

## **PENGARUH PENGGUNAAN SOSIAL MEDIA ‘WHATSAPP’ TERHADAP RENDAHNYA KOMUNIKASI INTERPERSONAL SISWA SMA NEGERI 9 MAKASSAR**

**Oleh: Nurlela, Rahmawati Latief, H. Muh. Kurdi**

Jurusan Jurnalistik

Fakultas Dakwah dan Komunikasi

UIN Alauddin Makassar

nurlelaidris3198@gmail.com

### **Abstrak;**

*This study examines the effect of using Whatsapp social media on the low interpersonal communication of SMA Negeri 9 Makassar students using the Uses and gratification theory. This study uses a quantitative approach to the type of explanative quantitative research. In explanatory quantitative research, it is intended to explain the relationship, difference or influence between one variable and another variable. Therefore, explanatory research uses samples and hypotheses. The samples in this study were students of SMA Negeri 9 Makassar in class X and XI in 2019/2020. Determination of the sample using probability sampling. The number of samples in this study were 89 people. The results of this study indicate that there is a significant influence between the use of social media Whatsapp on the low interpersonal communication of students at SMA Negeri 9 Makassar. The obtained t count t table with t count of 6.502 while t table of 1.6626 and the influence between the X variable (Use of Whatsapp) and the Y variable (Interpersonal Communication) is very strong at 1.564 which is between the values 0.80 – 1,000.*

**Kata Kunci:** Social Media Whatsapp, Uses and Gratifications Theory, quantitative explanatory

### **PENDAHULUAN**

Dalam kehidupan manusia tindakan komunikasi dapat terjadi dalam berbagai konteks, mulai dari kegiatan yang bersifat individual, di antara dua orang atau lebih, keluarga, kelompok, organisasi, publik secara lokal, nasional, regional dan global ataupun melalui media massa. Tindakan komunikasi juga dapat dilakukan secara verbal dan nonverbal, langsung ataupun tidak langsung.

Namun, seiring dengan perkembangan teknologi yang semakin pesat ternyata memiliki dampak yang nyata bagi aspek kehidupan manusia. Tanpa disadari hampir seluruh aktivitas atau kegiatan sehari-hari manusia tergantung pada penggunaannya terhadap teknologi. Sehingga, manusia menjadikan teknologi sebagai kebutuhan primer dan bukan lagi sebagai kebutuhan sekunder.

Salah satu teknologi yang perkembangannya tidak bisa ditolak saat ini adalah media sosial. Media sosial telah melakukan banyak perubahan bagi manusia. Dengan media sosial, kita bisa berkomunikasi dengan semua orang di sekitar kita bahkan di berbagai negara pun

tidak menutup kemungkinan untuk dilakukan. Kehadiran media sosial mampu merubah paradigma dan cara kita berkomunikasi. Salah satunya adalah media sosial Whastapp.

Aplikasi whatsapp tidak hanya digandrungi oleh kalangan muda tetapi juga dari kalangan lanjut usia. Pengguna whatsapp tidak mengenal batas usia, bahkan saat ini anak yang duduk di sekolah menengah pertama pun bisa mengakses whatsapp dalam kesehariannya. Fenomena ini bisa terjadi karena sebagian besar pelajar menggunakan media whatsapp untuk berkomunikasi. Salah satu bentuk komunikasinya yaitu dengan mengirim pesan, membagikan konten di halaman story dengan memberikan tag yang bersangkutan, sehingga orang lain yang melihat story tersebut dapat berkomentar dan akan terjalin komunikasi dengan pengguna whatsapp lainnya.

Whatsapp sebagai sarana komunikasi berhasil meraih kepopulerannya tidak lain karena realitas masyarakat maya yang cenderung *alone together*. Dimana, masyarakat sibuk dengan *smartphone* walaupun bersama dengan orang lain. hal ini membuat manusia lebih banyak membuang waktu untuk mengakses media sosialnya daripada memilih untuk berkomunikasi (tatap muka) dengan orang yang berada di sekitarnya. Fenomena ini membuat manusia terkukung pada media sosialnya.

Fenomena lain yang sering kali terjadi ketika berkomunikasi di media chatting tak lain yaitu salah memaknai pesan sehingga sering terjadi kesalahpahaman yang akan merusak hubungan interpersonal kita dengan orang lain, dan yang sering dijumpai dalam kehidupan sehari-hari yakni saling cekcok di sosial media masingmasing dan di post pada halaman story sehingga masalah yang kecil menjadi masalah yang besar bahkan menjadi konsumsi publik, terutama pada anak-anak milenial sekarang. Komunikasi interpersonal memudahkan dalam memahami pesan yang disampaikan orang lain, karena penguatan makna pesan dihasilkan dari komunikasi nonverbal sehingga tidak menimbulkan kesalahpahaman.

Berangkat dari hal tersebut, peneliti melakukan penelitian ini untuk mengetahui pengaruh Whatsapp terhadap komunikasi interpersonal siswa (SMAN 9 Makassar). Adapun alasan peneliti memilih siswa SMAN 9 Makassar sebagai subjek/sasaran peneliti karena berdasarkan hasil prasurvei yang dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa semua siswa memiliki akun Whatsapp dan 82% diantaranya suka ngobrol di whatsapp. Dalam survei tersebut juga diperoleh informasi bahwa mereka sering mengecek whatsapp walau sedang berkomunikasi tatap muka dengan orang lain sebanyak 75%. Sejalan dengan hal tersebut, peneliti membuat riset dengan judul “pengaruh penggunaan sosial media ‘whatsapp’ terhadap rendahnya komunikasi interpersonal siswa SMA Negeri 9 Makassar”.

