bagi perkembangan sosialnya. Meskipun dengan adanya berbagai penawaran kemudian berkomunikasi,

namun tetap menjadikan komunikasi secara langsung menjadi hal yang patut dipertahankan atau ditingkatkan.

## **BAB II**

### **KAJIAN TEORI**

#### **A. Komunikasi Interpersonal**

##### **1. Pengertian Komunikasi Interpersonal**

Komunikasi berasal dari bahasa Latin, yaitu *communis* yang artinya sama, kemudian menjadi *communication* yang berarti pertukaran pikiran dan kemudian diambil alih di dalam bahasa Inggris menjadi *communication*. Untuk itu komunikasi dapat diartikan sebagai proses penyampaian informasi, pengertian dan pemahaman antara pengirim dan penerima. Pada intinya komunikasi merupakan informasi yang ingin disampaikan kepada komunikan dari komunikator melalui lambang-lambang yang mengandung arti (bahasa, simbol, dll) untuk mencapai kesamaan pemahaman antara keduanya (Devito dalam Safaria, 2004).

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik verbal maupun nonverbal (Mulyana, 2007). Pengertian lain dikemukakan oleh Cangara (2006) dimana komunikasi interpersonal adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka. Komunikasi berlangsung secara diadik (dua arah/timbal balik) yang dapat dilakukan dalam tiga bentuk, yakni percakapan, dialog dan wawancara.

Rakhmat (2004) mengemukakan bahwa komunikasi interpersonal adalah bagaimana melihat pengaruh konsep diri terhadap perilaku manusia, bagaimana setiap orang memandang diri sendiri serta memandang orang lain yang akan mempengaruhi pola interaksi dengan orang lain, dan konsep diri yang mewarnai komunikasi seseorang dengan orang lain meliputi keakraban, respon yang tepat, penerimaan nada emosional yang tepat dan sikap sportif. Hal-hal tersebut, lebih menitikberatkan pada komunikasi antara sesama atau adanya interaksi antara satu orang dengan orang lainnya.

Pentingnya situasi komunikasi interpersonal ialah karena prosesnya memungkinkan berlangsung secara dialogis. Komunikasi yang berlangsung secara dialogis selalu lebih baik daripada monologis. Monolog menunjukkan suatu bentuk komunikasi dimana seseorang berbicara dan yang lain menjadi pendengar, jadi tidak terjadi interaksi. Dialog adalah bentuk komunikasi antarpribadi yang menunjukkan terjadinya interaksi. Mereka yang terlibat dalam komunikasi bentuk ini berfungsi ganda, masing-masing menjadi pembicara dan pendengar suara bergantian (Effendy, 2005).

Setiap manusia melakukan komunikasi dengan lingkungan di sekitarnya. Komunikasi adalah peristiwa sosial-peristiwa yang terjadi ketika manusia berinteraksi dengan manusia lain. Manusia berkomunikasi sehingga menciptakan saling pengertian, menumbuhkan persahabatan, memelihara kasih sayang, menyebarkan pengetahuan, namun disisi lain komunikasi juga dapat menyebabkan perpecahan, menghidupkan permusuhan, menanamkan

kebencian dan menghambat pemikiran. Dua sisi yang berbeda ini tergantung pada masing-masing individu yang melakukan komunikasi.

Menurut beberapa pendapat ahli diatas, dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara dua orang yang berlangsung secara tatap muka baik secara verbal maupun nonverbal.

## **2. Tujuan Komunikasi Interpersonal**

Seseorang berkomunikasi dengan orang lain tentu saja mempunyai tujuan tertentu, termasuk di dalamnya komunikasi interpersonal. Ada beberapa tujuan yang ingin dicapai dalam komunikasi interpersonal, antara lain:

- a. Menyampaikan informasi Ketika berkomunikasi dengan orang lain, tentu saja seseorang memiliki berbagai macam tujuan dan harapan.
- b. Berbagi pengalaman Selain menyampaikan informasi, komunikasi interpersonal juga memiliki tujuan untuk saling membagi pengalaman pribadi kepada orang lain mengenai hal-hal yang menyenangkan maupun hal-hal yang menyedihkan/menyusahkan.
- c. Menumbuhkan simpati Simpati adalah suatu sikap positif yang ditunjukkan oleh seseorang yang muncul dari lubuk hati yang paling dalam untuk ikut merasakan bagaimana beban derita, musibah, kesedihan dan kepiluan yang sedang dirasakan oleh orang lain.

- d. Melakukan kerja sama Melakukan kerja sama antara seseorang dengan orang lain untuk mencapai suatu tujuan tertentu atau untuk melakukan sesuatu yang bermanfaat bagi kedua belah pihak.
- e. Menceritakan kekecewaan dan kekesalan Komunikasi interpersonal juga dapat digunakan seseorang untuk menceritakan rasa kecewa atau kekesalan secara tepat secara tidak langsung akan dapat mengurangi beban pikiran.
- f. Menumbuhkan motivasi Melalui komunikasi interpersonal, seseorang dapat memotivasi orang lain untuk melakukan sesuatu yang baik dan positif.

Sedangkan menurut Sugiyono ( 2005) mengatakan bahwa tujuan pokok dalam berkomunikasi adalah mempengaruhi orang lain dan menjadikan diri kita sebagai suatu agen yang dapat mempengaruhi agen yang dapat menentukan atas lingkungan menjadi suatu yang kita kira.

Berdasarkan pendapat diatas, maka dapat disimpulkan bahwa tujuan komunikasi interpersonal yaitu memahami dan menemukan diri sendiri, menemukan dunia luar sehingga dapat dengan mudah menyesuaikan diri dan lingkungan. Membentuk dan memelihara hubungan bermakna dengan orang lain.

### **3. Prinsip-prinsip Komunikasi Interpersonal**

Manusia adalah makhluk sosial sehingga timbul lah ketergantungan manusia satu dengan manusia lain. Akibat dari ketergantungan tersebut maka

manusia satu bergantung pada manusia lainnya. Akibat dari ketergantungan tersebut maka manusia butuh komunikasi dengan manusia lain, sehingga dapat dikatakan bahwa komunikasi memegang peranan penting. Agar proses komunikasi menjadi efektif maka membutuhkan prinsip-prinsip komunikasi interpersonal.

Menurut Surya (dalam Enjang, 2009) mengatakan bahwa agar komunikasi interpersonal efektif maka perlu diperhatikan prinsip-prinsip sebagai berikut:

- a. Kita tidak mungkin terhindar dari kehidupan tanpa komunikasi
- b. Semua komunikasi merujuk pada isi dan hubungan diantara partisipan
- c. Komunikasi tergantung pada pertukaran antar partisipan atas dasar kesamaan sistem tanda dan makna
- d. Setiap orang berkomunikasi menggunakan rangsangan dan respon berdasarkan sudut pandangnya sendiri
- e. Komunikasi interpersonal dapat berangsang timbulnya saling meniru atau saling melengkapi perilaku antara individu yang satu dengan yang lainnya.

Sedangkan menurut Enjang (2009) mengatakan bahwa komunikasi bisa berjalan secara lancar dan sesuai dengan yang diharapkan untuk menuju pada efektifitas berkomunikasi. Komunikasi interpersonal memiliki prinsip sebagai berikut:



- a. Komunikasi interpersonal bersifat relasional
- b. Komunikasi interpersonal mengandung maksud tertentu
- c. Komunikasi interpersonal bisa dipelajari
- d. Komunikasi interpersonal berlangsung terus-menerus
- e. Komunikasi interpersonal mempunyai implikasi

Ketika seseorang berbicara dengan orang lain, komunikasi tersebut mengandung arti tertentu, orang tersebut mempunyai alasan untuk melakukannya. Komunikasi interpersonal akan berlangsung secara terus menerus yang berbentuk verbal maupun non verbal. Kemudian pesan tersebut akan mengirim dan akan dimaknai orang lain. Perilaku seseorang ketika berkomunikasi mempunyai etika yang akan mempengaruhi komunikasinya.

#### **4. Aspek-aspek Komunikasi Interpersonal**

Devito (2004) menyatakan agar komunikasi interpersonal berlangsung dengan efektif, maka ada beberapa aspek yang harus diperhatikan oleh para pelaku komunikasi interpersonal tersebut, yaitu:

- a. Keterbukaan (openness)

Sifat keterbukaan menunjuk paling tidak dua aspek tentang komunikasi interpersonal. Aspek pertama, bahwa kita harus terbuka pada orang-orang yang berinteraksi dengan kita. Dengan demikian, orang lain akan mengetahui pendapat, pikiran dan gagasan kita, sehingga komunikasi akan mudah dilakukan. Aspek kedua, adalah kemauan kita untuk memberikan tanggapan terhadap orang lain dengan jujur dan terus terang tentang segala sesuatu

yang dikatakannya. demikian pula sebaliknya, kita ingin orang lain memberikan tanggapan secara jujur dan terbuka tentang segala sesuatu yang kita tanyakan.

b. Empati (Emphaty)

Empati merupakan kemampuan seseorang untuk mengetahui apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain melalui kaca mata orang lain. Berempati adalah merasakan sesuatu seperti orang yang mengalaminya. Orang yang empatik mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang.

c. Sikap mendukung (supportiveness)

Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung. Komunikasi yang terbuka dan empatik tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung. Sikap supportif merupakan sikap yang mengurangi sikap defensif. Sikap ini muncul bila individu tidak dapat menerima, tidak jujur dan tidak empatik. Sikap defensif mengakibatkan komunikasi interpersonal menjadi tidak efektif, karena orang yang defensif akan lebih banyak melindungi diri dari ancaman yang ditanggapinya dalam situasi komunikasi daripada memahami komunikasi.

d. Sikap positif (positiveness)

Sikap positif mengacu pada sedikitnya dua aspek komunikasi interpersonal. Pertama, komunikasi interpersonal terbina jika orang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri. Kedua, mempunyai perasaan positif terhadap orang lain dan berbagai situasi komunikasi.

e. Kesetaraan (equality)

Kesamaan dalam komunikasi interpersonal ini mencakup dua hal. Pertama adalah kesamaan bidang pengalaman diantara pelaku komunikasi. Artinya komunikasi interpersonal akan lebih efektif bila para pelaku komunikasi mempunyai nilai, sikap, perilaku dan pengalaman yang sama. Kedua, kesamaan dalam memberikan dan menerima pesan.

Sedangkan menurut Suranto (2011), aspek-aspek komunikasi interpersonal dapat dilakukan secara lisan maupun tertulis, yaitu :

a. Muncul umpan segera

Artinya, penerima pesan dapat dengan segera memberi tanggapan atas pesan-pesan yang kita sampaikan.

b. Kecepatannya

Artinya, ketika kita melakukan tindak komunikasi dengan orang lain, pesan dapat dilakukan segera.

c. Mengendalikan situasi

Artinya, pengirim dapat melihat keadaan penerima pesan pada saat berlangsungnya tindak komunikasi tersebut.

