

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Terdahulu

Pada tinjauan Pustaka peneliti mengawalinya dengan menelaah beberapa penelitian terdahulu yang berkaitan dan relevan dengan penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Sehingga peneliti mendapatkan rujukan pendukung, pelengkap, pembanding dan memberi gambaran awal mengenai kajian terkait permasalahan. Dalam penelitian ini. Berikut peneliti telah temukan beberapa hasil penelitian terdahulu tentang Pengaruh Digital Communication dan Kepuasan interaksi inter personalnya.

Tabel 2. 1
Penelitian Terdahulu

Uraian			
Universitas	Universitas Islam Negeri Maulana Malik Ibrahim Malang	Universitas Komputer Indonesia	Universitas Islam Negeri Syarif Hidayatullah Jakarta
Judul Penelitian	Emoji Untuk Meningkatkan Efektivitas Komunikasi Whatsapp	Efektivitas Komunikasi Interpersonal Melalui Media Facebook Terhadap Kepuasan Interaksi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia	Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Interaksi Sosial (Studi Kasus Pada Remaja Usia 16-19 Tahun Di Wilayah Kelurahan Karang Timur Kecamatan Karang Tengah Kota Tangerang)
Tahun Penelitian	2019	2010	2020
Metode Penelitian	Metode penelitian yang digunakan ialah metode eksperimen	Metode penelitian yang digunakan adalah "Metode Survey"..	Pendekatan Kuantitatif Dengan Metode Surve

Uraian			
Tujuan Penelitian	Untuk mengetahui efek penggunaan emoji pada komunikasi teks whatsapp terhadap efektivitas komunikasi.	Untuk mengetahui Sejauhmana efektifitas komunikasi interpersonal melalui media facebook terhadap kepuasan interaksi mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Komputer Indonesia Bandung	Untuk Mengetahui Seberapa Besar Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Interaksi Sosial Anak Dalam Kehidupan Sehari-hari Di Lingkungan Nya, Baik Di Lingkungan Keluarga, Teman, Ataupun Lingkungan Masyarakat Sekitar
Hasil Penelitian	Tingkat efektivitas komunikasi individu yang mengobrol tanpa emoji adalah rendah, hal ini dikarenakan kurangnya ekspresi-ekspresi nonverbal dalam pesan teks.	Setiap indikator yang diuji menunjukan korelasi yang rendah antara variabel X & variabel Y, dimana menunjukan kurangnya tingkat kepuasan interaksi mahasiswa	Penelitian Ini Menyatakan Adanya Hubungan Media Sosial Instagram Terhadap Interaksi Sosial Anak
Perbedaan Penelitian Dengan Penelitian Terdahulu	Perbedaan penelitian ini terdapat pada objek dan subjek dimana pada penelitian ini lebih mencari tahu efektivitas bukan pengaruh seperti apa yang penulis teliti.	Perbedaan terdapat pada variabel dan objek yang diteliti, dimana peneliti mengukur tingkat ke efektifitasan dari kepuasan interaksi lewat media komunikasi facebook	Perbedaan terdapat pada subjek dan objek penelitian yang di gunakan, dimana pada penelitian ini lebih mencari pada sisi aplikasi yang mempengaruhi interaksi sosial remaja.

Sumber : Peneliti 2021

2.1.2 Tinjauan Tentang Ilmu Komunikasi

Dalam penjelasan umum bahwa komunikasi atau *communication* dalam bahasa Inggris berasal dari kata latin *communis* yang berarti “sama”, *communico*, *communicatio*, yang berarti membuat sama (*to make common*). Komunikasi mengusulkan bahwa suatu pikiran, suatu arti ataupun suatu pesan harus dianut secara sama, jadi secara garis besarnya, dalam suatu proses komunikasi haruslah ada unsur- unsur kesamaan arti supaya terjalin suatu pertukaran pikiran ataupun

penafsiran. Pada hakikatnya komunikasi merupakan “statment antar manusia”, dimana terdapat proses interaksi antara 2 orang ataupun lebih untuk tujuan tertentu.

Menurut Berger dan Chaffe (1983:17) mengatakan dalam bukunya bahwa, :

“Ilmu Komunikasi adalah: “ *Communication science seeks to understand the production, processing and effect of symbol and signal system by developing testable theories containing lawful generalization, that explain phenomena associated with production, processing, and effect*”.

Penjelasan diatas menjelaskan bahwa (Ilmu Komunikasi itu mencari untuk memahami mengenai produksi, pemrosesan dan efek dari simbol serta sistem signal dengan guna menjelaskan fenomena yang terhubung dengan produksi, pemrosesan, dan efeknya.(Wiryanto, 2008:3)

Dalam penelitian ini, interaksi memegang peranan penting bagi manusia, dimana Virtual communication merupakan interaksi yang dilakukan secara bertahap untuk dapat mencapai tujuan komunikasi itu sendiri. Komunikasi yang baik merupakan komunikasi yang efektif.

Ada perbedaan pada cara berinteraksi melalui digital dan non digital. Perbedaan terdapat pada bagaimana interaksi itu dilakukan, jelas bahwa virtual communication dilakukan lewat media perantara yaitu digital itu sendiri atau teknologi yang menjembatani manusia untuk berinteraksi satu sama lain tanpa dibatasi oleh jarak, berbeda dengan interaksi tatap muka atau non digital yaitu kebalikan dari virtual communication ini dilakukan tanpa adanya media perantara.

