

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

A. Komunikasi Interpersonal

1. Pengertian Komunikasi interpersonal

Manusia sebagai makhluk sosial, memiliki kebutuhan fundamental untuk menjalin hubungan dan berkomunikasi dengan individu lain. Kebutuhan ini tidak dapat terpisahkan sehingga mendorong individu untuk secara berkelanjutan mempelajari dan mengembangkan kemampuan komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal dapat didefinisikan sebagai suatu proses pertukaran pesan antara dua individu atau lebih, baik secara langsung maupun melalui media tertentu, dengan tujuan utama mencapai pemahaman dan pengaruh timbal balik.

Komunikasi interpersonal merupakan sebuah interaksi yang terjadi secara langsung antara dua orang atau lebih. Dalam komunikasi ini, setiap komunikan memiliki kesempatan untuk menangkap reaksi dari pesan yang disampaikan, baik melalui kata-kata (verbal) maupun melalui bahasa tubuh (nonverbal). Meskipun komunikasi interpersonal merupakan bagian penting dalam kehidupan sehari-hari, para ahli komunikasi memiliki definisi yang berbeda-beda tentang komunikasi interpersonal ini. Hal ini menunjukkan bahwa

komunikasi interpersonal adalah sebuah konsep yang kompleks dan multidimensi.

Menurut Wiryanto komunikasi interpersonal dapat didefinisikan sebagai proses pertukaran pesan yang berlangsung secara langsung antara dua orang atau lebih. Proses ini dapat terjadi dalam situasi spontan, seperti percakapan santai di keramaian. Ciri khas komunikasi interpersonal terletak pada sifatnya yang tatap muka, yang memungkinkan adanya komunikasi nonverbal dan umpan balik secara langsung. (Novianti et al., 2017) Menurut devito, sebagaimana dikutip dalam jurnal riska dwi, komunikasi interpersonal dapat dikonseptualisasikan sebagai suatu proses pertukaran pesan yang bersifat dinamis antara dua atau lebih individu. Dalam proses ini, seorang individu (pengirim) menyampaikan pesan kepada individu lain (penerima) atau sekelompok kecil individu, menghasilkan berbagai konsekuensi dan memungkinkan adanya umpan balik secara langsung dari penerima kepada pengirim. (Novianti et al., 2017)

Julia T. Wood, dalam jurnal fauzi, memperluas definisi komunikasi interpersonal dengan menjabarkan lima karakteristiknya. Pertama, komunikasi interpersonal bersifat selektif, dimana setiap individu memilih dengan siapa mereka ingin berkomunikasi. Kedua komunikasi interpersonal bersifat

sistemik, dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti budaya, pengalaman pribadi, dan lainnya. Ketiga, komunikasi interpersonal bersifat unik, dimana setiap hubungan memiliki pola dan ritme yang khas. Keempat, komunikasi interpersonal bersifat prosesual, yaitu proses yang berkelanjutan dan tidak pernah berhenti. Kelima, komunikasi interpersonal bersifat transaksional, dimana proses komunikasi terjadi secara stimultan dan berkelanjutan antara individu yang terlibat.(Abubakar F, 2015)

2. Komponen Komunikasi interpersonal

Berdasarkan uraian suranto dalam gautama (2020) proses komunikasi interpersonal dapat didefinisikan sebagai suatu sistem yang tersusun atas komponen komponen yang saling terhubung dan berinteraksi secara berkelanjutan (Gautama, 2020). komponen-komponen tersebut meliputi:

a. Sumber/komunikator

Sumber atau komunikator adalah Pihak yang menginisiasi proses komunikasi. Mereka memiliki kebutuhan untuk menyampaikan pesan, baik untuk menginformasikan, meyakinkan, menghibur, atau membangun hubungan. Sumber dapat berupa individu, kelompok atau organisasi.

b. *Endcoding*

Endcoding adalah Proses transformasi ide atau gagasan menjadi pesan yang dapat dipahami oleh komunikan. Dalam proses ini, sumber menggunakan simbol-simbol verbal dan non-verbal, seperti kata-kata, gestur, dan ekspresi wajah.

c. Pesan

Pesan adalah hasil dari proses *Endcoding*. Pesan dapat berupa informasi, ide, perasaan, atau intruksi yang ingin disampaikan oleh sumber kepada komunikan. Pesan dapat disampaikan secara verbal (melalui kata-kata) atau non-verbal (melalui simbol-simbol).

