

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA DAN KERANGKA PEMIKIRAN

2.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Tinjauan pustaka merupakan sebuah proses yang dilalui peneliti untuk mendapatkan sebuah teori yang relevan dengan masalah yang peneliti teliti. Tinjauan pustaka adalah bagian penting dalam sebuah penelitian ilmiah. Tinjauan pustaka meliputi pengidentifikasian, penemuan dan analisis dokumen informasi yang berkaitan dengan masalah yang diteliti peneliti.

Dengan mencari referensi penelitian terdahulu yang mempunyai kesamaan ataupun relevansi dengan apa yang diteliti oleh peneliti dengan judul “Pengaruh Media Sosial Terhadap komunikasi antarpribadi Masyarakat Kota Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan”. Banyak manfaat yang dapat diperoleh dari mengkaji penelitian terdahulu yang telah dilakukan sebelumnya dalam topik yang sama atau serupa. Dalam mengembangkan pengetahuan, studi pendahuluan digunakan sebagai tinjauan terhadap penelitian serupa. Meskipun penelitian sebelumnya membahas hal yang sama dan relevan dengan kajian yang akan dilakukan, namun penelitian sebelumnya mungkin menggunakan metode yang berbeda. Oleh karena itu, peneliti berusaha mencari hal yang baru untuk penelitian selanjutnya. Berikut adalah tabel 2.1 yang peneliti buat sebagai hasil temuan.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

| Peneliti | Judul | Metode Penelitian | Hasil Penelitian |
|---------------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| (Husna, 2018) UIN Sunan Kalijaga | Dampak Media Sosial Terhadap Komunikasi Interpersonal Pustakawan Di Perpustakaan UIN Sunan Kalijaga Yogyakarta. | Kuantitatif | Komunikasi interpersonal secara face to face mulai jarang dilakukan. Pustakawan hanya berkomunikasi seperlunya saja kepada pustakawan lainnya. Pustakawan lebih memilih untuk menggunakan media sosial untuk berkomunikasi. Padahal komunikasi interpersonal secara face to face sangat penting bagi perkembangan dan kemajuan untuk perpustakaan |
| (Windarti, 2020) Universitas Islam Negeri Sayyid Ali Rahmatullah Tulungagung | Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Komunikasi Interpersonal Siswi Kelas VII MTS Darul Falah Sumbergempol Tulungagung. | Kuantitatif | Terdapat pengaruh antara penggunaan media sosial terhadap komunikasi interpersonal pada siswa kelas VII Mts Darul Falah Sumbergempol hubungan dari kedua variabel berkategori rendah dan hubungannya bersifat negatif. |

| Peneliti | Judul | Metode Penelitian | Hasil Penelitian |
|--------------------------------------------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| (Yoga Ardianto, 2022) Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau. | Pengaruh Penggunaan Media Sosial Instagram Terhadap Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi Di fakultas Dakwah Dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri 1 Sultan Syarif Kasim Riau. | Kuantitatif | Media sosial instagram memiliki pengaruh yang signifikan terhadap komunikasi interpersonal mahasiswa ilmu komunikasi di fakultas dakwah dan komunikasi universitas sultan syarif kasim riau. |
| (Imam et al., 2023) | Role of Social Media in Interpersonal Relationship Among Youth | Kuantitatif | Due to addiction to social media there is lesser physical activity. Social networking sites has various impacts on interpersonal relationship of the youth both online and offline. |
| Diana Satira (2020) UIN Syarif Hidayatullah Jakarta. | Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Media sosial Terhadap Komunikasi Antarpribadi Dalam Keluarga di Kampung Waru Desa Wargasetra Kecamatan Tegalwaru Kabupaten Karawang | Kuantitatif | Hasil penelitian menyatakan ada pengaruh intensitas penggunaan media sosial Media sosial terhadap komunikasi antarpribadi |

Sumber: Peneliti, 2024

2.2 Tinjauan Pustaka

Tinjauan pustaka adalah kegiatan mengkaji dan menelaah buku-buku, artikel, dan karya ilmiah lainnya yang relevan dengan topik penelitian (Sugiyono, 2017).

Maka dari itu tinjauan pustaka adalah proses sistematis untuk mencari, mengumpulkan, dan menganalisis informasi dari berbagai sumber untuk menjawab pertanyaan penelitian. Mencari dan mengumpulkan sumber-sumber yang relevan, membaca dan menelaah sumber-sumber tersebut, dan menulis tinjauan pustaka dengan bahasa yang mudah dipahami dan ringkas.