## **5. Faktor-faktor yang Mempengaruhi Komunikasi Interpersonal**

Jalaludin Rakhmat (2013) meyakini bahwa komunikasi interpersonal dipengaruhi oleh persepsi interpersonal, konsep diri, atraksi interpersonal dan hubungan interpersonal.

a. Persepsi interpersonal

Persepsi adalah memberikan makna pada stimuli inderawi, atau menafsirkan informasi inderawi. Persepsi interpersonal adalah memberikan makna terhadap stimuli inderawi yang berasal dari seseorang (komunikan), yang berupa pesan verbal dan nonverbal. Kecermatan dalam persepsi interpersonal akan berpengaruh terhadap keberhasilan komunikasi, seorang peserta komunikasi yang salah memberi makna terhadap pesan akan mengakibatkan kegagalan komunikasi.

b. Konsep diri

Konsep diri adalah pandangan dan perasaan kita tentang diri kita. Konsep diri yang positif, ditandai dengan lima hal yaitu: yakni akan kemampuan mengatasi masalah, merasa setara dengan orang lain, menerima pujian tanpa rasa malu, menyadari, bahwa setiap orang mempunyai berbagai perasaan, keinginan dan perilaku yang tidak seluruhnya disetujui oleh masyarakat, mampu

memperbaiki dirinya karena ia sanggup mengungkapkan aspek-aspek kepribadian yang tidak disenanginya dan berusaha mengubah.

c. Atraksi interpersonal

Atraksi interpersonal adalah kesukaan pada orang lain, sikap positif dan daya tarik seseorang. Komunikasi antarpribadi dipengaruhi atraksi interpersonal dalam hal:

- a) Penafsiran pesan dan penilaian. Pendapat dan penilaian kita terhadap orang lain tidak semata-mata berdasarkan pertimbangan rasional, kita juga makhluk emosional. Karena itu, ketika kita menyenangi seseorang, kita juga cenderung melihat segala hal yang berkaitan dengan dia secara positif. Sebaliknya, jika membencinya, kita cenderung melihat karakteristiknya secara negatif.
- b) Efektivitas komunikasi. Komunikasi interpersonal dinyatakan efektif bila pertemuan komunikasi merupakan hal yang menyenangkan bagi komunikan. Bila kita berkumpul dalam satu kelompok yang memiliki kesamaan dengan kita, kita akan gembira dan terbuka. Bila berkumpul dengan orang-orang yang kita benci akan membuat kita tegang, resah dan tidak. Kita akan menutup diri dan menghindari komunikasi.

d. Hubungan interpersonal

Hubungan interpersonal dapat diartikan sebagai hubungan antara seseorang dengan orang lain. Hubungan interpersonal yang baik akan menumbuhkan derajat keterbukaan orang untuk mengungkapkan dirinya, makin cermat persepsinya tentang orang lain dan persepsi dirinya, sehingga makin efektif komunikasi yang berlangsung di antara peserta komunikasi.

**6. Hambatan-hambatan dalam Komunikasi Interpersonal**

Menurut Cangara (2013), hambatan atau gangguan komunikasi pada dasarnya dapat dibedakan atas tujuh macam, yaitu:

a. Hambatan Teknis

Hambatan teknis terjadi jika salah satu alat yang digunakan dalam berkomunikasi mengalami gangguan, sehingga informasi yang ditransmisi mengalami kerusakan.

b. Hambatan Semantik

Hambatan semantik ialah hambatan komunikasi yang disebabkan karena kesalahan pada bahasa yang digunakan.

c. Hambatan Psikologis

Hambatan psikologis terjadi karena adanya gangguan yang disebabkan oleh adanya persoalan-persoalan yang terjadi dalam

diri individu. Misalnya rasa curiga penerima kepada sumber, situasi berduka atau karena kondisi kejiwaan sehingga dalam penerimaan dan pemberian informasi tidak sempurna.

d. Hambatan Fisik

Dalam komunikasi interpersonal, hambatan fisik bisa juga diartikan karena adanya gangguan organik, yakni tidak berfungsinya salah satu panca indera pada penerima.

e. Hambatan Status

Hambatan status ialah hambatan yang disebabkan karena jarak sosial diantara peserta komunikasi, misalnya perbedaan status antara senior dan junior, atau atasan dan bawahan. Perbedaan ini biasanya menuntut perilaku komunikasi yang selalu memperhitungkan kondisi dan etika yang sudah membudaya dalam masyarakat, yakni bawahan cenderung hormat kepada atasan, atau rakyat pada raja yang memimpinya.

f. Hambatan Kerangka Berpikir

Hambatan kerangka berpikir ialah hambatan yang disebabkan adanya perbedaan persepsi antara komunikator dan khalayak terhadap pesan yang digunakan dalam komunikasi, ini disebabkan karena latar belakang pengalaman dan pendidikan yang berbeda.

g. Hambatan Budaya

Hambatan budaya ialah hambatan yang terjadi disebabkan karena adanya perbedaan norma, kebiasaan dan nilai-nilai yang dianut oleh pihak-pihak yang terlibat dalam berkomunikasi.



## **B. Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram**

### **1. Pengertian Intensitas**

Penggunaan kata intensitas mengacu pada penggunaan waktu untuk melakukan aktivitas tertentu (durasi) dengan jumlah ulangan tertentu dalam jangka waktu tertentu (frekuensi). Dahrendorf (dalam Apollo & Ancok, 2003) mengartikan intensitas sebagai istilah yang terkait dengan “pengeluaran energi” atau banyaknya kegiatan yang dilakukan oleh seseorang dalam waktu tertentu.

Peneliti menyimpulkan bahwa intensitas penggunaan merupakan tingkat kedalaman dan kekuatan sikap (mutu) dalam menggunakan atau memanfaatkan fasilitas-fasilitas media sosial dengan memperhatikan durasi waktu (dalam satuan ukur jam) dan jumlah ulangan/frekuensi (dalam kurun waktu satu hari).

### **2. Aspek-aspek Intensitas Penggunaan Internet**

Ajzen (dalam Frisnawati, 2012) mengemukakan bahwa aspek-aspek intensitas penggunaan internet adalah sebagai berikut :

- a. Perhatian Merupakan ketertarikan individu terhadap objek tertentu yang menjadikan target perilaku.
- b. Penghayatan Merupakan pemahaman dan penyerapan terhadap informasi sebagai pengetahuan yang baru bagi individu yang bersangkutan.

- c. Durasi Merupakan kebutuhan individu dalam selang waktu tertentu untuk melakukan perilaku yang menjadi target (lamanya selang waktu dalam satuan jam).
- d. Frekuensi Merupakan banyaknya pengulangan perilaku yang menjadi target (dalam kurun waktu satu hari).

### **3. Waktu Intensitas Penggunaan Internet**

Mengenai waktu penggunaan internet ini, SWA-Mark Plus dan Co (dalam abrar 2003) berdasarkan temuannya pada 1.100 orang pengguna internet, menggolongkan tipe-tipe pengguna internet berdasarkan lama waktu yang digunakan, ialah :

- a. Pengguna berat, yaitu individu yang menggunakan internet selama lebih dari 40 jam perbulan.
- b. Pengguna sedang, yaitu individu yang menggunakan internet 10-40 perjam.
- c. Pengguna ringan, yaitu yang menggunakan kurang dari 10 jam perbulan.

Menurut Horrigan (2000) terdapat dua hal mendasar yang harus di amati untuk mengetahui intensitas penggunaan internet seseorang, yaitu frekuensi internet yang sering di gunakan dan lama menggunakan tiap kali mengakses internet dilakukan oleh pengguna internet.

#### **4. Pengertian Media Sosial**

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi dan menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Media sosial adalah alat perantara yang membantu individu untuk berkomunikasi dengan berbagai pihak di belahan dunia.

Boyd dan Ellison (2008) mendefinisikan media sosial sebagai bentuk pelayanan berbasis web yang memungkinkan individu membuat profil pribadi, berbagai informasi, serta melihat dan melintasi profil orang-orang yang terdaftar dalam koneksi mereka.

Peneliti menyimpulkan bahwa media sosial merupakan alat perantara yang terhubung dengan internet untuk berinteraksi dengan orang lain di berbagai belahan dunia dengan menggunakan handphone ataupun komputer, sehingga terjalin komunikasi secara tidak langsung (non-face to face) atau bisa disebut dengan dunia maya.

#### **5. Karakteristik Media Sosial**

Ada ciri khusus yang hanya dimiliki oleh media sosial dibanding media lainnya. Salah satunya adalah media sosial beranjak dari pemahaman bagaimana media tersebut digunakan sebagai sarana sosial di dunia virtual. Adapun karakteristik media sosial, yaitu :

a. Jaringan (Network) Antar pengguna

Media sosial terbangun dari struktur sosial yang terbentuk di dalam jaringan atau internet. Jaringan yang terbentuk antarpengguna

merupakan jaringan yang secara teknologi dimediasi oleh perangkat teknologi, seperti komputer, telepon genggam atau tablet. Tidak peduli apakah di dunia nyata (offline) antarpengguna itu saling kenal atau tidak, namun kehadiran media sosial memberikan medium bagi pengguna untuk terhubung secara mekanisme.

b. Informasi

Pengguna media sosial mengkreasikan representasi identitasnya, memproduksi konten dan melakukan interaksi berdasarkan informasi. Di media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh pengguna. Komoditas tersebut pada dasarnya merupakan komoditas yang diproduksi dan didistribusikan antarpengguna itu sendiri. Dari kegiatan konsumsi inilah pengguna dan pengguna lain membentuk sebuah jaringan yang pada akhirnya secara sadar atau tidak bermuara pada institusi masyarakat berjejaring (network society).

c. Arsip

Bagi pengguna media sosial, arsip menjadi sebuah karakter yang menjelaskan bahwa informasi telah tersimpan dan bisa menjadi akses kapan pun dan melalui perangkat apapun.

d. Interaksi

Secara sederhana interaksi yang terjadi di media sosial minimal berbentuk saling mengomentari atau memberikan tanda, seperti jempol di Facebook atau hati di Instagram.

e. Simulasi Sosial

Media sosial memiliki karakter sebagai medium berlangsungnya masyarakat (society) di dunia virtual. Media sosial tidak lagi menampilkan realitas, tetapi sudah menjadi realitas tersendiri, bahkan apa yang ada di media sosial lebih nyata (real) dari realitas itu sendiri.

f. Konten oleh Pengguna

Konten oleh pengguna ini adalah sebagai penanda bahwa di media sosial khalayak tidak hanya memproduksi konten, tetapi juga mengonsumsi konten yang diproduksi oleh orang lain.

g. Penyebaran (Share)

Maksud dari pengembangan ini misalnya, komentar yang tidak sekadar opini, tetapi juga data atas fakta terbaru.

Maka dari itu, dapat disimpulkan bahwa karakteristik dalam media sosial yaitu jaringan (network) antarpengguna, informasi, arsip, interaksi, simulasi sosial, konten oleh pengguna, dan penyebaran (share).

## **6. Penggunaan Media Sosial Instagram**

Instagram adalah sebuah aplikasi media sosial yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video, menerapkan filter digital (pemberian efek pada foto) dan membagikannya ke berbagai media sosial termasuk Instagram itu sendiri. Foto dan video yang dibagikan nantinya akan terpampang di feed pengguna lain yang menjadi follower.

Sistem pertemanan di Instagram menggunakan istilah following dan followers seperti pada Twitter. Following berarti anda mengikuti pengguna, sedangkan followers berarti pengguna lain yang mengikuti anda. Selanjutnya, setiap pengguna dapat berinteraksi dengan cara memberikan komentar dan memberikan respon suka terhadap foto yang dibagikan.

Instagram berasal dari pengertian dari keseluruhan fungsi aplikasi ini. Kata “insta” berasal dari kata “instan”, seperti kamera polaroid yang pada masanya lebih dikenal dengan sebutan “foto instan”. Instagram juga dapat menampilkan foto-foto secara instan, seperti polaroid di dalam tampilannya. Sedangkan untuk kata “gram” berasal dari kata “telegram” yang cara kerjanya untuk mengirimkan informasi kepada orang lain dengan cepat. Sama halnya dengan Instagram yang dapat mengunggah foto dengan menggunakan jaringan internet, sehingga informasi yang ingin disampaikan dapat diterima dengan cepat. Oleh karena itula Instagram merupakan gabungan dari kata instan dan telegram.

### **C. Hubungan Komunikasi Interpersonal dengan Intensitas Penggunaan**

#### **Media Sosial Instagram pada Mahasiswa**

Perkembangan sosial pada mahasiswa merupakan salah satu aspek yang patut diperhatikan. Tidak sedikit permasalahan yang timbul pada diri mahasiswa di latar belakang oleh perkembangan sosial yang tidak stabil. Dalam perkembangan sosial mahasiswa, kebutuhan untuk membangun hubungan yang baik dengan lingkungan sangat kuat. Terkadang membangun

hubungan antar teman dan lingkungan sendiri tidaklah mudah. Proses membangun hubungan antar teman dan lingkungan, sangat erat kaitannya dengan proses komunikasi. Dapat dikatakan bahwa dalam membangun hubungan memiliki syarat utama yaitu komunikasi.

Salah satu bentuk komunikasi yang memiliki pengaruh besar dalam membangun hubungan adalah komunikasi interpersonal. Tidak dipungkiri bahwa dalam membangun hubungan manusia seringkali dihadapkan pada situasi untuk menyatakan pendapat tanpa disertai emosi, marah, sikap kasar, bahkan harus menetralsir keadaan apabila diharapkan pada suatu konflik, situasi ini memerlukan komunikasi yang baik dan berkualitas. Komunikasi dikatakan berkualitas apabila dalam proses komunikasi terdapat kontak batik yang baik, yaitu saling memahami dan mengerti perasaan masing-masing.