Komunikasi yang dilakukannya haruslah menggunakan kata-kata yang mewakili dari dibangunnya interaksi itu sendiri. Komunikasi tidak akan berhasil

jika pengirim pesan (*komunikator*) berinteraksi dengan bahasa yang kurang efektif digunakan sebagai contoh adalah Ketika seseorang mencoba berkomunikasi menggunakan Bahasa serapan yang umumnya dilakukan pada kalangan anak muda dan dewasa digunakan untuk berinteraksi dalam lingkup formal, ketika interaksi lewat video call terbatas sinyal, tidak memahami arti pesan yang dikirimkan.

Agar pesan yang disampaikan bisa konsisten dan berkesinambungan, seorang mahasiswa haruslah memahami dampak dan manfaat dari penggunaan virtual communication itu sendiri. Disamping itu perlu adanya pemahaman yang sama baik dari pengirim pesan (*komunikator*) maupun penerima pesan (*Komunikan*) dalam penggunaan virtual communication.

2.1.2.1 Faktor yang mempengaruhi komunikasi

Bienvenu (1971;383) mengungkapkan bahwa untuk menjadi seorang komunikator yang efektif maka harus didasarkan pada lima komponen interpersonal yaitu

- a) *Self-Concept*, adalah salah satu faktor paling penting yang mempengaruhi komunikasi seseorang dengan orang lain
- b) kemampuan mendengar. Agar komunikasi efektif seseorang harus memiliki kemampuan mendengarkan yang baik.
- c) Kemampuan berekspresi, kemampuan untuk mengekspresikan ide dan pemikiran secara jelas dan gamblang baik secara *verbal* maupun *nonverbal*.
- d) Kemampuan menangani emosi, mampu mengendalikan emosinya terutama emosi marah saat berkomunikasi untuk komunikasi yang berhasil.

- e) *Self-Disclosure*, kemampuan membuka diri sendiri dengan bebas dan percara.

Sedangkan faktor-faktor yang mempengaruhi efektivitas komunikasi menurut Hybels & Weaver II (207;30) ada dua yaitu konsep diri dan persepsi seperti berikut,

- a) Konsep diri

Konsep diri seorang hendak jadi batas- batas sikap orang tersebut. kala seorang berpikir jika dirinya merupakan seorang dengan keyakinan diri rendah sehingga perilakunya hanya seputar perilaku- perilaku yang tidak memerlukan kepercayaan diri.

- b) Persepsi

Anggapan seorang hendak mempengaruhi cara dia berinteraksi dengan orang lain dan mempengaruhi reaksi seseorang terhadap informasi-informasi disekitarnya. Disaat seorang mempersepsi lawan bicaranya sebagai orang yang pemaarah maka dia hendak berjaga- jaga dalam memilah kata sehingga tidak membuat lawan bicaranya marah.

2.1.2.2 Unsur-Unsur Komunikasi

Untuk Menciptakan komunikasi yang efektif kita perlu memahami sebuah proses dari komunikasi itu, diperlukannya unsur-unsur yang paling mendasar sebagai persyaratan terjadinya komunikasi.

Terdapat tiga unsur yang paling mutlak yang harus dipenuhi dalam proses komunikasi, yaitu: (Nurjaman & Umam, 2012:36-38)

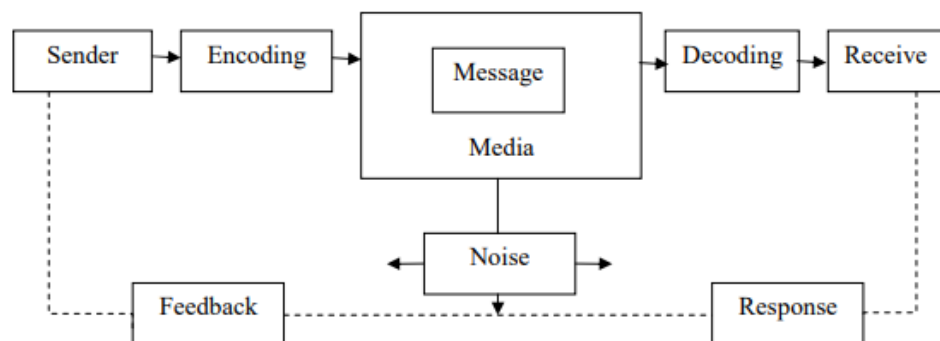
1. **Komunikator:** orang yang memberikan sebuah informasi atau pesan kepada komunikan yang dapat berupa individu maupun kelompok.
2. **Komunikan:** ialah orang yang menerima informasi atau pesan dari komunikator.
3. **Saluran/ media:** jalan yang dilalui atau digunakan untuk mengirimkan pesan dari isi pernyataan komunikator kepada komunikan.

Nurjaman dan Uman berpendapat bahwa setiap unsur dari komunikasi tersebut memiliki hubungan berketergantungan satu dengan yang lainnya sangat erat dan dapat menentukan keberhasilan dari sebuah komunikasi. Selain ketiga unsur tersebut, seperti yang sudah dibahas di bab sebelumnya mengenai proses komunikasi, terdapat enam unsur-unsur komunikasi lainnya selain yang telah disebutkan Nurjaman dan Uman. Dalam totalnya, terdapat sembilan unsur yang menjadi faktor-faktor kunci, yaitu: (Effendy, 2011:18)

1. *Sender:* atau disebut komunikator adalah unsur yang menyampaikan pesan kepada seseorang atau sejumlah orang.
2. *Encoding:* atau disebut dengan penyandian adalah sebuah proses pengalihan pikiran ke dalam bentuk lambang.
3. *Message:* atau disebut pesan adalah seperangkat lambang yang mempunyai makna yang disampaikan oleh komunikator.
4. *Media:* adalah sebuah saluran komunikasi tempat berjalannya pesan dari komunikator kepada komunikan.
5. *Decoding:* adalah proses saat komunikator menyampaikan makna pada lambang yang ditetapkan komunikan.

