

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1. Kajian Pustaka

Kajian Pustaka yaitu penelitian terdahulu telah mengkaji kualitas hubungan interpersonal yang terbangun melalui media sosial. Seperti tingkat interaksi, keterbukaan, keintiman, dan faktor-faktor pendukungnya, terdapat 6 fungsi utama pertemanan yaitu rapat emosi, dukungan penghargaan, ketergantungan yang dapat diandalkan, kenyamanan dan kesenangan, peningkatan harga diri, dan kesempatan untuk membantu dan membimbing. Hal ini dapat diterapkan dalam konteks media sosial sebagai platform pembentukan jaringan pertemanan .

2.1.1. Tinjauan Hasil Penelitian terdahulu

Subjek pada penelitian ini adalah pengguna media sosial Instagram yang memiliki hubungan pertemanan secara . Dengan ini dimaksudkan untuk memberikan referensi dalam pendekatan interpersonal sehingga dapat dipelajari secara komprehensif, sehingga penelitian ini dapat menyajikan hasil penelitian yang unik dan bermanfaat di bidang sosial. Studi sebelumnya yang relevan dengan masalah yang sedang dipertimbangkan adalah :

2.1.1.1. Penelitian dalam Perspektif Analisis Isi

Manurung (2021) Pengaruh Komunikasi Interpersonal Terhadap Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara

Penelitian terdahulu ini dilatar belakangi karena peneliti oleh mahasiswa UIN Sumatera yang sangat akrab dengan media sosial, mereka sudah beralih yang dulunya mereka berkomunikasi secara langsung dan secara interpersonal sekarang sudah berkomunikasi lewat , semenjak hadirnya media sosial ini menjadi hambatan pada seluruh mahasiswa untuk melakukann komunikasi interpersonal dikarenakan mereka sudah beralih menggunakan media sosial.

Peneliti ini menganalisis mengenai bagaimana pengaruh komunikasi interpersonal terhadap penggunaan media sosial Facebok dan Instagram di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara, pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kuantitatif.

Hasil dari penelitian ini peneliti menarik kesimpulan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara komunikasi interpersonal terhadap penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi Uin Sumatera Utara.

2.1.1.2. Penelitian dalam Perspektif Kualitatif

Syahputra (2021) Komunikasi Interpersonal Antar Player Game Online Dalam Berinteraksi

Latar belakang penelitian ini yaitu tentang bagaimana pemain *game online* itu bisa saling percaya terhadap komunitasnya, mereka tidak khawatir unutk bertemu di duna nyatabahkan saling membantu seperti saling menjemput atau menyediakan tempat menginap bagi teman *online* yang berasal dari luar kota.

Pada penelitian ini peneliti menganalisis mengenai bagaimana komunikasi interpersonal antar player game online dalam berinteraksi di komunitas DOTA 2 di Pekanbaru, penelitian ini memberikan gambaran akurat mengenai komunikasi

interpersonal antar playergame online. Pada penelitian ini menggunakan teori penetrasi sosial.

Hasil dari penelitian ini yaitu komunikasi interpersonal memang terjadi di komunitas mereka, komunikasi interpersonal mereka tentunya melalui beberapa tahapan yaitu tahap pengenalan, tahap pertemanan, tahap saling terbuka, sampai ketahap intim.

2.1.1.3. Penelitian Dalam Perspektif Psikologi

Febriola et al. (2024) Proses penetrasi Sosial Pada pertemanan di Second Account Instagram (Studi pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Untag Surabaya)

Penelitian terdahulu ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses penetrasi sosial pada pertemanan di second account Instagram. Guna membantu pemecahan bagaimana subjek penelitian dalam membangun hubungan pertemanan dari tingkat superfisial hingga tingkatan intimate lalu ditambahkan ke second account. Pada penelitian ini peneliti menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomenologi dan menggunakan teori penetrasi sosial.

Hasil dari penelitian ini mereka memasukan orang ke Second Account Instagramnya karena suatu hal yang menurut standar keinginannya sudah mencukupi (seperti tidak judgemental, dipercaya, terbuka, sefrekuensi, tidak julid, komunikasi lancar, bisa dipercaya, *easy going*, menerima apa adanya, dan talkative).

Tabel 2. 1 Matriks Penelitian Terdahulu 1**Pendekatan Kuantitatif Tentang Pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap Penggunaan Media Sosial (Skripsi)**

No	Item	Penelitian
1	Nama, Tahun, Judul Lembaga, Kota	Afwan Syahril (2021), Pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap Penggunaan Media Sosial di Kalangan Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Ilmu Komunikasi UIN Sumatera Utara
2	Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui mengenai pengaruh komunikasi interpersonal terhadap penggunaan media sosial Facebook dan Instagram
3	Pendekatan Penelitian	Kuantitatif
4	Teori	-
5	Hasil	Hasil dari penelitian ini bahwa peneliti menarik kesimpulan bahwa tidak ada pengaruh signifikan antara komunikasi interpersonal terhadap penggunaan media sosial di kalangan mahasiswa ilmu komunikasi UIN Sumatera Utara
6	Perbedaan dan Persamaan Dengan Peneliti yang akan Dilakukan	Perbedaan penelitian ini dengan penelitian yang akan diteliti terletak pada pendekatan penelitian. Dalam penelitian yang dilakukan oleh Afwan Syahril menggunakan pendekatan penelitian kuantitatif, sedangkan peneliti akan menggunakan metode kualitatif. Sedangkan persamaan dengan yang akan diteliti adalah sama-sama meneliti mengenai bagaimana komunikasi interpersonal di media sosial.
7	Kritik	Penelitian ini memiliki kritik bahwa teori yang digunakan tidak disebutkan atau dicantumkan

Tabel 2. 2 Matriks Penelitian Terdahulu 2**Pendekatan Kualitatif Tentang Komunikasi Interpersonal Antar Player Game Online Dalam Berinteraksi (Skripsi)**

