



BAB II

KAJIAN PUSTAKA

© Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

A. Landasan Teoritis

1. Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi merupakan kegiatan yang sangat domain dalam kehidupan sehari-hari, namun tidaklah mudah memberikan definisi yang dapat diterima semua pihak. Menurut Trenholm dan Jensen (dalam Aw, 2011: 3), komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang terjadi antara dua orang yang berlangsung secara tatap muka. Sifat komunikasi ini adalah spontan dan informal; saling menerima *feedback* secara maksimal; partisipan berperan fleksibel.

Dari pemahaman di atas, komunikasi *interpersonal* atau komunikasi antarpribadi adalah proses penyampaian dan penerimaan pesan antara pengirim pesan (*sender*) dengan penerima (*receiver*) baik secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi dikatakan terjadi secara langsung (primer) apabila pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi antarpribadi dapat saling berbagi informasi tanpa melalui media. Sedangkan komunikasi tidak langsung (sekunder) dicirikan oleh adanya penggunaan media tertentu.

Menurut Deddy Mulyana (2010: 81), komunikasi antarpribadi atau komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi antara orang-orang secara tatap muka, yang memungkinkan setiap individunya menangkap reaksi individu lain secara langsung, baik verbal maupun nonverbal. Bentuk khusus dari komunikasi antarpribadi ini adalah komunikasi diadik yang melibatkan dua orang, seperti suami-

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



istri, dua sahabat dekat, guru-murid, dan sebagainya. Kedekatan hubungan pihak-pihak yang berkomunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respon nonverbal mereka, seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif, dan jarak fisik yang sangat dekat.

Komunikasi antarpribadi pada hakikatnya adalah suatu proses. Suatu proses tersebut menyangkut adanya transaksi dan interaksi. Transaksi yang terjadi dalam komunikasi antarpribadi adalah mengenai gagasan, ide, pesan, simbol, informasi, atau *message*. Sedangkan istilah interaksi mengesankan adanya suatu tindakan yang berbalasan. Dengan kata lain, suatu proses hubungan yang saling mempengaruhi satu sama lain. Menurut Suranto Aw (2011: 5), interaksi sosial merupakan suatu proses berhubungan yang dinamis dan saling mempengaruhi. Dalam kata “proses” terdapat makna suatu aktivitas, yaitu aktivitas menciptakan, mengirimkan, menerima, dan menginterpretasi pesan.

Pesan dalam komunikasi antarpribadi tidak ada dengan sendirinya melainkan diciptakan dan dikirimkan oleh seorang komunikator kepada komunikan. Dalam komunikasi antarpribadi, komunikator dan komunikan biasanya adalah individu, sehingga proses komunikasi yang terjadi melibatkan sekurangnya dua individu. Komunikasi antarpribadi dapat terjadi secara langsung maupun tidak langsung. Komunikasi secara langsung merupakan komunikasi secara tatap muka, sementara komunikasi tidak langsung merupakan komunikasi melalui perantara media tertentu seperti telepon, SMS, dan *e-mail*.

Pesan dalam komunikasi antarpribadi dapat pula disampaikan secara lisan maupun tertulis. Komunikasi lisan memiliki keunggulan dalam aspek kecepatan penerimaan pesan. Walau begitu komunikasi tertulis memiliki keuntungan di mana

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pesan bersifat permanen sehingga dapat mencegah terjadinya suatu penyimpangan terhadap gagasan-gagasan yang ingin disampaikan.

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Komunikasi antarpribadi merupakan suatu tindakan yang memiliki tujuan tertentu. Tujuan komunikasi antarpribadi itu bermacam-macam, berikut adalah tujuan komunikasi antarpribadi menurut Suranto Aw (2011: 19):

a. Mengungkapkan perhatian kepada orang lain.

Dalam hal ini seseorang berkomunikasi dengan cara menyapa, tersenyum, menanyakan kabar dan sebagainya. Pada prinsipnya komunikasi antarpribadi dimaksudkan untuk menunjukkan adanya perhatian kepada orang lain, dan untuk menghindari kesan dari orang lain sebagai pribadi yang tertutup.

b. Menemukan diri sendiri.

Seseorang melakukan komunikasi antarpribadi karena ingin mengetahui dan mengenali karakteristik diri pribadi berdasarkan informasi dari orang lain. komunikasi antarpribadi memberikan kesempatan kepada kedua belah pihak untuk berbicara tentang apa yang disukai dan apa yang dibenci.

c. Menemukan dunia luar.

Dengan komunikasi antarpribadi diperoleh kesempatan untuk mendapatkan berbagai informasi dari orang lain, termasuk informasi penting dan aktual. Dengan komunikasi antarpribadi individu dapat mendapatkan informasi dan menemukan dunia luar yang belum diketahuinya.

d. Membangun dan memelihara hubungan yang harmonis.

Sebagai makhluk sosial, salah satu kebutuhan manusia adalah membentuk dan memelihara hubungan baik dengan orang lain. Setiap orang menggunakan banyak waktu untuk komunikasi antarpribadi yang diabdikan untuk membangun dan memelihara hubungan sosial dengan orang lain.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



e. Mempengaruhi sikap dan tingkah laku.

Komunikasi antarpribadi ialah proses penyampaian suatu pesan oleh seseorang kepada orang lain untuk memberitahu atau mengubah sikap, pendapat, atau perilaku baik secara langsung maupun tidak langsung. Dalam prinsip komunikasi, ketika pihak komunikan menerima pesan atau informasi, berarti komunikan telah mendapat pengaruh dari proses komunikasi.

c. Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

f. Mencari kesenangan atau sekedar menghabiskan waktu

Ada kalanya, seseorang melakukan komunikasi antarpribadi sekedar mencari kesenangan atau hiburan. Komunikasi antarpribadi dapat memberikan keseimbangan yang penting dalam pikiran yang memerlukan suasana rileks, ringan, dan menghibur.

g. Menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi

Komunikasi antarpribadi dapat menghilangkan kerugian akibat salah komunikasi (*miscommunication*) dan salah interpretasi (*misinterpretation*) yang terjadi antara sumber dan penerima pesan, karena dengna komunikasi antarpribadi dapat dilakukan pendekatan secara langsung, menjelaskan berbagai pesan yang rawan menimbulkan kesalahan interpretasi.

h. Memberikan bantuan (konseling)

Komunikasi antarpribadi sering digunakan sebagai sarana konseling oleh individu-individu dalam rangkan mendapatkan bantuan pemikiran sehingga didapat solusi yang baik.

2. Teori Ekologi Media

Menurut McLuhan (dalam West dan Turner, 2010: 139), media elektronik telah mengubah kehidupan masyarakat secara radikal, masyarakat menjadi



bergantung pada teknologi yang menggunakan media dan ketertiban sosial suatu masyarakat didasarkan pada kemampuannya untuk menghadapi teknologi tersebut.

Media secara umum bertindak secara langsung dalam membentuk dan mengorganisasikan sebuah budaya. Ini merupakan Teori Ekologi Media (*Media Ecology Theory*) McLuhan.

Pada teori ini, khalayak dianggap memiliki kemampuan yang aktif, yang mengharuskan semua orang untuk menyesuaikan diri terhadap perkembangan teknologi. Teori ekologi media memusatkan banyak jenis media dan memandang media sebagai sebuah lingkungan. *Media Ecology Association* (2005) (dalam West dan Turner, 2010:139), menyatakan definisi ekologi media dari Lance Strate sebagai “kajian mengenai lingkungan media, ide bahwa teknologi dan teknik, mode (cara penyampaian), informasi dan kode komunikasi memainkan peran utama dalam kehidupan manusia.” Asumsi teori Ekologi Media:

a. Media melingkupi setiap tindakan di dalam masyarakat.

Asumsi ini berfokus pada pemikiran bahwa individu tidak dapat melarikan diri dari media di dalam hidupnya. Dalam perspektif McLuhan, media tidak dilihat dalam konsep yang sempit, seperti surat kabar / majalah, radio, televisi, film, atau internet. Dalam konsep yang luas, McLuhan melihat media sebagai apa saja yang digunakan oleh manusia. Termasuk jam dinding, angka, uang, jalan, bahkan permainan adalah sebagai mediasi.

Seperti yang dinyatakan McLuhan (dalam West dan Turner, 2010: 141), bahwa:

“Media – diinterpretasikan dalam artian luas – selalu hadir di dalam kehidupan kita. Media-media ini mentransformasi masyarakat kita, baik melalui permainan yang kita mainkan, radio yang kita dengarkan, televisi yang kita tonton. Pada saat yang bersamaan, media bergantung pada masyarakat untuk “pertukaran dan evolusi.”

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



b. Media memperbaiki persepsi kita dan mengorganisasikan pengalaman kita.

Asumsi kedua teori Ekologi Media melihat media sebagai sesuatu yang langsung mempengaruhi manusia dalam berbagai aspek kehidupan. Cara manusia memberi penilaian, merasa, dan bereaksi cenderung dipengaruhi oleh media. Dalam asumsi ini McLuhan menilai media cukup kuat dalam membentuk pandangan manusia mengenai dunia.

c. Media menyatukan seluruh dunia.

Asumsi ketiga teori Ekologi Media memunculkan istilah desa global (*global village*). Istilah tersebut digunakan untuk mendeskripsikan bagaimana media mengikat dunia menjadi sebuah sistem politik, ekonomi, sosial, dan budaya yang besar. Media dapat mengorganisasikan masyarakat secara sosial. Manusia tidak lagi dapat hidup dalam isolasi, melainkan akan selalu terhubung oleh media elektronik yang bersifat instan dan berkesinambungan. Media elektronik memiliki kemampuan untuk menjembatani budaya-budaya yang tidak akan pernah berkomunikasi sebelum adanya koneksi ini.

Menurut McLuhan (dalam West dan Turner, 2010: 142), dampak dari *global village* adalah kemampuan untuk menerima informasi secara langsung yang mengakibatkan manusia harus mulai tertarik dengan isu global dibandingkan dengan hal-hal yang ada pada komunitas individu. Individu mengamati bahwa dunia tidak lebih dari sebuah desa dan harus merasa bertanggung jawab bagi orang lain, karena orang lain telah terlibat dalam kehidupan individu begitu pun sebaliknya, dimana hal tersebut terjadi berkat media elektronik.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Teori Ekologi Media dikenal dengan slogannya medium adalah pesan (*medium is the message*). Frase ini merujuk pada kekuatan dan pengaruh medium – bukannya isi pesan – terhadap masyarakat. Medium memiliki kemampuan untuk mengubah bagaimana individu berpikir mengenai orang lain, dirinya, dan dunia di sekelilingnya. Menurut McLuhan (dalam West dan Turner, 2010:145), walaupun pesan memengaruhi keadaan sadar individu, mediumlah yang memengaruhi keadaan bawah sadar individu. Media memiliki kekuatan untuk memengaruhi individu, tetapi juga dapat menggoda, contohnya saja peralatan elektronik seperti *smartphone* yang menarik banyak peminat.

Menurut teori Ekologi Media, media dapat diklasifikasikan menjadi media panas atau dingin. Media panas, dideskripsikan sebagai media yang menuntut sedikit dari para pendengar, pembaca, atau penonton. Media panas adalah komunikasi tinggi definisi yang memiliki data sensor relatif lengkap; tak banyak yang tersisa untuk imajinasi khalayak. Media panas menuntut partisipasi khalayak yang rendah. Makna pada dasarnya telah disediakan.

Tidak seperti media panas, media dingin membutuhkan tingkat partisipasi yang tinggi; media ini rendah definisi. Sedikit yang disediakan medium, sangat banyak yang harus dilengkapi sendiri oleh pendengar, pembaca, atau penonton. Dalam media dingin pengguna harus memahami dengan baik media yang digunakan. Media dingin mengharuskan khalayak untuk menciptakan makna melalui keterlibatan indra yang tinggi dan imajinatif.

Di dalam teori Ekologi Media, McLuhan dan putranya, Eric, memperluas teorinya mencakup diskusi menyeluruh mengenai hukum media (*laws of media*). Karya mereka merupakan usaha untuk membawa teori ini pada suatu lingkaran

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBI RKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBI RKG.



yang sempurna: Teknologi memengaruhi komunikasi melalui teknologi baru, dampak dari teknologi baru memengaruhi masyarakat, dan perubahan dalam masyarakat menyebabkan perubahan lebih jauh dalam teknologi. McLuhan dan McLuhan (dalam West dan Turner, 2010: 149), mengajukan tetrad sebagai konsep organisasi yang memungkinkan ilmuwan dalam memahami dampak masa lalu, masa kini, dan terkini dari media. Terdapat empat hukum media:

a. Apakah yang ditingkatkan oleh media?

Peningkatan (enhancement) adalah hukum yang menyatakan bahwa media menegaskan atau memperkuat masyarakat. Contohnya, telepon meningkatkan kata-kata lisan yang ditemukan dalam percakapan tatap muka. Radio memperkuat suara melampaui jarak. TV memperkuat kata-kata dan gambar visual melampaui benua. Internet meningkatkan beberapa fungsi indra sekaligus.

b. Apakah yang dibuat ketinggalan zaman oleh media?

Ketinggalan zaman adalah hukum yang menyatakan bahwa media menyebabkan sesuatu menjadi ketinggalan zaman. Contohnya TV membuat radio ketinggalan zaman, walaupun banyak dari kita terus mendengarkan radio saat berkendara di mobil.

c. Apakah yang diambil kembali oleh media?

Pengambilan kembali adalah hukum yang menyatakan bahwa media menyelamatkan sesuatu yang tadinya hilang. Contohnya, TV membawa kembali pentingnya unsur visual yang tidak dapat dicapai oleh radio, tetapi yang dulunya ada di dalam percakapan tatap muka.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



d. Apakah yang diputarbalikkan oleh media?

Pemutarbalikkan adalah hukum yang menyatakan bahwa media akan menghasilkan atau menjadi sesuatu yang lain jika didorong mencapai batasnya. Contohnya, keinginan publik untuk memiliki akses terhadap hiburan dalam medium yang relatif murah mendorong terciptanya drama dan program komedi.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

3. Media

Media merupakan suatu alat yang digunakan untuk mempermudah penyampaian berbagai informasi untuk mencapai tujuan yang diinginkan. Seperti yang dikatakan Rayner et.al (2004: 1) bahwa:

“Meskipun agak klise untuk mengatakan bahwa media merupakan bagian penting dari kehidupan kita, sejak peristiwa 11 September 2001 itu telah menjadi sangat jelas bahwa media gambar sering memiliki kekuatan dan makna yang dapat beresonansi di seluruh dunia dalam hitungan detik. Hal ini telah menjadi jelas bahwa kita hidup dalam masyarakat yang “termediasi” di mana banyak ide-ide kita tentang dunia, pengetahuan kita tentang apa yang terjadi dan, mungkin yang paling penting, nilai-nilai kita berasal dari luar individu kita sehari-hari atau pengalaman langsung. Ide-ide kita tentang dunia berasal sebagian besar dari media modern, yang memproduksi dan ‘paket’ versi peristiwa dan isu-isu dalam output mereka, dan yang kita konsumsi sebagai bagian dari kehidupan kita sehari-hari dan situasi. Ini berarti bahwa media karena itu memiliki pengaruh yang sangat kuat pada kita baik sebagai individu maupun sebagai masyarakat.”

Media memiliki beberapa karakteritik-karakteristik yang menunjukkan bahwa media merupakan bagian dari kehidupan manusia dewasa ini. Karakteristik dari media adalah sebagai berikut:

a. Media menjangkau sejumlah besar orang.

Sebagian besar produk media saat ini dibangun untuk dikonsumsi oleh sejumlah besar orang. Jumlah besar seperti orang, bagaimanapun, akan menjadi terfragmentasi menjadi berbagai kelompok yang berbeda tergantung pada

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



media yang bersangkutan. Mereka juga akan 'mengonsumsi' media dalam berbagai cara.

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

b. Media, meskipun diproduksi secara terpusat, biasanya dikonsumsi secara pribadi.

Meskipun media memiliki banyak khalayak, pengonsumsi media masih sangat bersifat personal. Ada banyak orang yang menonton film, akan tetapi pengalaman yang didapat akan bersifat individual dan privat.

c. Produk Media dibagikan.

Ketika media menghasilkan sesuatu yang populer - maka jumlah penonton akan tinggi - dan juga akan dibagi kepada semua orang dan menjadi suatu bentuk kebudayaan.

d. Media dikendalikan atau diatur.

Banyaknya jumlah penonton yang ditarik media, dan kekuatan, jangkauan dan popularitas media, membuat media dianggap membutuhkan kontrol atau regulasi.

e. Media mengandalkan teknologi canggih.

Media membutuhkan teknologi canggih ini untuk memproduksi dan mengirimkan teks yang mereka buat. Bahkan di dunia sekarang ini dimana media tampaknya menjadi lebih kecil dan lebih personal, media masih sangat tergantung pada teknologi yang sangat canggih.

f. Media yang modern.

Media dipandang sebagai '*up to date*' atau 'modern'. Seperti pada kemunculan mesin cetak, teknologi media merupakan sebuah fenomena modern.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



g. Media mahal untuk diproduksi.

Media sebagai teknologi yang dibutuhkan untuk memproduksi dan mendistribusikan teks sangat mahal dan cenderung dimiliki baik oleh perusahaan komersial besar, seringkali multinasional, atau oleh organisasi milik negara atau pemerintah.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

Menurut Rayner et.al (2004: 80, media merupakan komponen yang penting dalam komunikasi. Berikut merupakan alasan mengapa media dianggap penting:

a. Media memberi tahu apa yang sedang terjadi di dunia.

Media sangat penting karena mereka memberi tahu apa yang sedang terjadi baik di dunia pada umumnya (misalnya, bencana alam, perang) dan di rumah (misalnya, peristiwa politik dan olahraga, 'gosip selebritis').

b. Media merupakan bagian sentral dari kehidupan kita.

Individu beralih ke media untuk hiburan, untuk bersantai setelah bekerja keras seharian. Individu menggunakan media untuk mendapatkan informasi, apakah itu untuk mengetahui hasil pertandingan terbaru, cuaca besok atau apa yang terjadi di seluruh dunia.

c. Media memiliki pengaruh.

Media yang begitu banyak menjadi bagian sentral dari kehidupan sehari-hari, sehingga media memiliki pengaruh: Namun, tidak selalu jelas pengaruh itu dan merupakan hal yang baik atau buruk (hal ini sangat mungkin campuran keduanya).

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



d. Media perangkat keras domestik telah menjadi bagian intrinsik dari rumah dan hidup kita.

Media telah menjadi bagian dari hidup manusia. Dalam kehidupan sehari-harinya manusia tidak lepas dari berbagai media yang digunakan untuk kebutuhan sehari-harinya, seperti televisi, koran, dan internet.

c. Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

e. Media sangat menguntungkan.

Perusahaan dan organisasi seperti News International, Time Warner / AOL dan Disney adalah perusahaan media dan memiliki keuntungan. Mereka tidak membuat film atau menghasilkan koran karena mereka adalah orang-orang baik yang ingin membantu, mereka membuat film karena mereka tahu yang akan membuat uang dalam jumlah besar.

Menurut Straubhaar dan LaRose (2004: 51), media memiliki beberapa fungsi yang berguna sebagai masyarakat maupun individu. Fungsi-fungsi tersebut adalah:

a. Pengawasan

Media tertentu mengkhususkan diri dalam menyediakan informasi untuk membantu orang dengan pengawasan lingkungan, mengingatkan mengenai peristiwa-peristiwa penting yang mempengaruhi mereka secara langsung, dari hal-hal yang bersifat ekonomi sampai bencana alam. Seseorang menggunakan telepon dan surat elektronik untuk menginformasikan mengenai apa yang sedang terjadi dalam kehidupan pribadinya.

b. Interpretasi

Informasi tidak banyak berguna sampai diproses, diinterpretasikan, dan berkorelasi dengan apa yang sudah diketahui seseorang. Dirinya sendiri, kelompoknya, dan semua media berkontribusi terhadap proses ini.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c. Transmisi nilai-nilai / Sosialisasi

Salah satu fungsi yang paling penting dari budaya adalah untuk meneruskan ide dari satu generasi ke generasi lain. Media saat ini telah mengasumsikan peran pendongeng, guru, dan bahkan orang tua dalam menyampaikan nilai-nilai.

© Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

d. Hiburan

Media berfungsi sebagai hiburan dimana di dalamnya memuat hal-hal yang bersifat hiburan untuk mengimbangi informasi-informasi yang bersifat berat. Media yang sangat jelas menjalankan fungsi ini adalah televisi, radio, dan internet.

e. Fungsi Interaktif

Media memiliki fungsi interaktif di dalam kehidupan manusia. Media mengakomodasi komunikasi individu dengan individu lain dalam membangun dan mempertahankan sebuah hubungan komunikasi virtual maupun antar budaya.

4. *Computer Mediated Communication*

Menurut Straubhaar dan LaRose (2004: 4), teori kegunaan dan gratifikasi dan teori pembelajaran sosial juga telah diterapkan untuk memahami penggunaan media elektronik untuk komunikasi antarpribadi, dimana individu menggunakan telepon karena menyediakan interaksi sosial yang menyenangkan dan kemampuan untuk menyelesaikan transaksi sosial dan komersial.

Computer Mediated Communication (CMC) mempelajari bagaimana perilaku manusia dibentuk melalui pertukaran informasi menggunakan media komputer khususnya Komputer internet. Sebagai Internet sebuah jaringan

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Komputer Yang memungkinkan perpindahan adanya data atau informasi protokol melalui bentuk transmisi menurut sistem pengalamatan global.

Sistem *computer-mediated communication* (CMC), memiliki banyak bentuk, dan telah menjadi bagian integral dari inisiasi, pengembangan, dan pemeliharaan hubungan antarpribadi. *Computer-mediated communication* (CMC) didefinisikan sebagai komunikasi yang terjadi melalui penggunaan dua atau lebih perangkat elektronik. Sementara istilah secara tradisional disebut orang-orang komunikasi yang terjadi melalui format dimediasi komputer (misalnya, pesan instan, *e-mail*, *chat room*), juga telah diterapkan pada bentuk-bentuk lain dari interaksi berbasis teks seperti pesan teks.

a. Kehadiran Sosial

Kehadiran sosial (*social presence*) adalah derajat dimana individu sebagai seorang individu memandang orang lain sebagai individu pribadi dan interaksi diantara keduanya sebagai hubungan timbal balik. Dalam pendekatan kehadiran sosial ini, penggunaan media komunikasi berbasis komputer ini menjadi semakin baik dengan adanya perkembangan teknologi komunikasi. Kemajuan teknologi memberikan dampak pada kemajuan sistem yang dapat menampilkan berbagai avatar, foto-foto, gambar-gambar, maupun video. CMC tanpa adanya tambahan multimedia seperti itu akan dianggap sebagai konsep yang kuno yang tidak cukup dalam meningkatkan suatu kehadiran dalam media.

b. Media Richness

Teori kekayaan Media menyatakan bahwa semua media komunikasi bervariasi dalam kemampuan mereka untuk memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dan mengubah pemahaman. Salah satu tujuan utama memilih

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



media komunikasi adalah untuk mengurangi ketidakjelasan pesan. Ketidakjelasan terjadi ketika terdapat beberapa penafsiran yang saling bertentangan dalam kerangka kerja yang dapat digunakan untuk menafsirkannya. Jika pesan samar-samar dan tidak jelas maka lebih sulit bagi penerima untuk memecahkan kode.

Teori kekayaan Media tampaknya menjadi salah satu model yang paling populer dari CMC . Ini mungkin karena beberapa konstruksi intinya begitu intuitif yang sangat menarik, terutama kekayaan media yang membangun. Pendekatan ini pada gilirannya , didefinisikan secara teoritis oleh empat sub dimensi : (1) Jumlah sistem isyarat yang didukung oleh media , (2) kedekatan umpan balik yang diberikan oleh media (dari searah sampai tidak teratur, dua arah interaksi dan interaksi dua arah secara simultan) , (3) potensi bahasa alami (dibandingkan dengan genre yang lebih formal memorandum , surat-surat bisnis , atau cetakan data) , dan (4) personalisasi pesan (yaitu , sejauh mana pesan dapat dibuat untuk mengatasi individu tertentu).

c. Hyperpersonal CMC

Menurut Walther (dalam Mark L dan Daly, 2011: 460), model *hyperpersonal* dari CMC mengusulkan serangkaian proses berbasis teoritis bersamaan untuk menjelaskan bagaimana CMC dapat memfasilitasi tayangan dan hubungan online yang melebihi keinginan dan keintiman yang terjadi secara paralel dengan interaksi *off-line*. Model ini mengikuti empat komponen umum dari proses komunikasi untuk mengatasi bagaimana CMC dapat mempengaruhi proses kognitif dan komunikasi yang berkaitan dengan konstruksi dan penerimaan pesan: (1) efek karena proses penerima, (2) efek antara pengirim pesan, (3) atribut dari *channel*, dan (4) efek umpan balik.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Komunikasi *hyperpersonal* lebih pribadi dan intim daripada komunikasi tatap muka. Kurangnya isyarat-isyarat menjadi halangan dalam komunikasi *hyperpersonal*, sehingga lebih bergantung pada beberapa isyarat (yang melekat pada jenis media yang digunakan).

© Hak cipta milik IBI RKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

5. Hubungan Antarpribadi

Karakteristik kehidupan sosial manusia mewajibkan setiap individu untuk membangun sebuah relasi dengan yang lain, sehingga akan terjalin sebuah ikatan perasaan yang bersifat timbal balik dalam suatu pola hubungan yang dinamakan hubungan antarpribadi. Menurut Pearson (dalam Wisnuwardhani, 2012: 2), hubungan antarpribadi adalah hubungan yang terdiri dari dua orang atau lebih yang saling tergantung satu sama lain dan menggunakan pola interaksi yang konsisten. Hubungan antarpribadi akan memberikan pengaruh terhadap satu dengan yang lainnya atau dapat dikatakan juga sebagai hubungan yang bersifat timbal balik.

Hubungan antarpribadi terbentuk dalam konteks pengaruh sosial, budaya dan lainnya. Konteksnya dapat bervariasi dari keluarga atau kekerabatan hubungan, persahabatan, perkawinan, hubungan dengan rekan, kerja, klub, lingkungan, dan tempat-tempat ibadah. Mereka mungkin diatur oleh hukum, adat, atau kesepakatan bersama, dan merupakan dasar dari kelompok-kelompok sosial dan masyarakat secara keseluruhan.

Hubungan antarpribadi dalam arti luas adalah interaksi yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain dalam segala situasi dan dalam semua bidang kehidupan, sehingga menimbulkan kebahagiaan dan kepuasan hati pada kedua belah pihak. Hubungan antarpribadi dapat dilakukan dalam berbagai kegiatan sehari-hari seperti; di perkumpulan, perkumpulan olah raga, keagamaan, kesenian,

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dalam konferensi, seminar, dan lain sebagainya. Menurut Suranto Aw (2011:28).
Hubungan antarpribadi dalam arti sempit adalah interaksi yang dilakukan oleh seseorang kepada orang lain dalam situasi kerja (*work situation*) dan dalam situasi keorganisasian (*work organization*) dengan tujuan untuk mengubah kegairahan dan kegiatan bekerja dengan semangat kerjasama yang produktif.

Hubungan antarpribadi adalah suatu “*action oriented*”. Seseorang menjalin hubungan dengan orang lain bukanlah sekedar ingin membangun relasi atau hubungan saja, hubungan antarpribadi bukan suatu keadaan yang pasif, melainkan suatu aktivitas yang dilakukan untuk mencapai tujuan tertentu. Ciri-ciri mengenai hubungan antarpribadi adalah sebagai berikut:

a. Mengetahui secara dekat

Pihak-pihak yang terlibat dalam hubungan antarpribadi mengetahui secara dekat, karena tidak hanya saling mengetahui identitas pokok seperti nama, alamat, status perkawinan, dan pekerjaan. Namun, kedua belah pihak saling mengetahui berbagai sisi kehidupan lainnya.

b. Saling memerlukan

Hubungan antarpribadi diwarnai oleh pola hubungan saling menguntungkan secara dua arah dan saling memerlukan. Sekurang-kurangnya kedua belah pihak merasa saling memerlukan kehadiran seorang teman untuk berinteraksi, bekerjasama, saling memberi dan menerima. Dengan demikian adanya rasa saling memerlukan dan saling mendapatkan manfaat ini akan menjadi tali pengikat kelangsungan hubungan antarpribadi.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c. Pola hubungan antarpribadi; yang ditunjukkan oleh adanya sikap keterbukaan di antara keduanya

Hubungan antarpribadi ditandai oleh pemahaman sifat-sifat pribadi di antara kedua belah pihak. Masing-masing saling terbuka sehingga dapat menerima perbedaan sifat pribadi tersebut. Adanya perbedaan sifat pribadi bukan menjadi penghalang untuk membina hubungan baik justru menjadi peluang untuk dapat saling mengisi kelebihan dan kekurangan.

d. Kerjasama

Kerjasama akan timbul apabila orang menyadari bahwa mereka mempunyai kepentingan-kepentingan yang sama dan pada saat yang bersamaan memiliki cukup pengetahuan dan pengendalian terhadap diri sendiri untuk memenuhi kepentingan-kepentingan tersebut.

Terdapat beberapa jenis hubungan interpersonal, yaitu: a) berdasarkan jumlah individu yang terlibat; b) berdasarkan tujuan yang ingin dicapai; c) berdasarkan jangka waktu; serta d) berdasarkan tingkat kedalaman atau keintiman.

Hubungan *interpersonal* berdasarkan jumlah individu yang terlibat, dibagi menjadi 2, yaitu hubungan *diad* dan hubungan *triad*. Hubungan *diad* merupakan hubungan antara dua individu. Kebanyakan hubungan kita dengan orang lain bersifat *diadik*.

William Wilmot (2010, diakses 15 Desember 2013) mengemukakan beberapa ciri khas hubungan *diad*, dimana setiap hubungan *diad* memiliki tujuan khusus, individu dalam hubungan *diad* menampilkan wajah yang berbeda dengan 'wajah' yang ditampilkannya dalam hubungan *diad* yang lain, dan pada hubungan *diad* berkembang pola komunikasi yang unik yang akan membedakan hubungan tersebut dengan hubungan *diad* yang lain. Sedangkan hubungan *triad* merupakan hubungan antara tiga orang. Hubungan *triad* ini memiliki ciri lebih kompleks, tingkat

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



keintiman atau kedekatan antar individu lebih rendah, dan keputusan yang diambil lebih didasarkan voting atau suara terbanyak (dalam hubungan diad, keputusan diambil melalui negosiasi).

Hubungan interpersonal berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, dibagi menjadi dua, yaitu hubungan tugas dan hubungan sosial. Hubungan tugas merupakan sebuah hubungan yang terbentuk karena tujuan menyelesaikan sesuatu yang tidak dapat dikerjakan oleh individu sendirian. Misalnya hubungan antara pasien dengan dokter, hubungan mahasiswa dalam kelompok untuk mengerjakan tugas, dan lainlain. Sedangkan hubungan sosial merupakan hubungan yang tidak terbentuk dengan tujuan untuk menyelesaikan sesuatu. Hubungan ini terbentuk (baik secara personal dan sosial. Sebagai contoh adalah hubungan dua sahabat dekat, hubungan dua orang kenalan saat makan siang dan sebagainya).

Hubungan interpersonal berdasarkan jangka waktu juga dibagi menjadi 2, yaitu hubungan jangka pendek dan hubungan jangka panjang. Hubungan jangka pendek merupakan hubungan yang hanya berlangsung sebentar. Misalnya, hubungan antara dua orang yang saling menyapa ketika bertemu di jalan. Sedangkan hubungan jangka panjang berlangsung dalam waktu yang lama. Semakin lama suatu hubungan semakin banyak investasi yang ditanam didalamnya (misalnya berupa emosi atau perasaan, materi, waktu, komitmen dan sebagainya). Dan karena investasi yang ditanam itu banyak maka semakin besar usaha kita untuk mempertahankannya.

Selain ketiga jenis hubungan interpersonal yang sudah dijelaskan di atas, masih terdapat satu lagi jenis hubungan interpersonal yang didasarkan atas tingkat kedalaman atau keintiman, yaitu hubungan biasa dan hubungan akrab atau intim.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hubungan biasa merupakan hubungan yang sama sekali tidak dalam atau impersonal atau ritual. Sedangkan hubungan akrab atau intim ditandai dengan penyingkapan diri. Makin intim suatu hubungan, makin besar kemungkinan terjadinya penyingkapan diri tentang hal-hal yang sifatnya pribadi. Hubungan intim terkait dengan jangka waktu, dimana keintiman akan tumbuh pada jangka panjang. Karena itu hubungan intim akan cenderung dipertahankan karena investasi yang ditanamkan individu di dalamnya dalam jangka waktu yang lama telah banyak. Hubungan ini bersifat personal dan terbebas dari hal-hal yang ritual.

Kadar atau kualitas hubungan antarpribadi adalah dinamis dimana dapat berubah-ubah. Pada saat tertentu berada pada kadar baik yang ditandai oleh adanya keharmonisan, kebersamaan, dan kerjasama yang menyenangkan. Namun, pada saat yang lain dapat saja mengarah pada kadar yang kurang baik yang ditandai oleh adanya perbedaan dan kekecewaan. Perbedaan itu pada mulanya bersifat tersembunyi, artinya seseorang sebenarnya tidak sepaham dengan orang lain namun masih disimpan dalam perasaannya sendiri. Menurut Suranto Aw (2011; 30), terdapat beberapa faktor yang mempengaruhi kadar hubungan antarpribadi:

a. Toleransi

Toleransi menghendaki adanya kemauan dari masing-masing pihak untuk menghargai dan menghormati perasaan pihak lain. toleransi menjadi faktor pengaruh hubungan antarpribadi, hal ini disebabkan dengan dikembangkannya sikap toleran atau tenggang rasa, maka seandainya timbul perbedaan kepentingan kedua belah pihak dapat saling menghargai, sehingga perbedaan kepentingan itu tidak berkembang sebagai kendala kebersamaan.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



b. Kesempatan-kesempatan yang seimbang

Rasa memperoleh keadilan dari interaksi akan menentukan kadar hubungan antarpribadi. Ketika seseorang merasa memperoleh kesempatan yang seimbang, peluang yang adil, maka akan mendorong orang tersebut mempertahankan kebersamaan. Sebaliknya apabila salah satu pihak merasa dalam posisi tertekan, lama-kelamaan akan melakukan pembatasan-pembatasan, dan hal ini dapat mengancam kadar hubungan antarpribadi.

c. Sikap menghargai orang lain

Sikap ini menghendaki adanya pemahaman bahwa setiap orang itu memiliki martabat. Sikap yang baik untuk mendukung kadar hubungan antarpribadi adalah sikap menghargai martabat orang lain.

d. Sikap mendukung, bukan sikap bertahan

Sikap mendukung (sportif) berarti memberikan persetujuan terhadap orang lain. Sedangkan sikap bertahan, berawal dari adanya perbedaan pendapat.

e. Sikap terbuka

Sikap terbuka adalah sikap untuk membuka diri, mengatakan tentang keadaan dirinya secara terbuka dan apa adanya. Keterbukaan dalam komunikasi akan menghilangkan kesalahpahaman dan kecurangan. Keakraban hubungan antarpribadi ditandai oleh adanya sikap terbuka, saling percaya, sehingga seseorang dapat secara total mengungkapkan segala sesuatu tanpa resiko.

f. Pemilikan bersama atas informasi

Kualitas hubungan antarpribadi dipengaruhi oleh pemilikan bersama atas informasi. Pemilikan bersama atas informasi dapat dilihat dari aspek “keluasan” dan “ke dalaman”. Keluasan menunjukkan variasi topik yang

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dikomunikasikan. Kedalaman menunjukkan keintiman apa yang dikomunikasi, bahkan menyangkut persoalan pribadi.

g. **Kepercayaan**

h. **Keakraban**

i. **Kesejajaran**

j. **Kontrol**

Kepercayaan adalah perasaan bahwa tidak ada bahaya dari orang lain dalam suatu hubungan. Kepercayaan berkaitan dengan prediksi, artinya ketika dapat diramalkan bahwa seseorang tidak akan mengkhianati dan dapat bekerjasama dengan baik, maka kepercayaan pada orang tersebut lebih besar.

Keakraban merupakan pemenuhan kebutuhan akan kasih sayang, kedekatan dan kehangatan. Hubungan antarpribadi akan terpelihara apabila kedua belah pihak sepakat tentang tingkat keakraban yang diperlukan.

Keadaan yang menunjukkan kesejajaran dapat dilihat dengan tidak ada satu pihak yang lebih mendominasi terhadap pihak lain. kesejajaran adalah perekat terpeliharanya hubungan antarpribadi yang harmonis, karena dalam kesejajaran itu akan dijunjung tinggi keadilan.

Agar hubungan antarpribadi terjaga dengan baik, maka perlu pengawasan berupa kepedulian. Biasanya kedua belah pihak bersepakat tentang bentuk-bentuk kontrol. Pada umumnya penurunan kadar hubungan antarpribadi terjadi bila masing-masing ingin berkuasa, atau tidak ada pihak yang mau mengalah, atau karena tidak pernah ada kesepakatan sehingga mudah terjadi salah paham.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



k. Respon

Respon yaitu ketepatan dalam memberikan tanggapan. Bila ada suatu pertanyaan dalam percakapan maka harus ada jawaban, itulah yang dinamakan respon. Respon bukan saja berkaitan dengan pesan-pesan verbal, tetapi juga pesan-pesan nonverbal.

1. Suasana emosional

Keserasian suasana emosional ketika komunikasi sedang berlangsung, ditunjukkan dengan ekspresi yang relevan. Harus ada keserasiaan antara ucapan verbal dan ekspresi nonverbal.

Sebagai makhluk sosial, setiap orang perlu berhubungan dengan orang lain.

Dalam hidupnya, individu memiliki hubungan dengan banyak orang. Di antara orang-orang itu tentu saja saling berbeda kadar hubungan antarpribadinya. Berikut ini dikemukakan beberapa kriteria untuk menilai kadar hubungan antarpribadi:

a. Mengenal profil diri.

Artinya kadar hubungan antarpribadi dapat diukur dari seberapa jauh individu mengenali profil diri orang lain. Semakin banyak informasi tentang profil diri seseorang, mengindikasikan kadar hubungan antarpribadi semakin baik.

b. Memperoleh informasi tentang orang lain.

Orang-orang yang berada pada posisi kadar hubungan antarpribadi yang akrab, lebih mudah berbagai informasi. Bahkan sebagai bukti bahwa hubungan antarpribadi itu baik, seseorang dapat dengan mudah memberikan informasi yang bersifat negatif tentang orang lain.

© Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



c. Aturan-aturan dalam hubungan antarpribadi lebih banyak dikembangkan oleh kedua belah pihak.

Kadar hubungan antarpribadi juga dapat dinilai dari seberapa jauh masing-masing pihak berperan bersama-sama dalam mengembangkan “aturan” sebagai kesepakatan bersama. Apabila aturan-aturan tersebut hasil kesepakatan bersama, maka menjadi kewajiban bagi semua pihak yang telah sepakat untuk menjunjung tinggi aturan itu.

d. Mengutamakan kepentingan bersama

Bahwa setiap orang memiliki kepentingan, namun kepentingan bersama harus menjadi prioritas, dari pada kepentingan pribadi. Hal ini berarti masing-masing pihak harus rela untuk menunda kepentingan pribadi.

e. Keakraban

Bahwa kadar hubungan antarpribadi yang baik ditandai oleh keakraban para anggotanya. Dikatakan sebagai hubungan yang akrab apabila di antara mereka saling mengenal cukup mendalam, tidak hanya mengetahui nama dan alamatnya, namun mengenal dengan baik hal-hal yang bersifat pribadi dan dilakukan dalam suasana yang menyenangkan.

f. Kebersamaan

Kedua belah pihak saling melengkapi dan saling kerjasama. Dalam kebersamaan itu, terdapat perilaku saling memberi dan menerima, sehingga memupuk kadar hubungan antarpribadi.

g. Kesalingbergantungan

Ditandai oleh adanya perasaan dan pengakuan tidak hadirnya seorang teman, menyebabkan suasana kurang nyaman.



h. Mendatangkan kebahagiaan

Kehadiran seseorang di samping individu memiliki arti yang sangat penting, terutama menyebabkan seseorang merasa senang dan bahagia. Dalam hal ini semacam pengakuan dalam diri seseorang bahwa keberadaan teman sangat penting.

Kuantitas dan kualitas.

Kuantitas menunjukkan frekuensi, semakin tinggi frekuensi komunikasi, menunjukkan kadar hubungan yang makin baik. Komunikasi akan berhasil membangun hubungan *interpersonal* apabila tidak hanya berlangsung satu atau dua kali saja, akan tetapi harus dilakukan secara berulang-ulang. Dengan perkataan lain bahwa frekuensi komunikasi harus tinggi, karena dengan komunikasi frekuensi tinggi akan membuat komunikasi lebih jelas dalam menerima pesan. Namun dalam beberapa kasus, kualitas komunikasi dianggap lebih penting daripada kuantitas. Kualitas menunjukkan makna dan tujuan komunikasi. Seseorang memang tidak selalu bertelepon setiap hari dengan sahabatnya, tetapi begitu telepon, dibicarakanlah kepentingan kedua belah pihak secara seimbang.

6. Aplikasi Teknologi yang Berkaitan dengan Komunikasi

a. Era Elektronik

Menurut McLuhan dan Quentin Fiore (dalam West dan Turner, 2010: 143), era elektronik ditandai dengan adanya telegraf, telepon, mesin ketik, radio dan televisi, telah membawa manusia kembali pada komunikasi lisan. Media elektronik mendesentralisasi informasi hingga pada batas dimana individu sekarang menjadi salah satu dari beberapa sumber utama informasi. Era ini

© Hak cipta milik IBI IKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkannya dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



telah mengembalikan individu pada ketergantungan akan berbicara pada satu samalain. Pada era ini, ‘berbicara’ telah diartikan secara berbeda dari era tribal, saat ini individu berbicara melalui televisi, radio, rekaman / pita kaset / CD, foto, mesin penjawab, telepon seluler, *blog*, dan *e-mail*.

Era elektronik memungkinkan komunitas-komunitas yang berbeda di bagian dunia yang berbeda untuk tetap terhubung. Era elektronik memberikan kesempatan yang unik untuk mengevaluasi kembali bagaimana media mempengaruhi orang yang dilayani media itu. Zaman ini memungkinkan telinga dan mata dan suara untuk bekerja sama. Penggambaran historis dari media menunjukkan bahwa media utama dari suatu zaman mendukung reaksi indra tertentu di dalam manusia.

b. Teknologi Komunikasi

Menurut Grand dan Meadow (2004: 1), teknologi komunikasi adalah suatu sistem dalam masyarakat, dimana mentransmisi dan distribusi informasi juga mengontrol dan interkoneksi banyak unit yang saling tergantung. Karena teknologi ini sangat penting untuk perdagangan, kontrol, dan bahkan hubungan *interpersonal*, setiap perubahan teknologi komunikasi memiliki potensi dampak yang mendalam pada hampir setiap bidang masyarakat.

Aspek yang paling jelas dalam teknologi komunikasi adalah *hardware* - peralatan fisik yang berhubungan dengan teknologi. *Hardware* adalah bagian paling nyata dari sistem teknologi, dan teknologi baru biasanya muncul dari perkembangan *hardware*. Namun, pemahaman teknologi komunikasi membutuhkan lebih dari sekedar mempelajari perangkat keras. Hal ini sama

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



pentingnya untuk memahami pesan yang dikomunikasikan melalui sistem teknologi. Pesan-pesan dalam teks ini merupakan perangkat lunak.

© Hak Cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

c. **Smartphone**

Menurut Ilyas dan Ahson (2006: 2), *smartphone* mengintegrasikan fungsi-fungsi yang ada di PDA¹ yang dioptimalkan untuk komunikasi berbasis suara dan teks. *Smartphone* memungkinkan pengguna untuk mengakses e-mail nirkabel, browsing internet dan terhubung dengan aman ke jaringan perusahaan. *Smartphone* memungkinkan pengguna untuk memulai dan menanggapi komunikasi dalam berbagai cara. *Smartphone* memberikan pengguna pilihan untuk berkomunikasi melalui suara atau teks bersamaan dengan kemampuan untuk mengakses informasi dan layanan saat bepergian.

Menurut Allen *et.al* (2010: 4), *smartphone* merupakan jaringan komputer kecil dalam sebuah bentuk telepon genggam. *Smartphone* biasanya memiliki satu atau lebih teknologi pengirim data nirkabel seperti bluetooth dan infrared, sehingga memungkinkan untuk mentransfer data melalui koneksi nirkabel. *Smartphone* dapat memberikan mobilitas komputer, akses data di mana-mana, dan memiliki kemampuan untuk hampir setiap aspek proses bisnis dan kehidupan sehari-hari masyarakat, yang tentunya membutuhkan aplikasi-aplikasi tertentu.

d. **Instant Messenger**

Dengan meningkatnya otomatisasi dalam proses komunikasi, sekarang komunikasi dilakukan dengan menggunakan IMS (layanan pesan instan) dan

¹ PDA merupakan singkatan dari *Personal Digital Assistant*. PDA adalah perangkat mobile yang memungkinkan pengguna untuk menyimpan dan mengambil e-mail, mengelola kontak dan informasi kalender, browsing internet, mengirim dan menerima pesan teks, bermain game, dan file multimedia.

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



SMS (layanan pesan singkat). Menurut James (2010: 270), keuntungan utama dari sistem pesan dibandingkan dengan sistem komunikasi sebelumnya adalah kecepatan, murahness, dan akses *mobile*. Sistem ini bekerja dengan cara *multi-tasking* dalam arti bahwa pesan dapat diterima dan dikirim ketika melakukan tugas lain. Layanan pesan singkat memfasilitasi komunikasi yang langsung pada tujuan dan singkat.

Instant Messaging dapat dianggap sebagai respon sistem *e-mail* yang cepat. Sistem ini memiliki fasilitas untuk membuat koneksi antara komputer maupun antara komputer dan telepon. Aplikasi untuk melakukan *instant messaging* atau yang dikenal sebagai *instant messenger* kini semakin banyak digunakan untuk komunikasi instan. *Instant messenger* menyimpan daftar permanen orang dan memungkinkan untuk mengirim pesan dengan mudah ke orang-orang dalam daftar tersebut. *Instant messenger*, menawarkan berbagai layanan seperti pengiriman pesan secara *online*, berbagi file, *chatting*, dan memutar file *audio*.

Menurut J.com (2009: 77), *Instant messenger* atau aplikasi untuk melakukan pengiriman pesan singkat melalui internet dimana terus dikembangkan untuk memperoleh sesuatu yang baru seperti adanya transfer data, *voice*, dan kamera selain fungsi dasar untuk *one-to-one chat* atau *conferencechat*. Beberapa kemudahan dan kecepatan proses komunikasi yang ditawarkan oleh *instant messenger* memang menjadi salah satu daya tarik tersendiri sehingga bisa menarik jutaan orang untuk menggunakannya. Beberapa keunggulan yang bisa anda jumpai pada penggunaan *instant messenger* antara lain:

C Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



- (1) Interaksi antar pengguna yang sedang online dan real time di seluruh dunia.
- (2) Kemudahan transfer data baik dalam bentuk teks, grafik, atau gambar.
- (3) Dapat digunakan sebagai pelengkap fasilitas mobile.



Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

B. Penelitian Terdahulu

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Sutanti, Marlina (2012), Skripsi: Penggunaan Blackberry Messenger dan Whatsapp Messenger Sebagai Media Komunikasi Antarpribadi dalam Hubungan Persahabatan, Insitut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penelitian ini membahas mengenai perkembangan teknologi komunikasi informasi yang sedang membanjiri Indonesia saat ini yaitu telepon genggam. Telepon genggam kini memiliki fungsi sebagai penyimpan data internet, perbankan, games, musik, kesehatan, pengirim pesan pendek (SMS) dan lain-lainnya. Aplikasi *Instant Messaging* (IM) tengah populer di kalangan pengguna *smartphone*. Munculnya BBM pada Blackberry dan WhatsApp pada android menjadikan trend *chatting* via *mobile* di kalangan pengguna *smartphone*. Selain cepat dan menarik, layanan IM lebih hemat daripada sms karena sudah dalam satu paket data.

Blackberry Messenger dan *Whatsapp Messenger* memudahkan mahasiswa dan pekerja dalam berinteraksi dengan teman-temannya. Kemudahan inovasi tersebut membuat para mahasiswa dan pekerja tidak harus melakukan tatap muka untuk saling berkomunikasi secara langsung. Komunikasi menggunakan *Blackberry Messenger* dan *Whatsapp Messenger* dinilai cukup efektif, dimana penggunaannya dirasakan dapat menyampaikan pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikannya secara *instant* tanpa harus menunggu lama

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



feedback yang akan didapat sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman dalam komunikasi tersebut.



Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Penelitian ini memiliki rumusan masalah yaitu: "Bagaimana Penggunaan *Blackberry Messenger* dan *Whatsapp Messenger* Sebagai Media Komunikasi Antarpribadi Dalam Hubungan Persahabatan?" Dengan tujuan penelitiannya adalah untuk mengetahui penggunaan *Blackberry Messenger* sebagai media komunikasi antar pribadi dalam hubungan persahabatan dan untuk mengetahui penggunaan *Whatsapp Messenger* sebagai media komunikasi antarpribadi dalam hubungan persahabatan.

Landasan teori dalam penelitian ini menekankan pada teori komunikasi antar pribadi, dimana membahas mengenai komunikasi antar pribadi secara umum dan hubungan interpersonal. Kerangka konsep dalam penelitian ini mengatakan bahwa aplikasi *Blackberry Messenger* dan *Whatsapp Messenger* digunakan sebagai media komunikasi antarpribadi dimana terjadinya antara komunikasi antara dua orang dan terjadi umpan balik langsung. Komunikasi antarpribadi bersifat pribadi dan biasanya terjadi di antara dua orang yang memiliki hubungan dekat. Hal ini sejalan dengan penggunaan *Blackberry Messenger* dan *Whatsapp Messenger* sebagai media komunikasi antarpribadi dalam hubungan persahabatan.

Metode penelitian dalam penelitian ini adalah metode penelitian kualitatif deskriptif. Penelitian tersebut bertujuan untuk membuat deskripsi secara sistematis, faktual, dan akurat tentang fakta-fakta dan sifat-sifat populasi atau objek tertentu. Hal tersebut sesuai dengan tujuan diadakannya penelitian ini yaitu untuk mengetahui penggunaan *Blackberry Messenger* dan *Whatsapp Messenger* sebagai media komunikasi antarpribadi, sehingga dapat menghasilkan informasi yang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



menyeluruh dan jelas mengenai permasalahan yang diteliti. Data-data dalam penelitian ini dikumpulkan menggunakan observasi, *focus group discussion* (FGD), dan dokumentasi.

Analisis data yang dilakukan dalam pengumpulan data bertujuan untuk mengorganisasikan data, menjabarkannya ke dalam unit-unit, memilih mana yang penting dan yang akan dipelajari, dan membuat kesimpulan yang dapat diceritakan kepada orang lain. Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini yaitu analisis data kualitatif, mengikuti konsep Johari Window dimana konsep ini digunakan untuk menolong orang ara lebih mengerit hubungan mereka dengan orang lain.

Dari hasil penelitian yang dilakukan, dapat disimpulkan bahwa *Blackberry Messenger* dan *Whatsapp Messenger* digunakan sebagai komunikasi antarpribadi. Hal ini dikarenakan penggunaan *Blackberry Messenger* dan *Whatsapp Messenger* lebih *privacy* dan membuat para penggunanya merasa nyaman dalam menggunakan aplikasi tersebut walaupun mereka juga menggunakan aplikasi lain tetapi *Blackberry Messenger* dan *Whatsapp Messenger* digunakan sebagai media komunikasi antarpribadi.

2. Angeli (2011), Skripsi: Penggunaan Situs Jejaring Sosial Facebook dan Twitter Sebagai Fungsi Komunikasi dan Hubungan Pertemanan Mahasiswa Komunikasi IBII, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penelitian ini membahas mengenai perkembangan teknologi dan mengisi komunikasi dalam masyarakat. Hadirnya situs jejaring sosial seperti Facebook dan Twitter membawa proses komunikasi semakin mudah untuk dilakukan demi tercapainya suatu fungsi komunikasi yang dapat membentuk suatu hubungan

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang menggunakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie



pertemanan di dalam lingkungan tertentu. Dengan hadirnya Facebook dan Twitter dinilai membuat proses komunikasi yang terjadi antara masyarakat menjadi efektif dan lancar.

Rumusan masalah dalam penelitian ini adalah: “ Bagaimana fungsi komunikasi dan hubungan pertemanan yang dilakukan oleh mahasiswa komunikasi IBII di dalam situs jejaring sosial Facebook dan Twitter?” Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui fungsi komunikasi dan hubungan pertemanan yang dilakukan oleh mahasiswa komunikasi IBII ketika menggunakan situs jejaring sosial Facebook dan Twitter. Selain itu, penelitian ini juga bertujuan untuk mengetahui fungsi komunikasi dalam Facebook dan Twitter yang membentuk hubungan pertemanan dalam lingkungan mahasiswa Komunikasi IBII.

Dalam penelitian ini menggunakan konsep komunikasi, konsep model proses komunikasi, dan konsep fungsi komunikasi. Pada landasan teori juga menggunakan konsep teknologi komunikasi internet yang membahas keunggulan media komunikasi internet dan juga membahas mengenai pengertian dari jejaring sosial. Kerangka pemikiran penelitian ini menekankan pada kemunculan situs jejaring sosial Facebook dan Twitter yang memberikan fungsi komunikasi sekaligus hubungan pertemanan yang sangat efisien bagi mahasiswa komunikasi IBII.

Metode penelitian yang digunakan merupakan kualitatif deskriptif yang memaparkan situasi atau peristiwa secara aktual dan cermat. Tidak mencari hubungan atau menjelaskan hubungan, tidak menguji hipotesa atau membuat prediksi, melainkan memaparkan situasi atau peristiwa tersebut. Penggunaan metode penelitian ini sesuai dengan tujuan penelitian yaitu untuk melihat komunikasi yang terjadi di dalam komunitas dunia *online* dan untuk mengetahui

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBIKKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dan memberikan gambaran mengenai fungsi komunikasi dan hubungan pertemanan yang dilakukan mahasiswa komunikasi IBII dalam menggunakan jejaring sosial Facebook dan Twitter.

Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan dua jenis teknik pengumpulan data yaitu wawancara mendalam dan dokumentasi. Wawancara mendalam digunakan untuk mengumpulkan data secara langsung dari informan agar mendapatkan pesan yang lengkap dan mendalam. Teknik analisis data dalam penelitian ini bersifat *non statistic*, karena data-data yang dikumpulkan bukan berupa angka. Penulis menggunakan teknik analisa data deskriptif dengan pendekatan kualitatif, yakni menggunakan data dan informasi yang diperoleh langsung dari narasumber kemudian dianalisis menggunakan landasan teori yang ada dan memaparkan secara sistematis berdasarkan fakta yang ada.

Hasil penelitian ini mengatakan bahwa Twitter lebih diminati daripada Facebook karena dinilai lebih simple dan sarat informasi. Proses jejaring sosial juga dinilai efektif dalam melakukan fungsi komunikasi serta hubungan pertemanan dalam situs jejaring sosial. Tidak ada perbedaan yang signifikan dalam pelaksanaan fungsi komunikasi serta hubungan eptemanan di kedua situs jejaring sosial tersebut karena masing-masing situs jejaring sosial memiliki *packaging* (kemasan) yang berbeda dan dengan tujuan yang sama.

Facebook dan Twitter tanpa sadar menjadi bentuk komunikasi alternative yang dimanfaatkan oleh mahasiswa komunikasi IBII. Dapat disimpulkan dari hasil wawancara, bahwa para mahasiswa komunikasi IBII mengandalkan situs jejaring sosial Facebook dan Twitter untuk menunjukkan eksistensi diri mereka atau sebagai suatu hiburan yang bersifat *online*. Dapat disimpulkan bahwa Facebook

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



dan Twitter sama-sama memiliki daya fungsi komunikasi tersendiri dalam pelaksanaannya dan hanya dibedakan oleh segi *packaging* yang dinilai oleh para pengguna memiliki perbedaan dalam hal sistem penggunaannya.

3. Lidia (2012), Skripsi: Penggunaan Blackberry Untuk Melakukan Promosi dan Pemasaran dalam Penjualan Produk Makanan Ringan “Kripik Pedas” Melalui Blackberry Messenger, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penelitian ini membahas mengenai perkembangan teknologi komunikasi yang kemudian digunakan sebagai salah satu cara untuk mempromosikan suatu produknya. Salah satu media yang digunakan penjual yaitu melalui media elektronik yaitu *Blackberry Smartphone*. *Blackberry Smartphone* ini memiliki fitur aplikasi khusus di dalamnya yaitu *Blackberry Messenger* yang sekarang banyak dimanfaatkan oleh setiap penjual dan pembeli untuk melakukan promosi dan pemasaran dalam penjualan produk makanan ringan “Kripik Pedas”.

Dalam penelitian ini, rumusan masalah yang diteliti adalah “Bagaimana Penggunaan Blackberry Messenger Sebagai Media untuk Melakukan Promosi dan Pemasaran Dalam Penjualan Produk Makanan Ringan “Kripik Pedas Kripjur Sangarr”? Penelitian ini memiliki dua tujuan yaitu untuk mengetahui penggunaan Blackberry Messenger kepada pembeli sebagai media untuk promosi dan pemasaran dalam penjualan produk makanan ringan “Kripik pedas Kripjur sangarr”.

Konsep-konsep yang digunakan dalam penelitian ini adalah konsep dari bauran promosi yang terutama yaitu *direct marketing* dan juga mengenai media internet sebagai media pemasaran. Selain itu juga terdapat pembahasan mengenai *Mobile Marketing* dan penjelasan singkat mengenai fitur dari *Blackberry* yaitu *Blackberry Messenger*. Kerangka konsep dari penelitian ini menekankan pada

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



penggunaan *Blackberry Messenger* sebagai media promosi pemasaran yang dikaitkan dengan konsep teori komunikasi, pemasaran, elemen-elemen bauran komunikasi pemasaran, promosi, media internet, dan *mobile marketing* dalam meminimalkan biaya dan meningkatkan pembelian dari pembeli.

Metode dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan menggunakan dokumentasi dan wawancara secara mendalam sebagai teknik pengumpulan datanya. Dengan melakukan wawancara, dapat diketahui bagaimana cara promosi dan penjualan yang dilakukan oleh penjual melalui *Blackberry Messenger*. Peneliti memilih empat informan yaitu terdiri dari dua penjual makanan ringan “kripik pedas” yang menggunakan *Blackberry Messenger* dan dua pembeli makanan ringan “kripik pedas” melalui *Blackberry Messenger* ini. Peneliti juga menggunakan dokumentasi sebagai pendukung untuk pengumpulan data.

Teknik analisis data yang digunakan oleh peneliti yaitu teknik *filling system*. Setelah periset merasa data yang terkumpul sudah cukup maka dilakukan analisa. Data hasil wawancara akan dianalisis dengan membuat kategori-kategori tertentu. Kemudian data diinterpretasikan dengan memadukan konsep-konsep atau teori-teori tertentu. Konsep atau teori ini akan membantu dalam memahami perilaku yang diteliti.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan Blackberry untuk melakukan promosi dan pemasaran dalam penjualan produk makanan ringan “Kripik Pedas” melalui *Blackberry Messenger* yang berada dari *smartphone* lain dapat mengirim *Broadcast Message*, dan mengirim *picture* kepada semua *contact* di *Blackberry messenger*. Penjual melalui *Blackberry Messenger* juga melakukan komunikasi pemasaran dengan menggunakan tiga elemen yang terdiri dari

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



beberapa elemen-elemen komunikasi pemasaran. Ketiga elemen tersebut adalah *sales promotion, personal selling, dan direct marketing*. Ketiga elemen ini juga didukung dengan adanya aplikasi yang sudah tersedia di dalam *Blackberry Messenger*. Aplikasi yang digunakan seperti *broadcast message, update profile picture, update status, personal message, sent picture, video recorder* dan membuat *group*.

Dapat disimpulkan bahwa dalam melakukan promosi dan pemasaran diperlukan suatu elemen yang mendukung agar pemasaran dan promosi yang dilakukan dapat diterima dengan baik oleh konsumen. Tidak hanya elemen, media pun menjadi salah satu pendukung untuk dapat memasarkan suatu produk. Media *smartphone* yaitu *Blackberry* beserta aplikasi khusus *Blackberry Messenger* di dalamnya menjadi salah satu pendukung dalam promosi dan pemasaran yang dilakukan penjual.

4. Kianata, Meriana (2011), Skripsi: Penggunaan Situs Jejaring Sosial ‘Facebook’ Sebagai Media Komunikasi Antarpribadi Dan Konsep Diri Pelajar Saint Peter’s Senior High School Kelapa Gading, Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie.

Penelitian ini mengenai penggunaan situs jejaring sosial ‘facebook’ sebagai media komunikasi antarpribadi dan konsep diri. Penelitian tersebut dilakukan terhadap enam pelajar dari Saint Peter’s Senior High School yang melakukan komunikasi antarpribadi melalui situs jejaring sosial ‘facebook’. Penelitian ini berkaitan dengan konsep diri dan ‘facebook’ merupakan suatu media yang dapat mempengaruhi komunikasi antarpribadi pelajar. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui penggunaan situs jejaring sosial ‘facebook’ sebagai media komunikasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



antarpribadi dan media konsep diri bagi pelajar Saint Peter's Senior High School

Ⓒ Kelapa Gading

Pada penelitian ini digunakan beberapa konsep di antaranya adalah; pengertian komunikasi, komunikasi antarpribadi yang menekankan pada konsep diri, konsep mengenai internet dan jejaring sosial. Komunikasi antarpribadi dalam penelitian ini adalah komunikasi yang dilakukan oleh para pelajar Saint Peter's Senior High School dengan teman-temannya yang menggunakan situs jejaring sosial facebook sebagai media komunikasi antarpribadi dan konsep diri

Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif deskriptif dengan teknik pengumpulan data melalui dokumentasi dan wawancara dengan para informan. Metode kualitatif deskriptif lebih menekankan pada menggambarkan populasi yang diteliti untuk mengetahui lebih jelas penggunaan situs jejaring sosial 'facebook' sebagai media komunikasi antarpribadi dan konsep diri dengan melakukan pendekatan wawancara kepada informan dan dokumentasi 'facebook' para informan berkaitan dengan komunikasi antarpribadi. Analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah *interactive model* yang mencakup tiga komponen yaitu: reduksi data, penyajian data, dan penarikan data serta pengujian kesimpulan.

Hasil dari penelitian ini adalah ditemukan adanya penggunaan situs jejaring sosial 'facebook' sebagai media komunikasi antarpribadi dan konsep diri positif di antara para informan. Konsep diri positif dalam hasil wawancara kepada informan adalah percaya diri dan rendah hati. Sementara konsep diri negatif tidak ditemukan dalam hasil wawancara dengan para informan. Dapat disimpulkan pula bahwa internet memiliki peranan besar dalam komunikasi terutama situs jejaring sosial

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Ⓒ Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



‘facebook’ yang saat ini digemari remaja SMA, karena situs jejaring sosial sering digunakan untuk berkomunikasi dibandingkan dengan media lain.

5. Singgih, Devis (2011), Skripsi: Penggunaan Internet Sebagai Media Komunikasi dalam Menciptakan Hubungan Akrab, Institut Pertanian Bogor.

Kegiatan komunikasi begitu penting aplikasinya dalam kehidupan sehari-hari. Secara aplikatif, komunikasi memiliki banyak sekali bentuk. Dewasa ini, berkat makin majunya teknologi, komunikasi telah berkembang dan berubah bentuknya. Media-media komunikasi sudah makin maju, dan mampu memberikan pelayanan dan fungsi-fungsi yang lebih efektif dan efisien dalam berkomunikasi. Salah satu media yang mampu melakukan hal ini adalah komputer. Melalui komputer, kini individu dapat mengakses internet. Internet adalah suatu jaringan yang memungkinkan individu-individu untuk saling berhubungan dan mengadakan kontak melalui komputer.

Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui karakteristik individu pengguna internet yang menggunakan jasa warnet di sepanjang jalan Raya Babakan Darmaga. Lalu untuk mengetahui aplikasi internet apa sajakah yang digunakan pengguna internet dan apakah jenis fitur / aplikasi tersebut memungkinkan terjadinya komunikasi yang didasari oleh kesamaan, anonimitas, dan kecemasan. Juga untuk mengetahui apakah komunikasi melalui internet mampu memfasilitasi hubungan akrab antar pengguna internet baik dalam keterbukaan, kepercayaan serta kepedulian dan kasih sayang. Bagi akademisi, penelitian diharapkan dapat menjadi masukan bagi penelitian lebih lanjut tentang internet sebagai media komunikasi dalam hubungan akrab.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Dari berbagai sumber yang digunakan dalam penelitian ini, ditemukan pula terdapat faktor-faktor yaitu anonimitas, kesamaan, dan kecemasan pribadi yang dirasa berhubungan dengan komunikasi melalui internet. Sebagai suatu kegiatan komunikasi, komunikasi melalui internet juga memiliki banyak tujuan dalam aplikasinya. Salah satu tujuan tersebut adalah menjalin suatu hubungan dengan orang lain, atau yang disebut juga hubungan akrab. Hubungan akrab atau intimasi sendiri dapat dilihat dari adanya *selfdisclosure* serta rasa peduli dan sayang antar individu, dan merupakan salah satu wujud hasil dari kegiatan berkomunikasi.

Teori yang digunakan pada penelitian ini berhubungan dengan karakteristik internet sebagai media komunikasi dan juga mengenai komunikasi interpersonal khususnya mengenai hubungan akrab yang merupakan bagian dari hubungan antarpribadi. Dalam mengumpulkan data, peneliti melakukan penelitian di warung internet di sepanjang jalan Babakan Raya, Kabupaten Dramaga. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dan dilakukan kepada 65 orang responden. Data yang digunakan dalam skripsi ini adalah data primer dan sekunder.

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat beberapa faktor individu yang berhubungan dalam penggunaan internet sebagai media komunikasi. Hubungan tersebut terlihat dari deskripsi penggunaan aplikasi komunikasi di internet sebagai wujud penggunaan internet sebagai media komunikasi, dengan karakteristik individu, yakni jenis kelamin, pendidikan terakhir, dan pekerjaan pengguna internet. Selain itu, dari data yang telah dikumpulkan, diketahui bahwa sifat anonimitas pengguna internet tergolong tinggi dalam penggunaan internet sebagai media komunikasi, adapun tingkat kesamaan dan tingkat kecemasan komunikasi yang dirasakan pengguna internet diketahui tergolong rendah. Dilihat dari polanya, hasil data tingkat anonimitas, kesamaan, dan kecemasan komunikasi

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



tersebut berhubungan dan berpotensi menjadi penyebab rendahnya tingkat penggunaan internet secara umum.

Hasil yang mengejutkan ditemukan dari hasil data mengenai hubungan akrab. Dalam penelitian, hubungan akrab dilihat dari tiga faktor, yakni keakraban, kepercayaan, serta kepedulian dan kasih sayang. Sehubungan dengan hasil sebelumnya, hasil data mengenai keterbukaan dan kepercayaan diketahui rendah, hal ini sesuai dengan teorinya dimana bila tingkat anonimitas tinggi, dan tingkat kesamaan rendah, dapat disimpulkan tingkat kontak dan interaksi melalui internet adalah rendah, sehingga tidak dapat menciptakan keterbukaan dan kepercayaan dari diri pengguna internet kepada orang lain, namun hasil tingkat kepedulian dan rasa sayang pengguna ternyata tergolong tinggi. Semua hasil tersebut ternyata sesuai dengan Henline (2006) yang menyatakan bahwa dalam berkomunikasi melalui internet, bisa terjadi apa yang disebut keakraban palsu, dimana keakraban palsu dapat timbul saat seseorang melakukan kontak atau interaksi melalui internet, dan merasakan keakraban, tapi tidak benar-benar mengenal siapa lawan bicaranya.

C. Kerangka Pemikiran

Dalam teori ekologi media, media elektronik telah mengubah kehidupan masyarakat. Masyarakat menjadi bergantung pada berbagai teknologi yang menggunakan media dalam melaksanakan kehidupan sehari-harinya terutama untuk berkomunikasi. Media secara umum bertindak secara langsung dalam membentuk dan mengorganisasikan sebuah budaya. Media melingkupi segala tindakan manusia dimana media selalu hadir dalam kehidupan manusia sehari-hari.

Dalam Teori Ekologi Media ini juga dikenal istilah “medium adalah pesan”. Medium adalah pesan, ini adalah slogan dari Teori Ekologi Media yang merujuk pada

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

Hak cipta milik IBI KKG (Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie)

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:

a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.

b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.

2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



kekuatan dan pengaruh medium terhadap masyarakat, bukan isi pesannya. Medium mampu mengubah bagaimana individu berpikir mengenai orang lain, diri kita sendiri, dan dunia di sekelilingnya. Pada teori ini, khalayak dianggap memiliki kemampuan yang aktif, yang mengharuskan semua orang untuk menyesuaikan diri terhadap perkembangan teknologi. Teori ekologi media memusatkan banyak jenis media dan memandang media sebagai sebuah lingkungan.

Aplikasi “LINE” merupakan salah satu aplikasi *instant messenger* yang merupakan aplikasi untuk melakukan suatu pesan instan (*instant messaging*) yang dapat digunakan di *smartphone*, tablet, dan komputer. Saat ini, aplikasi LINE dan aplikasi pengirim pesan instan lainnya hampir melingkupi seluruh kegiatan aktivitas sehari-hari individu dalam melakukan aktivitas komunikasinya, baik dengan teman-temannya maupun kenalan. Selain itu, aplikasi LINE juga membantu pemakainnya dalam memperbaiki persepsi dan mengorganisasikan pengalaman individu mengenai sebuah informasi. Dengan aplikasi LINE, media berperan dalam menyatukan individu-individu satu sama lainnya, dengan kata lain media dapat mengorganisasikan masyarakat secara sosial, dimana individu terhubung melalui aplikasi LINE.

Media merupakan suatu medium dalam menyampaikan suatu pesan dari aktivitas komunikasi. Media merupakan bagian yang penting dalam kehidupan manusia dimana media memberi tahu individu mengenai informasi yang ada di dunia atau lingkungan sekitarnya. Individu beralih ke media untuk hiburan, untuk bersantai setelah bekerja keras seharian, sehingga dapat dikatakan bahwa media merupakan bagian dari kehidupan manusia.

Media juga memiliki fungsi-fungsi yang berguna bagi manusia terutama fungsi interaktif dimana mempermudah manusia dalam berkomunikasi satu dengan yang



lainnya. Seiring dengan perkembangan zaman, komunikasi dengan menggunakan teknologi tidak dapat dihindari. Penggunaan aplikasi seperti *e-mail*, blog, aplikasi *instant messenger* dan sebagainya yang berbasis komputer atau yang sering disebut dengan *Computer-Mediated Communication (CMC)* semakin sering dilakukan oleh banyak generasi muda. CMC sering digunakan karena memiliki keunggulan tersendiri tergantung dari aplikasi yang digunakan individu.

Dalam komunikasi antarpribadi, sebuah pesan dapat dilakukan baik secara lisan maupun tertulis. Kedua bentuk tersebut tentunya memiliki keuntungan masing-masing. Bila komunikasi dilakukan secara lisan, maka pesan dapat disampaikan dengan segera dalam bentuk pesan lisan dimana pesan dapat dengan cepat disampaikan. Pada komunikasi tertulis keuntungan yang dapat diperoleh adalah pesan bersifat permanen, karena pesan-pesan yang disampaikan dilakukan secara tertulis, sehingga dapat mencegah kemungkinan terjadinya penyimpangan terhadap gagasan yang ingin disampaikan karena tersedianya waktu dalam perumusan pesan.

Suatu komunikasi antarpribadi yang terus-menerus terjadi antara individu-individu akan menghasilkan sebuah hubungan. Hubungan antarpribadi merupakan suatu hubungan sosial antara dua orang maupun lebih. Hubungan antarpribadi antara satu dengan yang lainnya berbeda. Kadar kedekatan seseorang dengan yang lainnya tergantung dapat dilihat dari berbagai faktor yang mempengaruhi kadar hubungan interpersonal, seperti: toleransi, sikap sportif, sikap terbuka, kepercayaan, keakraban dan lain-lain.

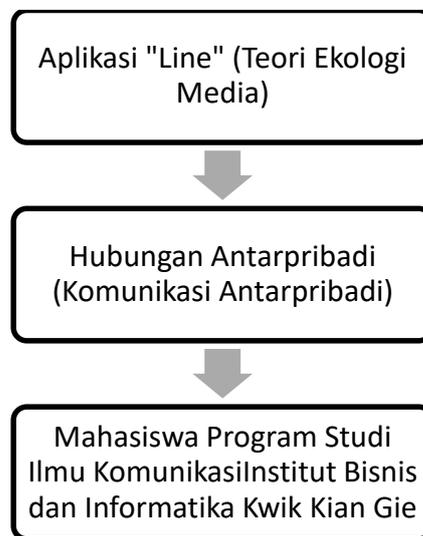
Mahasiswa Institut Bisnis dan Informatika Kwik Kian Gie program studi Ilmu Komunikasi dapat dikatakan juga menggunakan media dalam menjalankan aktivitasnya sehari-hari. Di era elektronik seperti sekarang ini, banyak berbagai aplikasi pengirim

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.

pesan instan yang bervariasi, dimana mahasiswa umumnya menggunakan salah satu dari banyak aplikasi tersebut. Mahasiswa umumnya dituntut untuk mengetahui informasi-informasi baik informasi kemahasiswaan maupun kehidupan sehari-harinya sehingga mahasiswa tidak dapat lepas dari media dalam kehidupan sehari-harinya. Hal tersebut tidak menutup kemungkinan penggunaan media sebagai sarana komunikasi antar pribadi para mahasiswa dimana memiliki andil dalam suatu hubungan antar pribadi.

Gambar 2.1

Kerangka Pemikiran



D. Hipotesis

Menurut Effendi (2012: 40), hipotesis merupakan sarana penelitian ilmiah yang penting dan tidak dapat ditinggalkan karena merupakan instrument kerja dari teori. Suatu hipotesis selalu dirumuskan dalam bentuk pernyataan yang menghubungkan antara dua variabel atau lebih. Menurut Kriyantono (2012: 28), hipotesis merupakan pendapat yang kurang, yang berarti bahwa hipotesis ini adalah pendapat atau pernyataan yang masih belum pasti kebenarannya, dan masih harus diuji terlebih dahulu, oleh karena itu bersifat sementara atau dugaan awal.



1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengemukakan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.



Hipotesis nol disebut juga hipotesis tidak ada perbedaan, dikatakan demikian karena hipotesis nol menjelaskan tidak adanya perbedaan antara parameter dengan statistic atau pengertian lainnya adalah tidak adanya hubungan antara variabel satu dengan variabel lainnya. H_0 adalah alternatif logis dari hipotesis alternatif (H_a) begitu sebaliknya.

H_0 : Tidak ada pengaruh aplikasi LINE terhadap hubungan antarpribadi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie angkatan 2010-2013.

H_a : Ada pengaruh aplikasi LINE terhadap hubungan antarpribadi mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi Institut Bisnis Dan Informatika Kwik Kian Gie angkatan 2010-2013.

Hak Cipta Dilindungi Undang-Undang

1. Dilarang mengutip sebagian atau seluruh karya tulis ini tanpa mencantumkan dan menyebutkan sumber:
 - a. Pengutipan hanya untuk kepentingan pendidikan, penelitian, penulisan karya ilmiah, penyusunan laporan, penulisan kritik dan tinjauan suatu masalah.
 - b. Pengutipan tidak merugikan kepentingan yang wajar IBIKKG.
2. Dilarang mengumumkan dan memperbanyak sebagian atau seluruh karya tulis ini dalam bentuk apapun tanpa izin IBIKKG.