6. *Receiver*: ialah komunikan yang menerima pesan dari komunikator.
7. *Response*: merupakan sebuah tanggapan atau reaksi dari komunikan setelah menerima pesan.
8. *Feedback*: merupakan sebuah umpan balik yang diterima komunikator dari komunikan.
9. *Noise*: adalah gangguan yang tidak direncanakan namun terjadi selama proses komunikasi dan menyebabkan komunikan menerima pesan yang berbeda dari komunikator.

Gambar 2. 1
Proses Komunikasi



Sumber : Effendy (2011:18)

2.1.2.3 Proses Komunikasi

A. Proses Komunikasi Primer

kita perlu memenuhi suatu proses komunikasi yang memungkinkannya membawa pada tingkat keefektifan dalam berinteraksi. Dengan adanya proses komunikasi, mengartikan adanya suatu alat untuk mengukur dan digunakan dalam prakteknya sebagai cara dalam pengungkapan komunikasi tersebut. Menurut Onong Uchjana Effendy dalam buku “Ilmu Komunikasi, Teori dan Praktek”, Proses

komunikasi terbagi menjadi dua tahap yakni proses komunikasi secara primer dan secara sekunder, yakni:

“Proses komunikasi secara primer adalah proses penyampaian pikiran dan atau perasaan seseorang kepada orang lain dengan menggunakan lambang (*symbol*) sebagai media. Lambang sebagai media primer dalam proses komunikasi adalah bahasa, kial, isyarat, gambar, warna, dan lain sebagainya yang secara langsung mampu “menerjemahkan” pikiran atau perasaan komunikator kepada komunikan.” (Effendy, 2003: 11).

Onong Uchjana Effendy mengatakan bahwa, “Bahasa digambarkan paling banyak dipergunakan dalam proses komunikasi karena dengan jelas bahwa bahasa mampu menerjemahkan pikiran seseorang untuk dapat dimengerti dan dipahami oleh orang lain secara terbuka.” (Effendy, 2003: 11). Penyampaian bahasa tersebut dalam bentuk suatu ide, informasi atau opini yang menjelaskan hal yang kongkret maupun untuk hal yang masih abstrak keadaannya, tidak hanya mengenai peristiwa atau berbagai hal yang sedang terjadi tetapi tanpa batasan waktu dalam dalam bahasan yang dilakukan.

Kial (*gesture*) merupakan terjemahan dari pikiran seseorang sehingga dapat mengeekspresikan secara nyata dalam bentuk fisik yang mampu terlihat, tetapi *gesture* ini hanya dapat mengkomunikasikan hal-hal tertentu secara terbatas. Isyarat merupakan cara pengkomunikasian yang menggunakan alat “kedua” selain bahasa yang biasa digunakan dalam istilah komunikasi ini dinamakan *non-verbal communication*.

Gambar sebagai lambang yang lebih banyak porsinya digunakan dalam komunikasi memang melebihi kial, isyarat, dan warna dalam hal kemampuan menerjemahkan pikiran seseorang, tetapi tetap tidak dapat melebihi kemampuan bahasa dalam pengkomunikasian yang terbuka dan transparan. Penggunaan bahasa

sebagai “penerjemah” pikiran dapat didukung dengan menggunakan gambar sebagai alat bantu pemahaman, tetapi posisinya hanya sebagai pelengkap bahasa untuk lebih mempertegas maksud dan tujuannya.

Media primer atau lambang yang paling banyak digunakan dalam komunikasi adalah bahasa, namun tidak semua orang mampu mengutarakan apa yang dipikirkan dan dirasakan yang sesungguhnya melalui kata-kata yang tepat dan lengkap. Hal ini juga diperumit dengan adanya makna ganda yang terdapat dalam kata-kata atau sebuah ambiguitas dalam komunikasi yang digunakan, dan memungkinkan kesalahan makna yang diterjemahkan dan diterima. Oleh karena itu bahasa isyarat, kial, simbol, gambar, dan lain-lain dapat memperkuat kejelasan makna.

B. Proses Komunikasi Sekunder

Setelah satu proses diatas yaitu komunikasi primer dijelaskan, maka proses komunikasi kedua adalah proses komunikasi sekunder. Sebagaimana yang telah jelaskan oleh Onong Uchjana Effendy bahwa, “Proses komunikasi secara sekunder adalah proses penyampaian pesan oleh seseorang kepada orang lain dengan menggunakan alat atau sarana sebagai media kedua setelah memakai lambang sebagai media pertama.” (Effendy, 2003: 16).

Seorang komunikator menggunakan media kedua dalam melakukan suatu interaksinya karena komunikan sebagai sasarannya berada ditempat yang relatif jauh atau memiliki jumlah yang banyak. Surat, telepon, teleks, surat kabar, majalah, radio, televisi, film, internet, dan lain-lain adalah sebuah media kedua yang sering digunakan kita dalam berinteraksi. Media kedua ini memudahkan proses

komunikasi yang disampaikan dengan meminimalisir berbagai keterbatasan manusia mengenai jarak, ruang, dan waktu.

Menurut Onong Uchjana Effendy, “Pentingnya peran media, yakni media sekunder dalam proses komunikasi disebabkan oleh efisiensi dalam mencapai komunikan.” (Effendy, 2003: 17). Surat kabar, radio, atau televisi misalnya, merupakan media yang efisien dalam mencapai komunikan dalam jumlah yang amat banyak. Keefektifan dan efisiensi komunikasi bermedia hanya dalam menyebarkan pesan-pesan yang bersifat informatif.