No	Item	Penelitian
1	Nama, Tahun, Judul Lembaga, Kota	Yoga Adi (2021), Komunikasi Interpersonal Antar Player Game Online Dalam Berinteraksi, Pekanbaru Riau
2	Tujuan Penelitian	Tujuan penelitian ini untuk mengetahui komunikasi interpersonal antar player game online dalam berinteraksi di komunitas DOTA 2 di pekanbaru
3	Pendekatan Penelitian	Kualitatif
4	Teori	Penetrasi Sosial
5	Hasil	Hasil dari penelitian ini mengatakan bahwa komunikasi interpersonal memang terjadi di komunitas mereka, tentunya komunikasi tersebut melalui beberapa tahapan yaitu tahap pengenalan, tahap pertemanan, tahap saling terbuka, sampai ketahap paling intim.
6	Perbedaan dan Persamaan Dengan Peneliti yang akan Dilakukan	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada objek yang diteliti dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini memiliki persamaan pendekatan penelitian serta teori yang digunakan dengan penelitian yan akan dilakukan
7	Kritik	Dalam judul penelitian ini tidak dicantumkan tempat penelitian di judul

Tabel 2. 3 Matriks Penelitian Terdahulu 3**Pendekatan Kualitatif Tentang Proses Penetrasi Sosial Pada Pertemanan Di Second Account Instagram (Jurnal)**

No	Item	Penelitian
1	Nama, Tahun, Judul Lembaga, Kota	Shafira Dinda Febriola 1, Mohammad Insan Romadhan 2, Herlina Kusuma Ningrum 3, Proses Penetrasi Sosial Pada Pertemanan di Second account Instagram (studi Pada Mahasiswa Ilmu omunikasi Untag Surabaya)
2	Tujuan Penelitian	Penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan proses penetrasi sosial pada pertemanan di second account Instagram
3	Pendekatan Penelitian	Kualitatif
4	Teori	Penetrasi Sosial
5	Hasil	Hasil dari penelitian ini menjelaskan bahwa mereka memasukan orang ke second account Instagramnya karena suatu hal standar keinginannya sudah mencukupi (seperti tidak judge mental, dapat dipercaya, terbuka, sefrekuensi, tidak julid, komunikasi yang dilakukan lancer, bisa dipercaya, easy going, menerima apa adanya)
6	Perbedaan dan Persamaan Dengan Peneliti yang akan Dilakukan	Perbedaan pada penelitian ini terletak pada objek yang diteliti dengan penelitian yang akan dilakukan. Penelitian ini memiliki persamaan pendekatan penelitian serta teori yang digunakan dengan penelitian yan akan dilakukan
7	Kritik	Pada penelitian ini peneliti kurang menjelaskan secara rinci mengenai proses penelitian

Adapun keunikan penelitian saya yaitu lebih menyoroti dinamika interpersonal yang terjadi di media sosial, khususnya platform Instagram. Dengan memperhatikan mengenai aspek-aspek seperti penjajakan afektif dan pertukaran afektif, penelitian ini memperkaya pemahaman tentang cara individu membangun dan memelihara hubungan pertemanan melalui interaksi online. Selain itu penelitian ini difokuskan pada aplikasi teori penetrasi sosial dalam konteks penggunaan media sosial terutama Instagram. Dengan demikian, hasil penelitian ini dapat memberikan wawasan yang relevan bagi individu, organisasi, atau praktisi komunikasi yang tertarik dalam memahami dinamika hubungan pertemanan di platform ini

2.2 Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini menjelaskan alur logika atau pola pikir peneliti dalam menganalisis objek penelitian berdasarkan fakta, teori, kerangka pemikiran ini digunakan sebagai alur untuk berpikir untuk mencapai tujuan dan sasaran penelitian. Peneliti akan menjelaskan mengenai masalah yang akan diteliti dengan menyusun dan menggabungkan teori untuk mengembangkan kerangka pemikiran dalam penelitian ini.

2.1.2. Kerangka Teoritis

Kerangka teoritis merupakan konsep dari teori yang akan digunakan dalam penelitian untuk menjelaskan penelitian, Adapun kerangka teoritis dari penelitian ini sebagai berikut :

2.2.1.1 Tinjauan Ilmu Komunikasi

Salah satu aktivitas dasar manusia adalah berkomunikasi. Melalui komunikasi, manusia dapat saling berhubungan satu sama lain dalam kehidupan sehari-hari di rumah, di tempat kerja, di pasar, di masyarakat, atau di mana saja mereka berada. Semua orang akan terlibat dalam komunikasi. Kehidupan manusia bergantung pada komunikasi. Komunikasi menyebabkan pengetahuan manusia berkembang setiap hari. Komunikasi dan masyarakat adalah sistem sosial yang saling membutuhkan satu sama lain. Menurut Roudhonah dikutip dalam buku ilmu komunikasi, etimologi (bahasa) dan terminologi (istilah) membentuk definisi komunikasi. Dari sudut etimologi, kata-kata ini dibagi menjadi beberapa kata, salah satunya adalah "communicare, yang berarti berpartisipasi atau memberitahukan, Communis opinion yang berarti pendapat umum." Dalam buku Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar, Mulyana (2017) mengutip Raymond S. Ross, yang mengatakan bahwa "Komunikasi atau *Communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata latin." Informasi yang *ditransfer* dari satu tempat ke tempat lain disebut komunikasi. Ini terjadi dengan mengirimkan informasi, ide, emosi, keterampilan, dan lain-lain dengan menggunakan simbol seperti kata, grafik, dan fitur, serta dengan memberi atau meyakinkan ucapan dan tulisan. Komunikasi didefinisikan sebagai "proses atau tindakan menyampaikan pesan (*message*) dari pengirim ke penerima (*receiver*) melalui suatu saluran (*channel*) yang biasanya mengalami gangguan (*noise*).\" Komunikasi harus membawa perubahan dan dilakukan dengan maksud tertentu. Komunikasi, atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata lain

"komunikasi", yang berasal dari kata "*communis*", yang berarti "sama" dan memiliki makna yang sama. Berdasarkan hal tersebut etika dua orang terlibat dalam komunikasi, misalnya dalam percakapan maka komunikasi akan terjadi atau berlanjut selama ada kesamaan pengertian mengenai apa yang dibicarakan