## **TINJAUAN PUSTAKA**

Banyak sekali penelitian yang mengambil tema pengaruh sosial media terhadap komunikasi interpersonal. Untuk menghindari duplikasi, peneliti melakukan penelusuran terhadap penelitian – penelitian terdahulu, dari hasil penelusuran tersebut diperoleh beberapa penelitian yang berkaitan dengan masalah yang akan diteliti.

Salah satunya adalah penelitian yang dilakukan oleh Doni Pranata Yusuf mahasiswa dari ilmu komunikasi fakultas ilmu sosial dan ilmu politik Universitas Hasanuddin Makassar dengan judul: **Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook terhadap pola Komunikasi Interpersonal di SDN IV Sudirman Makassar** pada tahun 2017.

Dalam penelitian ini mengemukakan bahwa ada hubungan yang cukup signifikan antara media sosial dengan pola komunikasi interpersonal. Hal ini dibuktikan responden dengan menghabiskan waktu luang untuk berkomentar di kolom komentar pada status pribadi serta menggunakan fasilitas like saat memantau status pribadi, dan berkomunikasi dengan teman melalui facebook.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian terdahulu adalah bahwa penelitian ini memfokuskan pada pengaruh penggunaan sosial media Whatsapp terhadap rendahnya komunikasi interpersonal siswa SMAN 9 Makassar. peneliti menggunakan metode penelitian kuantitatif eksplanatif dengan cara menyebar kuesioner dan pengambilan sampel menggunakan rumus slovin.

## **TUJUAN PENELITIAN**

Adapun tujuan penelitian ini yaitu:

- a. Untuk mengetahui pengaruh penggunaan media sosial whatsapp terhadap rendahnya komunikasi interpersonal siswa di SMA Negeri 9 Makassar.
- b. Untuk mengetahui seberapa besar pengaruh penggunaan whatsapp terhadap rendahnya komunikasi interpersonal siswa di SMA Negeri 9 Makassar.

## **KAJIAN TEORI**

### **Pengertian Media Sosial**

Heidi Cohen mengemukakan bahwa defenisi media sosial selalu berubah, berkembang seiring dengan perkembangan penggunaan media sosial itu sendiri. Hal ini lantaran media sosial itu berkaitan dengan teknologi dan platform yang memungkinkan terjadinya pertukaran pesan atau konten secara bebas antara pengguna medsos sendiri.

Karena sifatnya yang dinamis, maka Cohen memaparkan beberapa defenisi dari media sosial, diantaranya:

- a. Menurut Michelle Chmielewski, media sosial merupakan media yang tidak bicara terkait apa yang dilakukan orang atau apa yang orang katakan, tetapi media sosial dapat mengkomunikasikan sesuatu secara bersama, pada saat yang sama ke segala arah karena didukung oleh teknologi digital.
- b. Gini Dietrich memberikan defenisi bahwa media sosial ialah pergeseran cara kita untuk mendapatkan informasi melalui cara yang lama ke komunikasi dengan cara yang baru, di mana kitalah yang menciptakan jaringan sosial.

### **Pengertian Whatsapp**

Whatsapp adalah aplikasi pesan untuk smartphone yang memungkinkan penggunanya untuk saling bertukar pesan atau informasi dengan menggunakan paket data internet.

Ternyata istilah whatsapp adalah pelesetan dari frasa 'What's Up' sebagai bahasa sapaan yang artinya apa kabar khususnya untuk menanyakan kabar seseorang. Whatsapp didirikan pada tanggal 24 Februari 2009 oleh Jan Koum dan Brian Acton yang telah bekerja di yahoo selama 20 tahun. Di tahun 2014, Whatsapp resmi bergabung dengan Facebook, namun masih beroperasi secara terpisah sebagai aplikasi yang fokusnya untuk melayani pertukaran pesan dengan cepat dan mudah. Whatsapp dirancang agar penggunanya tetap mudah terhubung saat berkomunikasi kapan pun dan di mana pun.

### **Intensitas Penggunaan Media Sosial**

Aspek yang membentuk intensitas penggunaan media sosial menurut Del Barrio (2012), yakni:

#### a. Perhatian

Perhatian merupakan ketertarikan individu terhadap aktivitas yang sesuai dengan minatnya dan akan jauh lebih kuat dan intensif dibandingkan dengan aktivitas lain yang tidak menimbulkan minat tertentu. Seseorang memiliki perhatian khusus pada saat mengakses media sosial yang mereka gemari, sehingga orang tersebut dapat menikmati aktivitasnya.

#### b. Durasi

Durasi adalah lamanya selang waktu, rentang waktu atau lamanya sesuatu yang berlangsung. Seringkali ketika menggunakan media sosial seseorang menjadi tidak sadar waktu karena terlalu menikmati mengakses media sosialnya. kategori kriteria pengukuran durasi dalam penelitian ini mengadopsi dari kriteria pengukuran yang digunakan oleh Juditha Cristiany (2011) dengan beberapa penyesuaian terhadap penelitian ini. Kriteria pengukuran durasi dikategorikan sebagai berikut:

- 1) Tinggi :  $\geq 3$  jam/hari
- 2) Rendah : 1-3 jam/hari

#### c. Frekuensi

Frekuensi ialah banyaknya pengulangan perilaku atau perilaku yang dilakukan berulang-ulang baik disengaja maupun tidak disengaja. Frekuensi menunjuk pada sesuatu yang dapat diukur dengan hitungan atau waktu. seringkali karena terlalalu menikmati mengakses media sosial seseorang cenderung tidak bisa lepas dari penggunaannya sehingga berulang-ulang kali membuka situs media sosial yang digemari. Kategori kriteria pengukuran frekuensi dalam penelitian ini mengadopsi dari kriteria pengukuran yang digunakan oleh Juditha Cristiany (2011) dengan beberapa penyesuaian terhadap penelitian ini. kategori pengukuran frekuensi adalah sebagai berikut:

- 1) Tinggi :  $\geq 4$  kali/hari
- 2) Rendah : 1-4 kali/hari

### **Hakikat Komunikasi Interpersonal**

Kata atau istilah komunikasi berasal dari bahasa Inggris “communication” dan berasal dari bahasa latin “communicates” yang artinya berbagi atau menjadi milik bersama. Dengan demikian, komunikasi menurut Lexicographer (ahli kamus bahasa), menunjuk pada suatu upaya yang bertujuan untuk mencapai kebersamaan. Sementara itu, dalam Webster’s New Collegiate Dictionary edisi tahun 1977 dijelaskan bahwa komunikasi adalah suatu proses pertukaran informasi di antar individu melalui sistem lambanglambang, tanda-tanda atau tingkah laku.