Pada zaman modern dan praktis ini, proses komunikasi menjadi sangat dimudahkan dengan adanya berbagai temuan teknologi komunikasi. Teknologi komunikasi yang marak digunakan pada saat ini adalah teknologi komunikasi online yaitu media sosial khususnya Instagram yang diminati banyak kalangan mahasiswa. Media sosial Instagram menyajikan banyak fasilitas menarik dan berbeda dari media sosial yang lainnya.

Mengakses media sosial erat kaitannya dengan pertukaran informasi, dimana proses pertukaran informasi termasuk dalam proses komunikasi. Kehadiran situs media sosial Instagram telah menjadi sebuah media alternatif bagi mahasiswa dalam mengembangkan hubungan dengan siapa saja yang menaruh minat yang sama.

Sebagaimana hubungan interpersonal yang dibangun melalui komunikasi tatap muka atau face to face, hubungan yang dibangun melalui situs media sosial Instagram juga bisa menjadi sebuah hubungan yang berawal dari tahap pengenalan hingga pengembangan hubungan yang lebih akrab di dunia maya bahkan ada beberapa diantaranya di rasionalisasikan dalam sebuah hubungan di dunia nyata.

Namun bagi mahasiswa pengguna media sosial Instagram yang tinggi, tanpa menyaring hal-hal yang baik dan buruk sebagai akibatnya. Petrovic (2013) menyatakan bahwa media sosial sebagai media komunikasi yang sangat penting untuk menjaga kelangsungan hubungan interpersonal. Melalui media sosial orang dapat berbagi informasi mengenai dirinya dengan membuat status tentang apa yang sedang dirasakan, tentang kegiatan yang dilakukan, mengunggah foto, bercakapcakap, berbagi berita. Semakin banyak informasi yang dibagikan kepada teman atau pasangan dalam hubungan interpersonal mendorong timbulnya saling pengertian, saling menghargai dan yang paling penting saling mengembangkan kualitas hubungan interpersonal (Rakhmat, 2013).

Selanjutnya menurut Anderson & Emmer-Sommer (2006), bahwa adanya akses internet sangat memudahkan orang untuk berkomunikasi melalui media sosial sehingga perubahan cara berkomunikasi tersebut akan mempengaruhi kualitas hubungan interpersonal. Media sosial diciptakan untuk interaksi sosial dan memungkinkan terjadinya komunikasi secara lebih cepat, murah, kapan-pun dan dimana-pun. Di satu sisi, media bermanfaat



dalam berkomunikasi dengan orang lain, namun di sisi lain, karena terhubung secara virtual setiap saat dengan status mutakhir dari situs media sosial menyebabkan pengguna media sosial justru akan lebih berkomunikasi dengan baik satu sama lain di dunia nyata.

Hal ini menyebabkan tidak adanya kedekatan dan dapat menurunkan kuantitas dan kualitas komunikasi interpersonal. Adalah benar apabila dikatakan bahwa media sosial merupakan salah satu dari hambatan-hambatan komunikasi dalam konteks komunikasi interpersonal karena melalui media sosial kita tidak dapat membaca komunikasi non verbal sebagai pelengkap dari proses komunikasi interpersonal.

Selain itu, kehadiran media sosial juga berpengaruh terhadap penggunaan bahasa sebagai alat komunikasi, dalam artian isi pesan yang disampaikan secara tertulis melalui media sosial baik formal maupun non formal telah menyebabkan pengguna media sosial melakukan akronimisasi agar dapat sesuai dengan batasan karakter ditentukan oleh platform media sosial. Pesan tertulis dalam media sosial menyebabkan pengguna sosial harus menginterpretasikan tulisan dengan tepat karena apabila tidak maka komunikasi yang efektif melalui media sosial tidak akan tercapai.

#### **D. Hipotesis**

Ho : Tidak Ada hubungan antara intensitas penggunaan media sosial Instagram dengan komunikasi interpersonal mahasiswa psikologi uin Maulana Malik Ibrahim Malang.

Ha : Ada hubungan intensitas penggunaan media social Instagram dengan komunikasi interpersonal mahasiswa psikologi uin maulana malik Ibrahim malang.

## **BAB III**

### **METODE PENELITIAN**

#### **A. Rancangan Penelitian**

Pada penelitian kali ini peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif, Metode penelitian kuantitatif adalah metode penelitian yang menggunakan pendekatan dengan menekankan analisisnya pada data-data numerial (angka) yang diolah dengan metode statistika (Azwar, 2008). Mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dari hasilnya namun lebih banyak menggunakan angka. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan analisis korelasi yang bertujuan untuk menemukan ada atau tidaknya pengaruh antara variabel terikat dengan variabel bebas, dan apabila ada pengaruh maka seberapa tingkat pengaruhnya serta berarti tidaknya pengaruh tersebut (Arikunto, 2006).

#### **B. Identifikasi Variabel Penelitian**

Saifuddin Azwar (2008) menjelaskan bahwa didalam penelitian sosial atau psikologi, variabel penelitian merupakan suatu atribut atau sifat yang terdapat pada subyek penelitian dimana pada suatu atribut atau sifat tersebut terdapat bermacam-macam variasi secara kuantitatif maupun kualitatif.

Cooper dan Emoory (dalam Muclish Anshori dan Sri 2009) menjelaskan bahwa konsep atau konstrak pada teori dapat diubah menjadi

variabel, dengan cara memusatkan pada aspek tertentu dari variabel itu sendiri.

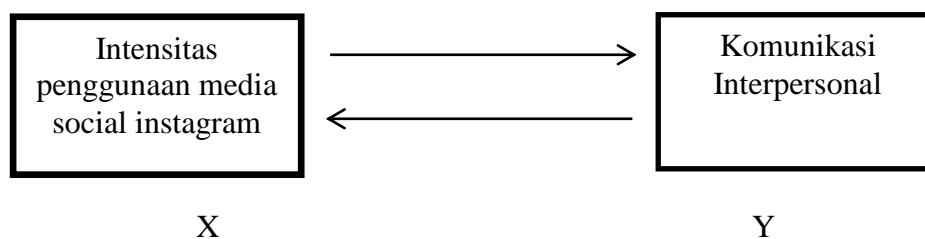
Pada penelitian baik itu penelitian kualitatif maupun kuantitatif terdapat beberapa macam variabel, namun pada variabel penelitian kuantitatif biasanya memakai variabel bebas dan variabel terikat. Apabila ada dua variabel yang saling berhubungan, sedangkan bentuk hubungannya adalah perubahan variabel yang satu mempengaruhi atau menyebabkan perubahan variabel lain, maka variabel yang mampu mempengaruhi tersebut merupakan sebagai variabel bebas (independent variabel). Sedangkan variabel yang dipengaruhi merupakan sebagai variabel terikat (dependent variabel).

Azwar (2008) mengemukakan bahwa variabel bebas merupakan variabel yang mempengaruhi variabel lain, yang pengaruhnya terhadap variabel lain ingin diketahui. Adapun variabel bebas yang digunakan dalam penelitian ini adalah Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram. Sedangkan variabel tergantung ialah variabel yang diukur untuk mengetahui besarnya pengaruh dari variabel lain. Dalam penelitian ini, variabel terikatnya adalah Komunikasi Interpersonal.

Variabel Terikat (Y): Komunikasi Interpersonal.

Variabel Bebas (X): intensitas penggunaan media social Instagram.

Sehingga dalam penelitian ini ada dua variabel, yaitu variabel bebas (X= intensitas penggunaan media social Instagram) dan satu variabel terikat (Y= Komunikasi Interpersonal).



### C. Definisi Operasional

Definisi operasional merupakan suatu definisi mengenai variabel yang dirumuskan berdasarkan karakteristik variabel-variabel yang dapat diamati sehingga dapat terukur dengan adanya hasil penelitian. Hal ini bertujuan supaya variabel dalam penelitian tidak bersifat ambigu atau memiliki makna ganda (Azwar, 2008). Berikut definisi operasional dari variabel dalam penelitian ini:

#### a. Komunikasi Interpersonal

Komunikasi adalah peristiwa sosial yang terjadi ketika manusia berinteraksi dengan manusia lain. Manusia berkomunikasi sehingga menciptakan saling pengertian, menumbuhkan persahabatan, memelihara kasih sayang, menyebarkan pengetahuan, namun disisi lain komunikasi juga dapat menyebabkan perpecahan, menghidupkan permusuhan, menanamkan kebencian dan menghambat pemikiran. Dua

sisi yang berbeda ini tergantung pada masing-masing individu yang melakukan komunikasi.

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik verbal maupun non-verbal.

#### b. Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Intensitas penggunaan media sosial adalah tingkat kedalaman dan kekuatan sikap (mutu) memanfaatkan fasilitas-fasilitas media sosial dengan memperhatikan durasi dan frekuensi. Penelitian ini menggunakan skala intensitas penggunaan media sosial untuk mengukur variabel intensitas penggunaan media sosial. Sosial media yang digunakan adalah Instagram.

### **D. Populasi dan Sampel Penelitian**

#### **1. Populasi dan Sampel Penelitian**

Populasi merupakan sekelompok orang, kejadian atau segala sesuatu yang memiliki karakteristik tertentu. Populasi adalah wilayah generalisasi yang terdiri atas subyek yang mempunyai kualitas dan karakteristik tertentu yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari dan kemudian ditarik kesimpulannya. (Muslich Anshori dan Sri, 2009). Populasi yang dimaksud dalam penelitian ini adalah mahasiswa/i Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Fakultas Psikologi Angkatan 2017, 2018, 2019 yang berjumlah 900 Mahasiswa/i.

Berdasarkan pendapat (Arikunto 2006) bahwa apabila subjeknya kurang dari 100, lebih baik diambil semuanya, sehingga penelitiannya merupakan “penelitian populasi”. Selanjutnya, apabila jumlah subjeknya besar dapat diambil antara 10-15% atau 20-25% atau lebih. Jadi peneliti hanya akan mengambil sampel dari populasi tersebut sebanyak 90 mahasiswa/I atau 10 % dari populasi.

Sementara sampel merupakan bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi. Sebab bila populasi besar, dan tidak memungkinkan bagi peneliti untuk mempelajari semua yang ada pada populasi, maka peneliti dapat menggunakan sampel yang diambil dari populasi tersebut. Sampel harus bersifat representatif (mampu mewakili) dari populasi (Muslich Anshori dan Sri, 2009).

Teknik sampling adalah teknik yang dilakukan untuk menentukan jumlah sampel. Adapun penelitian ini menggunakan teknik sampling dalam kategori non-probability sampling yang didalamnya ada purposive sampling. Menurut (Sugiono, 2010) purposive sampling adalah teknik untuk menentukan sampel penelitian dengan beberapa pertimbangan tertentu yang bertujuan agar data yang diperoleh nantinya bisa lebih representative. Purposive sampling juga metode penetapan sampel dengan memilih beberapa sampel dengan ciri-ciri tertentu yang dinilai sesuai dengan tujuan atau masalah penelitian dalam sebuah populasi (Nursalam, 2008). Adapun menurut (Arikunto, 2006) teknik sampling purposive adalah teknik mengambil sampel dengan tidak berdasarkan random,

daerah atau strata, melainkan berdasarkan atas adanya pertimbangan yang berfokus pada tujuan tertentu.

Metode pengambilan sampel yang digunakan adalah purposive sampling yaitu sampel dipilih berdasarkan kriteria tertentu sesuai dengan kebutuhan penelitian. Adapun ciri atau karakteristik sampel penelitian ini adalah sebagai berikut :

- a. Usia 18-22 tahun.
- b. Mahasiswa/i Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Fakultas Psikologi Angkatan 2017, 2018, 2019 yang memiliki akun media sosial Instagram.
- c. Mengakses media sosial Instagram dengan intensitas penggunaan yang termasuk dalam pengguna berat dan pengguna ringan.