d. Saluran

Saluran merupakan media yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari sumber kepada komunikan. Saluran dapat berupa tatap muka, telepon, surat, email, media sosial, atau media lainnya.

e. Penerima/komunikan

Penerima atau komunikan adalah pihak yang menerima dan menafsirkan pesan dari sumber. Komunikan tidak hanya pasif menerima pesan tetapi juga aktif menginterpretasi dan memberikan respon.

f. *Decoding*

Decoding adalah proses dimana komunikan mengubah pesan yang diterima menjadi makna yang dapat dipahami. Dalam proses ini, komunikan menggunakan pengetahuan, pengalaman, dan budayanya untuk menafsirkan pesan

g. Respon

Respon adalah tanggapan yang diberikan komunikan setelah menerima dan memahami pesan dari sumber. Respon dapat berupa umpan balik, pertanyaan, komentar, atau tindakan.

h. Gangguan (*Noise*)

Gangguan atau *Noise* adalah faktor-faktor yang dapat menghambat kelancaran komunikasi. Gangguan dapat berupa suara bising, miskomunikasi, perbedaan budaya, atau faktor lainnya.

i. Konteks komunikasi

Konteks komunikasi adalah situasi dan kondisi yang melatari proses komunikasi. Konteks dapat memengaruhi makna dan efektivitas komunikasi. Konteks komunikasi terdiri dari tiga dimensi yang saling terkait: ruang , waktu, dan nilai.

- 1) Ruang: memperhatikan pengaturan, jarak, dan suasana
- 2) Waktu: menyesuaikan cara penyampaian pesan dan interpretasi.

- 3) Nilai: menghormati nilai-nilai sosial dan budaya komunikan.

3. Pola komunikasi

Pengertian pola komunikasi menurut Effendy (1989) dalam jurnal wulandary, pola komunikasi adalah sebuah model yang dirancang untuk menggambarkan keterkaitan erat antara berbagai unsur yang terlibat dalam proses komunikasi. Model ini membantu kita untuk memahami bagaimana komunikasi terjadi secara sistematis dan logis (Wulandari, 2018). Menurut devito dalam jurnal (Azeharie & Khotimah, 2015) macam macam pola komunikasi yang umum digunakan dalam interaksi manusia adalah sebagai berikut:

a) Pola komunikasi primer

Interaksi langsung antara komunikator dan komunikan, menggunakan bahasa verbal dan non-verbal (misalnya: tatap muka, percakapan telepon).

b) Pola komunikasi sekunder

Interaksi melalui media, di mana media menjadi perantara penyampaian pesan (misalnya: email, media sosial).

c) Pola komunikasi linear

Aliran informasi searah, fokus pada penyampaian pesan dari komunikator kepada komunikan (misalnya: presentasi, instruksi).

d) Pola komunikasi sirkular

Interaksi dua arah, memungkinkan umpan balik dan dialog antara komunikator dan komunikan (misalnya: diskusi, meeting).

Menurut Joseph DeVito dalam tulisan Liliweri (1997) yang dikutip oleh Azeharie pada jurnalnya, Pola komunikasi interpersonal terbentuk dari berbagai komponen yang mempengaruhi proses komunikasi antara dua orang atau lebih (Azeharie & Khotimah, 2015) Berikut merupakan komponen yang mempengaruhi pola komunikasi interpersonal :

1) Keterbukaan (*openness*)

Keterbukaan dalam komunikasi interpersonal bukan hanya tentang komunikator yang jujur dan terbuka, tetapi juga tentang kesediaan komunikan untuk menerima dan merespon pesan dengan cara yang jujur dan objektif. Hal ini berarti komunikan mampu melepaskan prasangka dan bias, serta menilai pesan berdasarkan fakta, data, dan logika.

2) Empati (*emphaty*)

Empati adalah kemampuan untuk memahami dan merasakan emosi orang lain. Ini bukan hanya tentang mengetahui apa yang dirasakan orang lain, tetapi juga tentang mampu menempatkan diri kita pada posisi mereka dan merasakan emosi mereka seolah-olah itu adalah emosi

kita sendiri. Dengan empati, kita dapat membangun hubungan yang lebih kuat dan meaningful dengan orang lain.