Defenisi dari Hoyland, Janis dan Kelley menunjukkan bahwa komunikasi adalah suatu proses yang terjadi antara satu orang dengan orang-orang lainnya. Kemudian, Weaver memberikan pengertian bahwa komunikasi adalah seluruh prosedur melalui mana pikiran seseorang dapat mempengaruhi pikiran orang lainnya.

Effendy menafsirkan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara dua orang, dimana terjadi kontak langsung dalam bentuk percakapan. Brooks dan Heath memberi pengertian komunikasi interpersonal sebagai proses dimana informasi, makna dan perasaan yang dimiliki oleh orang dipertukarkan pesan verbal maupun nonverbal.

Devito (1997) membagi lima karakteristik komunikasi interpersonal, diantaranya:

- a. Openness (Keterbukaan), suatu sikap dimana tidak ada perasaan tertekan ketika melakukan kegiatan komunikasi yang ditandai dengan kesediaan untuk jujur dalam menyampaikan apa yang sedang dirasakan dan sedang dipikirkan.
- b. Emphaty (Empati), suatu sikap ikut merasakan apa yang dirasakan oleh lawan bicara, yang ditandai dengan kesediaan mendengarkan dengan sepenuh hati, merespon secara tepat setiap perilaku yang muncul dalam kegiatan komunikasi.
- c. Supportiveness (Dukungan), memberikan respon balikan terhadap apa yang dikemukakan dalam kegiatan komunikasi sehingga dalam komunikasi terjadi pola dua arah.
- d. Positiveness (Rasa Positif), suatu perassan memandang orang lain dalam kegiatan komunikasi sebagai manusia, hal ini ditandai dengan sikap tidak mudah men judge dalam setiap kegiatan interaksi dalam komunikasi.
- e. Equality (Kesetaraan), suatu kondisi dimana dalam kegiatan komunikasi terjadi posisi yang sama antara komunikan dan komunikator, tidak terjadi dominasi antara satu dengan yang lain. Hal ini ditandai dengan arus pesan yang dua arah.

### **LANDASAN TEORI**

Teori Uses and Gratifications D. Cowles dalam bukunya “Journal of Broadcasting & Electronic Media” mengatakan bahwa teori Uses and Gratifications dapat digunakan untuk penelitian yang berhubungan dengan New media. Teori ini pertama kali diperkenalkan oleh Elihu Katz dan Herbert Blumer, Uses and Gratifications merupakan sebuah model teori yang memandang khalayak sebagai audiens yang memainkan peran aktif dalam menggunakan media. Penelitian Uses and Gratifications memfokuskan pada motif sebagai variabel

independen yang mempengaruhi pengguna media. Dengan kata lain, masyarakat secara aktif menggunakan media untuk memenuhi kebutuhannya. Teori ini jelas merupakan kebalikan dari teori peluru atau teori jarum hipodermik. Dimana dalam teori peluru, media sangat aktif sementara audience berada di pihak yang pasif. Sedangkan dalam teori Uses and Gratifications menekankan bahwa audience aktif untuk menentukan media mana yang harus dipilih untuk memuaskan kebutuhannya.

Banyak asumsi dari teori Uses and Gratifications yang dikemukakan oleh para pencetus pendekatan ini (Katz, Blumler dan Gurevitch). Mereka menyatakan bahwa terdapat lima asumsi dasar dari teori penggunaan dan pemenuhan kebutuhan, diantaranya:

- 1) Khalayak aktif dan penggunaan mediana berorientasi pada tujuan
- 2) Inisiatif dalam menghubungkan kepuasan kebutuhan pada pilihan media tertentu terdapat pada anggota khalayak.
- 3) Media berkompetensi dengan sumber lainnya untuk kepuasan kebutuhan.
- 4) Orang mempunyai cukup kesadaran diri akan penggunaan media mereka, minat dan motif sehingga dapat memberikan sebuah gambaran yang akurat mengenai kegunaan tersebut kepada para peneliti.
- 5) Penilaian mengenai nilai isi media hanya dapat dinilai oleh khalayak

## **METODE PENELITIAN**

### **A. Jenis Penelitian dan Lokasi Penelitian**

#### **1. Jenis Penelitian**

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif eksplanasi. Kuantitatif eksplanatif dimaksudkan untuk menjelaskan hubungan antara satu variabel dengan variabel yang lain. Oleh karena itu, penelitian eksplanatif menggunakan hipotesis dan sampel.

#### **2. Lokasi Penelitian**

Penelitian ini akan dilakukan di SMA Negeri 9 Makassar.

### **B. Pendekatan Penelitian**

Dalam penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif yang mementingkan adanya variabel-variabel sebagai objek penelitian, dan variabel-variabel tersebut harus ditafsirkan dalam bentuk operasionalisasi dari masing-masing variabel. Syarat mutlak yang harus dipenuhi dalam menggunakan pendekatan ini yaitu reliabilitas dan validitas yang akan menentukan kualitas hasil penelitian dan kemampuan replikasi serta generalisasi penggunaan model penelitian sejenis.