2.2.1 Tinjauan Komunikasi

Adapun definisi mengenai komunikasi, pengertiannya sangat luas akibatnya tidak ada yang benar ataupun salah, definisi harus dilihat dari segi kemanfaatannya dalam menjelaskan sebuah fenomena. Menurut Harold Lasswell (dalam (Rismawaty et al., 2014, hal. 67) komunikasi merupakan suatu proses yang menjelaskan "siapa", mengatakan "apa", melalui saluran "apa", "kepada siapa", dan "mengakibatkan apa", atau "hasil apa" (who says what in which channel to whom and with what effect). Sama halnya yang dikatakan oleh Carl Hovland, Janis & Kelley (dalam Rismawaty et al., 2014: 67) komunikasi adalah proses dimana komunikator menyampaikan stimulus dalam bentuk kata-kata dengan tujuan untuk mengubah atau membentuk perilaku orang lain.

Adapun menurut Everett M. Rogers (dalam (Rustan & Hakki, 2017, hal. 30) komunikasi adalah suatu proses dimana ide dialihkan dari suatu sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan tujuan untuk mengubah tingkah laku mereka. Komunikasi adalah proses pertukaran informasi dan makna antar individu atau kelompok melalui simbol-simbol verbal dan nonverbal. (Wiryanto, 2023).

Komunikasi dilihat sebagai proses dinamis yang dipengaruhi oleh berbagai faktor kontekstual seperti budaya, media yang digunakan, dan hubungan antar

pihak yang terlibat. Menurut Griffin (2022), komunikasi adalah tindakan simbolis di mana individu menciptakan, memelihara, dan mengubah makna dalam interaksi mereka. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi tidak hanya sebatas pengiriman pesan, tetapi juga melibatkan penciptaan makna bersama.

Oleh karena itu, komunikasi adalah proses yang kompleks dan penting dalam kehidupan manusia, dan definisinya terus berubah seiring kemajuan teknologi dan zaman. Pemahaman yang mendalam tentang prinsip-prinsip komunikasi sangat penting untuk mengoptimalkan efektivitas dalam berbagai konteks interaksi manusia.

2.2.2 Tinjauan Komunikasi Media Baru (New Media)

Media baru berasal dari kata “New” yang berarti “baru” dan “media” yang mengacu pada alat yang digunakan oleh sumber untuk menyampaikan pesan kepada penerimanya. Media baru adalah bentuk yang memadukan atau menggabungkan media tradisional dan digital. Keunggulan media baru adalah sifatnya yang real-time, memungkinkan akses cepat terhadap informasi dan layanan kapan saja dan dimana saja selama perangkat komputer dan jaringan internet terhubung. Media sosial seperti Media sosial, Instagram, Facebook, tiktok, Telegram, dan lain-lain merupakan jenis media baru yang masuk dalam kategori media online (Puspita, 2015).

Teori media baru yang dikembangkan oleh Pierre Levy yang menyatakan bahwa media baru merupakan teori yang membahas tentang perkembangan media. Terdapat dua pandangan dalam teori media baru, yang pertama adalah pandangan interaksi sosial yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi

personal. Pandangan kedua adalah pandangan integrasi sosial, yang mengekspresikan media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya, namun dalam bentuk ritual, atau cara orang menggunakan media untuk membentuk masyarakat. Media bukan sekedar alat informasi atau sarana untuk mencapai kepentingan pribadi, media juga memperkenalkan kita kepada masyarakat dan memberi kita rasa memiliki (Herlina & Lubis, 2017).

Menurut Jenkins (2006), media baru menandai pergeseran dari model komunikasi satu arah, yang biasa ditemukan pada media tradisional seperti televisi dan radio, menuju model komunikasi dua arah yang interaktif dan partisipatif. Dengan demikian, media baru tidak hanya memfasilitasi pengiriman pesan dari satu titik ke titik lainnya tetapi juga memungkinkan pengguna untuk berpartisipasi secara aktif dalam penciptaan dan penyebaran konten.