#### **E. Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data adalah cara pengambilan data atau biasa disebut dengan instrument. Pada prinsipnya meneliti adalah melakukan pengukuran terhadap sebuah fenomena sosial maupun alam, maka dibutuhkan alat ukur yang baik, dan alat ukur dalam penelitian biasanya dinamakan instrumen penelitian (Sugiyono, 2015) . Dalam penelitian kuantitatif data sangat dipentingkan agar data yang diperoleh menjadi valid. Kesalahan dalam penggunaan metode pengumpulan data yang tidak digunakan semestinya, berakibat fatal terhadap hasil – hasil penelitian yang dilakukan. Karena penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif, maka adapun dalam



metode penelitian kuantitatif pada penelitian ini menggunakan teknik pengumpulan data dengan metode kuisisioner, apabila suatu penelitian menggunakan teknik pengumpulan data secara kuisisioner maka peneliti harus menentukan beberapa pertanyaan yang terkait dengan pembahasan penelitian yang diteliti secara teori untuk disebarkan kepada subjek penelitian agar mendapatkan data yang diinginkan peneliti untuk diproses lebih lanjut. Pada penelitian kuantitatif, para peneliti terlebih dahulu harus menentukan variabel yang ingin diteliti dan adanya relevansi variabel agar memudahkan untuk pengumpulan data, mengumpulkan data dalam metode kuantitatif pada dasarnya agar supaya menghilangkan subjektivitas dari hasil penelitian.

Menurut Sugiyono (2016) kuisisioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi beberapa pertanyaan atau pernyataan secara tertulis kepada responden untuk dijawab. Dalam proses pengambilan data tersebut peneliti akan melakukan pengambilan data tersebut dengan memberikan kuisisioner melalui Google form. Dengan berkembang pesatnya internet juga karena keadaan yang sekiranya mampu membantu dalam segi penelitian pada masa sekarang, maka peneliti memfokuskan diri pada metode online survey melalui Google Form. Media Google Form digunakan peneliti sebagai media penyebar kuisisioner, karena dengan menggunakan ini peneliti bisa memperoleh sejumlah responden yang dianggap dapat mewakili dari populasi, dan juga dapat menghemat waktu. Adapun tahapan dari pengambilan data penelitian ini diantaranya adalah:

1. Peneliti membuat angket pada google form.

2. Pada google form yang telah dibuat, peneliti memperkenalkan diri terlebih dahulu.
3. Kemudian peneliti menjelaskan tujuan dari peneliti melakukan pengambilan data yang dipergunakan untuk memenuhi tugas akhir atau Skripsi.
4. Kemudian peneliti menjelaskan cara pengisian angket pada google form tersebut.

Peneliti kemudian menyebarkan link google form yang telah dibuat ke subjek yang sesuai dengan kategori sampel yang sudah dijelaskan dalam penelitian ini melalui media sosial berupa whatsapp, peneliti juga meminta bantuan kepada teman-teman yang sekiranya cocok dan sesuai dengan sampel yang diperlukan oleh peneliti untuk memperoleh data yang dibutuhkan peneliti untuk penelitian lebih lanjut.

Model skala yang digunakan dalam skala psikologi ini adalah skala likert. Menurut Sugiyono (2012), skala likert merupakan skala yang digunakan untuk mengukur sikap, pendapat dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang suatu fenomena. Kemudian responden nantinya hanya memberikan tanda seperti checklist pada jawaban yang telah dipilih.

Skala yang digunakan dalam penelitian disajikan dalam bentuk pernyataan dalam bentuk pernyataan yang bersifat favorable dan unfavorable dalam bentuk format Likert, dengan empat alternatif jawaban untuk setiap empat butir pertanyaan. Untuk butir favorable diberi nilai terbalik yang bergerak dari 4-1. Jawabannya adalah ; “SS (Sangat Setuju)”, “S (Setuju)”,

“TS (Tidak Setuju)”, “STS (Sangat Tidak Setuju)”. Sementara untuk butir unfavorable pemberian nilai bergerak dari 1-4, jawaban adalah; “SS (Sangat Setuju)”, “S (Setuju)”, “TS (Tidak Setuju)”, “STS (Sangat Tidak Setuju)”. dengan rincian bobot penilaian sebagai berikut:

**Tabel 1. Bobot Penilaian Skala**

<b>Pernyataan Favorable</b>	<b>Skor</b>	<b>Pernyataan Unfavorable</b>
Sangat Setuju (SS)	4	Sangat Tidak Setuju (STS)
Setuju (S)	3	Tidak Setuju (TS)
Tidak Setuju (TS)	2	Setuju (S)
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	Sangat Setuju (SS)

Adapun rincian Aspek-aspek dari Skala Kebutuhan Afiliasi dan Management Stress pada penelitian ini yaitu :

### **1. Skala Penelitian**

Sugiyono (2015) mengemukakan bahwa angket merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pertanyaan tertulis kepada responden untuk dijawabnya. Instrument yang digunakan dalam penelitian ini adalah model angket tertutup yaitu daftar pertanyaan yang harus dijawab oleh subjek penelitian. Subjek hanya bisa memilih jawaban yang telah disediakan oleh peneliti. Angket ini meneliti 2 variabel, yaitu : komunikasi interpersonal dan intensitas penggunaan media social instagram.

Adapun alasan dipergunakan angket ini dalam penelitian adalah :

- a. Subjek adalah yang paling tahu tentang dirinya sendiri.

- b. Apa yang dinyatakan oleh subjek tentang pernyataan – pernyataan yang diajukan adalah dapat dipercaya
- c. Interpretasi subjek tentang pernyataan yang diajukan adalah sama dengan apa yang dimaksud oleh peneliti.

Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan angket langsung dan tidak langsung kepada mahasiswa psikologi Angkatan 2017, 2018, 2019 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

## 2. Blueprint Penelitian

Blueprint intensitas penggunaan media sosial Instagram dan komunikasi interpersonal peneliti lakukan uji coba terlebih dahulu. Di bawah ini adalah blueprint yang digunakan untuk uji coba sebagai berikut:

**Tabel 2. Blueprint Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram**

No	Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
			F	UF	
1	Perhatian	a. Ketertarikan terhadap Media Sosial	1,3,17,23,34	2,4,31,32,33	10
2	Penghayatan	a. Seberapa Banyak Informasi yang didapat b. Pemahaman tentang informasi dalam Media Sosial Instagram	5,6,9,12,13,14	18,20,24,35,36	11
3	Durasi	a. Berapa lama waktu dalam penggunaan instagram	15,16,22,27	19,25,26	7
4	Frekuensi	a. Berapa sering menggunakan	7,10,21,29	8,11,28,30	8

Instagram dalam sehari	
<b>Total</b>	36

**Tabel 3. Blueprint Komunikasi Interpersonal**

No	Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
			F	UF	
1	Keterbukaan	a. Terbuka dengan informasi baru			9
		b. Jujur dan tanggap	1,11,14,45,46	2,4,7,47	
		c. Memiliki perasaan dan pikiran			
2	Empati	a. Memahami pengalaman memotivasi			14
		b. Saling mendengarkan perkataan	3,8,28,30,344	5,9,29,31,32,34,42,43	
		c. Keyakinan			
3	Sikap suasana mendukung	dana. Deskriptif			7
		b. Orientasi masalah			
		c. Spontanitas	6,15,17,19	13,18,56	
		d. Persamaan			
		e. Profesionalisme			
4	Sikap positif	a. Pikiran positif	10,12,20,48	16,21,22,4	10
		b. Menghargai	50	9,51	
5	Kesetaraan	a. Menyadari kekurangan			16
		b. Komunikasi berharga dan penting	23,25,27,36	24,26,35,3	
		c. Kesamaan komunikasi	,38,40,52,54	7,39,41,53,55	
		d. Tidak memaksakan kehendak			
		e. Menciptakan suasana			

nyaman dan akrab	
f. Mengakui kepentingan dan saling memerlukan	
<b>Total</b>	56

### 3. Alat Ukur Penelitian

Alat untuk mengukur adaptasi sosial, peneliti menggunakan alat ukur berdasarkan teori Schneiders (1964) dalam Gunarta (2015). Aspek adaptasi sosial menurut Scheneiders yaitu, *recognition, participation, social approval, altruisme, dan conformity*.

Peneliti melakukan uji coba skala intensitas penggunaan media sosial Instagram dan skala komunikasi interpersonal dengan total subjek uji coba 100 mahasiswa Fakultas Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang Angkatan 2017, 2018, dan 2019, didapatkan blueprint untuk penelitian ini adalah sebagai berikut:

**Tabel 4. Blueprint Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram**

No	Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
			F	UF	
1	Perhatian	b. Ketertarikan terhadap Media Sosial	1,3,17,23,34	2,31,33	8
2	Penghayatan	c. Seberapa Banyak Informasi yang didapat	5,6,9,12,13,14,18,24,36		9
		d. Pemahaman tentang informasi dalam Media Sosial Instagram			
3	Durasi	b. Berapa lama waktu dalam penggunaan instagram	15,16,22	19,25,26	6

4	Frekuensi	b. Berapa sering menggunakan Instagram dalam sehari	7,10,21,29	11,28,30	7
<b>Total</b>					30

Dari hasil uji validitas, diperoleh hasil dari 36 item terdapat 6 item yang dinyatakan gugur yaitu dibawah 0,30 dan 30 item dinyatakan valid diatas 0,30. Hasil dari uji validitas ditemukan skor item terendah sebesar -0,02 sampai skor item tertinggi sebesar 0,28. Uji validitas pada skala intensitas penggunaan media social Instagram yang valid berkisar dari skor nilai 0,30 sampai 0,53.

**Tabel 5. Blueprint Komunikasi Interpersonal**

No	Aspek	Indikator	Aitem		Jumlah
			F	UF	
1	Keterbukaan	d. Terbuka dengan informasi baru	1, 14,46	2,4,7,47	7
		e. Jujur dan tanggap			
		f. Memiliki perasaan dan pikiran			
2	Empati	d. Memahami pengalaman memotivasi	44	5,9 ,29,32	5
		e. Saling mendengarkan perkataan			
		f. Keyakinan			
3	Sikap dan suasana mendukung	f. Deskriptif	6, 19	13,18,56	5
		g. Orientasi masalah			
		h. Spontanitas			
		i. Persamaan			
4	Sikap positif	c. Pikiran positif	10, 20, 50	16,21,22	6
		d. Menghargai			
5	Kesetaraan	g. Menyadari kekurangan	23,25,52	24,26 ,37,39	7
		h. Komunikasi berharga dan penting			

i. Kesamaan komunikasi	
j. Tidak memaksakan kehendak	
k. Menciptakan suasana nyaman dan akrab	
l. Mengakui kepentingan dan saling memerlukan	
<b>Total</b>	<b>30</b>

Dari hasil uji validitas, diperoleh hasil dari 56 item terdapat 26 item yang dinyatakan gugur yaitu dibawah 0,30 dan 30 item dinyatakan valid diatas 0,30. Hasil dari uji validitas ditemukan skor item terendah sebesar -0,02 sampai skor item tertinggi sebesar 0,14. Uji validitas pada skala intensitas penggunaan media social Instagram yang valid berkisar dari skor nilai 0,30 sampai 0,73.

## **F. Validitas dan Reliabilitas**

### **1. Validitas**

Menurut Azwar (2008), validitas adalah seberapa besar cemas suatu alat ukur melakukan fungsi ukurnya. Jadi untuk dikatakan valid, alat ukur tidak hanya mampu menghasilkan data yang tepat, tetapi juga harus mampu memberikan gambaran yang cermat mengenai data tersebut. Untuk menguji validitas dari alat ukur yaitu dengan menguji korelasi antara skor aitem dengan skor total, cara ini disebut dengan pendekatan internal consistency.



Validitas berkaitan dengan permasalahan ketepatan alat yang digunakan untuk mengukur variabel penelitian. Jika suatu instrumen valid maka akan mempunyai validitas yang tinggi, dan juga sebaliknya jika instrumen tidak valid maka akan mempunyai validitas yang rendah. Pengujian validitas pada penelitian ini menggunakan uji terpakai, dengan alasan semua aitem sudah mewakili indikator dan aspek dalam skala. Pengukuran validitas terpakai dalam penelitian ini menggunakan aplikasi SPSS 25 for windows untuk menguji validitas suatu aitem. Instrumen dikatakan valid jika nilai Pearson Correlation  $> r$  tabel dan tingkat signifikansi dari masing-masing skor butir pertanyaan atau pernyataan terhadap skor total butir-butir pertanyaan  $< 0,05$  berarti semua data valid (Wahyu, 2010). Uji validitas dalam penelitian ini dilakukan melalui *scale reliability* dan perlakuan terhadap aitem gugur menggunakan SPSS (*Statistic Product and Service Solution*).