Selain itu, penelitian kuantitatif memerlukan hipotesis dan pengujian yang akan menentukan tahapantahapan selanjutnya, seperti penentuan teknik analisa dan uji statistik yang akan digunakan. Pendekatan ini lebih memberikan makna hubungannya dengan penafsiran angka statistik, bukan makna secara kebahasaan dan kultural.

### C. Populasi dan Sampel

#### 1. Populasi

Dalam penelitian ini, populasi yang menjadi responden yaitu siswaswi kelas XI dan kelas X SMA Negeri 9 Makassar yang masih aktif. Peneliti tidak mengambil responden pada kelas XII karena adanya asumsi dari peneliti tentang jadwal berakhirnya riset secara keseluruhan yang belum jelas apalagi metode pengumpulan data dilakukan di era pandemi yang mana seluruh sekolah dilitup termasuk sekolah SMAN 9 Makassar sehingga dikhawatirkan kelas XII akan selesai dan peneliti tidak bisa mengakses. Jumlah total populasi adalah 850 siswa yang terdiri dari 342 siswa laki-laki dan 508 siswi perempuan.

#### 2. Sampel

Adapun metode pengambilan sampel dalam penelitian ini menggunakan metode probability sampling. Probability sampling merupakan teknik sampling yang memberikan peluang yang sama bagi seluruh anggota populasi untuk dipilih menjadi anggota sampel. Berdasarkan data populasi yang ada, maka untuk menghitung jumlah sampel peneliti menggunakan rumus Slovin. Rumus slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel dari populasi yan diketahui jumlahnya. Perhitungannya sebagai berikut:

$$\text{Rumus: } n = \frac{N}{1 + Ne^2}$$

**keterangan:**

n = ukuran sampel

N = ukuran sampel

e = kelonggaran ketidaktelitian karena kesalahan pengambilan sampel yang dapat ditolerir, dalam penelitian ini akan digunakan presentase kelonggaran yaitu 10%.

Berdasarkan rumus tersebut, maka diperoleh perhitungan sebagai berikut:

$$\begin{aligned} n &= \frac{850}{1 + 850 (0,1)^2} \\ &= \frac{850}{1 + 850 (0,01)} \\ &= \frac{850}{9,5} \\ &= 89,47 \text{ dibulatkan jadi } 89 \end{aligned}$$

### D. Metode Pengumpulan

Data Metode penelitian diharapkan dapat menjadi alat yang efektif dan efesien untuk memperoleh data yang objektif dalam penelitian yang nantinya mendukung pembahasan yang akan dilakukan. Adapun metode pengumpulan data, diantaranya:

1. Observasi

Istilah observasi berarti melihat dan memerhatikan. Istilah observasi diarahkan pada kegiatan memerhatikan secara akurat, mencatat fenomena yang muncul dan mempertimbangkan hubungan antar aspek dalam fenomena tersebut.

2. Kusioner (Angket)

Angket atau kusioner merupakan suatu teknik atau cara pengumpulan data dengan serangkaian atau daftar pertanyaan yang disusun secara sistematis, kemudian diisi oleh responden dengan menggunakan skala likert.

3. Dokumentasi

Metode ini merupakan cara pengumpulan data dari sumber informasi berupa bahan-bahan tertulis atau tercetak, yang dianggap relevan dan dapat mendukung penelitian ini berupa buku-buku terkait komunikasi interpersonal, media sosial, jurnal, internet dan sebagainya.

**E. Analisis Pengumpulan Data**

1. Uji validitas

Uji validitas digunakan untuk menunjukkan sejauh mana suatu alat ukur mampu mengukur apa yang ingin diukur. Suatu instrumen penelitian dikatakan valid, apabila:

- a. Koefisien korelasi product moment melebihi 0,2
- b. Koefisien korelasi product moment > r-tabel

Nisfianoor dalam pendekatan statistika modern untuk ilmu sosial mengatakan bahwa untuk menyatakan butir valid atau tidak valid digunakan patokan 0,2 dan dibandingkan dengan angka-angka yang ada di kolom Corrected ItemTotal Corelation pada output uji validitas melalui Scale Reliability dengan bantuan program SPSS Versi 25. Bila angka korelasi yang terdapat pada kolom Corrected Item-Total Corelation berada di bawah 0,2 ( $r < 0,2$ ) atau bertanda (-), maka dinyatakan tidak valid.

Hasil uji coba instrumen dilakukan pada 40 siswa SMAN 11 Pinrang kelas X dan XI pada tahun 2019/2020. Angket Penggunaan sosial media Whatsapp berjumlah 11 butir soal dan komunikasi interpersonal berjumlah 26 butir soal. Berdasarkan uji validitas diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 1 Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan Whatsapp

No	Corrected Item-Total Corelation	Product Moment	Keterangan
1	0,561	0,2	Valid
2	0,319	0,2	Valid
3	0,415	0,2	Valid



4	0,411	0,2	Valid
5	0,597	0,2	Valid
6	0,671	0,2	Valid
7	0,430	0,2	Valid
8	0,297	0,2	Valid
9	-0,153	0,2	Tidak Valid
10	0,237	0,2	Valid
11	0,391	0,2	Valid

Variabel penggunaan Whastapp menggunakan 11 butir pertanyaan. Setelah melakukan analisa data, terdapat 1 butir pertanyaan yang di bawah 0,2 yakni pertanyaan nomor 9. Oleh karena itu, dilakukan analisis uji validitas dengan membuang butir-butir pertanyaan yang tidak valid. Setelah membuang butir pertanyaan yang tidak valid maka diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 2 Hasil Uji Validitas Variabel Penggunaan Whatsapp (setelah membuang pertanyaan yang gugur)