Jadi new media bisa diartikan sebagai media konvensional yang memiliki kelebihan secara realtime. Masyarakat bisa mengakses segala macam informasi dan layanan dengan praktis, mudah, kapanpun, dimanapun mereka berada, asalkan terkoneksi dengan internet yang mana media baru atau *new media* ini mengacu pada bentuk komunikasi digital yang memanfaatkan teknologi internet dan perangkat lunak untuk menciptakan, mengirimkan, dan menyebarkan konten kepada audiens yang lebih luas dan lebih interaktif. Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara manusia berinteraksi, baik dalam kehidupan pribadi maupun dalam konteks yang lebih luas.

2.2.3 Tinjauan Media sosial

Media sosial yang dikenal juga dengan sebutan jejaring sosial merupakan salah satu media baru. Media sosial adalah media online yang memungkinkan penggunanya dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan membuat konten melalui blog, jejaring sosial, wiki, forum, dan dunia virtual. Blog dan jejaring sosial adalah media yang paling umum digunakan oleh orang-orang di seluruh dunia (Nasrullah, 2020).

Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial dapat didefinisikan sebagai kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas fondasi ideologi dan teknologi Web 2.0, yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dihasilkan pengguna. Media sosial menawarkan berbagai fitur seperti pesan instan, berbagi video dan foto, serta forum diskusi, yang semuanya berkontribusi pada cara pengguna berinteraksi dan berkomunikasi.

Salah satu karakteristik utama dari media sosial adalah kemampuannya untuk memungkinkan komunikasi dua arah secara instan dan dengan jangkauan yang luas. Pengguna dapat berbagi informasi dengan audiens global dalam hitungan detik, menciptakan dinamika komunikasi yang lebih cepat dan lebih terbuka dibandingkan dengan media tradisional sebagaimana dijelaskan oleh Kietzmann et al.(2011), yang menyatakan bahwa media sosial adalah platform yang memungkinkan pengguna untuk membangun hubungan, baik secara individu maupun kelompok, melalui konten yang mereka ciptakan dan bagikan.

Jadi dapat disimpulkan media sosial merupakan medium dalam internet yang memungkinkan pengguna merepresentasikan dirinya dalam hal berinteraksi,

bekerjasama, berbagi, berkomunikasi dengan pengguna lain, dan membentuk ikatan sosial secara virtual, Platform media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, TikTok, dan LinkedIn telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari masyarakat di seluruh dunia.

Ada ciri-ciri atau karakteristik khusus dalam media sosial menurut Rulli Nasrullah(2020), terbagi menjadi 6, yaitu;

1. Jaringan (Network)

Media sosial memiliki karakteristik utama dalam membentuk jaringan di antara penggunanya. Baik di dunia nyata pengguna saling mengenal atau tidak, media sosial menyediakan platform yang memungkinkan mereka terhubung melalui teknologi. Jaringan yang terbentuk ini pada akhirnya membentuk komunitas atau kelompok sosial yang secara sadar maupun tidak, akan mengembangkan nilai-nilai sosial yang ada.

2. Informasi (Information)

Di media sosial, informasi menjadi komoditas yang dikonsumsi oleh para pengguna. Komoditas ini pada dasarnya adalah hasil produksi dan distribusi di antara pengguna itu sendiri. Aktivitas konsumsi informasi inilah yang kemudian menghubungkan pengguna satu dengan lainnya, yang pada akhirnya secara sadar atau tidak, menciptakan masyarakat berjejaring (*network society*).

3. Arsip (Archive)

Arsip merupakan salah satu karakteristik penting bagi pengguna media sosial, yang menunjukkan bahwa informasi yang dibagikan tersimpan dan

dapat diakses kapan saja dan dari perangkat apa saja. Contohnya, di Facebook, informasi tetap tersedia meskipun telah melewati hari, minggu, bulan, atau bahkan tahun. Informasi ini akan terus ada dan dapat diakses dengan mudah.

4. Interaksi (*Interactivity*)

Media sosial secara esensial menciptakan jaringan antara penggunanya. Namun, jaringan ini tidak hanya sekadar memperluas hubungan pertemanan, tetapi juga membutuhkan interaksi aktif antar pengguna. Contohnya, interaksi dapat berupa memberikan komentar, menyukai, atau membagikan unggahan.