2.2.1.2 Tinjauan Public relations

International Public Relations Association (IPRA) memberikan definisi PR sebagai fungsi manajemen dari sikap bijaksana yang direncanakan dan dilaksanakan secara berkesinambungan oleh organisasi, lembaga umum, dan pribadi untuk memperoleh serta membina saling pengertian, simpati, dan dukungan dari pihak-pihak yang terlibat atau mungkin akan terlibat. Ini dilakukan dengan menilai opini publik mereka, menghubungkan kebijakan dan tata kelola organisasi, guna mencapai kerja sama yang lebih produktif dan memenuhi kepentingan bersama dengan lebih efisien melalui kegiatan komunikasi yang terencana dan luas. Praktik PR bertujuan untuk membentuk dan mempertahankan sikap serta perilaku positif masyarakat terhadap organisasi, lembaga, atau perusahaan. Tujuan PR adalah untuk menciptakan saling pemahaman antara publik dan organisasi, termasuk memahami kebutuhan, kepentingan, harapan, serta budaya masing-masing (Sari, A.A., 2017).

Sementara itu definisi Public relations menurut Frank Jefkins adalah “*Public Relations consist of all forms of plannel communication, outwards and Inwards, between an organization and its publics for the purpose of Achieving specific objectives concerning mutual understanding*”. Maka bisa diartikan bahwa *Public Relations* merupakan keseluruhan bentuk komunikasi yang terencana, baik

itu keluar maupun ke dalam, yakni antara suatu organisasi dengan publiknya dalam rangka mencapai tujuan yang spesifik atas dasar adanya saling pengertian.

Dengan demikian dari definisi di atas dapat dikatakan bahwa pada prinsipnya *Public Relations* menekankan pada “suatu bentuk komunikasi”. Sehingga hal ini memberikan pemahaman bahwa kegiatan *Public Relations* merupakan kegiatan komunikasi, yang dimana komunikasi ini ditekankan kepada komunikasi organisasi yang sasaran komunikasinya adalah untuk publik yang ada di dalam organisasi maupun publik diluar organisasi, untuk landasan utama dari aplikasi komunikasi organisasi ini adalah adanya saling pengertian diantara keseluruhan publik yang berkepentingan terhadap organisasi tersebut. Sedangkan Harlow mengatakan bahwa definisi public relations ada yang sederhana hingga yang kompleks. Berikut adalah beberapa definisi ringkas:

- a. Berpenampilan baik, dihargai rakyat
- b. PR (*Public Relations*) merupakan singkatan *Performance* (penampilan) & *Recognition* (pengakuan)
- c. Bekerja dengan baik, sebagai akibatnya menerima pujian
- d. Tindakan yang diambil untuk mempromosikan interaksi yang bermanfaat dengan public
- e. Bisnis-bisnis suatu kelompok untuk menerima kolaborasi berdasarkan sekelompok orang (Suwanto, 2018).

Maria menyatakan “Relasi publik merupakan bagian dari nafas yang sama dalam sebuah organisasi, dan harus memberikan identitas organisasi yang jelas dan tepat sehingga mampu mengkomunikasikannya agar masyarakat percaya dan

memahaminya secara jelas dan akurat”. Bagian ini dimaksudkan untuk memberikan gambaran yang singkat tentang fungsi Humas, yaitu:

- a. Menciptakan mengenai pendapat public yang adil dan menguntungkan semua pihak.
- b. Aktivitas yang bertujuan untuk meningkatkan moral, keyakinan, saling pengertian, dan persepsi yang baik tentang diri sendiri dan orang lain.
- c. Sangat bermanfaat bagi organisasi atau perusahaan yang terkait untuk berusaha membangun hubungan yang harmonis dengan publik sehingga bisa memanfaatkan pendapat publik.
- d. Faktor-faktor untuk manajemen dalam mencapai tujuan tertentu yang sejalan dengan harapan publik, tetapi sejalan dengan karakteristik unik organisasi atau bisnis, sehingga manajemen membutuhkan elemen penting. Organisasi dengan warna, budaya, gambar, dan suasana yang menyenangkan dapat mencapai hasil yang optimal dan meningkatkan produktivitas (Surya, 2015).

Berdasarkan uraian yang sudah di jelaskan, maka penelitian yang dilakukan mengenai Strategi komunikasi interpersonal pada pertemanan dunia maya berkaitan dengan *Public Relations*, Dimana sebagai praktiktisi *Public Relations* harus bisa menjaga citra baik suatu organisasi begitu pula melestarikan citra positif dimata publik, serta bisa memberi masukan dan nasihat kepada instansi yang terkait. Dalam konteks penelitian ini *Public Relations* harus bisa memberi masukan mengenai bagaimana strategi komunikasi yang digunakan oleh individu dalam berinteraksi dengan teman-teman mereka di media sosial. Hal ini mencakup

penggunaan konten visual, pesan teks, dan interaksi langsung melalui komentar atau pesan pribadi. *Public Relations* dapat membantu dalam merancang strategi komunikasi yang efektif untuk membangun hubungan yang kuat dan berkelanjutan di media sosial. Selain itu *Public Relations* juga diharapkan dapat mengeksplorasi bagaimana individu menggunakan media sosial untuk membangun *personal branding* mereka sendiri, dan bagaimana hal ini memengaruhi cara mereka menjalin dan memelihara hubungan pertemanan. *Public Relations* memainkan peran penting dalam membantu individu membangun citra yang diinginkan di media sosial, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi bagaimana orang lain merespons dan berinteraksi dengan mereka. peran influencer dalam media sosial juga merupakan aspek yang penting untuk ditinjau dalam konteks hubungan pertemanan. Bagaimana influencer membangun dan menjaga hubungan dengan pengikut mereka, serta bagaimana pengikut merespons interaksi tersebut, dapat memberikan wawasan tentang dinamika hubungan pertemanan di media sosial.