3) Pendukung (*suportyfisme*)

Pendukung atau *Suportyfisme* merupakan kemampuan yang esensial untuk membangun komunikasi yang efektif dan terhindar dari sikap defensif. Dengan menerapkan prinsip *suportifisme*, individu dapat menciptakan lingkungan yang positif, saling menghargai, dan kondusif untuk mencapai tujuan bersama secara optimal. *Suportyfisme* bagaikan kunci utama untuk membuka gerbang menuju komunikasi yang lebih baik dan hubungan yang lebih kuat.

4) Positif

Menerapkan sikap positif dalam komunikasi tidak hanya meningkatkan pemahaman dan kepercayaan, tetapi juga memperkuat hubungan, meningkatkan efektivitas komunikasi, dan meminimalisir konflik.

5) Kesetaraan

Sebuah konsep fundamental dalam tatanan sosial, merujuk pada kondisi di mana setiap individu memiliki hak, kewajiban, dan kesempatan yang sama, terlepas dari perbedaan ras, suku, agama, gender, orientasi seksual, atau status sosial ekonomi. Kesetaraan merupakan kemampuan

untuk mengetahui bahwa masing-masing manusia memiliki kedudukan yang sama pentingnya.

6) Penyampaian pesan

Proses penyampaian informasi atau pesan oleh satu orang (komunikator) dan penerimaan pesan oleh orang lain atau kelompok (komunikan).

7) Umpan balik

Seseorang merespons terhadap tindakan, kinerja, atau produk mereka. Umpan balik dapat berupa pujian, kritik, saran, atau evaluasi.

B. Sejarah Dan Perkembangan Media Sosial.

Jauh sebelum adanya internet, cikal bakal media sosial telah hadir dalam bentuk *Telegraf*, yang ditemukan samuel morse di tahun 1844. Penemuan revolusioner ini mengubah cara manusia berkomunikasi, memungkinkan penyampaian pesan instan melalui kode titik dan garis. Meskipun *Telegraf* tidak termasuk platform media sosial modern, penemuan ini menjadi tonggak awal teknologi komunikasi yang menghubungkan manusia jarak jauh.

Sejarah sosial media diawali pada era 70-an, yaitu dengan kemunculan sistem papan buletin (BBS). BBS memungkinkan penggunaanya untuk terhubung satu sama lain melalui jaringan telepon modem, berbagai pesan elektronik, mengunggah mengunduh perangkat lunak, dan berpartisipasi dalam forum diskusi online.

Meskipun teknologi ini masih terbilang primitif, BBS meletakkan fondasi bagi interaksi online dan komunitas virtual yang berkembang pesat di era digital.

Perkembangan teknologi mendorong platform digital yang lebih interaktif dan canggih era 2000-an dengan kemunculan friendster, platform yang mendobrak batasan komunikasi dan membuka jalan bagi era konektivitas online. *Friendster* menawarkan fitur-fitur inovatif seperti profil pengguna, daftar teman, dan sistem perpesanan yang memungkinkan pengguna untuk terhubung kembali dengan teman lama, menemukan kenalan baru, dan membangun jaringan sosial. Kepopuleran *friendster* meledak, menjadikannya fenomena global dengan jutaan pengguna diseluruh dunia.

Pada 2003, *linkedin* hadir sebagai pelopor media sosial profesional. Platform ini fokus pada membangun koneksi dan peluang kerja, memungkinkan pengguna untuk membuat profil profesional mencari pekerjaan, terhubung dengan kolega, dan mengembangkan karir. Disisi lain, *MySpace* muncul sebagai platform yang menonjolkan kemudahan penggunaan dan kustomisasi. Pengguna *MySpace* dapat dengan mudah mempersonalisasi profil mereka dengan musik, foto, dan blog, menjadikannya ruang ekspresi diri yang populer dikalangan remaja dan anak muda.

Pada tahun 2004 merupakan era baru yang ditandai dengan kemunculan *Facebook* platform yang merevolusi cara orang

terhubung dan berbagi informasi. Didirikan oleh Mark Zuckerberg di *Harvard University*, *Facebook* awalnya ditujukan untuk mahasiswa, tetapi dengan cepat berkembang pesat dan menjadi platform media sosial paling populer di dunia. *Facebook* menawarkan berbagai fitur, seperti grup, halaman, acara, dan iklan, yang memungkinkannya untuk menjadi platform multifungsi yang digunakan untuk berbagai keperluan, mulai dari bersosialisasi dengan teman dan keluarga hingga membangun komunitas dan mempromosikan bisnis.