5. Simulasi Sosial (*Simulation of Society*)

Media sosial berfungsi sebagai medium untuk berlangsungnya kehidupan sosial di dunia virtual. Seperti dalam masyarakat atau negara, media sosial juga memiliki aturan dan etika yang mengatur penggunanya. Aturan ini diperlukan karena media sosial dapat menghubungkan perangkat teknologi secara online dan juga karena adanya interaksi antara pengguna.\

6. Konten oleh Pengguna (*User-Generated Content*)

Karakteristik lain dari media sosial adalah konten yang dihasilkan oleh pengguna atau yang dikenal dengan istilah user-generated content (UGC). Hal ini menandakan bahwa di media sosial, konten sepenuhnya dimiliki dan dihasilkan oleh pengguna atau pemilik akun itu sendiri.

2.2.3.1 Intensitas Penggunaan Media Sosial

Ajzen (dalam (Frisnawati, 2012) mengemukakan bahwa aspek intensitas penggunaan media sosial adalah sebagai berikut:

1. **Frekuensi**, yaitu kekerapan dalam penggunaan media sosial, dalam hal ini meliputi kekerapan dalam menggunakan media sosial, dan waktu dalam menggunakannya.
2. **Durasi**, yaitu rentang waktu dalam penggunaan media sosial dalam sehari termasuk rentang waktu dalam kepemilikan akun media social.
3. **Fitur**, yaitu istilah teknologi yang berkaitan dengan ciri khas dari suatu aplikasi yaitu berkaitan dengan ketertarikan terhadap fitur-fitur di media sosial dan jenisnya
4. **Isi**, yaitu konten atau informasi yang ada pada media sosial dalam hal yaitu informasi yang diakses dan informasi yang diberikannya.

2.2.4 Komunikasi Antarpribadi

Devito mendefinisikan komunikasi antarpribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan-pesan antara dua orang atau di antara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik seketika (Liliweri, 2015, hal. 26).

Littlejohn mengatakan bahwa definisi komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi secara tatap muka, terjadi lebih mendalam karena jarak fisik yang berdekatan, proses komunikasi terjadi secara *interdependently* atau masing-masing pihak bergantung pada petunjuk satu sama lain, mereka bertukar pesan melalui kode verbal dan non-verbal (Liliweri, 2015: 27).

Febrina mengartikan komunikasi interpersonal sebagai interaksi manusia yang dilakukan secara verbal maupun non-verbal dengan tujuan untuk berbagi informasi dan perasaan satu sama lain (Liliweri, 2015: 27).

Komunikasi antarpribadi adalah interaksi yang melibatkan dua individu atau lebih dengan tujuan membangun hubungan atau mencapai pemahaman bersama. Di Indonesia, komunikasi antarpribadi juga dipengaruhi oleh norma-norma budaya, seperti rasa hormat terhadap otoritas dan pentingnya menjaga keharmonisan sosial (Mulyana, D 2018).

Dengan Demikian Komunikasi antarpribadi adalah proses pertukaran informasi, ide, atau perasaan antara dua atau lebih individu yang terjadi secara langsung dan personal dengan penyampaian informasi secara tatap muka dan masing-masing berusaha untuk memberikan arti pada pesan-pesan simbolik.

2.2.4.1 Aspek Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi interpersonal diadik akan efektif jika melibatkan keterbukaan, empati, kesetaraan, sikap mendukung dan sikap positif (Devito, 2015). Komunikasi antarpribadi dapat berjalan dengan efektif dengan adanya lima aspek tersebut yaitu:

1. Keterbukaan

Keterbukaan mengacu pada keterbukaan dan kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang diberikan dan kepada orang yang mengajak untuk berinteraksi. Salah satu contoh dari aspek ini yaitu menilai pesan secara objektif dengan menggunakan data dan logika.

2. Empati

Empati adalah kemampuan yang dimiliki oleh orang yang mana untuk mengetahui hal yang sedang dialami oleh orang lain pada suatu saat tertentu. Berempati adalah turut merasakan sesuatu seperti yang mengalaminya. Orang yang berempati mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap orang lain.

3. Kesetaraan

Komunikasi antarpribadi berjalan efektif bilamana adanya kesetaraan, kesetaraan yang dimaksud adalah pengakuan secara diam-diam bahwa keduanya sama-sama bernilai dan berharga, kedua belah pihak memiliki sesuatu yang bernilai untuk disumbangkan.