No	Corrected Item-Total Corelation	Product Moment	Keterangan
1	0,561	0,2	Valid
2	0,319	0,2	Valid
3	0,415	0,2	Valid
4	0,411	0,2	Valid
5	0,597	0,2	Valid
6	0,671	0,2	Valid
7	0,430	0,2	Valid
8	0,297	0,2	Valid
9	0,297	0,2	Valid
10	0,237	0,2	Valid
11	0,391	0,2	Valid

Tabel 3 Hasil Uji Validitas Variabel Komunikasi Interpersonal

No	Corrected Item-Total Corelation	Product Moment	Keterangan
1	0,171	0,2	Tidak Valid
2	0,111	0,2	Tidak Valid
3	0,045	0,2	Tidak Valid

4	0,325	0,2	Valid
5	0,218	0,2	Valid
6	-0,268	0,2	Tidak Valid
7	0,521	0,2	Valid
8	0,624	0,2	Valid
9	0,384	0,2	Valid
10	0,785	0,2	Valid
11	0,766	0,2	Valid
12	0,698	0,2	Valid
13	0,854	0,2	Valid
14	0,757	0,2	Valid
15	0,810	0,2	Valid
16	0,739	0,2	Valid
17	0,792	0,2	Valid
18	0,696	0,2	Valid
19	0,832	0,2	Valid
20	0,708	0,2	Valid
21	0,551	0,2	Valid
22	0,425	0,2	Valid
23	0,749	0,2	Valid
24	0,416	0,2	Valid
25	0,629	0,2	Valid
26	0,786	0,2	Valid

Variabel komunikasi interpersonal menggunakan 26 butir pertanyaan. Setelah melakukan analisis data terdapat 4 butir pertanyaan di bawah 0,2 yakni pada nomor 1, 2, 3, dan 6. Oleh karena itu, dilakukan uji validitas dengan membuang butir-butir pertanyaan yang tidak valid. Setelah membuang butir pertanyaan yang tidak valid, maka diperoleh hasil sebagai berikut.

Tabel 4 Hasil Uji Validitas Variabel Komunikasi Interpersonal (setelah membuang pertanyaan yang gugur)

No	Corrected Item-Total Corelation	Product Moment	Keterangan
4	0,325	0,2	Valid
5	0,218	0,2	Valid
7	0,521	0,2	Valid
8	0,624	0,2	Valid
9	0,384	0,2	Valid

10	0,785	0,2	Valid
11	0,766	0,2	Valid
12	0,698	0,2	Valid
13	0,854	0,2	Valid
14	0,757	0,2	Valid
15	0,810	0,2	Valid
16	0,739	0,2	Valid
17	0,792	0,2	Valid
18	0,696	0,2	Valid
19	0,832	0,2	Valid
20	0,708	0,2	Valid
21	0,551	0,2	Valid
22	0,425	0,2	Valid
23	0,749	0,2	Valid
24	0,416	0,2	Valid
25	0,629	0,2	Valid
26	0,786	0,2	Valid

Dari hasil uji validitas diatas ditemukan beberapa item pertanyaan yang tidak valid sebanyak 5 butir yakni pada variabel X terletak pada item nomor 9 sedangkan untuk variabel Y terletak pada item nomor 1, 2, 3, dan 6. Angket yang tidak valid bisa disebabkan oleh beberapa faktor, pertama item pertanyaan yang tidak dipahami oleh responden, kedua jawaban yang diberikan oleh responden yang tidak konsisten.

Ketidakkonsistenan biasanya terjadi karena responden malas menjawab item soal angket yang diberikan atau secara sederhana responden menjawab soal tanpa melakukan perhatian mendalam (tidak fokus), sehingga item yang seharusnya mendapatkan jawaban tinggi malah mendapatkan jawaban rendah begitupun sebaliknya.

Untuk mengatasi item yang tidak valid dilakukan drop terhadap angket yang gugur setelah pengujian yakni dengan membuang item-item pertanyaan yang tidak valid atau dengan kata lain tidak mengikutkan nilai item yang tidak valid dalam pengujian selanjutnya dengan catatan proses pengumpulan dan pengolahan data sudah sesuai dengan prosedur yang telah ditentukan. Hasilnya dapat dilihat pada tabel 2 dan 4 di atas.

## 2. Uji Reliabilitas

Reliabilitas dalam penelitian ini menggunakan uji cronbach alpha yaitu metode yang digunakan untuk menentukan apakah suatu instrumen penelitian reliable atau tidak. Kriteria suatu instrumen dikatakan reliable bila koefisien reliabilitas  $> 0,6$ . Teknik pengujian akan dilakukan dengan bantuan IBM SPSS Versi 25. Hasil perhitungan dapat dilihat pada tabel berikut.

Tabel 5 Hasil Uji Reliabilitas Statistics

Cronbach's Alpha	N of Item
.931	32

Berdasarkan tabel diatas dapat diketahui bahwa nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,931 yang berarti > 0,6. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa semua item dalam angket penelitian reliabel atau konsisten, sehingga dapat digunakan dalam pengujian hipotesis.

### 3. Uji Analisis Korelasi

Korelasi diukur dengan suatu koefisien (r) yang mengindikasikan seberapa banyak relasi antar dua variabel. Daerah nilai yang mungkin + 1.00 sampai -1. Dengan + 1.00 menyatakan hubungan yang sangat erat, sedangkan - 1.00 menyatakan hubungan negative yang erat.

$$r_{xy} = \frac{n \sum xy - \sum x \sum y}{\sqrt{\{n \sum X^2 - (\sum X)^2\} \{n \sum y^2 - (\sum y)^2\}}}$$

Keterangan:

r = koefisien korelasi person product moment

n = jumlah individu dalam sampel

x = angka mentah untuk variabel x

y = angka mentah untuk variabel y

### 4. Uji Hipotesis

Uji hipotesis ini digunakan untuk menguji hipotesis 1 dan hipotesis 2 dengan menggunakan uji regresi linier sederhana dan uji koefisien regresi atau uji t.