Di tahun 2006, dunia media sosial dikejutkan dengan kemunculan *Twitter*, platform mikroblogging yang unik dengan batasan 140 karakter untuk "Tweet". *Twitter* menawarkan cara baru untuk berbagi informasi secara singkat dan *real-time*, menjadikannya platform ideal untuk mengikuti berita, mengikuti tren, dan bertukar ide. Kepopuleran *Twitter* melonjak dengan cepat, menjadikannya platform penting untuk komunikasi publik, aktivisme, dan jurnalisme.

Pada tahun 2007 lahir adanya *Wiser*, sebuah platform media sosial yang diluncurkan tepat pada hari bumi. *Wiser* bertujuan untuk menjadi direktori online bagi organisasi dan gerakan lingkungan di seluruh dunia, memfasilitasi kolaborasi, pertukaran informasi, dan aktivisme terkait isu-isu lingkungan. Meskipun *Wiser* tidak mencapai kesuksesan komersial yang sama seperti platform lain, platform ini menjadi contoh awal bagaimana media sosial dapat digunakan untuk mempromosikan perubahan sosial dan lingkungan.

Pada tahun 2011, raksasa teknologi *Google* meluncurkan platform media sosialnya sendiri, *Google+*. *Google+* menawarkan fitur integrasi dengan layanan *Google* lainnya, seperti Gmail dan *YouTube*, dan bertujuan untuk menjadi platform yang terintegrasi penuh dengan kehidupan digital penggunanya. *Google+* ini awalnya hanya sebatas yang telah diinvite oleh *Google*. Tetapi sekarang *Google* ini dibuka untuk secara umum (Nitami, 2023)

C. Pengertian Media Sosial

Perkembangan media sosial yang secara pesat ini telah melampaui batas negara maju, menjangkau negara berkembang seperti Indonesia. Fenomena ini ditandai dengan adanya peningkatan pengguna media sosial dan kemajuan teknologi yang signifikan. Di era digital ini, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai platform komunikasi antar individu, tetapi juga telah menjelma menjadi alternatif media massa konvensional dalam menyampaikan berita dan informasi. Widada dalam jurnal (Yusuf et al., 2023) mengkonseptualisasikan media sosial sebagai platform berbasis internet yang memfasilitasi kebutuhan komunikasi para penggunanya dengan cara yang mudah diakses dan digunakan. Platform ini memungkinkan para penggunanya untuk bertukar informasi, membangun relasi, dan berpartisipasi dalam komunitas online. Pengertian media sosial menurut ahli:

1. Dave kerpen (2011)

Dalam bukunya yang berjudul *“Likeable Social Media”* mendefinisikan media sosial lebih dari sekadar platform untuk berbagi gambar, video, dan tulisan. Media sosial menurut kerpen adalah wadah interaksi dan hubungan antar individu dan kelompok dalam jaringan. Dimeddia sosial pengguna dapat membangun koneksi dan menjalin pertemanan baru, baik dengan individu maupun organisasi. Platform ini memungkinkan komunikasi dua arah, dimana pengguna tidak hanya menerima informasi tetapi juga dapat berpartisipasi aktif, memberikan komentar, dan berbagi ide. Lebih dari itu, media sosial memfasilitasi terbentuknya komunitas online yang terikat pada minat dan tujuan bersama. Pengguna dapat bergabung dengan grup, mengikuti diskusi dan berkontribusi.

2. B.K. Lewis (2010)

Dalam karyanya yang berjudul *“sosial media and strategic communication attitudes and perceptions among college studdents”* mendefinisikan media sosial sebagai teknologi digital yang memberdayakan semua orang untuk saling terhubung dan terlibat dalam interaksi, produksi, dan pertukaran pesan. Menurut lewis media sosial meruppakan ruang interaksi dan hubungan antar individu dan kelompok dalam ranah digital. Di media sosial, pengguna dapat

membangun koneksi dan menjalin pertemanan baru, baik dengan inidividu maupun organisasi.

3. Chris Brogan (2010)

Dalam bukunya “*social media 101: Tactics and tips to develop your business*” mendefinisikan media sosial sebagai alat komunikasi baru yang membuka gerbang bagi berbagai kemungkinan interaksi. Lebih dari sekadar platform berbagi gambar, vidio, dan tulisan, media sosial merupakan ruang interaksi dan hubungan natar individu dan kelompok dalam ranah digital.(Nandy, 2021)

D. Klasifikasi Media Sosial

Media sosial telah merevolusi cara kita berkomunikasi dan terhubung dengan orang lain. Platform digital ini menawarkan berbagai fitur dan layanan yang memungkinkan kita untuk menjalin pertemanan baru, menjaga hubungan dengan keluarga dan teman, serta terlibat dalam komunitas online, berikut adalah klasifikai media sosial berdasarkan fungsinya menjadi beberapa kategori diantaranya:

1. Jejaring Sosial (*Social Networking Site*)

a. Facebook

Facebook merupakan Platform yang memungkinkan pengguna untuk membuat profil pribadi, berbagi foto dan video, dan berinteraksi dengan teman dan keluarga. Menurut

buku “*Likeable Social Media*” oleh Dave Kerpen (2011), facebook merupakan salah satu platform yang paling berpengaruh dalam membangun koneksi sosial secara digital (Kerpen, 2011).

b. LinkedIn

LinkedIn merupakan platform media sosial yang fokus pada koneksi profesional dan peluang kerja, memberikan ruang bagi penggunanya untuk membangun profil profesional yang menarik dan membuka gerbang menuju karir yang cemerlang.

Menurut Ellison et al. 2007, linkedIn terbukti dalam membantu penggunanya untuk mencapai tujuan profesional mereka. Platform ini telah menjadi alat penting bagi para pencari kerja, profesional yang ingin mengembangkan karir mereka, dan perusahaan yang mencari talenta terbaik (Ellison et al., 2007)

2. Microblogging

a. Twitter (X)

Twitter atau X ini merupakan platform media sosial yang *iconic* yang memungkinkan penggunanya untuk berkomunikasi dan berbagi informasi secara realtime melalui pesan singkat yang disebut “Tweets” platform ini menjadi wadah ideal untuk mengikuti berita terkini, bertukar ide dan

pemikiran, serta membangun koneksi dengan orang-orang dari seluruh dunia.

Keunggulan dari twitter terletak pada kecepatan dan kemudahan penggunaannya. Pengguna dapat menulis tweet singkat, maksimal 280 karakter, untuk membagikan informasi, opini atau tautan ke berbagai sumber. Dengan tagar (#) dan mention (@), pengguna dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan terlibat dalam percakapan online yang menarik. Lebih dari platform untuk berbagi berita, twitter juga menjadi alat yang ampuh untuk membangun komunitas dan menjalin pertemanan baru. Pengguna dapat mengikuti akun yang mereka minati, berinteraksi dengan pengguna lain melalui komentar dan retweet, serta berpartisipasi dalam trending topic yang sedang hangat diperbincangkan.

Menurut Brogan (2010), twitter merupakan alat penting untuk komunikasi cepat dan pertukaran informasi. Platform ini memungkinkan pengguna untuk mendapatkan informasi secara langsung dari sumbernya, mengikuti perkembangan terkini, dan terlibat dalam diskusi yang relevan dengan minat mereka (Brogan, 2010).

3. Media Berbagi (*Media Sharing Sites*)

b. *YouTube*

Platform untuk mengunggah, berbagi, dan menonton video. Pengguna dapat berlangganan saluran dan berinteraksi melalui komentar.

c. Instagram

Instagram merupakan aplikasi mobile yang memungkinkan penggunanya untuk mengunggah dan membagikan foto dan video, disertai dengan teks deskriptif. Pengguna lain dapat memberikan apresiasi dengan mengukai (*like*), dan mengomentari (*comment*) konten yang dibagikan, serta terlibat dalam interaksi langsung melalui pesan pribadi.

Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang mengalami pertumbuhan pesat dengan basis pengguna yang terus meningkat. Hal ini dapat di buktikan dengan adanya perkembangan fitur-fitur yang baru dan menarik, seperti stories, reels, dan IGTV, yang semakin memperkaya pengalaman penggunanya. Menurut anderson & jiang (2018) dalam penelitiannya tentang remaja, media sosial, dan teknologi, instagram menjadi salah satu platform media sosial yang paling diminati dan digunakan oleh kalangan remaja. Hal ini menunjukkan bahwa instagram telah berhasil menarik minat generasi muda dan menjadi bagian penting bagi mereka.(Anderson & Jiang, 2018)

E. Fungsi Media Sosial

Media sosial telah berkembang menjadi platform digital yang memainkan peran penting dalam kehidupan masyarakat modern. Platform ini menawarkan berbagai fungsi yang menunjang komunikasi dan interaksi virtual antar individu dan komunitas. Untuk memahami kompleksitas fungsi media sosial secara menyeluruh, Kietzmann et al. (2011) seperti yang dikutip dalam jurnal Sinaga et al. (2019), memperkenalkan kerangka kerja Honeycomb, sebuah model yang komprehensif dan terstruktur yang mendefinisikan fungsi media sosial melalui tujuh elemen utama:

1. Identitas

Berkaitan dengan bagaimana pengguna membangun dan menampilkan diri mereka di media sosial. Pengguna dapat mengatur lokasi, dan foto profil. Hal ini membantu pengguna lain untuk mengenal dan memahami diri mereka dengan lebih baik.

2. Percakapan

Memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan pengguna lain di media sosial. Pengguna dapat mengirim pesan pribadi, terlibat dalam komentar dan diskusi publik, serta membantu membangun hubungan dan komunitas online.

3. Berbagai

Memungkinkan pengguna untuk membagikan konten berupa teks, gambar, video, tautan, dan bahkan siaran langsung dengan audiens yang luas. Konten yang dibagikan dapat bersifat informatif, menghibur, inspiratif atau bahkan provokatif. Hal ini memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri, berbagi pengalaman dan terhubung dengan orang lain yang memiliki minat yang sama.

4. Kehadiran

Menunjukkan aktivitas dan keterlibatan pengguna di media sosial. Pengguna dapat memposting status, check-in di lokasi, dan membagikan cerita untuk memberi tahu orang lain tentang apa yang mereka lakukan dan dimana mereka berada. Kehadiran online ini membantu pengguna untuk tetap terhubung dengan orang lain, membangun reputasi online dan bahkan menumbuhkan pengikut (followers).

5. Hubungan

Memungkinkan pengguna untuk membangun dan memelihara hubungan virtual dengan orang lain. Pengguna dapat mengikuti orang yang mereka minati, berteman dengan orang yang mereka kenal dan ini dapat bersifat profesional, pribadi, atau bahkan campuran keduanya.

6. Reputasi

Menggambarkan bagaimana pengguna membangun dan mengelola reputasi online mereka. Konten yang dibagikan,

interaksi dengan orang lain, dan cara pengguna berperilaku di media sosial dapat memengaruhi bagaimana orang lain memandang mereka. Reputasi online yang positif dapat membuka peluang baru, baik secara pribadi maupun profesional.

7. Kelompok

Memungkinkan pengguna untuk bergabung dengan komunitas online yang berfokus pada minat dan tujuan bersama. Kelompok-kelompok ini dapat memberikan rasa kebersamaan, dukungan, dan kesempatan untuk belajar dan berkolaborasi dengan orang lain yang memiliki minat yang sama. Pengguna dapat membentuk komunitas dan sub-komunitas berdasarkan latar belakang, minat, atau demografi mereka (Sinaga et al., 2019)

Tujuh elemen utama kerangka kerja Honeycomb ini memberikan pemahaman yang komprehensif tentang fungsi esensial media sosial secara efektif untuk mencapai tujuan pribadi, profesional dan komunitas.

F. Pertemanan

Masa remaja adalah periode transisi yang penuh tantangan. Dalam fase ini, teman menjadi sosok yang sangat penting bagi remaja. Mereka seringkali lebih banyak menghabiskan waktu dengan teman dibandingkan dengan keluarga. Hubungan

pertemanan ini memberikan dukungan emosional yang sangat berarti bagi remaja, membantu mereka melewati berbagai perubahan yang terjadi selama masa remaja. Menurut Baron dan Branscombe (2012) dalam jurnal soekoto etl, pertemanan adalah ikatan antara dua orang yang sering menghabiskan waktu bersama, saling berinteraksi, dan berkomunikasi dalam berbagai situasi (Soekoto et al., 2020). Dalam penelitian sovia dkk., parker dan asher (1993) menggarisbawahi bahwa pertemanan yang baik tidak selalu bebas dari konflik. Justru, adanya perbedaan pendapat yang dapat dikelola dengan baik menjadi salah satu ciri hubungan pertemanan yang berkualitas, disamping adanya saling mendukung dan menerima (Sovia & Tantiani, 2023).

Berdasarkan kajian Andayani (2015) dalam suharweny dapat disimpulkan bahwa pertemanan merupakan masalah yang kompleks dan dipengaruhi oleh berbagai faktor. Beberapa aspek yang berkontribusi pada pembentukan dan pemeliharaan hubungan interpersonal antar teman (Suharweny, 2022) :

1. Karakteristik individu yang positif

Sifat-sifat psikologis individu, seperti kebaikan hati, perhatian, humor, dan keramahan, berkontribusi pada kemampuan seseorang dalam menjalin pertemanan.

2. Kompetensi sosial

Kemampuan individu dalam berkomunikasi secara efektif, menyelesaikan konflik, dan memberikan dukungan sosial

merupakan faktor penentu kualitas pertemanan. Individu yang memiliki kompetensi sosial yang tinggi cenderung lebih berhasil dalam menjalin hubungan interpersonal yang positif.

3. Kebersamaan

Melakukan aktivitas bersama, seperti bermain atau belajar, bisa mempererat hubungan persahabatan.

4. Kesamaan

Memiliki kesamaan minat, hobi, atau nilai hidup membuat kita merasa lebih dekat dengan seseorang.

5. Kenyamanan

Kenyamanan merupakan hasil dari banyaknya kesamaan antara individu-individu yang menjalin persahabatan. Persamaan ini menjadi dasar terbentuknya hubungan interpersonal Kedekatan

6. Kedekatan atau keintiman

Keintiman merujuk pada persepsi individu mengenai tingkat kedekatan atau keakraban dengan orang lain, baik teman maupun pasangan.

7. Kecocokan

Kecocokan merupakan mekanisme individu dalam mengelola keberagaman. Perbedaan dapat menjadi sumber konflik atau justru menjadi dasar saling melengkapi. Kecocokan juga mencerminkan keselarasan antara ekspektasi individu dengan karakteristik sosial yang diinginkan.

8. Berbagi

Berbagi cerita, perasaan, atau pengalaman dengan teman membuat hubungan semakin erat.

9. Hubungan timbal balik

Hubungan timbal balik terbentuk melalui proses interaksi yang mendalam antara dua individu. Dalam hubungan ini, terdapat saling pengaruh yang kuat, ditandai dengan tindakan saling menasehati, melengkapi, mendukung, dan saling berkorban.

10. Kerja sama

Mengarah pada aktivitas yang dilakukan secara bersama yang bertujuan untuk mencapai tujuan bersama. Hal ini melibatkan aktivitas bersama seperti pemecahan masalah, saling memberikan dukungan dan membantu.

Media sosial juga memiliki peran penting dalam kehidupan manusia. Salah satu peran pentingnya adalah dalam membangun dan memelihara pertemanan. Berikut adalah beberapa aspek penting terkait pertemanan di media sosial:

a. Membangun Koneksi Baru

Media sosial memungkinkan penggunanya untuk menemukan dan terhubung dengan orang-orang yang memiliki minat yang sama, bagaikan menemukan belahan jiwa dalam komunitas virtual.

Seperti yang dijelaskan dalam buku *“Likeable Social Media”* oleh dave kerpen (2011), media sosial

telah meruntuhkan batasan geografis dan mempermudah kita untuk membangun jaringan sosial yang luas. Kini, kita tidak lagi terikat pada lingkaran pertemanan yang terbatas di dunia nyata. Kita dapat menjelajahi dunia virtual dan menemukan individu-individu yang memiliki passion yang sama, entah itu pecinta musik, penyuka film, atau bahkan aktivis sosial. Dengan memanfaatkan fitur-fitur seperti pencarian, rekomendasi, dan grup, kita dapat bertukar ide, berbagi pengalaman dan menjalin pertemanan baru yang bermakna secara luas. (Kerpen, 2011)

b. Memelihara Hubungan

Media sosial bukan hanya tentang menemukan pertemanan baru, tetapi juga tentang menjaga hubungan yang sudah terjalin. Platform ini bagaikan jembatan yang menghubungkan kita dengan teman-teman lama dan keluarga yang tinggal jauh, memungkinkan kita untuk tetap terhubung dan memelihara hubungan yang erat meskipun terpisah oleh jarak.

Seperti yang dijelaskan dalam buku “Social Media 101” oleh Chris Brogan (2010), media sosial memfasilitasi komunikasi yang berkelanjutan dengan orang-orang terkasih. Kita dapat bertukar pesan, melakukan panggilan video, dan bahkan berbagi momen penting dalam hidup

kita melalui postingan dan pembaruan status (Brogan, 2010).

c. Dukungan Sosial

Media sosial hadir sebagai platform yang menyediakan ruang aman untuk saling berbagi, memberikan dukungan emosional dan moral, dan membangun komunitas online yang suportif. Dalam penelitian lewis (2010) menunjukkan bahwa media sosial menawarkan platform penting untuk mendapatkan dukungan sosial yang signifikan. Di Platform ini, kita dapat bergabung dengan grup dan komunitas online yang sesuai minat, kebutuhan atau situasi kita. Disana, kita dapat menemukan individu-individu yang memahami apa yang kita alami dan dapat menawarkan dukungan, saran, dan bahkan persahabatan yang tulus. Disaat-saat sulit, media sosial dapat menjadi sumber kekuatan dan dorongan yang tak ternilai. Dukungan yang kita dapatkan dari komunitas online dapat membantu kita untuk melewati masa-masa sulit, meningkatkan ketahanan mental, dan menemukan harapan baru (Kay Lewis, 2010)

d. Pengembangan Identitas

Media sosial bukan hanya tentang terhubung dengan orang lain, tetapi juga tentang mengeksplorasi dan membangun identitas diri. Platform ini bagaikan kanvas

virtual dimana kita dapat menuangkan ide, minat, dan pengalaman pribadi untuk menciptakan representasi diri yang unik dan autentik. Seperti yang dijelaskan oleh Davis (2013), media sosial memungkinkan pengguna untuk mengekspresikan diri, menunjukkan minat dan hobi, merayakan pencapaian.(Davis, 2013)

G. Teori Penetrasi Sosial

Menurut altman dan Dalmas Taylor (dalam Faidlatul Habibah et al., 2021) komunikasi merupakan kunci utama dalam membangun dan menjaga hubungan antarmanusia. Mereka menjelaskan bahwa hubungan interpersonal berkembang secara bertahap, melalui proses keterbukaan diri yang terus meningkat. Dalam teori ini, hubungan dimulai dari komunikasi yang bersifat dangkal atau permukaan—seperti berbagi informasi umum—kemudian berkembang menjadi komunikasi yang lebih personal, emosional, dan mendalam seiring bertambahnya rasa percaya dan kenyamanan antara individu yang berkomunikasi.

Penerapan teori ini tampak jelas dalam pola komunikasi mahasiswa Fakultas Keagamaan Islam (FKI) Universitas Nahdlatul Ulama Al Ghazali, khususnya saat mereka berinteraksi melalui media sosial, seperti WhatsApp. Di awal, komunikasi mahasiswa cenderung bersifat informatif dan fungsional, misalnya membahas

tugas kuliah atau menginformasikan jadwal kegiatan. Namun, seiring waktu, terjadi peningkatan keterbukaan—dimana mahasiswa mulai berbagi cerita pribadi, mencurahkan perasaan, serta memberikan dukungan emosional satu sama lain. Bahkan dalam beberapa kasus, mahasiswa mendengarkan curhat teman sampai larut malam dan menunjukkan empati yang tinggi terhadap kondisi temannya.

Meskipun proses ini berlangsung secara daring, melalui media sosial, pola keterbukaan dan kedekatan emosional tetap terjadi secara bertahap. Hal ini menunjukkan bahwa media digital tidak menghapus esensi dari komunikasi interpersonal, justru menjadi sarana baru yang tetap memungkinkan hubungan antarindividu berkembang secara mendalam, sesuai dengan konsep teori penetrasi sosial.

Selain itu, latar belakang pesantren yang dimiliki oleh sebagian besar mahasiswa FKI memberikan pengaruh terhadap cara mereka membangun hubungan. Nilai-nilai seperti sopan santun, empati, kejujuran, dan kesetaraan membuat mereka lebih hati-hati dalam berinteraksi, namun tetap terbuka secara emosional ketika merasa aman dan saling percaya. Sikap tersebut memperkuat proses penetrasi sosial dalam komunikasi mereka di media sosial.

Dengan demikian, teori penetrasi sosial sangat relevan untuk menjelaskan bagaimana keterbukaan diri yang bertahap dapat membentuk kualitas hubungan pertemanan mahasiswa FKI di

media sosial. Hubungan tersebut bukan sekadar bersifat digital, tapi juga mengandung kedalaman emosional yang nyata.