Menurut para ahli komunikasi yang efektif dalam menyampaikan pesan persuasif adalah komunikasi tatap muka karena kekayaan dari proses pertukaran pesan dari komunikan kepada komunikator yang mampu diterima dan diterjemahkan tidak mengalami hambatan dari media yang digunakan dan dalam proses komunikasinya pun umpan balik berlangsung seketika, dalam artian komunikator mengetahui tanggapan atau reaksi komunikan pada saat komunikasi itu terjadi.

Ini berlainan dengan komunikasi bermedia, dimana hambatan mampu terjadi akibat dari penggunaan media itu sendiri dalam melakukan proses komunikasi seperti contoh ketidak stabilan signal, keterbatasan rasio gambar atau ukuran gambar yang mampu ditangkap camera dan layar teknologi informasi, kualitas suara yang dihasilkan, kualitas gambar yang mampu tersedia saat berinteraksi. Yang dimana ini akan memberi dampak pada umpan balik yang memerlukan waktu untuk menanggapi.

Komunikasi sekunder ini merupakan sambungan dari komunikasi primer untuk menembus ruang dan waktu. Dalam menata lambang-lambang untuk memformulasikan isi pesan komunikasi, seorang komunikator harus mampu mempertimbangkan sifat dari media yang akan digunakan. Penentuan media yang akan dipergunakan itu adalah sebagai hasil pilihan dari sekian banyak alternatif yang telah dipilih dan perlu didasari atas pertimbangan mengenai siapa komunikan yang akan dituju. Komunikan media surat, poster atau papan pengumuman akan berbeda dengan komunikan surat kabar, radio, televisi, atau film.

Setiap media memiliki ciri atau sifatnya masing-masing yang dimana hanya efektif dan efisien untuk dipergunakan bagi penyampaian suatu pesan tertentu. Onong Uchjana Effendy mengatakan bahwa, “Proses komunikasi sekunder itu menggunakan media yang dapat diklasifikasikan sebagai media massa (*massmedia*) dan media nirmassa atau nonmassa (*nonmass media*).” (Effendy, 2003: 18).

2.1.2.4 Fungsi Komunikasi

Selain proses, Menurut Riswandi Dalam Rismawati, Desayu Eka Surya, Sangra Juliano P. buku yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi : *Welcome To The World Of Communication* menjelaskan bahwa komunikasi mngemiliki fungsinya tersendiri diantaranya :

1. Fungsi dari komunikasi sosial, fungsi sosial itu sendiri terdapat beberapa point dan sub-point diantaranya :
 - a. Membangun konsep diri : Pandangan tentang siapa diri kita yang diperoleh dari informasi yang diberikan orang lain kepada kita

- b. Eksistensi dan aktualisasi diri : Orang berkomunikasi menunjukkan bahwa dirinya eksis. Ketika kita berbicara atau berkomunikasi dengan orang lain, baik verbal maupun *non-verbal*, ini menunjukkan bahwa diri kita eksis atau ada.
- c. Kelangsungan hidup, memupuk hubungan, dan mencapai kebahagiaan : kebutuhan akan hubungan sosial yang ramah, dan ini hanya bisa dicapai dengan membina hubungan sosial yang baik dengan orang lain

2. Fungsi Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif tidak otomatis bertujuan mempengaruhi orang lain, namun dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen-instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan kita. Perasaan tersebut harus dikomunikasikan melalui pesan-pesan non-verbal. Misalnya perasaan sayang, benci, marah, takut, sedih, atau simpati, dapat dikomunikasikan melalui perilaku non-verbal

3. Fungsi Komunikasi Instrumental

Fungsi dari komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu :

- a. Menginformasikan
- b. Mengajar
- c. Mendorong
- d. Mengubah sikap, keyakinan, dan perilaku
- e. Menggerakkan tindakan

f. Menghibur

Apabila diringkas maka semua tujuan diatas dapat dikelompokkan membujuk atau bersifat persuasif. (Riswandi, 2009:13)

2.1.2.5 Tujuan Komunikasi

Dalam berkomunikasi, komunikator pasti memiliki suatu tujuan tertentu. Tujuan dari komunikasi dibagi menjadi empat yaitu : (Effendy, 2003:55)

1. Mengubah sikap (*to change the attitude*)
2. Mengubah opini/pendapat (*to change the opinion*)
3. Mengubah perilaku (*to change the behavior*)
4. Mengubah masyarakat (*to change the society*)

2.1.3 Tinjauan Tentang Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal menurut Littlejohn dalam *Theories of Human Communication* mendefinisikan komunikasi antarpribadi (*Interpersonal communication*) adalah komunikasi antara individu-individu. Pengertian lainnya menjelaskan bahwa Komunikasi antarpribadi adalah komunikasi yang berlangsung dalam situasi tatap muka antara dua orang atau lebih, baik secara terorganisasi maupun pada kerumunan orang (Wiryanto,2004).

Ada proses-proses yang menunjang terjalannya sebuah komunikasi interpersonal, Dikemukakan oleh Suwanto pada bukunya Komunikasi Interpersonal bahwa proses komunikasi interpersonal memiliki 6 langkah, yaitu :