#### a. Uji analisa regresi linier sederhana

Regeresi digunakan ketika peneliti ingin memprediksi hasil atau variabel-variabel tertentu dengan menggunakan variabel lain. dalam bentuknya yang paling sederhana yang hanya melibatkan dua buah variabel, yaitu variabel bebas (independen) dan variabel terikat (dependen), dalam penelitian ini penggunaan media sosial whatsapp dengan rendahnya komunikasi interpersonal. Regresi sederhana berusaha memprakirakan penggunaan media sosial whatsapp dengan rendahnya komunikasi interpersonal. Analisis regresi mengindikasikan kepentingan relative satu atau lebih variabel dalam memprediksi variabel lainnya. Menurut Sugiyono, rumus analisis regresi sederhana adalah:

$$Y' = a + bX$$

Keterangan:

Y' = nilai variabel terikat

- a = konstanta atau bila harga X = 0
- b = koefesien regresi X = nilai variabel bebas

Harga a dan b dapat diitung dengan rumus sebagai berikut:

$$b = \frac{n \cdot \sum XY - (\sum X) (\sum Y)}{n \cdot (\sum X^2) - (\sum X)^2}$$

$$a = \frac{\sum Y - b \sum X}{n}$$

b. Uji koefesien regresi sederhana (uji t)

Uji t digunakan untuk menguji signifikasi pengaruh variabel X dan Y, apakah variabel X (penggunaan media sosial whastapp) benar-benar berpengaruh terhadap Y (rendahnya komunikasi interpersonal siswa SMA Negeri 9 Makassar). Untuk mengetahui masing-masing sumbangan variabel bebas secara parsial terhadap variabel terikat, menggunakan uji masing-masing koefesien regresi variabel bebas mempunyai pengaruh yang bermakna atau tidak terhadap variabel terikat. Dengan menentukan nilai kritis level signifikan  $\alpha = 10\%$ , adapun penentuan kriteria penerimaan dan penolakan.

**Ha diterima jika:** maka Ho ditolak dan Ha diterima, itu berarti ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y.

**Ho diterima jika:** maka Ho diterima dan Ha ditolak, itu berarti tidak ada pengaruh yang bermakna oleh variabel X dan Y.

## HASIL DAN PEMBAHSAN

### A. Analisis Data

1. Uji Korelasi

Correlations			
		Penggunaan Whatsapp (X)	Komunikasi Interpersonal (Y)
Penggunaan Whatsapp (X)	Pearson Correlation	1	.572
	Sig. (2-tailed)		.000
	N	89	89
Komunikasi Interpersonal (Y)	Pearson Correlation	.572	1
	Sig. (2-tailed)	.000	
	N	89	89

Hasil pengolahan data dengan menggunakan metode korelasi person adalah sebagai berikut. Tabel 6 Korelasi Person Berdasarkan hasil pengolahan data diatas, diketahui bahwa responden sebanyak 89 orang menghasilkan nilai korelasi sebesar 0,572. Menurut

Sugiyono, pedoman untuk memberikan interpretasi koefisien korelasi adalah sebagai berikut.

0,00 - 0,199 = Sangat Rendah

0,20 – 0,399 = Rendah

0,40 – 0,599 = Sedang

0,60 – 0,799 = Kuat

0,80 – 1,000 = Sangat Kuat

Berdasarkan data diatas dapat disimpulkan bahwa antara variabel penggunaan Whatsapp (X) dengan variabel komunikasi interpersonal mempunyai hubungan yang sedang dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,572 berada diantara nilai 0,40 – 0,599. Arah hubungannya adalah positif karena nilai r positif, maka semakin tinggi penggunaan Whatsapp maka semakin meningkatkan rendahnya komunikasi interpersonal.

## 2. Uji Regenerasi Linear sederhana

Analisis regresi digunakan ketika peneliti ingin memprediksi hasil atas variabel independen (X) dan variabel dependen (Y). Dalam penelitian ini yakni penggunaan Whatsapp dengan komunikasi interpersonal. Regresi sederhana berusaha memprakirakan penggunaan Whatsapp dengan komunikasi interpersonal. Analisis regresi mengindikasikan kepentingan relative satu atau lebih variabel dalam memprediksi variabel lainnya. Setelah dilakukan pengujian dengan bantuan program SPSS, maka diperoleh hasil yang kemudian dimasukkan kedalam model persamaan sebagai berikut.

**Tabel 7**

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	.572 <sup>a</sup>	.327	.319	12.568

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Whatsapp

Berdasarkan tabel diatas, diketahui bahwa nilai R Square menunjukkan seberapa besar kontribusi yang di berikan variabel dependen (bebas) terhadap variabel independen (terikat). Nilai R Square yang diperoleh adalah sebesar 0,327 yang berarti bahwa kontribusi variabel penggunaan Whatsapp terhadap rendahnya komunikasi interpersonal adalah sebesar 32,7%.

**Tabel 8**  
**Output Regresi Linier Sederhana**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27.382	6.273		4.365	.000
	(X)	1.564	.241	.572	6.502	.000

a. Dependent Variabel: Komunikasi Interpersonal

Berdasarkan tabel di atas, diketahui nilai konstantanya adalah 27,382 dan nilai koefisien penggunaan Whatsapp adalah 1,564. Dari keterangan tersebut dapat diperoleh persamaan regresi sebagai berikut.

$$Y' = a + bX$$

$$Y' = 27,382 + 1,564 X$$

Berdasarkan persamaan di atas, diketahui nilai konstantanya sebesar 27,382. Secara matematis, nilai konstanta ini menyatakan bahwa pada saat penggunaan Whatsapp 0, maka rendahnya komunikasi interpersonal memiliki nilai 0,931.