2.2.1.3 Tinjauan Komunikasi Interpersonal

Komunikasi yang terjadi secara langsung antara dua orang atau lebih disebut komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi secara langsung antara dua orang, dengan pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima dapat menerima dan menanggapi pesan secara langsung West dan Turner (2008). Dalam komunikasi interpersonal, yang biasanya terjadi secara tatap muka, masing-masing individu yang terlibat dalam komunikasi mempengaruhi cara mereka melihat lawan bicaranya. Contoh komunikasi interpersonal termasuk komunikasi antara ibu dan anak, dokter dan pasien, atau dua

orang yang berbicara dalam wawancara, dan sebagainya. Komunikasi antarpribadi (*interpersonal communication*) adalah komunikasi secara tatap muka antara orang-orang, yang memungkinkan setiap peserta menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal (Mulyana, 2017:73).

Menurut Devito, ada empat ciri yang membentuk efektivitas komunikasi interpersonal: pertama, keterbukaan (*openness*), yaitu keinginan untuk menanggapi informasi yang diterima dalam hubungan interpersonal; kedua, empati (*empathy*), yaitu merasakan perasaan orang lain; ketiga, dukungan (*supportiveness*), yaitu keadaan terbuka yang membantu komunikasi berjalan dengan baik; dan keempat, rasa positif (*positiveness*), yaitu seseorang memiliki perasaan positif dalam dirinya sendiri, serta sering mendorong orang lain untuk menjadi lebih aktif dan menciptakan lingkungan yang kondusif untuk interaksi yang efektif; dan kelima, kesetaraan, juga dikenal sebagai kesamaan, adalah pengakuan bahwa kedua belah pihak menghargai, berguna, dan memiliki sesuatu yang penting untuk dikembangkan (Liliweri, 2003).

Judy C. Pearson (dalam Aw, 2011: 16) mengatakan ada enam ciri komunikasi interpersonal:

1. Komunikasi interpersonal selalu dimulai dengan diri pribadi. Singkatnya, segala bentuk proses untuk menafsirkan pesan dan menilai orang lain berasal dari diri sendiri.
2. Komunikasi interpersonal bersifat transaksional karena bersifat dinamis dan timbal balik.

3. Kualitas komunikasi interpersonal tidak hanya ditentukan oleh isi pesan tetapi juga hubungan antarpribadi.
4. Komunikasi interpersonal lebih efektif ketika orang berbicara satu sama lain secara langsung.
5. Komunikasi interpersonal menciptakan ketergantungan satu sama lain, atau interdependensi, di antara pelaku komunikasi. Ini menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal melibatkan ranah emosi, sehingga ada ketergantungan emosional di antara pelaku komunikasi.
6. Komunikasi dengan orang lain tidak dapat diubah atau diulang. Artinya, kata-kata yang sudah terlanjur diucapkan kepada orang lain tidak dapat diubah. Ketika seseorang salah mengucapkan sesuatu, mereka dapat meminta maaf dan diberi maaf, tetapi ini tidak berarti menghapus apa yang pernah mereka katakan.

Hubungan antar pribadi dibentuk oleh komunikasi interpersonal, berdasarkan keenam ciri tersebut. Dalam membangun hubungan dengan orang lain, hubungan manusia harus diperhatikan. "*Human relations is the skill or ability to work effectively through and with other people. Human relations includes a desire to understand others, their needs and weaknesses, and their talents and abilities*" (Lamberton & Leslie, 2002: 4).

Human relations, contohnya, mencakup siapa pun, dalam sebuah grup atau komunitas, dan bagaimana seseorang bekerja sama dan memahami orang lain. Apa yang dilakukan seseorang dalam suatu bagian dari hidupnya akan berdampak pada hubungannya dengan orang-orang di sekitarnya (Lamberton & Leslie, 2002:4).

Oleh karena itu, meningkatkan hubungan manusia dapat membantu meningkatkan kualitas hidup seseorang. Hubungan seseorang dengan orang lain akan berkembang dengan baik jika mereka memiliki hubungan manusia yang baik.

Perkembangan teknologi mengalami transformasi, dan situs media sosial seperti *Friendster* dan *Myspace* muncul. Instagram, Facebook, dan Twitter muncul sebagai tanggapan atas kebutuhan akan aplikasi yang lebih beragam untuk interaksi yang meningkat. Aplikasi-aplikasi ini mengubah cara orang berinteraksi satu sama lain sesuai dengan tujuan awal media sosial. Salah satu manfaatnya adalah memungkinkan pengguna berhubungan dengan orang-orang dari seluruh dunia untuk mencari teman baru, pasangan hidup, berbisnis, dan juga berpartisipasi dalam politik.

Dalam era internet, kolaborasi antarbudaya juga tersedia melalui komunikasi interpersonal. Memungkinkan pertukaran ide dan perspektif dari berbagai latar belakang, konektivitas lintas batas geografis dan keberagaman budaya menjadi lebih mudah diakses. Hal ini dapat memperkaya pengalaman komunikasi dan membuka pintu untuk pemahaman yang lebih mendalam tentang keberagaman dunia.

2.2.1.4 Teori Penetrasi Sosial

Teori penetrasi sosial ini merupakan bagian dari teori pengembangan hubungan atau *relationship development theory*. Teori ini dikembangkan oleh Irwin Altman dan Dalmas Taylor dalam buku terbitan pertama yang berjudul : *The Development of Interpersonal relationship* yang diterbitkan pada tahun 1973, dan pada tahun 1987 mengalami revisi berupa artikel terpisah yang diterbitkan dalam

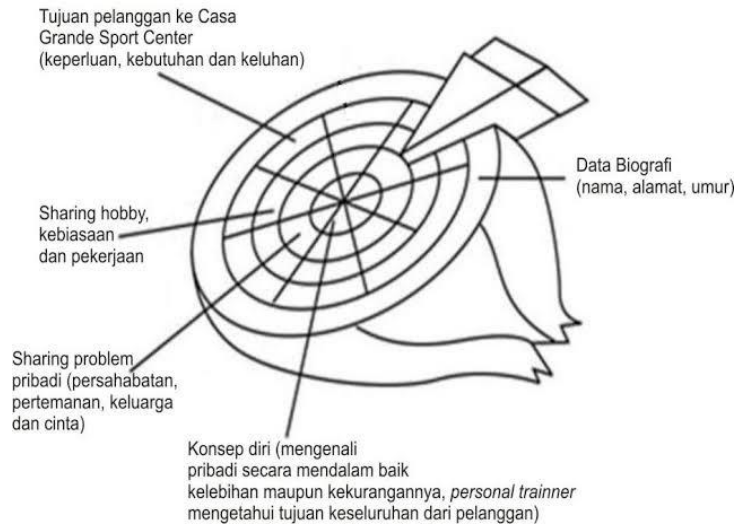
buku : *New directions in Communication research* dengan Roloff & Miller (1980) sebagai editor. Judul Tulisa tersebut : *Communication in Interpersonal relationship: Social Penetration Processes* oleh Dalmis A. (Morissan, A. 2015).