## 2. Reliabilitas

Suatu alat ukur dikatakan reliabel apabila alat ukur tersebut mampu memberikan hasil pengukuran yang konsisten menurut subjek ukurnya atau dapat juga sebagai konsistensi atau stabilitas yang merupakan indikasi sejauh mana pengukuran itu dapat memberikan hasil sama jika dilakukan ulang (Azwar, 2015). Teknik untuk mengetahui reabilitas alat ukur dalam penelitian ini menggunakan analisis reabilitas Cronbach's Alpha. Reabilitas dinyatakan oleh koefisien reabilitas yang angkanya berada dalam rentan 0 – 1,000. Semakin tinggi angka koefisien mendekati

angka 1,000 maka semakin tinggi angka reabilitasnya. Untuk mengukur reabilitas tersebut, Uji reliabilitas Cronbach Alpha bertujuan untuk melihat apakah kuesioner tersebut memiliki konsistensi jika pengukuran dilakukan secara berulang kali. Dasar pengambilan uji reliabilitas Cronbach Alpha menurut Wiratna Sujerweni (2014), kuesioner dikatakan reliabel jika nilai Cronbach Alpha lebih dari 0,6.

Uji reliabilitas dalam penelitian ini dilakukan menggunakan SPSS 25.0 for Windows, dengan ketentuan variabel yang dinyatakan reliabel jika nilai Cronbach's Alpha > 0,60. Berikut adalah hasil perhitungan reliabilitas variabel dalam penelitian ini.

**Tabel 6. Hasil Uji Reliabilitas Alpha Cronbach**

No.	Variabel	Jumlah Aitem	Cronbach's Alpha
1.	Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram (X)	30	0,698
2.	Komunikasi Interpersonal (Y)	30	0,724

Berdasarkan hasil uji reliabilitas di atas, dapat diketahui bahwa instrument dari keduanya reliabel karena memiliki Cronbach Alpha yang mendekati angka 1,000. Hasil yang diperoleh dari uji reliabilitas ini, skala Intensitas penggunaan media social instagram memiliki koefisien sebesar 0,698 dan komunikasi interpersonal memiliki koefisien sebesar 0,724. Dengan data yang sudah disebutkan maka variabel-variabel dalam penelitian ini mampu dinyatakan sebagai data yang reliabel.

## **G. Analisis Data**

Teknik analisis data dalam penelitian kuantitatif menggunakan metode statistik. Statistik berarti cara-cara ilmiah yang dipersiapkan untuk mengumpulkan, menyusun, menyajikan, dan menganalisis data penelitian yang berbentuk angka-angka dan diharapkan dapat menyediakan dasar-dasar yang dapat dipertanggung jawabkan untuk menarik kesimpulan yang besar dan untuk mengambil keputusan yang baik (Arikunto.S, 2006). Adapun Untuk mengetahui masing-masing tingkat kebutuhan afiliasi pada manajemen stress maka dalam perhitungannya menggunakan langkah-langkah sebagai berikut:

### **1. Uji Asumsi**

Untuk mengetahui adanya suatu korelasi suatu penelitian maka sebelumnya harus melalui tahap uji asumsi yang terdiri dari uji normalitas dan linieritas terlebih dahulu.

#### **a. Uji Normalitas**

Nisfianoor (2009) menyatakan bahwa uji normalitas dilakukan untuk mengetahui apakah distribusi sebuah data yang didapatkan mengikuti atau mendekati hukum sebaran normal baku atau gauss dengan menggunakan uji kolmogorof-Smirnof. Nisfianoor (2009) juga menyatakan bahwa bila nilai signifikansi ( $P > 0,05$ ) maka data normal, sedangkan bila ( $P < 0,05$ ) maka data tidak normal.

b. Uji linieritas

Nisfianoor (2009) mengatakan bahwa uji linieritas dilakukan untuk mengetahui apakah hubungan antara variabel independen dengan dependen bersifat linier (garis lurus). Dalam menguji linieritas dapat menggunakan metode uji Durbin Watson untuk menentukan adanya korelasi antar dua variabel.

c. Uji Korelasi

Uji korelasi dilakukan untuk mengetahui hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat dan sebaliknya.

d. Kategorisasi

Kategorisasi merupakan proses yang mana gagasan itu dikenal, dibedakan, dan dimengerti. Sehingga dapat menjelaskan hubungan antara subjek dan objek.

## 2. Uji Hipotesis

Uji hipotesis akan menghasilkan korelasi sebagaimana berfungsi untuk mengukur kekuatan hubungan linier antar dua variabel. Jika dua variabel ini tidak linier, maka koefisien korelasi ini tidak mencerminkan kekuatan hubungan dua variabel yang sedang diteliti, meski kedua variabel mempunyai hubungan kuat.

## **BAB IV**

### **HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN**

#### **A. Pelaksanaan Penelitian**

##### **1. Gambaran Lokasi Penelitian**

Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang berdiri berdasarkan Surat Keputusan Presiden No. 50 tanggal 21 Juni 2004. Melalui upaya yang sungguh-sungguh usulan menjadi universitas disetujui Presiden melalui Surat Keputusan Presiden RI No. 50, tanggal 21 Juni 2004 dan diresmikan oleh Menko Kesra Prof. H. A. Malik Fadjar, M.Sc atas nama Presiden pada 8 Oktober 2004 dengan nama Universitas Islam Negeri (UIN) Malang dengan tugas utamanya adalah menyelenggarakan program pendidikan tinggi bidang ilmu agama Islam dan bidang ilmu umum. Dengan demikian, 21 Juni 2004 dijadikan sebagai hari kelahiran Universitas ini.

Terletak di Jalan Gajayana 50, Dinoyo Malang dengan lahan seluas 14 hektar, Universitas ini memmodernisasi diri secara fisik sejak September 2005 dengan membangun gedung rektorat, fakultas, kantor administrasi, perkuliahan, laboratorium, kemahasiswaan, pelatihan, olah raga, bussiness center, poliklinik dan tentu masjid dan ma'had yang sudah lebih dulu ada, dengan pendanaan dari Islamic Development Bank (IDB)

melalui Surat Persetujuan IDB No. 41/IND/1287 tanggal 17 Agustus 2004.

## **2. Waktu dan Tempat**

Pengambilan data ditujukan pada mahasiswa psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang angkatan 2017, 2018, 2019 dilakukan dengan secara online menggunakan google form. Pengambilan data pada penelitian dilakukan selama 20 hari, awal dilaksanakan pada hari Senin 22 Ferbruari 2021 sampai dengan hari Sabtu 13 Maret 2021.

## **3. Prosedur**

Peneliti konsultasi kepada dosen pembimbing dan diarahkan untuk melakukan expert judgment terhadap 1 dosen Fakultas Psikologi untuk menilai skala yang sudah dibuat. Selanjutnya melakukan uji coba terlebih dahulu terhadap mahasiswa psikologi Angkatan 2017, 2018, 2019 Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang yang sudah masuk dalam kategori yang mumpuni. Setelah melakukan uji coba peneliti melakukan perbaikan terhadap item-item yang gugur dengan metode konsultasi kepada dosen pembimbing. Kemudian dilakukan penelitian atau pengambilan data.

Pengambilan data dilakukan dengan menyebarkan skala penelitian kepada responden dengan menggunakan google form. Penyebaran lembar skala dilakukan peneliti secara personal dan menyebarkan google form.

## B. Hasil Penelitian

### 1. Deskripsi Data Penelitian

Pada penelitian ini, peneliti menggunakan 100 mahasiswa yang sesuai dengan kategori sampel yang dibutuhkan. Penguraian sampel data yang diperoleh bisa dilihat pada table berikut:

**Tabel 7. Analisis Deskripsi Jenis Kelamin**

<b>Jenis Kelamin</b>	<b>Jumlah</b>	<b>Presentase</b>
<b>Laki-Laki</b>	31 Mahasiswa	31%
<b>Perempuan</b>	69 Mahasiswi	69%

**Tabel 8. Statistik Deskriptif**

	<b>Minimum Statistic</b>	<b>Maximum Statistic</b>	<b>Mean Statistic</b>	<b>Standar Deviasi</b>
<b>Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram</b>	83,00	112,00	94,04	5,101
<b>Komunikasi Interpersonal</b>	109,00	183,00	143,79	14,549

Pada tabel-tabel diatas maka dapat dilihat bahwa mean statistik dari variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram adalah 94,04. Pada statistik minimumnya adalah 83,00 dan untuk statistik maksimumnya adalah 112,00. Namun standar deviasi teoritis pada variabel Kebutuhan Afiliasi adalah 5,101.

Adapula pada mean statistik dari variabel Komunikasi Interpersonal adalah 143,79. Untuk statistik minimumnya adalah 109,00 dan untuk statistik maksimumnya adalah 183,00. Sedangkan standar deviasi teoritis pada variabel Managemen Stress adalah 14,549.

a. Data Deskriptif Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Berikut ini peneliti melakukan rumusan kategori untuk intensitas penggunaan media sosial instagram:

$$\begin{aligned} 1) \text{ Tinggi} &= \text{Mean} + 1 \text{ SD} > X \\ &= (94,04 + 5,101) > X \\ &= X > 99,141 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 2) \text{ Sedang} &= \text{Mean} - 1 \text{ SD} < X < \text{Mean} + 1 \text{ SD} \\ &= (94,04 - 5,101) < X < (94,04 + 5,101) \\ &= 88,939 < X < 99,141 \end{aligned}$$

$$\begin{aligned} 3) \text{ Rendah} &= X < \text{Mean} - 1 \text{ SD} \\ &= X < (94,04 - 5,101) \\ &= X < 88,939 \end{aligned}$$

Berdasarkan distribusi di atas, dapat ditentukan besarnya frekuensi untuk masing-masing kategori berdasarkan skor yang diperoleh. Data selengkapnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:



**Tabel 9. Hasil Presentasi Variabel Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram**

Kategori	Kriteria	Frekuensi	Total
<b>Tinggi</b>	$X > 99,141$	14	14%
<b>Sedang</b>	$88,939 < X < 99,141$	75	75%
<b>Rendah</b>	$X < 88,939$	11	11%
<b>Jumlah</b>		100	100%

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa tingkat intensitas penggunaan media sosial instagram pada mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang memiliki tingkat tinggi, yaitu 14% (14 responden), tingkat sedang 75% (75 responden), dan tingkat rendah 11% (11 responden).

**b. Data Deskriptif Komunikasi Interpersonal**

Berikut ini peneliti melakukan rumusan kategori untuk komunikasi interpersonal:

$$1) \text{ Tinggi} = \text{Mean} + 1 \text{ SD} > X$$

$$= (143,79 + 14,549) > X$$

$$= X > 148,33$$

$$2) \text{ Sedang} = \text{Mean} - 1 \text{ SD} < X < \text{Mean} + 1 \text{ SD}$$

$$= (143,79 - 14,549) < X < (143,79 + 14,549)$$

$$= 129,24 < X < 148,33$$

$$\begin{aligned}
 3) \text{ Rendah} &= X < \text{Mean} - 1 \text{ SD} \\
 &= X < (143,79 - 14,549) \\
 &= X < 129,24
 \end{aligned}$$

Berdasarkan distribusi di atas, dapat ditentukan besarnya frekuensi untuk masing-masing kategori berdasarkan skor yang diperoleh. Data selengkapnya dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

**Tabel 10. Hasil Presentasi Variabel Komunikasi Interpersonal**

<b>Kategori</b>	<b>Kriteria</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Total</b>
<b>Tinggi</b>	$X > 148,33$	41	41%
<b>Sedang</b>	$129,24 < X < 148,33$	42	42%
<b>Rendah</b>	$X < 129,24$	17	17%
<b>Jumlah</b>		100	100%

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa tingkat komunikasi interpersonal mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang memiliki tingkat tinggi, yaitu 41% (41 responden), tingkat sedang 42% (42 responden), dan tingkat rendah 17% (17 responden).