Selanjutnya nilai positif (1,564) yang terdapat pada koefisien regresi variabel bebas (Penggunaan Whatsapp) menggambarkan bahwa arah hubungan antara variabel bebas (penggunaan Whatsapp) dengan variabel terikat (komunikasi interpersonal) adalah searah, dimana setiap kenaikan satu satuan variabel penggunaan Whatsapp akan menyebabkan kenaikan rendahnya komunikasi interpersonal sebesar 1,564 atau 156,4%.

Untuk mengetahui kategori besarnya kenaikan satuan variabel tersebut dapat dilihat berdasarkan interval di bawah ini:

0,00 – 0,199 = Sangat Rendah

0,20 – 0,399 = Rendah

0,40 – 0,599 = Sedang

0,60 – 0,799 = Kuat

0,80 – 1,000 = Sangat Kuat

Berdasarkan interval di atas, nilai regresi 1,564 berada diantara nilai 0,80 – 1,000 yang berarti berada pada kategori sangat kuat.

3. Uji Koefisiensi Regresi

**Tabel 9**  
**Hasil Uji Koefisien Regresi (Uji t)**

Coefficients <sup>a</sup>						
Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	T	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant)	27.382	6.273		4.365	.000
	(X)	1.564	.241	.572	6.502	.000

a. Dependent Variabel: Komunikasi Interpersonal

1) Perumusan Hipotesis

Ha: Terdapat pengaruh antara penggunaan sosial media Whatsapp terhadap rendahnya komunikasi interpersonal siswa SMA Negeri 9 Makassar. Ho: Tidak terdapat pengaruh antara penggunaan sosial media Whatsapp terhadap rendahnya komunikasi interpersonal siswa SMA Negeri 9 Makassar.

2) Penetapan Kriteria

Besarnya nilai t tabel untuk taraf signifikan 10%. Untuk menentukan (degreeoffreedom) maka digunakan rumus sebagai berikut:

$$Df = n - K$$

$$Df = 89 - 2$$

$$Df = 87$$

Sehingga diperoleh nilai t tabel sebesar 1,6626.

3) Hasil t hitung

Hasil t hitung diperoleh dari bantuan program IBM SPSS Statistics yaitu sebesar 6,502.

4) Pengambilan Keputusan

Apabila t hitung lebih besar dari t tabel maka Ha diterima dan Ho ditolak, begitupun sebaliknya jika t hitung lebih kecil dari t tabel maka Ha ditolak dan Ho diterima. Dari hasil perhitungan diperoleh t hitung sebesar 6,502 sedangkan t tabel (df = 87) yakni 1,6626 dengan taraf signifikan 10%, jadi dapat disimpulkan bahwa t hitung  $\geq$  t tabel maka Ha diterima dan Ho ditolak. Dengan kata lain hipotesis alternatif (Ha) diterima dan hipotesis nol (Ho) ditolak.

**B. Pembahasan**

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan di SMA Negeri 9 Makassar dengan menyebarkan kuesioner kepada 89 responden, sebagian besar responden memberikan hasil yang positif terkait dengan pertanyaan yang telah diberikan.



Dari hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel independent berpengaruh terhadap variabel dependen. Hal ini menunjukkan bahwa penggunaan sosial media Whatsapp berpengaruh terhadap rendahnya komunikasi interpersonal dibuktikan dengan hasil t hitung  $\geq$  t tabel yakni t hitung sebesar 6,502 sementara t tabel sebesar 1,6626 dengan nilai signifikan 10%. Yang artinya  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak.

Sementara untuk melihat seberapa besar pengaruh antara variabel independent dan variabel dependen diperoleh dari hasil nilai regresi sebesar 1,564 yang menunjukkan bahwa pengaruh antara penggunaan sosial media Whatsapp terhadap rendahnya komunikasi interpersonal sangat kuat.

Berdasarkan hasil penjabaran diatas, temuan ini menunjukkan pendapat Herbert Blumer dan Elihu mengenai teori Use and Gratification yang menyatakan bahwa khalayak aktif untuk memilih dan menggunakan media jejaring sosial dan secara aktif mencari media tertentu dan membawa pada pola terpaan media yang berbeda dan menimbulkan pemenuhan kebutuhan serta efek lainnya.

Artinya siswa SMAN 9 Makassar dapat menentukan secara bebas media apa saja yang ingin di konsumsi dan penggunaan media tersebut akan membawa pada pemenuhan kebutuhan siswa serta efek lainnya yang akan ditimbulkan. Dalam hal ini, penggunaan media Whatsapp siswa SMAN 9 Makassar berpengaruh pada komunikasi interpersonalnya (Openness, Emphaty, Supportiveness, positiveness dan Equality).

Dari penelitian yang telah dilakukan membuktikan bahwa teori Uses and Gratification bisa digunakan untuk riset yang berhubungan dengan new media termasuk sosial media Whatsapp.

## **PENUTUP/SIMPULAN**

### **A. Kesimpulan**

Dari hasil penelitian dan pembahasan yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan pengaruh penggunaan sosial media Whatsapp terhadap rendahnya komunikasi interpersonal siswa SMA Negeri 9 Makassar menarik kesimpulan sebagai berikut: 1. Gambaran tentang hubungan antara penggunaan sosial media Whatsapp dan komunikasi interpersonal siswa SMAN 9 Makassar dapat dilihat pada tabel 4.48 yang menunjukkan bahwa adanya hubungan yang sedang dengan nilai koefisien korelasi sebesar 0,572 berada diantara nilai 0,40 – 0,599. 2. Untuk pengaruh penggunaan Whatsapp terhadap rendahnya komunikasi Interpersonal pada siswa SMA Negeri 9 Makassar dapat dilihat pada tabel 4.51. Dari hasil perhitungan diperoleh hasil t hitung sebesar 6,502 dibandingkan dengan t tabel ( $df = 87$ ) yakni 1,6626 dengan taraf signifikan 10%, jadi t hitung  $\geq$  t tabel maka  $H_a$  diterima dan  $H_o$  ditolak. Dengan kata lain hipotesis alternatif ( $H_a$ ) diterima dan hipotesis nol ( $H_o$ ) ditolak.

### **B. Implikasi Penelitian**

Berdasarkan dari hasil penelitian dan pengamatan yang telah peneliti peroleh selama 1 bulan melakukan penelitian di SMA Negeri 9 Makassar. Adapun implikasi dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Penelitian ini belum dapat mengungkapkan secara keseluruhan mengenai pengaruh penggunaan sosial media Whatsapp terhadap rendahnya komunikasi interpersonal siswa SMAN 9 Makassar, penelitian ini hanya dapat menemukan adanya pengaruh yang signifikan antara penggunaan Whatsapp terhadap rendahnya komunikasi interpersonal.
2. Penelitian ini hanya dilakukan terhadap siswa SMA Negeri 9 Makassar, sehingga dapat dikatakan bahwa objek yang digunakan dalam penelitian ini kurang luas. Untuk penelitian selanjutnya dapat melakukan penelitian yang serupa dengan menggunakan metode atau populasi yang berbeda agar data dan pengetahuan yang didapatkan bisa lebih beragam.

### DAFTAR PUSTAKA

- Anshar, Muhammad Akil. (2015). Komunikasi Antar Pribadi dan Kelompok, Makassar: Alauddin University Press.
- Bungin, Burhan. (2011). Metodologi Penelitian Kuantitatif Cet. III; Jakarta: Kencana.
- Departemen Agama Republik Indonesia. (2014). Al-quran dan Terjemahnya, Bandung: CV Penerbit Diponegoro.
- Darmawan, Deni. (2014). Metode Penelitian Kuantitatif Cet. II; Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Hasan, Iqbal. (2011). Analisis Data Penelitian dengan Statistik Cet. III; Jakarta: PT Bumi Aksara.
- Hanani, Silfia. (2017). Komunikasi Antarpribadi: Teori dan Praktik, Yogyakarta: Ar-Ruzz Media.
- Liliweri, Alo. (2015). Komunikasi Antar-Personal, Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Liliweri, Alo. (2017). Komunikasi Antar-Personal, Cet.II; Jakarta: Kencana Prenadamedia Group.
- Martono, Nanang. (2012). Metode Penelitian Kuantitatif, Cet.III; Jakarta. PT RajaGrafindo Persada.
- Nisfianoor. (2011). Penelitian Statistika Modern untuk Ilmu Sosial, Salemba Humanika.
- Nurudin. (2015). Pengantar Komunikasi Massa, Cet. VII; Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Siregar, Sofyan. (2016). Statistika Deskriptif untuk Penelitian, Cet. V; Jakarta: PT RajaGrafindo Persada.
- Siregar, Syofian. (2017). Statistik Parametrik untuk Penelitian Kuantitatif Cet. V; Jakarta: Bumi Aksara.
- Sattu, M. Alang, dkk. (2011). Pengantar Ilmu Komunikasi Makassar: Alauddin Press.

- Sudaryono. (2018). Metodologi Penelitian, Cet. II; Depok:PT RajaGrafindo Persada. Saeful, Asep Muhtadi. (2015). Metode Penelitian Komunikasi Cet. I; Bandung: Pustaka Setia.
- Bahrudin. (2014). Prinsip-Prinsip Komunikasi dalam Hadits Nabi. Jurnal Ilmu Dakwah Vol. 4 No. 11.
- Anggraeni, Ayu Utomo. 2013. Motif Pengguna Jejaring Sosial Google + di Indonesia. Jurnal EKomunikasi Vol. 1 No. 3.
- Dewi, Fitriani Rahayu. 2013 Pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap Prestasi Belajar Siswa di Madrasah Aliyah Ma'ad Manailil Ulum Samata Gowa. Skripsi Makassar: Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Alauddin Makassar.
- Lia, Nur Pangestika. 2018. Pengaruh Pemanfaatan Media Sosial Whatsapp terhadap Penyebaran Informasi Pembelajaran di SMA Negeri 5 Depok. Skripsi Jakarta: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Syarif hidayatullah.
- Milawati. 2019. Pengaruh Penggunaan Instagram Terhadap Perilaku Narsisme Mahasiswa Jurnalistik UIN Alauddin. Skripsi Makassar: Fakultas Dakwah dan Komunikasi Universitas Islam Negeri Alauddin Makassar.
- Pranata, Doni Yusuf. 2017. Pengaruh Penggunaan Media Sosial Facebook terhadap Pola Komunikasi Interpersonal di SDN IV Sudirman Makassar. Skripsi Makassar: Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin.
- Tanzaq, Viviane 2013. Pengaruh Media Sosial Youtube Terhadap Citra Instansi Pemerintah DKI Jakarta. Skripsi Jakarta: Universitas Bina Nusantara.
- Ayazida, Asa Aunu Robby. (2015, November). Katakan Yang Benar Meskipun Pahit. Dwi, Andi Riyanto. (2019, Mei). Hootsuite We Are Social Indonesian Digital Report 2019 Dikompresi.
- Imron, Mohamad Rosyadi. (2019, Februari). wow! Orang Indonesia Paling Lama Internetan Kelima di Dunia.
- Kusuma, Wahyunanda Pertiwi. (2019, Januari). Whatsapp Kini Lebih Populer Dari Facebook. <https://www.whatsapp.com/about/> .  
<https://www.whatsapp.com/features/>