Teori Penetrasi Sosial oleh Altman dan Taylor sangat relevan untuk penelitian ini, karena teori ini menawarkan panduan untuk memahami bagaimana hubungan interpersonal berkembang melalui tahapan komunikasi, dari permukaan hingga kedekatan yang lebih dalam. Di Instagram, remaja sering memulai hubungan dengan berbagi informasi dasar dan kemudian memperdalam interaksi mereka melalui pengungkapan diri yang lebih pribadi. Teori ini membantu menganalisis bagaimana strategi komunikasi di Instagram mempengaruhi pengembangan kedekatan dan kepercayaan di antara anggota grup Adoreteaes, serta mengidentifikasi tantangan yang dihadapi dalam proses penetrasi sosial di platform media sosial.

Adapun asumsi – asumsi dasar teori penetrasi sosial ini adalah :

- a. Hubungan-hubungan mengalami kemajuan dari tidak intim menjadi intim
- b. Secara umum, perkembangan hubungan sistematis dan dapat diprediksi
- c. Perkembangan hubungan mencakup penarikan diri (*depenetrasi*) dan isolasi
- d. Pembukaan diri adalah inti dari perkembangan hubungan

Teori penetrasi sosial berfokus pada pengembangan hubungan. Terutama berkaitan dengan perilaku antarpribadi yang terlihat dalam interaksi sosial dan proses kognitif internal yang mendahului, menyertai, dan mengikuti pembentukan hubungan.



Gambar 2. 1 Struktur Penetrasi Sosial dalam Lapisan Bawang

Sumber: (Lius, 2019)

Teori penetrasi sosial pada dasarnya berkaitan dengan perkembangan suatu hubungan. Hubungan yang terjalin secara bertahap berpindah dari lapisan terluar ke lapisan terdalam. Lapisan terluar mencakup data biologis seperti nama, umur, pekerjaan.

Pada hakikatnya, manusia memiliki banyak lapisan kepribadian, seperti bawang merah, dan Altman dan Taylor menjelaskan beberapa tingkat penetrasi sosial berdasarkan lapisan bawang.

- Citra Publik (*Public Image*)**: Dalam analogi bawang, lapisan terluar ini dapat dilihat secara langsung dari awal pertemuan.
- Resprosititas (*Reciprocity*)** atau keterbukaan, adalah lapisan kedua dari analogi bawang. Di sini, sebuah proses keterbukaan terjadi antara komunikator dan komunikan. Selera y.lo8uy5ang mencakup makanan, pakaian, dan musik adalah contoh terbaiknya. yang bertujuan untuk menumbuhkan keinginan.

- c. Keluasan (*Breadth*) Selanjutnya datang lapisan ketiga, yaitu keluasan. Lapisan ini berbicara tentang hal-hal yang berkaitan dengan hubungan tertentu, seperti keyakinan agama.
- d. Kedalaman (*Depth*): Lapisan keintiman berada di bawah lapisan kedalaman. Pada tahap ini, banyak topik telah dibahas, termasuk ketakutan dan fantasi terdalam, seperti konsep kencan dan konsep diri. Hubungan sudah dapat dikatakan memiliki kedalaman yang dangkal dan keluasan yang sempit. Oleh karena itu, hubungan sudah menuju ke arah yang lebih intim, dan topik yang dibahas sudah mulai beragam dan mendalam.

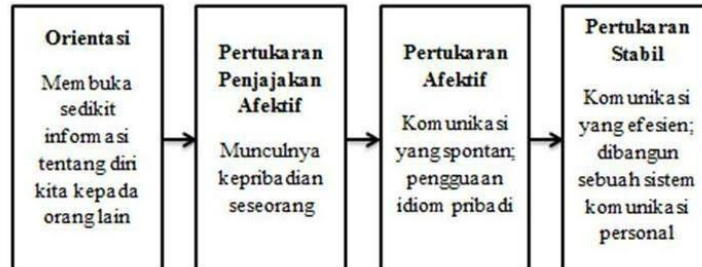
Sesuai dengan judul yang akan diteliti yaitu “Strategi Komunikasi Interpersonal Pada Pertemanan Remaja di Dunia Maya Melalui Media Sosial Instagram”, maka konsep – konsep penelitian ini meliputi :

1. Komunikasi Interpersonal Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang terjadi antara dua orang, Dimana kontak langsung terjadi dalam bentuk percakapan. Komunikasi jenis ini dapat berlangsung secara tatap muka (*face to face*), dapat juga dilakukan dengan pesan chat atau cara telepon.
2. Interaksi sosial adalah suatu hubungan antara dua individu manusia atau lebih yang mana tingkah laku salah satu individu mempengaruhi, mengubah, atau memperbaiki tingkah laku individu yang lain, atau sebaliknya. Definisi ini menggambarkan kesinambungan interaksi sosial yang bolak-balik antara dua orang atau lebih.