4. Dukungan

Dukungan adalah sikap yang dimiliki seseorang untuk menunjukkan perasaan mendukung dalam sesuatu hal. Sikap mendukung pun dapat dilihat dari 3 hal yakni, deskriptif bukan evaluatif, spontanitas, dan provosionalisme. Apabila ketiga hal tersebut dapat dilakukan, maka orang tersebut dapat di dorong atau didukung.

5. Sikap Positif

Komunikasi antarpribadi terbina jika orang tersebut memiliki sikap positif terhadap mereka sendiri dan perasaan positif untuk situasi komunikasi yang pada umumnya sangat penting untuk interaksi yang efektif. Sikap positif dalam komunikasi antarpribadi dapat dikomunikasikan melalui sikap dan dorongan.

2.2.4.2 Faktor-faktor Menyebabkan Komunikasi Antarpribadi

Menurut Devito (2015) Faktor-faktor yang menyebabkan komunikasi antarpribadi antara lain, yaitu:

1. Faktor Bahasa

Adanya kesamaan bahasa yang digunakan semakin mudah membentuk saling pengertian atau mutual of understanding. Gangguan komunikasi yang disebabkan kesulitan bahasa sering disebut gangguan semantik (semantic noise).

2. Faktor Fisik

Komunikasi antarpribadi akan berjalan baik bilamana komunikator dan komunikan dalam kondisi sehat. Apabila gerak tubuh seperti, gerak mata, gerak badan dan anggota tubuh lainnya dalam keadaan tidak sehat cenderung membuat lawan bicara merasa tidak nyaman. Komunikasi pun berjalan tidak lepas.

3. Faktor Psikis

Komunikasi antarpribadi akan berjalan baik bilamana pada komunikator dan komunikan memiliki gairah yang positif. Misalnya tidak ada praduga, kebencian, dendam, ataupun predisposisi negatif (misalnya menyimpulkan lawan bicara yang bersumber dari keyakinannya pada mitos, stereotipe).

4. Faktor Lingkungan

Komunikasi antarpribadi akan berjalan baik bilamana lingkungan tempat berkomunikasi dalam suasana yang nyaman. Misalnya, tidak ada gangguan dari suara-suara lain yang akan menghambat komunikasi tersebut.

2.5 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran adalah suatu susunan atau rangkaian pemikiran yang logis dan sistematis yang digunakan untuk merumuskan masalah penelitian, merumuskan hipotesis, dan sebagai pedoman dalam analisis data. Kerangka pemikiran ini diambil dari teori-teori yang relevan atau dari hasil pemikiran peneliti berdasarkan fenomena yang diamati, sehingga memungkinkan peneliti untuk memahami hubungan antar variabel penelitian (Sugiyono 2017).

Kerangka pemikiran berperan penting dalam membantu peneliti untuk merumuskan masalah penelitian, menyusun hipotesis, menjadi panduan untuk peneliti dalam mengintegrasikan gagasan, teori, atau asumsi yang menjadi dasar suatu penelitian, analisis, atau pemikiran peneliti tersebut. Kerangka pemikiran membantu mengidentifikasi hubungan antara berbagai variabel, teori, atau konsep yang relevan dengan topik yang sedang dibahas.

2.5.1 Kerangka Teoritis

Ajzen (dalam Frisnawati, 2012) mengemukakan bahwa aspek intensitas penggunaan media sosial adalah sebagai berikut:

1. **Frekuensi**, yaitu kekerapan dalam penggunaan media sosial, dalam hal ini meliputi kekerapan dalam menggunakan media sosial, dan waktu dalam menggunakannya.
2. **Durasi**, yaitu rentang waktu dalam penggunaan media sosial dalam sehari termasuk rentang waktu dalam kepemilikan akun media social.

3. **Fitur**, yaitu istilah teknologi yang berkaitan dengan ciri khas dari suatu aplikasi yaitu berkaitan dengan ketertarikan terhadap fitur-fitur di media sosial dan jenisnya
4. **Isi**, yaitu konten atau informasi yang ada pada media sosial dalam hal yaitu informasi yang diakses dan informasi yang diberikannya.