## 2. Uji Asumsi

### a. Uji Normalitas

Maksud dari adanya tahap uji normalitas bertujuan untuk melihat pada sampel-sampel yang telah diambil agar mempunyai data yang

memiliki distribusi normal atau tidak. Uji normalitas pada penelitian ini, yang digunakan dalam program SPSS versi 25.0 yaitu uji kolmogorov Smirnov (Santoso, 2005) dengan dasar pengambilan keputusan sebagai berikut :

- a. Nilai signifikansi  $< 0,05$  maka data tidak berdistribusi normal.
- b. Nilai signifikansi  $> 0,05$  maka data berdistribusi normal

Dalam penelitian ini, uji normalitas dilakukan dengan menggunakan Kolmogorov-Smirnov SPSS 17. Hasil pengujian dapat dilihat pada tabel berikut:

**Tabel 11. Hasil Uji Normalitas**

N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.59128254
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.072
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.176 <sup>c</sup>

Penyebaran data dari variabel Intensitas penggunaan media social instagram dan komunikasi interpersonal pada awalnya mencari Unstandardized Residual terlebih dahulu, maka input data pada uji one sample Kolmogorov-Smirnov test mendapatkan hasil seperti tabel seperti diatas. Berdasarkan pada hasil diatas menunjukkan bahwa nilai signifikansinya adalah 0.176 yang berarti lebih besar dari 0.05 artinya variabel-variabel tersebut berdistribusi normal.

b. Uji Linieritas

Adanya uji linearitas tujuannya untuk mengetahui apakah dua variabel mempunyai hubungan yang linear atau tidak secara signifikan. Uji ini biasanya digunakan sebagai prasyarat dalam analisis korelasi atau regresi linear. Pengujian pada SPSS dengan menggunakan Test for Linearity dengan pada taraf signifikansi 0,05. Dua variabel dikatakan mempunyai hubungan yang linear bila signifikansi (Linearity) kurang dari 0,05.

Salah satu asumsi penting lain pada sebuah model regresi adalah asumsi linearitas. Asumsi ini menyatakan bahwa seharusnya hubungan antara variabel terikat dengan variabel bebas bersifat linier. Asumsi linearitas dapat diuji menggunakan compare means dengan *SPSS 25 for Windows*.

**Tabel 12. Hasil Uji Linieritas**

			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
<b>komunikasi interpersonal * intensitas penggunaan media sosial instagram</b>	Between Groups	Combined)	7546.192	22	343.009	1.970	0.016
		Linearity	3977.490	1	3977.490	22.841	0.000
		Deviation from Linearity	3568.702	21	169.938	0.976	0.501
	Within Groups		13408.398	77	174.135		
	Total		20954.590	99			

Hasil pengujian menunjukkan hubungan intensitas penggunaan media social Instagram terhadap komunikasi interpersonal adalah linear karena memiliki probabilitas linearity (p) sebesar 0,000 atau memiliki taraf signifikansi linearitas lebih kecil dari 0,05 ( $p < 0,05$ ) yaitu ( $0,000 < 0,05$ ). Jadi skor variabel intensitas penggunaan media social Instagram dan komunikasi interpersonal telah menunjukkan adanya garis yang sejajar atau lurus.

### 3. Uji Hipotesis

Uji hipotesis dilakukan pada penelitian untuk mengetahui apakah ada atau tidaknya hubungan variabel Intensitas penggunaan media social Instagram (X) terhadap variabel komunikasi interpersonal (Y). Dalam penelitian ini, peneliti menggunakan analisis regresi linier sederhana dengan menggunakan bantuan program SPSS version 25.0 for Windows. Adapun analisisnya adalah sebagai berikut:

**Tabel 13. Hasil Analisis Regresi**

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	488.932	1	488.932	22.960	.000 <sup>b</sup>
	Residual	2086.908	98	21.295		
	Total	2575.840	99			

Hasil dari perhitungan ANOVA pada tabel diatas menunjukkan bahwa nilai F hitung = 22,960 > 4,04 (F tabel) dan P = 0,000 < 0.05, sehingga dapat diartikan bahwa terdapat hubungan yang positif dan simultan antara Intensitas penggunaan media social Instagram dan komunikasi interpersonal. Maka pada penelitian ini dapat ditarik kesimpulan bahwa hipotesis (Ha) dalam penelitian

ini diterima bahwa Intensitas penggunaan media social Instagram memiliki hubungan yang signifikan terhadap komunikasi interpersonal mahasiswa psikologi Angkatan 2017, 2018, 2019 di UIN Malang.

**Tabel 14. Model Regresi**

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.436 <sup>a</sup>	.190	.182	4.615

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai R menunjukkan 0.436 yang artinya cukup jauh dari angka 1 sehingga hal tersebut berarti variabel intensitas penggunaan media social Instagram memiliki tingkat signifikansi hubungan yang kecil terhadap variabel komunikasi interpersonal. Pada nilai koefisien determinasi (R square) yang didapat sebesar 0,190. Hal ini menunjukkan bahwa variabel intensitas penggunaan media social Instagram memberikan sumbangsih pengaruh 19% terhadap variabel komunikasi interpersonal, dan 81% lainnya dipengaruhi oleh faktor-faktor yang lain, diluar variabel intensitas penggunaan media social instagram.

**Tabel 15. Standar Koefesien**

Model	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients Beta	t	Sig.
	B	Std. Error			
1 (Constant)	26.932	24.423		1.103	.273
intensitas penggunaan media sosial instagram	1.243	.259	.436	4.792	.000

Pada tabel diatas yang sudah dipaparkan menunjukkan nilai Standarized Coefficient dari hubungan intensitas penggunaan media social Instagram terhadap komunikasi interpersonal. Berdasarkan tabel diatas, pada variabel

intensitas penggunaan media social instagram diketahui bahwa signifikansi sebesar  $0,000 < 0,05$  dan  $t$  hitung  $4,792 > t$  tabel 2, 010 maka telah ditemukan adanya hubungan yang positif dan juga signifikan antara intensitas penggunaan media social Instagram dan komunikasi interpersonal.

**Tabel 16. Hasil Uji Korelasi**

		intensitas penggunaan media sosial instagram	komunikasi interpersonal
intensitas penggunaan media sosial instagram	Pearson Correlation	1	.436**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
komunikasi interpersonal	Pearson Correlation	.436**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Sebelum dilakukan uji korelasi, dilakukan uji normalitas terlebih dahulu terhadap data yang ada dengan menggunakan uji Kolmogorov-smirnov. Sebuah data dikatakan normal jika memenuhi syarat nilai signifikansi  $>0,05$  dan data yang didapatkan memiliki nilai  $0,176 > 0,05$  yang artinya data tersebut normal. Analisis data selanjutnya adalah uji korelasi terhadap dua variabel. Hasil uji korelasi diperoleh nilai sig. (2-tailed)/p sebesar  $0,000 < 0,05$  diikuti nilai koefisien korelasi ( $r$ ) sebesar 0,436 yang artinya terdapat hubungan positif yang signifikan antar variabel yang diujikan. Hasil analisis data juga menunjukkan kontribusi yang diberikan oleh variabel intensitas

penggunaan media social Instagram kepada komunikasi interpersonal sebanyak 0,190 (koefisien determinasi /  $r^2$ ).

### **C. Pembahasan Hasil Data Penelitian**

#### **1. Tingkat Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram pada Mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang**

Hasil penelitian yang telah dilakukan peneliti yang berjudul Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang bahwa didapat hasil tingkat intensitas penggunaan media sosial instagram mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang pada tingkat sedang. Sebagaimana yang dinyatakan oleh Dahrendorf (dalam Apollo & Ancok, 2003) yang mengartikan intensitas sebagai istilah yang terkait dengan “pengeluaran energi” atau banyaknya kegiatan yang dilakukan oleh seseorang dalam waktu tertentu. Berarti dalam mengeluarkan sebuah energi untuk menggunakan media sosial, mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang masih berada di tingkatan sedang.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, tingkat intensitas penggunaan media sosial instagram pada mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang memiliki tingkat tinggi, yaitu 14% (14 responden), tingkat sedang 75% (75 responden), dan tingkat rendah 11% (11 responden). Dapat disimpulkan bahwa tingkat intensitas penggunaan



media sosial instagram pada mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berada pada kategori sedang.

Tingkat penggunaan media sosial yang berada di tingkatan sedang tersebut bisa jadi dipengaruhi oleh beberapa faktor sebagaimana yang diungkapkan oleh Ajzen (dalam Frisnawati, 2012) bahwa intensitas seorang individu dalam penggunaan internet adalah sebagai berikut :

- a. Perhatian; Merupakan ketertarikan individu terhadap objek tertentu yang menjadikan target perilaku.
- b. Penghayatan; Merupakan pemahaman dan penyerapan terhadap informasi sebagai pengetahuan yang baru bagi individu yang bersangkutan.
- c. Durasi; Merupakan kebutuhan individu dalam selang waktu tertentu untuk melakukan perilaku yang menjadi target (lamanya selang waktu dalam satuan jam).
- d. Frekuensi Merupakan banyaknya pengulangan perilaku yang menjadi target (dalam kurun waktu satu hari).

## **2. Tingkat Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan oleh peneliti ditemukan bahwa tingkat komunikasi interpersonal mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang pada tingkat sedang. Dikemukakan oleh Cangara (2006) dimana komunikasi interpersonal adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap

muka. Komunikasi berlangsung secara diadik (dua arah/timbal balik) yang dapat dilakukan dalam tiga bentuk, yakni percakapan, dialog dan wawancara.

Senada dengan pengertian sebelumnya, Rakhmat (2004) mengemukakan bahwa komunikasi interpersonal adalah bagaimana melihat pengaruh konsep diri terhadap perilaku manusia, bagaimana setiap orang memandang diri sendiri serta memandang orang lain yang akan mempengaruhi pola interaksi dengan orang lain, dan konsep diri yang mewarnai komunikasi seseorang dengan orang lain meliputi keakraban, respon yang tepat, penerimaan nada emosional yang tepat dan sikap sportif. Hal-hal tersebut, lebih menitikberatkan pada komunikasi antara sesama atau adanya interaksi antara satu orang dengan orang lainnya. Hal ini mengungkapkan bahwa mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang dalam berkomunikasi secara interpersonal masih dalam taraf sedang, yang artinya mereka menggunakan komunikasi tersebut sebagai bentuk interaksi antar individu.

Berdasarkan hasil penelitian di atas, dapat diketahui bahwa tingkat komunikasi interpersonal mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang memiliki tingkat tinggi, yaitu 41% (41 responden), tingkat sedang 42% (42 responden), dan tingkat rendah 17% (17 responden). Dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berada pada

tingkat sedang dengan persentase 42% dari 100. Hal ini dipengaruhi oleh faktor-faktor komunikasi interpersonal menurut Jalaludin Rakhmat (2013), yang meyakini bahwa komunikasi interpersonal dipengaruhi oleh persepsi interpersonal, konsep diri, atraksi interpersonal dan hubungan interpersonal.

### **3. Hubungan antara Komunikasi Interpersonal dengan Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram**

Merujuk pada hasil analisis data yang dilakukan, maka dapat dinyatakan hipotesis yang diusulkan oleh peneliti diterima yaitu terdapat hubungan yang positif antara intensitas penggunaan media social Instagram dan komunikasi interpersonal pada mahasiswa psikologi Angkatan 2017, 2018, 2019. Hal ini berarti ketika mahasiswa memiliki intensitas yang tinggi dalam menggunakan media social Instagram maka akan membuat komunikasi interpersonal atau komunikasi yang dilakukan secara langsung dengan orang lain akan tinggi, berlaku juga sebaliknya. Ketika intensitas penggunaan media social Instagram yang rendah maka komunikasi interpersonal yang dilakukan menjadi rendah. Penggunaan media social Instagram dengan intensitas tinggi ini berdasarkan pada data frekuensi penggunaan 68% subjek membuka media social Instagram lebih dari 4 kali per hari dan 58% menghabiskan waktu lebih dari 3 jam per hari

Hasil penelitian ini didukung oleh hasil studi Chotpitayasunondh & Douglas (2018) terkait phubbing –tindakan seseorang yang hanya

berkonsentrasi pada ponselnya ketika berada dalam lingkungan sosial. Media sosial memang menawarkan banyak kemudahan untuk melakukan komunikasi dengan banyak orang kapanpun dan dimanapun hanya dengan berdiam diri dan mengakses melalui smartphone yang dimiliki. Ketika seseorang sudah merasa nyaman untuk berkomunikasi melalui media sosial maka orang tersebut akan memberikan fokus yang tinggi dan hanya berkonsentrasi dengan apa yang sedang dilakukannya. Alhasil, ketika sedang berada dalam lingkungan sosial maka seseorang akan mengabaikan orang disekitarnya karena sibuk mengakses ponsel masing-masing salah satunya untuk berkomunikasi dengan orang lain atau teman-teman di dunia maya. Meskipun komunikasi secara langsung tetap dilakukan, namun intensitasnya tidak akan lama seperti ketika berkomunikasi melalui media sosial. Akibatnya, penggunaan ponsel di sini secara signifikan berdampak negatif terhadap kualitas komunikasi yang dirasakan bahkan berdampak pula pada kepuasan hubungan antar komunikasikan.