3. Pertemanan adalah hubungan pertemanan yang terbentuk melalui internet dan media social digital, kualitas dan kedalaman pertemanan sangat bergantung pada keterbukaan diri, intensitas interaksi, identitas online, dan kepercayaan di antara pihak.
4. Media Sosial Instagram adalah salah satu media sosial yang populer digunakan untuk menambah teman baru, media sosial ini berbasis *photo* dan *video sharing*. Pengguna Instagram bisa saling follow, memberi like dan komentar pada konten foto dan video yang diposting.

a) Tahapan Proses Penetrasi Sosial

Tahapan – tahapan dari proses penetrasi sosial sebagai berikut :



Gambar 2. 2 Tahap Proses Penetrasi Sosial

Sumber : (West and Turner, 2008 : 205)

1. Orientasi (*Orientation Stage*)

Tahap awal dari sebuah interaksi disebut fase orientasi, terjadi di tingkat public sangat sedikit tentang diri kita yang terbuka untuk orang lain. Komunikasi yang terjadi bersifat objektif. Individu yang terlibat hanya memberikan informasi yang sangat umum. Pada tahap ini,

berfungsi sebagai tempat pertama di mana orang dapat bertukar informasi satu sama lain. Individu akan secara bertahap menjadi lebih terbuka kepada orang lain. Proses yang umum untuk memperkenalkan dan membagikan informasi, seperti nama panggilan, gender, fisik, dan dialek berbicara. Ini adalah tempat orang mengelupas lapisan terluarnya.. Menurut Taylor dan Altman (1987) dalam Morissan (2015:191), orang memiliki kecenderungan untuk enggan memberikan evaluasi atau memberikan kritik selama tahap orientasi karena akan dinilai sebagai tak pantas dan akan mengganggu hubungan dimasa depan.

2. Pertukaran Penjajakan Afektif (Exploraty Affective Exchange Stage)

Pada tahapan ini merupakan perluasan area public dari diri dan terjadi Ketika aspek–aspek dari kepribadian seseorang individu mulai muncul. Yang tadinya bersifat pribadi menjadi public. Jika di tahap orientasi orang akan bersikap hati-hati dalam menyampaikan informasi mengenai diri mereka, namun pada tahap ini orang akan melakukan ekspansi atau perluasan terhadap wilayah publik diri mereka, di tahap ini individu akan memunculkan kepribadian mereka kepada orang lain. Hal yang sebelumnya bersifat pribadi di tahap ini akan menjadi wilayah publik. Tahap ini merupakan tahap yang menentukan apakah suatu hubungan akan berlanjut atau tidak. Dalam hal ini, Taylor dan Altman dalam Morissan (2015:192) mengatakan bahwa banyak hubungan yang tidak berlanjut setelah tahapann ini.

3. Pertukaran Afektif (Exploratory Affective Exchange Stage)

Pada tahapan ini bisa dibilang “tanpa beban dan santai” dimana komunikasi sering berjalan spontan dan individu membuat keputusan yang cepat. Pada tahap ini ditandai munculnya hubungan dalam persahabatan yang dekat atau hubungan yang lebih intim, dalam tahapan ini individu akan muncul perasaan kritis dan *evaluative* pada level yang lebih dalam. Pada tahap ini, seseorang lebih banyak membuka dirinya, bahkan suatu hal yang privasi menjadi umum, artinya bahwa kedua pasangan dalam berbicara sudah terbuka dan mengatakan keseluruhan dari pribadi satu sama lain. Pada akhirnya, keduanya menjadi terbiasa dan tidak ada lagi batasannya dalam berbicara, sehingga setiap orang merasa terbiasa dan spontan dalam berbicara sampai pada tahap yang nyaman dan intim sehingga setiap orang dapat mengatakan Keintiman di sini berarti saling dekat, nyaman, dan terbuka satu sama lain untuk mencapai tujuan.

4. Pertukaran Stabil (Stable Exchange Stage)

Dalam teori penetrasi, fase pertukaran stabil menghasilkan keterbukaan total dan spontan terhadap lawan bicaranya (West & Turner, 2008:208). Pada tahap ini, pasangan berada dalam keadaan intim, dan keduanya saling terbuka, jujur, dan berpikir secara bersamaan. Ini menunjukkan bahwa keduanya dapat berkomunikasi secara terbuka dan jujur, bahkan mampu menilai dan menduga tindakan lawan bicaranya.

Ketika ada ambiguitas, mereka selalu berusaha untuk menjelaskannya, sehingga kedua belah pihak bisa lebih memahami.

Pada tahap ini berhubungan dengan pengungkapan pemikiran, perasaan, dan perilaku secara terbuka yang mengakibatkan munculnya spontanitas serta keunikan hubungan yang tinggi. Tidak banyak hubungan antar individu yang mencapai tahapan ini, dalam tahap ini individu sering melakukan perilaku yang berulang menunjukkan perilaku yang sangat intim sekaligus sinkron. Perilaku yang berulang itu dapat diantisipasi oleh pihak lain secara akurat.

Pada tahap ini individu telah membangun sistem komunikasi personal mereka yang menurut Altman dan Talyor akan menghasilkan komunikasi yang efisien. Artinya, pada tahap ini, makna dapat ditafsirkan secara jelas dan tanpa keraguan.

Dari keempat tahapan, tahap orientasi adalah yang paling mudah. Tahap kedua menjadi tahapan yang menentukan apakah hubungan menjadi lebih intim atau tidak. Semakin masuk ke tahapan yang lebih dalam maka semakin tebal kulit bawang yang dikupas, sehingga tahapan tersebut memerlukan beberapa waktu serta upaya yang dikeluarkan.

2.2.2 Kerangka Konseptual

Kerangka konsep merupakan penjelasan mengenai alur dari suatu konsep yang dirancang. Pada dasarnya kerangka konsep akan menjelaskan mengenai apa yang akan dibahas dalam alur penelitian. Inilah jabaran dari kerangka konsep penulis yang akan menjadi dasar dari penelitian ini.

2.2.2.1 Pertemanan

Pertemanan adalah jenis hubungan pribadi yang terdiri dari saling pengertian, keinginan untuk mempertahankan hubungan, kejujuran dan kesungguhan hati, kepercayaan, keintiman dan keterbukaan diri, kesetiaan, dan kelangsungan hidup hubungan (Donelson & Gullahorn, 2002). Sebagaimana dinyatakan oleh Kurt (dalam Brendgen, 2001), pertemanan adalah hubungan intim dengan orang lain di mana masing-masing orang terlibat dengan orang lain sebagai individu yang sama. Hubungan interpersonal yang lebih dewasa dianggap terbentuk oleh orang-orang yang berada dalam rentang usia dewasa awal (Baumgarte, 2002). Berdasarkan penjelasan ini, pertemanan dapat didefinisikan sebagai hubungan interpersonal yang ditunjukkan dengan saling pengertian, kejujuran, kepercayaan, keintiman, pengorbanan, dan komitmen untuk mempertahankan hubungan.