Komunikasi interpersonal diadik akan efektif jika melibatkan keterbukaan, empati, kesetaraan, sikap mendukung dan sikap positif (Devito, 2015). Komunikasi antarpribadi dapat berjalan dengan efektif dengan adanya lima indikator yaitu:

1. Keterbukaan

Keterbukaan mengacu pada keterbukaan dan kesediaan komunikator untuk bereaksi secara jujur terhadap stimulus yang diberikan dan kepada orang yang mengajak untuk berinteraksi. Salah satu contoh dari aspek ini yaitu menilai pesan secara objektif dengan menggunakan data dan logika.

2. Empati

Empati adalah kemampuan yang dimiliki oleh orang yang mana untuk mengetahui hal yang sedang dialami oleh orang lain pada suatu saat tertentu. Berempati adalah turut merasakan sesuatu seperti yang mengalaminya. Orang yang berempati mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap orang lain.

3. Kesetaraan

Komunikasi antarpribadi berjalan efektif bilamana adanya kesetaraan, kesetaraan yang dimaksud adalah pengakuan secara diam-diam bahwa

keduanya sama-sama bernilai dan berharga, kedua belah pihak memiliki sesuatu yang bernilai untuk disumbangkan.

4. Dukungan

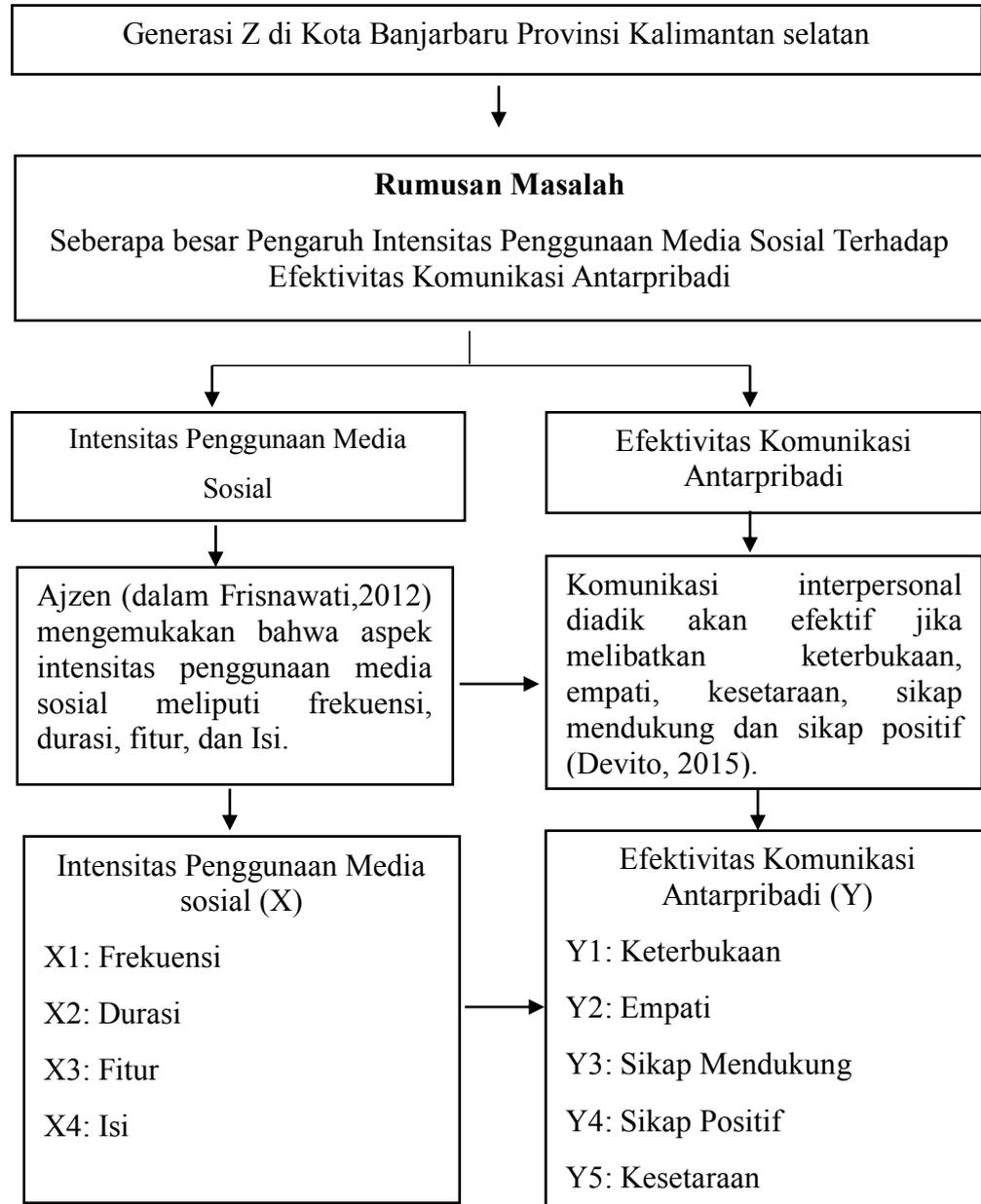
Dukungan adalah sikap yang dimiliki seseorang untuk menunjukkan perasaan mendukung dalam sesuatu hal. Sikap mendukung pun dapat dilihat dari 3 hal yakni, deskriptif bukan evaluatif, spontanitas, dan provosionalisme. Apabila ketiga hal tersebut dapat dilakukan, maka orang tersebut dapat di dorong atau di dukung.