Dari penelitian ini terlihat bahwa komunikasi langsung dengan orang-orang yang berada disekitarnya mengalami penurunan karena beralih menggunakan media sosial Instagram sebagai wadah untuk berkomunikasi dengan orang lain, sehingga intensitas penggunaan media sosial Instagram yang tinggi menyebabkan komunikasi secara langsung menjadi rendah. Tentunya, penelitian ini tidak lepas dari sebuah kekurangan atau keterbatasan. Keterbatasan tersebut terletak pada teknik

sampling yang digunakan untuk menentukan jumlah subjek. Menggunakan purposive sampling memungkinkan peneliti untuk menemukan subjek dengan kriteria sesuai seperti yang dibutuhkan. Namun, melalui teknik ini peneliti tidak bisa menentukan jumlah konkrit populasinya. Selain itu, instrumen yang digunakan untuk mengukur komunikasi interpersonal masih menggunakan konteks yang general bukan instrumen komunikasi interpersonal yang berfokus pada komunikasi interpersonal secara tatap muka.

## **BAB V**

### **PENUTUP**

#### **A. Kesimpulan**

Dari keseluruhan penelitian ini merujuk berdasarkan data yang sudah diperoleh, dengan cara yang sesuai dengan prosedur penelitian dilakukan sebagai penunjang dalam penelitian, maka pada penelitian ini dapat disimpulkan bahwa pembahasan sebagaimana yang sudah tertera pada judul, Hubungan antara Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dengan Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Psikologi Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang.

Tingkat intensitas penggunaan media sosial instagram pada mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang memiliki tingkat tinggi, yaitu 14% (14 responden), tingkat sedang 75% (75 responden), dan tingkat rendah 11% (11 responden). Dapat disimpulkan bahwa tingkat intensitas penggunaan media sosial instagram pada mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berada pada kategori sedang.

Tingkat komunikasi interpersonal mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang yang memiliki tingkat tinggi, yaitu 41% (41 responden), tingkat sedang 42% (42 responden), dan tingkat rendah 17% (17 responden). Dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal mahasiswa Psikologi UIN Maulana Malik Ibrahim Malang berada pada tingkat sedang dengan persentase 42% dari 100.

Komunikasi langsung dengan orang-orang yang berada disekitarnya mengalami penurunan karena beralih menggunakan media sosial Instagram sebagai wadah untuk berkomunikasi dengan orang lain, sehingga intensitas penggunaan media sosial Instagram yang tinggi menyebabkan komunikasi secara langsung menjadi rendah.

Melihat dengan semakin berkembangnya teknologi memberikan kemudahan bagi mahasiswa untuk menjalin komunikasi. Adapun dari hasil penelitian bahwa intensitas penggunaan media social Instagram memiliki hubungan yang positif terhadap komunikasi interpersonal.

## **B. Saran**

Pada akhirnya, semua memang tak pernah luput dari kuasanya, bagaimanapun ujungnya selalu terdapat kandungan dari usaha, doa, sabar dan syukur akan keadaan baik itu yang sudah lampau, sekarang maupun yang akan datang. Maka dari itu antara kebutuhan akan afiliasi pada lingkungan dengan manajemen stress juga tidak jauh dari hal tersebut, namun terciptanya manusia juga bukan tanpa alasan.

Mengacu pada hasil dari penelitian ini, maka perlu adanya sebuah tindak lanjut yang sebagaimana saran maupun masukan, perlu adanya pendalaman bagi peneliti yang lain untuk menggali lagi mengenai variabel lain selain variabel yang telah diteliti dalam penelitian ini yang lebih berhubungan, sehingga mendapatkan banyak hal-hal lain yang terduga yang berhubungan dengan permasalahan.





## DAFTAR PUSTAKA

- Abrar, Ana ,N. 2003. *Teknologi Komunikasi: Perspektif Ilmu Komunikasi*. Yogyakarta: LESFI.
- Anderson, T,L., & Emmer-Sommer, T,M. (2006). *Predictors of Relationship Satisfactionin Online Romantic Relationship*. Communication Studies. Vol. 57, No.2, June 2006, pp. 153-172DOI: 10.1080/10510970600666834.
- Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung : Remaja Rosdakarya.
- Petrović, D. 2013. *Internet Kao Interpersonalni Medij-Shučaj Srbije*. Sociologija.
- Azwar, S. 2008. *Reliabilitas dan Validitas*. Yogyakarta: Pustaka Belajar.
- Devito, J,A. 2004. *Komunikasi Antar Manusia*. Edisi Ke-5. Jakarta: Professional Book.
- Arikunto. 2006. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktek*. Jakarta : PT. Rineka Cipta.
- Enjang, AS. 2009. *Komunikasi Konseling*. Bandung: Nuansa.
- Nisfiannoor, Muhammad. 2009. *Pendekatan Statistika Modern Untuk Ilmu Sosial*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Effendy, Onong Uchjana. 2005. *Humas Membangun Citra Dengan Komunikasi*. Bandung : Remaja Rosdakarya.

- Schneiders. 1964. *Personal Adjustment and Mental Health*. New York: Holt, Rinehart and Winston
- Chotpitayasunondh V, Douglas KM. *The effects of “phubbing” on social interaction*. J Appl Soc Psychol. 2018;(January)
- Boyd, D. M & Ellison, B. N. 2008. *Social Network Sites: Definition, History and Scholarship*. Journal Of Computer-Mediated Communication. Vol.13.
- Sujarweni, V. Wiratna. 2014. *Metode Penelitian: Lengkap, Praktis, dan Mudah Dipahami*. Yogyakarta: Pustaka Baru Press.
- Gempur, Santoso. 2005. *Metodologi Penelitian Kualitatif dan Kuantitatif*. Jakarta: Prestasi Pustaka
- Anshori, Muslich & Sri Iswati. 2009. *Metodologi Penelitian Kuantitatif*. Surabaya : Airlangga University Press (AUP)
- Apollo & Ancok, D. 2003. *Hubungan Antara Menonton Tayangan Televisi Berisi Kekerasan, Persepsi terhadap Keharmonisan Keluarga, Jenis Kelamin dan Tahap Perkembangan dengan Kecenderungan Agresivitas Remaja*. Sosiohumanika, 16A (3), 529 – 544.
- Rakhmat, J. 2013. *Psikologi Komunikasi*. Bandung: PT. Remaja Rosda Karya.
- Frisnawati. A. 2012. *Hubungan Antara Intensitas Menonton Reality Show Dengan Kecenderungan Perilaku Prosocial*. Empathy vol. 1 : 50-54
- Sugiyono. 2009. *Statistika untuk Penelitian*. Yogyakarta: Ar-Ruzz.
- Aw, Suranto. 2011. *Komunikasi Interpersonal* Yogyakarta: Graha Ilmu

- Horrigan, J B. 2002. *New Internet Users: What They do Online, What Don't and Implications for They net's future*. 358 hlm
- Agung, Wahyu. 2010. *Panduan SPSS 17.0 Untuk Mengolah Penelitian Kuantitatif*. Yogyakarta : Garailmu.
- Cangara, H. 2006. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT Raja Grafindo Persada.
- Santor. 2007. *Profil Pengendalian Diri Peserta Didik dan Implikasinya Bagi Bimbingan dan Konseling*. Skripsi Dipublikasikan: Universitas Pendidikan Indonesia.
- Wisnuwardhani, Dian dan Mashoedi, S,F. 2012. *Hubungan Interpersonal*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Vensy, dkk. 2014. *Pengaruh Sosial Media terhadap Komunikasi Interpersonal dan Cyberbullying pada Remaja*.
- Khairil Anwar, Rahmat Saleh. 2018. *Komunikasi Interpersonal Mahasiswa pada Media Sosial Facebook*.

## **LAMPIRAN**

## Lampiran 1. Lampiran Skala Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram

Nama :  
 Jenis Kelamin :  
 Status :

**Petunjuk Pengisian:**

1. Mohon bacalah dengan teliti setiap pernyataan yang ada pada angket.
2. Berilah tanda centang (✓) untuk jawaban yang sesuai dengan keadaan anda.
3. Semua pernyataan wajib diisi.
4. Mohon jawablah seluruh pertanyaan dengan jujur yang dirasa sesuai dengan keadaan anda.

Keterangan untuk menjawab atau mengisi kolom dibawah ini:

STS = Sangat Tidak Setuju  
 TS = Tidak Setuju  
 S = Setuju  
 SS = Sangat Setuju

Selamat Mengerjakan

Berapa kali Anda menggunakan media social Instagram dalam sehari?

4 kali per hari  >4 kali per hari

Berapa lama Anda menggunakan media social Instagram dalam sehari?

3 jam per hari  >3 jam per hari

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Saya suka menggunakan media sosial Instagram karena banyak fitur yang saya sukai				
2.	Saya tidak suka diganggu ketika mengakses media social Instagram yang saya gemari				
3.	Saya menikmati aktivitas saat mengakses media social Instagram				
4.	Saya suka meniru informasi yang saya jumpai di media social Instagram				
5.	Saya mudah terpengaruh informasi yang saya baca di media social Instagram				

6.	Dalam sehari saya memberikan batasan waktu kurang dari 3 jam ketika menggunakan media social Instagram				
7.	Saya gemar menggunakan media social Instagram karena banyak informasi tentang hobi saya				
8.	Saya meluangkan waktu untuk menggunakan media social Instagram				
9.	Saya sering lupa waktu ketika mengakses media social Instagram				
10.	Orang-orang di media sosial Instagram memberikan inspirasi terhadap saya sehari-hari				
11.	Saya mencoba atau tips yang saya jumpai di media social Instagram				
12.	Cara pandang saya banyak dipengaruhi oleh artikel-artikel yang saya baca di media social Instagram				
13.	Biasanya saya menghabiskan waktu 2 jam sehari untuk mengakses media social Instagram				
14.	Biasanya saya mengakses media sosial Instagram 2 kali dalam sehari				
15.	Mengakses media sosial Instagram merupakan sesuatu yang menarik untuk saya				
16.	Apapun kondisinya saya menyempatkan untuk menggunakan media social Instagram				
17.	Saya melupakan tugas saya ketika sudah mengakses media Social Instagram yang saya gemari				
18.	Saya membatasi mengakses media sosial Instagram tidak lebih dari 30 menit dalam sehari				
19.	Saya bisa mengakses media social Instagram hingga lebih dari 4 kali dalam sehari				
20.	Beberapa hal yang sedang menjadi tren di media sosial Instagram saya praktikan dalam kehidupan sehari-hari				
21.	Saya tidak bisa melakukan kegiatan lain ketika sedang menggunakan media social Instagram				
22.	Dalam sehari saya bisa menggunakan media sosial Instagram lebih dari 3 jam				
23.	Saya menggunakan media sosial Instagram kurang dari 4 kali dalam sehari				
24.	Saya tidak memberikan batasan, sehingga dapat mengakses media social Instagram lebih dari 5 kali dalam sehari				

25.	Dalam sehari biasanya saya hanya 1 jam saja dalam menggunakan media sosial Instagram				
26.	Saya termasuk tidak aktif menggunakan media social Instagram, biasanya hanya 3 kali dalam sehari				
27.	Saya menggunakan media sosial Instagram hanya karena teman - teman saya menggunakannya				
28.	Ketika menggunakan media social Instagram sebenarnya saya tidak sungguh-sungguh menikmatinya				
29.	Gaya yang sedang tren di media sosial Instagram tidak mempengaruhi gaya berbusana keseharian saya				
30.	Saya tidak mudah terpengaruh hal atau info yang berasal dari media social Instagram				

## Lampiran 2. Lampiran Skala Komunikasi Interpersonal

Nama :  
 Jenis Kelamin :  
 Status :

**Petunjuk Pengisian:**

1. Mohon bacalah dengan teliti setiap pernyataan yang ada pada angket.
2. Berilah tanda centang (✓) untuk jawaban yang sesuai dengan keadaan anda.
3. Semua pernyataan wajib diisi.
4. Mohon jawablah seluruh pertanyaan dengan jujur yang dirasa sesuai dengan keadaan anda.