1. Keinginan berkomunikasi. Seseorang komunikator mempunyai keinginan untuk berbagai gagasan dengan orang lain.

2. *Encoding* oleh komunikator. *Encoding* merupakan tindakan tindakan memformulasikan isi pikiran atau gagasan kedalam simbol-simbol, kata-kata, dan sebagainya sehingga komunikator merasa yakin dengan pesan yang disusun dan cara penyampaiannya.
3. Pengiriman pesan. Untuk mengirim pesan kepada orang yang dikehendaki komunikator memilih saluran komunikasi seperti telepon, *e-mail*, surat, ataupun secara tatap muka. Pilihan untuk saluran yang akan digunakan tersebut bergantung pada karakteristik pesan, lokasi penerima, media yang tersedia, kebutuhan tentang kecepatan penyampaian pesan, karakteristik komunikasi.
4. Penerimaan pesan. Pesan yang dikirim oleh komunikatir telah diterima oleh komunikan
5. *Decoding* oleh komunikan. *Decoding* merupakan kegiatan internal dalam diri penerima. Melalui indera penerima penerima mendapatkan macam-macam daya dalam bentuk "mentah", berupa kata-kata dan simbol-simbol yang harus diubah ke dalam pengalaman-pengalaman yang mengandung makna.
6. Umpan balik. Setelah menerima pesan dan memahaminya, komunikan memberikan respon atau umpan balik. Dengan umpan balik komunikator dapat mengevaluasi efektivitas komunikasi. Umpan balik ini biasanya merupakan awal dari dimulainya siklus proses komunikasi yang baru, sehingga proses komunikasipun akan berlangsung secara berkelanjutan.

2.1.3.1 Tujuan Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal mungkin mempunyai beberapa tujuan. Di sini akan dipaparkan 6 tujuan, antara lain (Muhammad, 2004, p. 165-168) :

1. Menemukan Diri Sendiri

Komunikasi interpersonal memberikan kesempatan kepada kita untuk berbicara tentang apa yang kita sukai, atau mengenai diri kita. Adalah sangat menarik dan mengasyikkan bila berdiskusi mengenai perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita sendiri. Dengan membicarakan diri kita dengan orang lain, kita memberikan sumber balikan yang luar biasa pada perasaan, pikiran, dan tingkah laku kita.

2. Menemukan Dunia Luar

Hanya komunikasi interpersonal menjadikan kita dapat memahami lebih banyak tentang diri kita dan orang lain yang berkomunikasi dengan kita. Banyak informasi yang kita ketahui datang dari komunikasi interpersonal, meskipun banyak jumlah informasi yang datang kepada kita dari media massa hal itu seringkali didiskusikan dan akhirnya dipelajari atau dialami melalui interaksi interpersonal.

3. Membentuk Dan Menjaga Hubungan Yang Penuh Arti

Salah satu keinginan orang yang paling besar adalah membentuk dan memelihara hubungan dengan orang lain. Banyak dari waktu kita menggunakan dalam komunikasi interpersonal diabdikan untuk membentuk dan menjaga hubungan sosial dengan orang lain.

4. Berubah Sikap Dan Tingkah Laku

Banyak waktu kita pergunakan untuk mengubah sikap dan tingkah laku orang lain dengan pertemuan interpersonal. Kita boleh menginginkan mereka memilih cara tertentu, misalnya mencoba diet yang baru, membeli barang tertentu, melihat film, menulis membaca buku, memasuki bidang tertentu dan percaya bahwa sesuatu itu benar atau salah. Kita banyak menggunakan waktu waktu terlibat dalam posisi interpersonal.

5. Untuk Bermain Dan Kesenangan

Bermain mencakup semua aktivitas yang mempunyai tujuan utama adalah mencari kesenangan. Berbicara dengan teman mengenai aktivitas kita pada waktu akhir pekan, berdiskusi mengenai olahraga, menceritakan cerita dan cerita lucu pada umumnya hal itu adalah merupakan pembicaraan yang untuk menghabiskan waktu. Dengan melakukan komunikasi interpersonal semacam itu dapat memberikan keseimbangan yang penting dalam pikiran yang memerlukan rileks dari semua keseriusan di lingkungan kita.

6. Untuk Membantu

Ahli-ahli kejiwaan, ahli psikologi klinis dan terapi menggunakan komunikasi interpersonal dalam kegiatan profesional mereka untuk mengarahkan kliennya. Kita semua juga berfungsi membantu orang lain dalam interaksi interpersonal kita sehari-hari. Kita berkonsultasi dengan seorang teman yang putus cinta, berkonsultasi dengan mahasiswa tentang mata kuliah yang sebaiknya diambil dan lain sebagainya.

2.1.3.2 Ciri-Ciri Komunikasi Interpersonal

Ada lima aspek yang merupakan ciri-ciri dari komunikasi interpersonal (Sunarto, 2003), antara lain:

1. Komunikasi interpersonal biasanya terjadi secara spontan dan tanpa tujuan terlebih dahulu. Maksudnya, bahwa biasanya komunikasi interpersonal terjadi secara kebetulan tanpa rencana sehingga pembicaraan terjadi secara spontan.
2. Komunikasi interpersonal mempunyai akibat yang direncanakan maupun tidak terencana.
3. Komunikasi interpersonal biasanya berlangsung berbalasan. Salah satu ciri khas komunikasi interpersonal adalah adanya timbale balik bergantian dalam saling member maupun menerima informasi antara komunikator dan komunikan secara bergantian sehingga tercipta suasana dialogis.
4. Komunikasi interpersonal biasanya dalam suasana kedekatan atau cenderung menghendaki keakraban. Untuk mengarah kepada suasana kedekatan atau keakraban tentunya kedua belah pihak yaitu komunikator dan komunikan harus berani membuka hati, siap menerima keterusterangan pihak lain.
5. Komunikasi interpersonal dalam pelaksanaannya lebih menonjol dalam pendekatan psikologis daripada unsure sosiologisnya. Hal ini karena adanya unsur kedekatan atau keakraban yang terbatas pada dua atau dengan paling banyak tiga individu saja yang terlibat. Sehingga faktor-faktor yang

mempengaruhi kejiwaan seseorang lebih mudah terungkap dalam komunikasi tersebut.