5. Sikap Positif

Komunikasi antarpribadi terbina jika orang tersebut memiliki sikap positif terhadap mereka sendiri dan perasaan positif untuk situasi komunikasi yang pada umumnya sangat penting untuk interaksi yang efektif. Sikap positif dalam komunikasi antarpribadi dapat dikomunikasikan melalui sikap dan dorongan.

2.5.2 Alur Kerangka Pemikiran

Gambar 2. 1
Alur Pikir Peneliti



2.6 Hipotesis

2.6.1 Hipotesis Induk

1. H_1 : Terdapat Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Komunikasi Antarpribadi Generasi Z di Kota banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan.

H_0 : Tidak Terdapat Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Terhadap Efektivitas Komunikasi Antarpribadi Generasi Z di Kota banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan.

2.6.2 Hipotesis Pendukung

1. H_{01} : Tidak ada Pengaruh **Frekuensi** Penggunaan Media Sosial Terhadap Komunikasi Antarpribadi Generasi Z di Kota Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan

H_{a1} : Ada Pengaruh **Frekuensi** Penggunaan Media Sosial Terhadap Komunikasi Antarpribadi Generasi Z di Kota Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan.

2. H_{02} : Tidak Ada Pengaruh **Durasi** Penggunaan Media Sosial Terhadap Komunikasi Antarpribadi Generasi Z di Kota Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan

H_{a2} : Ada Pengaruh **Durasi** Penggunaan Media Sosial Terhadap Komunikasi Antarpribadi Generasi Z di Kota Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan

3. Ho₃ : Tidak ada Pengaruh **Fitur** Penggunaan Media Sosial Terhadap Komunikasi Antarpribadi Generasi Z di Kota Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan ?

Ha₃ : Ada Pengaruh **Fitur** Penggunaan Media Sosial Terhadap Komunikasi Antarpribadi Generasi Z di Kota Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan ?

4. Ho₄ : Tidak ada pengaruh **Isi** komunikasi terhadap Penggunaan Media Sosial Terhadap Komunikasi Antarpribadi Generasi Z di Kota Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan.

Ha₄ : Ada pengaruh **Isi** komunikasi terhadap Penggunaan Media Sosial Terhadap Komunikasi Antarpribadi Generasi Z di Kota Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan..

5. Ho₅ : Tidak ada Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap **Keterbukaan** Generasi Z di Kota Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan

Ha₅ : Ada Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap **Keterbukaan** Generasi Z di Kota banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan.

6. Ho₆ : Tidak Ada Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap **Empati** Generasi Z di Kota Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan.

Ha₆ : Ada Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap **Empati** Generasi Z di Kota Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan.

7. H_{07} : Tidak Ada Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap **Sikap Mendukung** Generasi Z di Kota Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan
 H_{a7} : Ada Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap **Sikap Mendukung** Generasi Z di Kota banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan.
8. H_{08} : Tidak ada Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap **Sikap Positif** Generasi Z di Kota Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan
 H_{a8} : Ada Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap **Sikap Positif** Generasi Z di Kota Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan.
9. H_{09} : Tidak Ada Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap **Kesetaraan** Generasi Z di Kota Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selatan
 H_{a9} : Ada Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap **Kesetaraan** Generasi Z di Kota Banjarbaru Provinsi Kalimantan Selat