Pertemanan yang berkualitas akan memiliki kualitas hubungan yang lebih intim, dan dapat menumbuhkan rasa saling percaya antara satu sama lain, secara lebih mendalam hubungan pertemanan disebut sebagai hubungan persahabatan. Sahabat adalah sekumpulan kawan yang terlibat dalam kebersamaan, saling mendukung, dan memiliki keakraban atau intimasi (Santrock, 2007: 68).

Masa-masa pertemanan dapat dilihat dari jumlah waktu yang dihabiskan oleh individu atau kelompok tersebut, selain membantu prosesnya pencarian jati diri, dalam hubungan pertemanan itu sendiri dapat membangun individu untuk lebih diterima dalam kehidupan sosialnya. Remaja biasanya cenderung memilih pertemanan yang memiliki kesamaan individu baik segi suku bangsa, gender, hingga segi perilaku (Riska & Widyastuti, 2019). Perilaku yang ditampilkan

individu, tergambarkan dari orientasi dunianya dimana orientasi ini disebut dengan sikap, yang mana sikap dipengaruhi oleh tipe kepribadian individu.

Remaja memiliki rasa ingin diperhatikan oleh lingkungan dan teman sebaya, akan tetapi hal ini dianggap kurang bertanggung jawab bagi kalangan orang dewasa sehingga masih ada sekelompok remaja yang merasa tidak terpenuhi atas rasa ingin diperhatikan oleh lingkungan sekitar. Sepanjang masa anak-anak dan remaja, teman memiliki pengaruh penting bagi penyesuaian sosioemosional yang positif. Proses terpenuhinya fungsi dari pertamanan dalam hubungan pertemanan seperti melakukan aktivitas sama-sama, saling membantu satu sama lain, kepekaan terhadap satu sama lainnya, menolong dengan tulus yang menjadikan pribadi yang bertanggung jawab dan simpati terhadap sesama teman (Matitaputty & Rozali, 2021).

2.2.2.2 Remaja

Masa remaja adalah masa peralihan antara masa kehidupan anak-anak dan masa kehidupan orang dewasa yang ditandai dengan pertumbuhan dan perkembangan biologis dan psikologis. Perkembangan biologis ditandai dengan pertumbuhan dan perkembangan dari seks primer dan seks sekunder, sedangkan perkembangan psikologis ditandai dengan sikap dan perasaan, keinginan, dan emosi yang labil atau tidak menentu. Menurut Desmita (2011) masa remaja mencakup menjalin hubungan yang kuat dengan teman sebaya, dapat menerima dan belajar peran sosial sebagai pria atau wanita dewasa yang dijunjung tinggi oleh masyarakat, menerima keadaan fisik mereka dan mampu menggunakannya secara

efektif, mencapai kemandirian emosional dari orang tua dan orang dewasa lainnya, memilih dan mempersiapkan karier di masa depan sesuai dengan minat dan kemampuan mereka, dan memiliki keluarga yang bahagia. belajar keterampilan dan pemahaman yang diperlukan sebagai warga negara, bertindak dengan cara yang bertanggung jawab secara sosial, dan mengikuti sistem nilai dan etika sebagai pedoman untuk bertindak.

Teknologi yang semakin canggih mengubah cara masyarakat berkomunikasi di era modern (Juwita et al., 2015; Setiawan, 2018). Saat ini, ada 63 juta orang di Indonesia yang menggunakan internet, menurut data dari Departemen Komunikasi dan Informasi (Depkominfo) (2013, Hal, 1). Dari jumlah ini, 95% menggunakan internet untuk mengakses jejaring sosial (Masalamate, 2014). Media sosial sering digunakan oleh remaja, untuk mencari jurnal, informasi, hiburan, dan berkomunikasi dengan teman melalui situs jejaring sosial (Krisnawati, 2016).

2.2.2.3 Dunia Maya

Dunia maya, juga dikenal sebagai "*cyberspace*", adalah media elektronik yang terhubung ke jaringan komputer yang banyak digunakan untuk komunikasi satu arah maupun timbal-balik secara online. Dunia maya, juga dikenal sebagai "*cyberspace*", adalah kombinasi berbagai peralatan teknologi komunikasi dan jaringan komputer, koneksi, transmisi, prosesor, signal, dan kontroler. Jaringan ini memungkinkan peralatan komunikasi, seperti komputer, ponsel, elektronik, dan lain-lain, untuk terhubung satu sama lain secara interaktif melalui internet.

Perkembangan teknologi yang pesat dan kecanggihan internet saat ini telah menjadi komponen penting dalam kehidupan masyarakat. Banyak orang berharap

bahwa dengan munculnya internet akan muncul orang yang cerdas, berani, dan kreatif yang dapat menggunakan internet sebagai wadah untuk meningkatkan kesadaran publik untuk masa depan yang lebih baik. Bagi mereka yang sadar diri, mereka percaya bahwa dunia maya yang disediakan oleh internet jelas dapat digunakan sebagai medan pertempuran atau bahkan dapat menjadi sesuatu yang diinginkan seseorang.

Semakin berkembangnya bidang teknologi, semakin banyak informasi baru yang muncul. Khalayak dapat berinteraksi dengan lebih mudah dengan media sosial yang diciptakan oleh teknologi internet. Sekarang, komunikasi yang biasanya dilakukan secara tatap muka dapat dilakukan di manapun dan kapanpun. Williamson, sebagaimana dikutip Widjanto (2013:143), mengatakan bahwa media sosial adalah media yang bertujuan untuk menyebarkan pesan melalui interaksi sosial dan dibuat menggunakan metode publikasi yang sangat mudah diakses dan berskala besar.

Internet juga menjadi kekuatan utama dalam komunikasi , terutama dalam perkembangan media sosial sebagai media yang memediasi komunikasi atau online. Wilbur Shawn menyatakan bahwa *the characteristic of is that is able to produce effect or to produce itself as an effect in the absence of “real effect”* Internet memiliki pengaruh besar pada kultur manusia sehingga dapat memenuhi segala jenis kebutuhan manusia, seperti informasi, hiburan, pendidikan, bahkan komunikasi sosial (Nasrullah, 2018:20).

2.2.2.4 Media Sosial Instagram

Instagram adalah salah satu media sosial yang membantu perkembangan internet dalam media komunikasi karena memungkinkan pengguna berkomunikasi secara langsung dengan orang lain tanpa harus bertemu secara langsung karena kemudahan penggunaan dan kecanggihannya. Instagram dibuat oleh Kevin Systrom dan Mike. Ini pertama kali dirilis secara resmi pada Oktober 2010 dan hanya tersedia untuk ponsel berbasis IOS. Pada April 2012, aplikasi ini dirilis untuk ponsel berbasis Android dan diikuti oleh situs web pada November 2012, sebelum akhirnya dirilis sebagai aplikasi untuk ponsel berbasis Windows 10 Mobile pada April 2016.

Instagram telah mengalami perubahan logo tiga kali, dan namanya berasal dari fungsi utama aplikasi, yaitu kemampuan untuk menampilkan foto secara instan dan berbagi informasi dengan orang lain. Kevin Systrom, pendiri dan CEO Instagram, adalah orang pertama yang mendesain logo Instagram yang sangat mirip dengan logo produk kamera instan pertama Polaroid OneStep.

Instagram memiliki logo yang sangat mirip dengan kamera asli yang dimiliki oleh merek dagang. Systrom ingin logonya diubah menjadi lebih unik, jadi dia mengajukan ide kepada Cole Rise, seorang desainer dan fotografer profesional.

Logo Instagram awalnya didasarkan pada kamera merek Bell & Howel, yang merupakan kamera keluaran tahun 1940an. Rise meminta desain logo Instagram yang unik dan menarik. Pada tahun 2011, Instagram 2.0 menampilkan versi terakhir dari logo buatan rise. Logo yang diubah oleh Systrom dan Cole Rise dapat dilihat di sini:

1. Logo lama Instagram oleh Systrom (2010)



Gambar 2. 3 Logo Instagram 1

Sumber : <https://www.brilio.net>

2. Logo Instagram oleh Cole Rise (2010-2014)



Gambar 2. 4 Logo Instagram 2

Sumber : <https://www.brilio.net>

3. Logo Instagram oleh Ian Spalter (2016-sekarang)



Gambar 2. 5 Logo Instagram 3

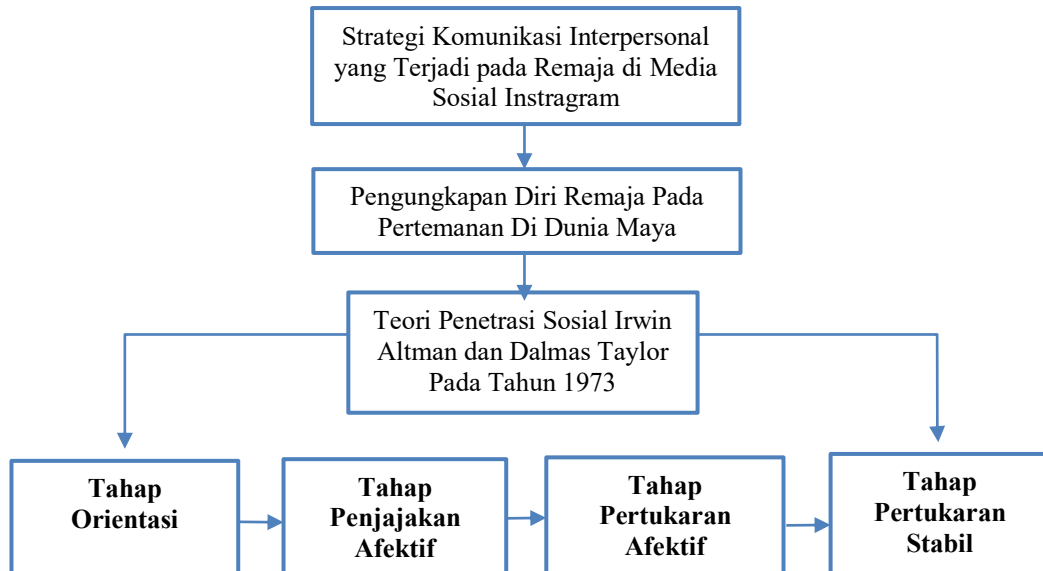
Sumber : <https://www.brilio.net>

Instagram menjadi lebih populer dibandingkan aplikasi serupa karena fiturnya yang lengkap. Instagram memiliki fitur seperti *audio visual*, *live*, *Instagram Story (SnapGram)*, dan *chat (Direct Message)*. Sebenarnya, fitur Instagram baru sama dengan fitur media sosial sebelumnya atau pencetus fitur, tetapi ada beberapa faktor yang membuat fitur tersebut lebih diminati di Instagram daripada di media sosial yang mengeluarkan fitur tersebut. Bisa dibilang Instagram menjiplak fitur, fitur yang sangat populer untuk mempertahankan khalayak luas.

Komunikasi antar pengguna Instagram di dunia maya atau *cyberspace* pada akhirnya menjadi bagian dari budaya yang dihasilkan oleh perkembangan internet atau bisa disebut sebagai *cyberculture* (budaya siber), *cyberculture* ini merupakan praktik sosial ataupun nilai-nilai dari komunikasi dan interaksi antar pengguna yang muncul di ruang siber dari hubungan antar manusia dengan perantara teknologi, yang kemudian budaya tersebut diproduksi, didistribusikan, dikonsumsi melalui jaringan internet yang terbentuk diantara pengguna (dalam Nasrullah, 2015:78).

Komunitas adalah salah satu contoh artefak dari *cyberculture* atau budaya siber. Komunitas adalah komunitas yang berada dalam ruang siber dan setiap anggotanya kembali dan hadir dalam ruang informasional yang sama (dalam Nasrullah, 2018:109). Dalam hal ini, komunitas berbeda dari komunitas yang ada di dunia nyata karena komunitas memiliki karakteristik yang sama dan berbeda di tempatnya.

2.2.3 Bagan Kerangka Pemikiran



Gambar 2. 6 Bagan Kerangka Pemikiran

Sumber : Modifikasi Peneliti (2024)