Keterangan untuk menjawab atau mengisi kolom dibawah ini:

STS = Sangat Tidak Setuju  
 TS = Tidak Setuju  
 S = Setuju  
 SS = Sangat Setuju

Selamat Mengerjakan

No.	Pertanyaan	SS	S	TS	STS
1.	Saya senang berkomunikasi dengan teman-teman di lingkungan sekitar saya				
2.	Saya ikut senang jika teman saya mendapatkan kabar bahagia				
3.	Saya paham dengan bahan diskusi pelajaran dalam kelompok belajar				
4.	Saya berpura-pura Bahagia mendengar teman saya mendapatkan beasiswa				
5.	Saya mengarahkan pembicaraan seperti yang saya inginkan				
6.	Setiap kali saya berbicara dengan teman saya, saya meminta teman saya untuk mengulangi penjelasannya				
7.	Saya tidak paham dengan bahan diskusi pelajaran dalam kelompok belajar				
8.	Saya mendengarkan dengan penuh saat orang lain				



	berbicara				
9.	Saya tidak ikut serta melayat tetangga saya yang sedang mengalami musibah				
10.	Saat saya mengalami masalah, saya berbagi cerita dengan teman saya				
11.	Posisi duduk saya menghadap pada teman saya saat teman saya mengajak saya bicara				
12.	Saat berkomunikasi pandangan mata saya tertuju pada teman saya yang berbicara				
13.	Saya tidak senang mendapatkan kritikan dan komentar dari orang lain				
14.	Saya menganggukkan kepala saat saya mengerti pembicaraan yang dibicarakan				
15.	Saya mendengarkan pembicaraan teman saya sambil memainkan handphone				
16.	Saya tidak senang jika ada yang memiliki argument yang lebih baik daripada saya				
17.	Saya merasa tidak percaya diri dalam berbicara jika posisi saya menghadap teman saya				
18.	Saya tersenyum menanggapi pembicaraan teman saya				
19.	Saya mencari-cari alasan saat teman saya ingin berbagi cerita dengan saya				
20.	Saya menghargai pendapat orang lain jika memang pendapat tersebut lebih baik daripada pendapat saya saat diskusi dalam kelompok				
21.	Saya pesimis pendapat saya didengarkan oleh orang lain				
22.	Saya merasa cemas saat teman saya mengajak saya berbicara				
23.	Menurut saya kerja sama lebih cepat menyelesaikan masalah				
24.	Perbedaan pendapat dapat menyebabkan konflik				
25.	Perbedaan pendapat dapat memperpanjang penyelesaian permasalahan				
26.	Saya tersenyum saat berbicara dengan teman saya				
27.	Sikap badan menurut saya tidak penting saat berkomunikasi				
28.	Perhatian saya tertuju pada lawan bicara saya saat berkomunikasi				

29.	Saya memberikan umpan balik pada lawan bicara saya				
30.	Saya tidak peduli dengan teman saya yang sedang patah hati				

## Lampiran 3. Lampiran Data Responden

No	Nama	NIM	Jenis Kelamin
1	AISYAH MARDIAH	19410062	P
2	UKI ALFIANTO	19410116	L
3	HAFIDHATUL HASANAH	19410117	P
4	MILA LATIFA ZULFA	19410199	P
5	BILLAH AHSANUL KARIMA	18410156	P
6	IFATUR ROSIDAH	19410042	P
7	SANIATUR RIZQIYAH	19410127	P
8	FARRAH AULIYA RAHMADANI	19410065	P
9	ABU AMAR NASHIH BILQISTH	19410187	L
10	MUHAMMAD ZAED ROYS	18410056	L
11	ACH FAWAID	17410212	L
12	AFFAN FARID AZKA	17410215	L
13	M. HASIM ASYHARI	17410003	L
14	ARIFA RAHMAWATI	17410006	P
15	MUHAMMAD GHIFFARI LUKMAN	17410009	L
16	RIKE DIAS SAFITRI	17410010	P
17	BIYATI AKHU ARUMI	17410011	P
18	MAFAZATIL UMAMI	17410012	P
19	OLYVIA APRELIAN	17410013	P
20	MUQODDAS ABROR	17410014	L
21	MUHAMMAD IZZUL ISLAM	17410015	L
22	DEWI MASYITO	17410017	P
23	EGA AULIA CAHYANI PUTRI	17410018	P
24	FIRMAN AGUSTRIANDRI	17410019	L
25	MOCH. KAMAL TIBRIZI	17410093	L
26	MUHAMMAD NUR ARIS WIDODO	17410094	L
27	MANARA QUDSIYA	17410095	P
28	RIZKIYANI PUTRI HISMANIDARTI	17410096	P
29	LAILIDEWI CANDRA PURNAMASARI	17410097	P
30	RAMDANI ZAMZANI	17410098	L
31	HUSNA KARIMAH	17410099	P
32	NAKIA NUR AMALIA	17410100	P
33	FIDIN ADI SETYAWAN	17410101	L
34	SHARIFAH ZOLLA PHATMA BEE	17410102	P
35	HAMZAH AL ASSADULLAH	17410133	L

	TAQIYYA		
36	FIERNA TRI RACHMADHEVY	17410134	P
37	MOCHAMMAD HAIKAL PAMUNGKAS	17410135	L
38	ANADISTI SHAVIKA	17410136	P
39	NAUFAL AMRULLOH	17410137	L
40	MAULANA TANNENDRA	17410138	L
41	FIRDAUS ADITYA	17410140	L
42	ACHMAD MAULANA WILDHAN	17410141	L
43	QURATUL AINA	17410142	P
44	DZIKRY ANGGARA VP ROSADI	17410143	L
45	PRADNYA PARAMITHA ADHA	17410144	P
46	YAYUK SRI RAHAYU	17410145	P
47	FIKA CHARISATUL FITRIA	18410034	P
48	LU`LUUN NURUL IZZAH	18410035	P
49	KIRANA NURRIZKI AULIA	18410036	P
50	TAZKYA NURLAILIA MA`ARIF	18410037	P
51	RAMADHAN DICKY KURNIAWAN	18410038	L
52	ITSNA MAZRO`ATUN NADHIFAH	18410039	P
53	IKA DEWI	18410040	P
54	AULIA FITRATUN HASANAH	18410041	P
55	ADWIYAH NURSOLEHA	18410042	P
56	MIARASANTI DWI MEILINA	18410043	P
57	KEN ALFI ROZANA	18410044	P
58	ALIKA IHZA ZULFIAH	18410045	P
59	FAIZA CHIMAYATAS SALAFY	18410047	P
60	NADHILLA SUGIHARNI AJININGTYAS	18410048	P
61	ALHAFIZH CATUR HARTANTO	18410049	L
62	LAILATUL AFIFAH RAMADHANI	18410102	P
63	NADIA FENI ISDIANTI	18410103	P
64	NIKMATUL BAHRIL WAHDAH	18410104	P
65	FERRY KUS DWI SATRIA	18410105	L
66	KHILMI RAHMAWATI	18410106	P
67	SAFIRA FIRLY MAFAZA	18410107	P
68	FIDINDA AVITASARI	18410108	P
69	RAFIDATUL HIKAM	18410109	P
70	ANIN NAFILA	18410110	P
71	NADHIFA FEBRIYANTI	18410111	P
72	BAIQ ULYA AINUN NADIA	18410112	P
73	FARADINA AISYA FEBIANTI	18410113	P

74	NANDA AYU PUTRI SUHARYO	18410114	P
75	MAWADDA ARIF RAHMAH	18410115	P
76	M. NAIMUL MASYKURI	18410116	L
77	ULUL FAHMI ROSYIDA	18410117	P
78	FEBI NURUS KUSUMAWATI	18410118	P
79	CHRISNE TRI APRILIANA	18410119	P
80	WARDATUL FIRDAUS	18410120	P
81	LENY LESTARY	18410121	P
82	DINDA ZALFA SAHIRA	18410133	P
83	AZHAR AMIRUL MUDZAKI	19410100	L
84	NURDIANSYAH	19410101	L
85	ANNISA MAHARANI ADI	19410102	P
86	FERINDA RAHMA YANTI	19410103	P
87	AMANDA ALMIRA LERIZHA	19410105	P
88	ANIYATUZZULFAH	19410106	P
89	ERA GRADIPUTRA HARDIANTO	19410107	L
90	ANNISA DEWI NOVIANTI	19410108	P
91	PUNGKI SAPUTRI	19410109	P
92	SUWANDA	19410110	L
93	BIA ALVASA	19410111	P
94	MAGHFIRA AULIA RAHMAN	19410112	P
95	YENI PURWANTI	19410113	P
96	FIFIA JULIA NINGSIH	19410114	P
97	FARADILA RACHMADIA	19410115	P
98	UKI ALFIANTO	19410116	L
99	HAFIDHATUL HASANAH	19410117	P
100	FAKHRURRAHMAN M. SYAM	19410118	L

## Lampiran 4. Lampiran Kategorisasi

<b>Kategori</b>	<b>Frekuensi</b>	<b>Presentase (%)</b>
<b>Usia</b>		
18 tahun	23	23
19 tahun	20	20
20 tahun	17	17
21 tahun	22	22
22 tahun	18	18
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Jenis Kelamin</b>		
Laki-laki	31	31
Perempuan	69	69
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Frekuensi Penggunaan Media Sosial</b>		
4 kali per hari	32	32
>4 kali per hari	68	68
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>
<b>Durasi Penggunaan Media Sosial Instagram</b>		
3 jam per hari	42	42
>3 jam per hari	58	58
<b>Total</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

	<b>Minimum Statistic</b>	<b>Maximum Statistic</b>	<b>Mean Statistic</b>	<b>Standar Deviasi</b>
<b>Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram</b>	83,00	112,00	94,04	5,101
<b>Komunikasi Interpersonal</b>	109,00	183,00	143,79	14,549

## Lampiran 5. Lampiran Hasil Uji Normalitas

**One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test**

		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters <sup>a,b</sup>	Mean	.0000000
	Std. Deviation	4.59128254
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.072
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.176 <sup>c</sup>

- a. Test distribution is Normal.
- b. Calculated from data.
- c. Lilliefors Significance Correction.

## Lampiran 6. Lampiran Hasil Uji Linieritas

komunikasi interpersonal

intensitas penggunaan media sosial instagram	Mean	N	Std. Deviation
83	135.00	2	5.657
84	149.00	1	
85	130.50	2	14.849
86	150.00	1	
87	150.50	2	6.364
88	141.00	3	19.925
89	133.83	6	13.992
90	130.83	6	17.186
91	139.00	2	5.657
92	137.93	14	9.802
93	141.50	6	21.211
94	148.11	9	12.077
95	144.14	14	12.630
96	146.60	10	9.721
97	139.20	5	20.092
99	143.00	3	10.817
100	157.17	6	5.492
101	170.00	1	
102	156.67	3	11.060
104	159.00	1	
108	153.00	1	
109	183.00	1	
112	159.00	1	
Total	143.79	100	14.549



Lampiran 7. Lampiran Anova Table

ANOVA Table							
			Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
komunikasi interpersonal intensitas penggunaan media sosial instagram *	Between Groups	(Combined)	7546.192	22	343.009	1.970	0.016
		Linearity	3977.490	1	3977.490	22.841	0.000
		Deviation from Linearity	3568.702	21	169.938	0.976	0.501
	Within Groups		13408.398	77	174.135		
	Total		20954.590	99			

## Lampiran 8. Lampiran Hasil Uji Korelasi

**Correlations**

		intensitas penggunaan media sosial instagram	komunikasi interpersonal
intensitas penggunaan media sosial instagram	Pearson Correlation	1	.436**
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	100	100
komunikasi interpersonal	Pearson Correlation	.436**	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	100	100

\*\* . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed)