

PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP POLA KOMUNIKASI INTERPERSONAL MAHASISWA FIKOMM UNIVERSITAS MERCU BUANA YOGYAKARTA

Ahmat Enric Setyawan, Evelyn Chrysta Allen, Faisal Oki Saputra

Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia, Universitas Mercu Buana Yogyakarta

ARTICLE INFO

Article history:

Received Januari 2025

Revised Januari 2025

Accepted Januari 2025

Available online Januari 2025

Email:

enricsetyawan45@gmail.com,

evelynchrystaallen@gmail.com,

faisaloka73@gmail.com



This is an open access article under the [CC BY-SA](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/) license.

Copyright © 2023 by Author. Published by Universitas Pendidikan Ganesha.

Abstrak

Perkembangan teknologi membawa perubahan signifikan terutama dengan munculnya media sosial. Media sosial tidak hanya menjadi alat berbagi informasi, tetapi juga mengubah cara manusia berinteraksi dan membentuk pola komunikasi baru. Di kalangan mahasiswa, media sosial telah menjadi bagian penting dalam mendukung aktivitas sehari-hari, namun penggunaannya juga berdampak pada kualitas interaksi interpersonal baik dalam aspek positif maupun negatif. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menganalisis dampak media sosial terhadap pola komunikasi interpersonal mahasiswa Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kuantitatif dengan cara membagikan kuisisioner dalam bentuk google form, kemudian data yang didapat dianalisis menggunakan analisis Regresi Linier sederhana untuk mengetahui besarnya pengaruh. Hasil yang didapat menunjukkan bahwa media sosial berpengaruh sebesar 82,7 % terhadap pola komunikasi interpersonal mahasiswa Fikomm Universitas Mercu Buana Yogyakarta, sedangkan 17,3 % sisanya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diteliti.

Kata kunci: media sosial; pola komunikasi; komunikasi interpersonal

Abstract

The development of technology has brought great changes, especially with the appearance of social media. Social media has not only become a tool for sharing information, but it has also changed how humans interact and form new communication patterns. Among students, social media has become an important part of supporting daily activities. Still, its use also has an impact on the quality of interpersonal interactions in both positive and negative aspects. Therefore, this article aims to analyze the impact of social media on the interpersonal communication patterns of students of the Faculty of Communication Sciences and Multimedia, Universitas Mercu Buana Yogyakarta. The method used in this research is a quantitative method by distributing questionnaires in the form of Google Forms, then the data obtained is analyzed using simple linear regression analysis to determine the magnitude of the influence. The results obtained show that social media has an effect of 82.7% on the interpersonal communication patterns of Fikomm students at Mercu Buana University Yogyakarta, while the remaining 17.3% is influenced by other variables not examined.

Keywords: social media; communication pattern; interpersonal communication

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan suatu kegiatan dasar bagi manusia. Dengan berkomunikasi, manusia bisa saling terhubung dengan individu lain dalam kehidupan keseharian mereka dimanapun mereka berada (Risdyanti et al., 2019). Melalui komunikasi, manusia berinteraksi, berbagi informasi, membangun relasi, dan memengaruhi pemikiran maupun tindakan orang lain. Tujuan utamanya adalah menciptakan pemahaman bersama dan mempererat hubungan antarmanusia. Di era dahulu, komunikasi antar manusia terbatas karena teknologi yang kurang canggih, sehingga menjalin komunikasi dengan sesama masih sulit. Adanya revolusi teknologi komunikasi, telah mengubah cara manusia berkomunikasi, berpikir, bekerja, dan belajar, membawa kemudahan dan transformasi dalam berbagai aspek kehidupan.

Perkembangan teknologi komunikasi telah membawa dampak signifikan pada kehidupan masyarakat global, baik dari sisi sosial budaya maupun psikologis. Penyebaran informasi yang semakin cepat membuka wawasan masyarakat terhadap peristiwa dunia, sekaligus memengaruhi pergeseran nilai-nilai sosial yang ada. Transformasi media, dari sekadar penyebar informasi menjadi platform interaktif, melahirkan tren baru, salah satunya melalui hadirnya media sosial. Media ini kini bukan hanya sarana komunikasi, tetapi juga penggerak tren dan pembentuk perilaku sosial dalam skala yang belum pernah terbayangkan sebelumnya. Nyatanya kemajuan teknologi komunikasi telah memudahkan batasan-batasan dalam organisasi, pasar, masyarakat, serta mengaburkan batasan ruang dan waktu juga menyederhanakan kompleksitas (Darmawan, 2013).

Media sosial yang kerap disebut "sosmed" kini menjadi hal yang sangat penting bagi kehidupan manusia sehari-hari. (Kotler & Keller dalam Putri, 2016) menegaskan bahwa media sosial adalah alat dan sarana yang digunakan pengguna dalam membagikan informasi baik dalam bentuk pesan, suara, gambar, maupun video kepada individu lain atau dengan perusahaan. Kehadirannya membuat arus lalu lintas informasi mengenai berbagai hal mudah tersebar luas ke seluruh belahan dunia tak terbatas ruang dan waktu. Kemudahan akses terhadap media sosial ini termasuk satu faktor penting yang menjadikan media ini sangat digandrungi oleh masyarakat, terutama di kalangan mahasiswa. Hasil survey Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), menyebutkan bahwa banyaknya pengguna internet pada tahun 2024 di Indonesia mencapai 221.563.479 jiwa, di mana mayoritas penggunaannya adalah Gen Z (34,40 %). Lalu diikuti oleh Gen Milenial (30,62 %), Gen X (18,98 %) dan sisanya adalah Post Gen Z, *baby boomers*, dan *pre boomer*.

Pertumbuhan pengguna media sosial, terutama di kalangan mahasiswa Indonesia, telah mengubah pola komunikasi tradisional berbasis norma dan adat menjadi komunikasi modern yang memanfaatkan teknologi. Media sosial memungkinkan penyampaian pesan secara cepat dan menjadi sarana utama mahasiswa untuk berkomunikasi, menambah pengetahuan, serta menghibur diri. Namun, hal ini juga menggeser interaksi tatap muka, mengurangi kualitas hubungan di dunia nyata, dan menumbuhkan pola pikir konsumtif.

Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube tidak hanya digunakan untuk bersosialisasi, tetapi juga sebagai sarana ekspresi diri, berbagi minat, dan mengikuti tren. Meskipun media sosial meningkatkan efisiensi dan produktivitas, penggunaannya yang intens dapat melemahkan kemampuan sosial mahasiswa, seperti empati dan komunikasi langsung. Pola hidup konsumtif dan individualistis turut berkembang seiring pengaruh kuat media sosial.

Menurut penelitian (Khaira et al., 2024) yang menggunakan metode kualitatif mengenai pengaruh sosial media terhadap komunikasi interpersonal remaja, menunjukkan bahwa meskipun media sosial mempermudah interaksi jarak jauh dan memperkuat hubungan dengan

individu yang jauh, hal ini dapat mengurangi kualitas komunikasi tatap muka dan kedekatan emosional. Pernyataan tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan (Swarna et al., 2024) yang mengungkapkan adanya perubahan pola komunikasi, dimana lebih dari setengah informan penelitian lebih sering berkomunikasi menggunakan media sosial daripada bertemu secara langsung. Pernyataan tersebut berlainan dengan penelitian yang dilakukan oleh (Almadina Rakhmaniar, 2024) yang menyatakan bahwa penggunaan media sosial memiliki pengaruh signifikan dan positif terhadap ketrampilan komunikasi interpersonal pada remaja di Kota Bandung. Penggunaan media sosial yang tidak efisien dapat menciptakan dampak buruk, seperti pengguna yang menghabiskan waktunya hanya untuk mengakses berbagai platform media sosial (Husna, 2017). Namun, penggunaan media sosial secara bijak dapat mendukung pengembangan keterampilan komunikasi interpersonal, seperti memperluas jaringan sosial dan mengasah kemampuan mengungkapkan diri.

Dari berbagai penelitian di atas, peneliti merasa tertarik untuk melanjutkan penelitian lebih mendalam menggunakan pendekatan kuantitatif untuk menyelidiki pengaruh media sosial khususnya mengenai peran dan dampaknya terhadap pola komunikasi interpersonal mahasiswa. Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji pengaruh penggunaan media sosial yang intensif oleh mahasiswa Fikomm Universitas Mercu Buana Yogyakarta memiliki pengaruh signifikan terhadap pola komunikasi interpersonal mereka, terutama meliputi aspek-aspek seperti empati, keterbukaan, sikap positif, dukungan, maupun kesetaraan, yang dapat mencerminkan dampak positif maupun negatif pada interaksi sosial langsung mereka. Dengan melibatkan sampel mahasiswa aktif, artikel ini menggunakan kuisioner sebagai instrumen pengumpulan data dan menganalisisnya secara statistik. Hal ini mengatasi keterbatasan subyektivitas metode kualitatif yang digunakan penelitian-penelitian sebelumnya. Penelitian ini juga mencakup aspek yang lebih luas, seperti indikator komunikasi interpersonal dan peran media sosial dalam membentuk pola komunikasi.

Media Sosial

Media sosial merupakan platform digital dimana pengguna dapat bertukar informasi, berinteraksi, serta membuat konten online. Melalui macam-macam fitur yang disediakan, pengguna akan dengan mudah terhubung dengan orang lain, baik yang dikenal seperti keluarga dan teman maupun dengan orang yang tidak dikenali, tanpa terbatas ruang dan waktu. (Kaplan & Haenlein dalam Sugeng Cahyono, 2016) mendefinisikan media sosial sebagai sekelompok aplikasi yang terhubung lewat internet dan dibangun atas dasar teknologi dan ideologi Web 2.0, yang memfasilitasi penciptaan dan pertukaran *user-generated content*. (Kotler & Keller dalam Putri, 2016) menjelaskan bahwa media sosial adalah alat atau sarana yang digunakan oleh pengguna untuk berbagi informasi berupa pesan, suara, gambar, dan video kepada pengguna lain atau dengan perusahaan.

Setidaknya terdapat 4C indikator yang dapat digunakan dalam mengukur penggunaan media sosial dan pengaruhnya (Solis, 2010):

1. *Context, how we frame our stories*, yaitu cara kita membingkai sebuah cerita atau informasi. Ini adalah tentang bagaimana kita menyusun dan menyampaikan informasi sehingga pesan kita dapat dipahami dengan baik oleh para audiens dengan memperhatikan penggunaan bahasa maupun isi dari pesan yang akan disampaikan.
2. *Communication, the practice of sharing our story as well as listening, responding, and growing*, ini adalah cara kita berbagi pesan lewat mendengarkan, merespons, dan beradaptasi

- dengan berbagai cara demi menciptakan kenyamanan bagi pengguna, sehingga pesan dapat tersampaikan dengan jelas dan efektif.
3. *Collaboration, working together to make things better, more efficient and effective*, ini tentang bagaimana kita bekerja sama untuk meningkatkan efisiensi dan efektivitas segala hal. Kerjasama antar akun atau perusahaan dengan penggunanya di media sosial menjadi kunci dalam menciptakan sesuatu yang positif.
 4. *Connection, the relationship we forge and maintain*, ini berkaitan dengan pemeliharaan hubungan yang terjalin. Melalui upaya yang berkelanjutan, pengguna akan merasa lebih dekat dan memiliki hubungan dengan perusahaan.

Pola Komunikasi

Pola adalah sebuah bentuk struktur yang tetap. Pola dapat digunakan untuk merepresentasikan objek kompleks yang kemudian digunakan untuk menemukan proses dan elemen pendukungnya. Pola komunikasi dapat diartikan sebagai suatu bentuk atau pola hubungan diantara dua individu atau lebih yang mengirimkan dan menerima pesan tertentu dengan cara yang benar sehingga pesan dapat dengan mudah dipahami (Azeharie & Khotimah, 2015). Proses komunikasi terdiri dari serangkaian kegiatan pengiriman dan penerimaan pesan oleh komunikator dan komunikan yang menghasilkan umpan balik sehingga muncul pola-pola komunikasi (Gumilang, 2019). Dalam pola komunikasi, umpan balik diperoleh dari penerimaan pesan melalui serangkaian kegiatan penyampaian pesan melalui proses komunikasi, hal inilah yang menjadikan pola komunikasi sangat identik dengan proses komunikasi.

Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal atau lebih dikenal sebagai komunikasi antar pribadi, adalah proses di mana seseorang individu berinteraksi dengan individu lainnya yang bertujuan untuk mengkomunikasikan perasaan, gagasan, dan informasi yang biasanya terjadi secara tatap muka. (Mulyana, 2017, p. 74) Komunikasi interpersonal dapat didefinisikan sebagai komunikasi yang berlangsung diantara individu secara tatap muka, dimana setiap individu memiliki kesempatan untuk menangkap satu sama lain secara langsung, baik melalui ungkapan verbal maupun nonverbal. Komunikasi interpersonal terbagi kedalam dua bentuk yaitu verbal (komunikasi lewat kata-kata) dan non-verbal (komunikasi yang tidak menggunakan kata-kata, misalnya bahasa tubuh dan ekspresi). Oleh karena itu komunikasi interpersonal bukan hanya tentang sekedar kata-kata yang dilontarkan tetapi juga tentang bagaimana penggunaan bahasa tubuh dan ekspresi wajah.

(DeVito, 2016) dalam bukunya, *The Interpersonal Communication Book* merangkum tentang lima aspek dalam komunikasi interpersonal:

1. Keterbukaan (*Openness*), hal ini berkaitan dengan kemampuan untuk merespons informasi yang diterima secara terbuka.
2. Empati (*Empathy*) hal ini mencerminkan kemampuan seseorang untuk memahami pengalaman orang lain dari sudut pandang yang sama dan melalui lensa yang serupa.
3. Dukungan (*Supportiveness*), hubungan interpersonal yang efektif ditandai oleh saling mendukung, di mana sikap suportif ditunjukkan dengan cara yang deskriptif daripada kritis.
4. Sikap Positif (*Positiveness*), setiap individu yang berkomunikasi hendaknya memiliki pandangan positif terhadap diri sendiri, dapat mendorong orang lain untuk berpartisipasi secara aktif, serta menciptakan lingkungan komunikasi yang mendukung interaksi yang efektif.

5. Kesetaraan (*Equality*) adalah pemahaman bahwa kedua individu yang terlibat dalam komunikasi saling menghargai, merasa bermanfaat, dan memiliki hal-hal penting untuk dihubungkan satu sama lain.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini, metode yang digunakan ini adalah kuantitatif. Pendekatan kuantitatif berdasarkan pada filsafat positivisme yang digunakan untuk menganalisis populasi atau sampel tertentu, mengumpulkan data menggunakan instrumen penelitian, serta analisis data yang bersifat kuantitatif atau statistik dan bertujuan untuk menguji hipotesis yang sudah ditetapkan (Sugiyono, 2017, p. 8). Dalam penelitian kuantitatif banyak dituntut penggunaan angka-angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut, hingga penyajian hasil yang diperoleh (Arikunto, 2013). Objek dalam penelitian yaitu seluruh mahasiswa aktif Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia (Fikomm) Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Pengamatan penelitian ini terfokus pada pengaruh media sosial terhadap pola komunikasi interpersonal mahasiswa.

Teknik pengumpulan data menggunakan survei dengan menyebarkan kuisioner dalam bentuk google form. Populasi yang diteliti merupakan seluruh mahasiswa aktif Fikomm Universitas Mercu Buana Yogyakarta sebanyak 1.102 mahasiswa terhitung sampai tanggal 9 Oktober 2024. Sampel diambil menggunakan teknik *purposive sampling* dengan menetapkan kriteria yang sesuai dengan tujuan penelitian, yaitu mahasiswa aktif dan menggunakan sosial media. Sampel dalam penelitian ini didapat dengan menghitung menggunakan rumus slovin sebanyak 92 mahasiswa. Metode pengisian kuisioner dilakukan secara *self-administered*.

Peneliti membagikan kuisioner kepada 20 mahasiswa sebagai sampel uji coba. Sampel penelitian ini digunakan untuk menguji validitas dan reliabilitas indikator yang digunakan dengan menggunakan aplikasi olah data SPSS versi 25. Setelah indikator dinyatakan valid dan reliabel, penelitian dilanjutkan kepada 92 mahasiswa untuk dibagikan kuisioner sehingga memenuhi sampel penelitian. Di bagian awal kuisioner terdapat pertanyaan tentang biodata responden yang telah dijaga kerahasiaannya (nama, NIM, jenis kelamin, usia, tingkat semester). Lalu terdapat pertanyaan tambahan tentang frekuensi waktu yang digunakan dalam bermedia sosial serta jenis medsos yang sering digunakan. Selanjutnya terdapat beberapa pertanyaan dengan pilihan jawaban berupa skala likert 1–5 yang mewakili pernyataan dari "Sangat Tidak Setuju" sampai ke nilai terbesar yang mewakili "Sangat Setuju".

HASIL DAN PEMBAHASAN

Data dari penelitian ini diambil dengan kuisioner berupa *Google Form* yang disebarkan ke seluruh mahasiswa aktif Universitas Mercu Buana Yogyakarta dan diperoleh pengisian kuisioner sebanyak 101 responden yang terdiri dari 55 responden perempuan dan 46 responden laki-laki. Namun, yang digunakan hanya 92 responden sesuai dengan jumlah sampel yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Setelah mendapatkan data yang cukup untuk penelitian ini, peneliti melakukan olah data dengan aplikasi SPSS versi 25 untuk mempermudah mendapatkan hasil uji instrumental dengan hasil sebagai berikut:

Uji Validitas

Uji Validitas dilakukan untuk menentukan sejauh mana kuisioner dapat mengukur apa yang akan diukur. Proses uji validitas dilakukan dengan membandingkan nilai r tabel dengan nilai r hitung. Dalam penelitian ini, nilai r tabel dihitung berdasarkan level signifikansi 5 %

dengan derajat keabsahan (df) yang diperoleh dari rumus $df = n - 2$, di mana n merupakan jumlah sampel, dengan demikian diperoleh hasil $df = 92 - 2 = 90$, dan nilai r tabel yang dihasilkan adalah 0,205.

Tabel 1. Uji Validitas Variabel X dan Y

Pertanyaan	(r) hitung	(r) tabel	keputusan
Variabel X			
Q1	0,699	0,205	Valid
Q2	0,684	0,205	Valid
Q3	0,707	0,205	Valid
Q4	0,576	0,205	Valid
Q5	0,640	0,205	Valid
Q6	0,691	0,205	Valid
Q7	0,535	0,205	Valid
Q8	0,726	0,205	Valid
Q9	0,646	0,205	Valid
Q10	0,608	0,205	Valid
Q11	0,607	0,205	Valid
Q12	0,730	0,205	Valid
Q13	0,776	0,205	Valid
Q14	0,631	0,205	Valid
Q15	0,688	0,205	Valid
Q16	0,681	0,205	Valid
Variabel Y			
Q17	0,526	0,205	Valid
Q18	0,590	0,205	Valid
Q19	0,479	0,205	Valid
Q20	0,552	0,205	Valid
Q21	0,672	0,205	Valid
Q22	0,652	0,205	Valid
Q23	0,707	0,205	Valid
Q24	0,657	0,205	Valid
Q25	0,679	0,205	Valid
Q26	0,625	0,205	Valid
Q27	0,653	0,205	Valid
Q28	0,589	0,205	Valid
Q29	0,712	0,205	Valid
Q30	0,670	0,205	Valid
Q31	0,723	0,205	Valid
Q32	0,609	0,205	Valid
Q33	0,554	0,205	Valid
Q34	0,625	0,205	Valid
Q35	0,643	0,205	Valid
Q36	0,505	0,205	Valid

Uji Reliabilitas

Uji Reliabilitas berguna dalam menguji seberapa konsisten kuisioner yang disebar oleh peneliti dengan menggunakan pengujian *Cronbach's Alpha* dengan aplikasi SPSS. Jika hasil uji mendapatkan nilai $\alpha > 0,70$ maka kuisioner dapat dinyatakan reliabel. Pada penelitian ini didapatkan hasil nilai *Cronbach's Alpha* variabel media sosial (X) sebesar 0,914 dan variabel pola komunikasi interpersonal (Y) sebesar 0,914. Dari hasil tersebut dapat dilihat bahwa nilai *Cronbach's Alpha* $> 0,70$, dengan demikian dapat dinyatakan bahwa variabel x dan variabel y dalam penelitian ini merupakan variabel yang reliabel dan konsisten.

Uji Normalitas

Uji Normalitas berdasar pada pengambilan keputusan pada nilai signifikansi variabel $> 0,05$ dan dinyatakan berdistribusi normal. Setelah dilakukan uji normalitas, diperoleh nilai *Asymp* sebesar 0,171, nilai tersebut lebih besar dari 0,05. Sehingga ditarik kesimpulan bahwa data tersebut normal.

Uji Linearitas

Uji Linearitas merupakan teknik yang digunakan dalam menguji apakah terdapat hubungan yang linier diantara variabel media sosial (X) dan variabel pola komunikasi interpersonal (Y). Kedua variabel tersebut dapat dikatakan linier apabila nilai signifikansinya lebih besar dari 0,05. Pada penelitian ini didapatkan hasil uji linearitas dengan nilai signifikansi adalah $0,088 > 0,05$. Hasil tersebut menyatakan bahwa terdapat hubungan yang linier diantara variabel x dan variabel y.

Uji Regresi Linier Sederhana

Setelah semua uji prasyarat dilakukan, pada langkah terakhir akan dilakukan analisis regresi linier sederhana untuk mengukur pengaruh dari variabel dependen (X) terhadap variabel independent (Y). Uji regresi sederhana dilakukan terhadap variabel media sosial (X), Didapatkan hasil nilai sig. (2-tailed) adalah 0,00. dari hasil tersebut dapat dilihat nilai signifikansi yang didapat lebih kecil $<$ dari probabilitas 0,05, sehingga H_1 diterima, yang artinya "Ada pengaruh Media Sosial (X) terhadap Pola Komunikasi Interpersonal (Y) mahasiswa Fikom Universitas Mercu Buana Yogyakarta" Dengan nilai persamaan regresi $Y = 4.398 + 1.133X$ ($y = a + bX$). Hasil yang didapat pada uji regresi linier menunjukkan Koefisien R kuadrat bernilai 0,827. Dari nilai tersebut, dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat pengaruh Media Sosial (X) terhadap Pola Komunikasi Interpersonal (Y) adalah sebesar 82,7 % sedangkan 17,3 % Pola Komunikasi Interpersonal mahasiswa Fikom Universitas Mercu Buana Yogyakarta dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diukur pada penelitian ini.

KESIMPULAN

Setelah melakukan seluruh rangkaian penelitian didapatkan hasil bahwa ditemukan pengaruh media sosial terhadap pola komunikasi interpersonal mahasiswa Fikom Universitas Mercu Buana Yogyakarta. Dengan hasil analisis regresi linier yang menunjukkan media sosial memiliki pengaruh sebesar 82,7 % terhadap pola komunikasi interpersonal, sementara 17,3 % lainnya dipengaruhi oleh variabel lain yang tidak diukur pada penelitian ini. Hal ini memungkinkan dilakukannya penelitian lanjutan guna mengetahui variabel lain yang mempengaruhi pola komunikasi interpersonal mahasiswa Fikom Universitas Mercu Buana Yogyakarta.



DAFTAR PUSTAKA

- Almadina Rakhmaniar. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Keterampilan Komunikasi Interpersonal Pada Remaja Kota Bandung. *WISSEN: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 2(1), 239–249. <https://doi.org/10.62383/wissen.v2i1.244>
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *Jumlah Pengguna Internet Indonesia Tembus 221 Juta Orang*. <https://apji.or.id/berita/d/apji-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang>
- Arikunto, S. (2013). *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik* (15th ed.). Rineka Cipta.
- Azeharie, S., & Khotimah, N. (2015). The Patterns of Interpersonal Communication between Teachers and Students in Children Daycare “Melati” in Bengkulu. *Jurnal Pekommas*, 18(3), 213–224.
- Darmawan, D. (2013). *Pendidikan Teknologi Informasi dan Komunikasi (Teori dan Aplikasi)*. PT. Remaja Rosdakarya.
- DeVito, J. A. (2016). *The Interpersonal Communication Book* (14th edition). Pearson.
- Gumilang, A. (2019). POLA KOMUNIKASI DALAM RANGKA MENJAGA SOLIDARITAS (Studi Deskriptif Tentang Pola Komunikasi Dalam Rangka Menjaga Solidaritas Antar Anggota Fans Club Liverpool Regional Solo). *Universitas Sebelas Maret Solo*.
- Husna, N. (2017). Dampak Media Sosial terhadap Komunikasi Interpersonal Pustakawan di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta Nailul Husna. *LIBRIA*, 9(2). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.22373/2400>
- Khaira, A. A., Aisyah, G., Nis, H., Dewi, K., Aulia, R. A., & Laksana, A. (2024). Pengaruh Media Digital dalam Penggunaan Media Sosial Terhadap Pola Komunikasi Interpersonal pada Remaja. *Sosial Dan Humaniora*, 2(4). <https://doi.org/10.47861/tuturan.v2i4.1376>
- Mulyana, D. (2017). *Ilmu komunikasi suatu pengantar*. PT. Remaja Rosdakarya.
- Putri, C. S. (2016). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP KEPUTUSAN PEMBELIAN KONSUMEN CHERIE MELALUI MINAT BELI. *PERFORMA*, 1(5), 594–603. <https://doi.org/10.37715/jp.v1i5.348>
- Risdyanti, K. S., Faradiba, A. T., & Syihab, A. (2019). PERANAN FEAR OF MISSING OUT TERHADAP PROBLEMATIC SOCIAL MEDIA USE. *Jurnal Muara Ilmu Sosial, Humaniora, Dan Seni*, 3(1), 276. <https://doi.org/10.24912/jmishumsen.v3i1.3527>
- Solis, B. (2010). *ENGAGE! The Complete Guide for Brands and Businesses to Build, Cultivate, and Measure Success in the New Web*. John Wiley & Sons.
- Sugeng Cahyono, A. (2016). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERUBAHAN SOSIAL MASYARAKAT DI INDONESIA. *Publiciana*, 9(1), 140–157.
- Sugiyono. (2017). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. ALFABETA.
- Swarna, M. F., Rumardani, A., Saputra, E. adi, Nuryadi, D. P., Al-mufid, M. D., & Amalia, N. (2024). Dampak Penggunaan Media Sosial Terhadap Pola Komunikasi Interpersonal. *Karimah Tauhid*, 3(1), 1012–1019. <https://doi.org/10.30997/karimahtauhid.v3i1.11841>