2.1.3.3 Sifat-Sifat Komunikasi Intepersonal

Terdapat tujuh sifat yang menunjukkan bahwa komunikasi yang terjadi antara dua orang merupakan komunikasi antarpersona yang mendukung konteks interaksional di dalamnya. Hal ini terangkum dalam pendapat Reardon (1987), Effendy (1986) serta Porter dan Samovar (1982), yang kemudian dikutip oleh Lilliweri. Sifat-sifat komunikasi antarpribadi tersebut adalah sebagai berikut:

A. Komunikasi Interpersonal, Perilaku Verbal dan Nonverbal

Yang dimaksud dengan proksemik atau bahasa jarak/ruang/waktu yaitu tanda-tanda nonverbal yang mewakili pesan tentang bagaimana komunikator dan komunikan menempatkan jarak fisik atau memelihara ruang gerak dalam komunikasi antar persona.

Menurut Cassagrande, lambang-lambang nonverbal bisa berbentuk kinesik atau pesan nonverbal melalui gerakan tubuh atau anggota tubuh tertentu. Terakhir gerakan tubuh yang disebut adaptor, yang menunjukkan gerakan-gerakan dari orang yang sudah anda kenal. Selain pesan nonverbal melalui proksemik dan kinesik maka ada pula pesan nonverbal melalui paralinguistik yang berfungsi menunjukkan suatu suasana kebathinan melalui suara dan waktu anda melukiskan peristiwa kejahatan, tangisan pedagang asongan, dan lain-lain.

B. Komunikasi Interpersonal, Perilaku Spontan, Scripted, dan Contrived

a. Bentuk Perilaku Spontan

Dalam komunikasi antarpribadi perilaku ini dilakukan secara tiba-tiba, serta merta untuk menjawab suatu rangsangan dari luar.

b. Bentuk Perilaku Scripted

Terkadang kita kurang menyadari bahwa sebagian reaksi emosi manusia terhadap pesan tertentu dilakukan melalui proses belajar sehingga perilaku itu menjadi rutin, kita menyebutnya perilaku karena kebiasaan.

c. Bentuk Perilaku Contrived

Perilaku contrived merupakan perilaku yang sebagian besar dilakukan atas pertimbangan kognitif. Perilaku itu timbul karena manusia yakin dan percaya atas apa yang dia lakukan tersebut benar-benar masuk akal. Semua perilaku, ucapan kata-kata verbal dan gerakan-gerakan dan keyakinan si pelaku.

C. Komunikasi Interpersonal, Proses Dinamis

Komunikasi antarpribadi merupakan suatu proses yang berkembang. Konsep tersebut menunjukkan bahwa komunikasi antarpribadi tidak statis melainkan dinamis, demikian kata Miller dan Steinberg. Mereka menerangkan bahwa apabila ada dua orang yang baru pertama kali bertemu, maka kedua orang itu hanya mempunyai gambaran yang umum atau informasi dasar tentang diri mereka masing-masing.

D. Komunikasi Interpersonal – Umpan Balik, Interaksi dan Koherensi

a. Hasil Umpan Balik

Komunikasi antarpribadi dikatakan sukses apabila komunikator dan komunikan berpartisipasi melalui pengiriman pesan verbal maupun nonverbal. Setiap tindakan komunikasi termasuk komunikasi antar pribadi selalu ditandai umpan balik. Jika seseorang sedang berinteraksi, maka seorang komunikan akan berharap agar mendapatkan jawaban yang menggambarkan bahwa ia bisa mengetahui pikiran, perasaan dan bisa melaksanakan apa yang kita maksudkan. Jika harapan-harapan itu terpenuhi, maka komunikasi antarpribadi telah berhasil karena umpan balik yang diterima mampu untuk dimengerti oleh satu sama lain.

b. Hasil Interaksi

Komunikasi antarpribadi melibatkan beberapa tingkat interaksi antarpribadi. Umpan balik tidak mungkin ada jika tidak ada interaksi atau kegiatan dan tindakan yang menyertainya. Keberadaan interaksi menunjukkan bahwa komunikasi antarpribadi menghasilkan suatu umpan balik pada tingkat keterpengaruhan tertentu. Interaksi dalam komunikasi antarpribadi biasa mempertimbangkan apakah tujuan komunikasi yang dilakukan hanya mengharapkan perubahan pikiran dan pendapat atau minat dan perasaan, atau hanya mengharapkan perubahan pada tindakan tertentu.

c. Hasil Koherensi

Satu umpan balik berupa pesan verbal maupun nonverbal lebih bermakna kalau terjadi koherensi. Yang dimaksud koherensi

yaitu terciptanya benang merah atau jalinan antara pesan-pesan verbal maupun nonverbal yang telah dinyatakan, sedang dinyatakan dan akan dinyatakan oleh orang lain. Apabila anda dapat memahami alur dan urutan cara berpikir, perasaan maupun tindakan komunikasi orang lain maka anda mulai memperoleh hasil komunikasi antarpribadi yang bersifat koherensi. Hasil koherens itu demikian penting bagi anda untuk memahami dan mencegah kesalahpahaman terhadap orang itu.

E. Komunikasi Interpersonal, Tatanan Intrinsik dan Ekstrinsik

a. Tatanan Intrinsik

Yang dimaksud dengan tatanan “intrinsik” adalah suatu standarisasi perilaku yang sengaja dikembangkan untuk memandu pelaksanaan komunikasi antarpribadi. Tata aturan intrinsik biasa disepakati di antara peserta komunikasi antarpribadi. Ini berarti komunikator dan komunikan bisa memusyawarahkan apakah suatu tema pembicaraan dapat dihentikan atau diteruskan itulah tatanan intrinsik.

b. Tatanan Ekstrinsik

Yang dimaksud dengan tatanan ekstrinsik adalah tata aturan yang timbul akibat pengaruh pihak ketiga atau pengaruh situasi dan kondisi sehingga komunikasi antarpribadi harus diperbaiki.

F. Komunikasi Interpersonal, Merujuk pada Tindakan

Komunikasi antarpribadi harus disertai dengan tindakan-tindakan tertentu. Jadi komunikator dengan komunikan harus bersama-sama menciptakan kegiatan tertentu yang mengesankan bahwa mereka selalu berkomunikasi antarpribadi. Komunikasi antarpribadi tidak hanya memerlukan perhatian pada kedatangan stimulus pesan, namun lebih dari itu, seluruh proses komunikasi antarpribadi harus memperhatikan seluruh proses komunikasi itu. Maka benar, para ahli komunikasi mengajukan pandangan baru tentang hubungan antara komunikator dan komunikan, yaitu prinsip: anda berkomunikasi, berhubungan, berbicara dengan pihak lain “bukan” berkomunikasi, berhubungan, atau berbicara untuk pihak lain.

G. Komunikasi Interpersonal, Tindakan Persuasi Antarmanusia

Sunarjo (1983) mengutip berbagai sumber menyebutkan persuasi merupakan teknik untuk mempengaruhi manusia dengan memanfaatkan atau menggunakan data dan fakta psikologis maupun sosiologis dari komunikan yang hendak dipengaruhi. Demikian, persuasi bukan sekadar menampilkan bukti bahwa suatu pendapat sudah diterima komunikan, tetapi persuasi harus mampu menyatukan suasana sosiologis, psikologis antara komunikator dengan komunikan. Oleh karena itu peran komunikator dalam komunikasi antarpribadi senantiasa melibatkan usaha yang bersifat persuasif. (Lilliweri, 991: 28)

2.1.4 Tinjauan Komunikasi Kelompok

Komunikasi kelompok adalah “Suatu bidang studi, penelitian dan terapan yang tidak menitik perhatiannya pada proses kelompok secara umum, tetapi pada

tingkah laku individu dalam diskusi kelompok tatap muka yang kecil” (Mulyana, 2007:6).

Komunikasi kelompok adalah suatu studi tentang segala sesuatu yang terjadi pada saat individu-individu berinteraksi dalam kelompok kecil, dan bukan deskripsi mengenai bagaimana seharusnya komunikasi terjadi, serta bukan pula sejumlah nasehat tentang cara-cara bagaimana yang harus ditempuh. Karena kelak dapat berpengaruh terhadap proses perkembangan individu dalam kelompok.

Komunikasi kelompok berarti komunikasi yang berlangsung antara seorang komunikator dengan sekelompok orang yang jumlahnya lebih dari dua orang. Sekelompok orang yang menjadi komunikan itu bisa sedikit, bisa banyak. Apabila jumlah orang yang dalam kelompok itu sedikit yang berarti kelompok itu kecil, komunikasi yang berlangsung disebut komunikasi kelompok kecil (*small group communication*).

Jika jumlahnya banyak yang berarti kelompoknya besar dinamakan komunikasi kelompok besar (*large group communication*). Sehubungan dengan itu sering timbul pertanyaan, yang termasuk komunikasi kecil itu jumlah komunikannya berapa orang, demikian pula komunikasi kelompok besar.

Apakah 100 orang atau 200 orang itu termasuk kelompok kecil atau kelompok besar. Secara teoritis dalam ilmu komunikasi untuk membedakan komunikasi kelompok kecil dari komunikasi kelompok besar tidak didasarkan pada jumlah komunikan dalam hitungan secara matematik, melainkan pada kualitas proses komunikasi. Pengertian kelompok disitu tidak berdasarkan pengertian psikologis, melainkan pengertian komunikologis.

2.1.4.1 Ciri Komunikasi Kelompok Kecil

Komunikasi kelompok kecil adalah komunikasi yang ditujukan kepada kognisi komunikan dan prosesnya berlangsung secara dialogis. Dalam komunikasi kelompok kecil komunikator menunjukkan pesannya kepada pikiran komunikan, misalnya kuliah, ceramah, diskusi, seminar, rapat, dan lain-lain. Menurut Onong Uchjana Effendy menjelaskan sebagai berikut :

Dalam situasi komunikasi seperti itu logika berperan penting. Komunikan akan dapat menilai logis tidaknya uraian komunikator. Ciri yang kedua dari komunikasi kelompok kecil ialah bahwa prosesnya berlangsung secara dialogis, tidak linier melainkan sirkular. Umpan balik terjadi secara verbal (Effendy, 2003:45).

Komunikan dapat menanggapi uraian komunikator, bisa bertanya jika tidak mengerti, dapat menyanggah bila tidak setuju, dan lain sebagainya. Maka, umumnya komunikasi kelompok kecil bisa memberikan pandangan dan pendapat tentang argument dari komunikator secara langsung.

2.1.4.2 Ciri Komunikasi Kelompok Besar

Sebagai kebalikan dari komunikasi kelompok kecil, komunikasi kelompok besar adalah komunikasi yang ditujukan kepada afeksi komunikan, dan prosesnya berlangsung secara linier. Pesan yang disampaikan oleh komunikator dalam situasi komunikasi kelompok besar, ditujukan kepada afeksi komunikan, kepada hatinya atau kepada perasaannya. Contoh untuk komunikasi kelompok besar adalah misalnya rapat raksasa disebuah lapangan.

Komunikasi kelompok kecil umumnya bersifat homogen (antara lain sekelompok orang yang sama jenis kelaminnya, sama pendidikannya, sama status sosialnya), maka komunikasi pada komunikasi kelompok besar umumnya bersifat heterogen, mereka terdiri dari individu-individu yang beraneka ragam dalam jenis kelamin, usia, jenis pekerjaan, tingkat pendidikan, agama dan lain sebagainya. Proses komunikasi kelompok besar bersifat linier, satu arah dari titik yang satu ke titik yang lain, dari komunikator ke komunikan (Effendy, 2003:75-78).

Komunikasi yang linier dari komunikasi kelompok besar bisa mempengaruhi secara langsung karena membicarakan tentang keadaan objektif serta pesan yang disampaikan mempunyai perhatian dan menyentuh perasaan komunikan. Artinya, proses ini dijadikan proses mempengaruhi secara luas pada komunikan tanpa batasan dan tentunya pesan yang disampaikan dari komunikator lebih otoriter.

2.1.4 Tinjauan Tentang Kepuasan

Handy Irawan menjelaskan mengenai faktor-faktor yang dapat mendorong terciptanya kepuasan pengguna barang atau pun jasa, yaitu “kualitas produk, harga, kualitas pelayanan, citra produk, dan kemudahan memperoleh produk.” (Irawan, 2002: 38).

1. Kualitas Produk

Pelanggan merasa puas kalau setelah membeli dan menggunakan produk tersebut dan ternyata memiliki kualitas produk yang baik. Kualitas produk itu sendiri memiliki 6 elemen, diantaranya performance (fungsi

utama dari sebuah produk), *durability* (keawetan suatu produk baik secara teknis maupun waktu), *feature* (fitur sebagai aspek pelengkap), *reliability* (probabilitas produk gagal menjalankan fungsinya), *conformance* (seberapa jauh suatu produk dapat menyamai standar atau spesifikasi tertentu), dan desain.

2. Kualitas Pelayanan

Menurut Irawan (2002:38), Kualitas pelayanan sangat bergantung pada tiga hal, yaitu sistem, teknologi, dan manusia. Sama seperti kualitas produk, maka kualitas pelayanan juga memiliki banyak dimensi, diantaranya *reliability* (kehandalan dari perusahaan dalam memberikan pelayanan kepada pelanggan), *responsiveness* (kecepatan pelayanan), *assurance* (kemampuan perusahaan dan perilaku *front-line staff* dalam menanamkan rasa percaya dan keyakinan pelanggan), *empati* (kemudahan melakukan hubungan, komunikasi yang baik, perhatian pribadi, dll), dan *tangibles* (meliputi fasilitas fisik, perlengkapan, pegawai, dan sarana komunikasi).

3. Kemudahan

Pelanggan akan semakin puas apabila dalam memperoleh produk atau pelayanannya relatif mudah (tidak menyulitkan pelanggan), nyaman (tidak ada gangguan), dan efisien (tidak memakan waktu banyak).

2.1.5 Tinjauan Tentang Internet

Internet merupakan suatu jaringan antar komputer yang saling dihubungkan. Media penghubung tersebut bisa melalui kabel, kanal satelit maupun frekuensi radio, sehingga komputer-komputer yang terhubung tersebut dapat saling

berkomunikasi. Seperti halnya yang diungkapkan oleh Daniel H. Purwadi yang mengungkapkan mengenai pengertian internet, bahwa:

“Sebuah jaringan komputer yang terdiri dari berbagai macam ukuran jaringan komputer di seluruh dunia mulai dari sebuah PC, jaringan-jaringan lokal berskala kecil, jaringan-jaringan kelas menengah, hingga jaringan-jaringan utama yang menjadi tulang punggung internet.” (Purwadi, 1995: 1)

Selanjutnya Febriang mengungkapkan mengenai penggunaan IP number bagi jaringan internet tersebut, bahwa:

“Setiap komputer yang terhubung dengan jaringan tersebut, diberikan sebuah nomor yang unik, dan berkomunikasi satu sama lainnya dengan bahasa komunikasi yang sama. Bahasa komunikasi yang sama ini disebut protokol. Protokol yang digunakan di internet adalah TCP / IP (Transmission Control Protocol/Internet Protocol)”. (Febrian, 2001: 20)

Internet merupakan jaringan longgar dari ribuan jaringan komputer yang menjangkau jutaan orang di seluruh dunia. Misi awalnya adalah menyediakan sarana bagi para peneliti untuk mengakses data dari sejumlah sumber daya perangkat keras komputer, yang mahal. Namun, sekarang internet telah berkembang menjadi ajang komunikasi yang sangat cepat dan efektif sehingga telah menyimpang jauh dari misi awalnya.

Yang membedakan internet (dan jaringan global lainnya) dari teknologi komunikasi tradisional adalah tingkat interaksi dan kecepatan yang dapat dinikmati pengguna untuk menyiarkan pesannya. Tak ada medium yang memberi setiap penggunanya kemampuan untuk berkomunikasi secara seketika dengan ribuan orang.

Informasi penting yang tersedia di internet jumlahnya terus meningkat. Ini mencakup berbagai arsip gratis dan arsip umum, katalog perpustakaan, layanan pemerintah, dan berbagai pangkalan data komersial. Internet ibarat cairan yang

berubah setiap detik, begitu beritanya mengalir, maka 70 pandangan yang berbeda, laporan dan aneka pendapat mengairi berbagai arsip dan forum.

Internet unggul dalam menghimpun berbagai orang. Karena geografi tak lagi menjadi pembatas, berbagai orang dari negara dan latar belakang yang berbeda dapat saling bergabung berdasarkan kesamaan minat dan proyeknya. Internet menyebabkan terbentuknya begitu banyak perkumpulan antara berbagai orang dan kelompok. Jenis interaksi pada skala besar ini merupakan hal yang tak mungkin terwujud tanpa jaringan komputer.

2.1.5.1 Pengertian Tentang Internet

Menurut Ahmadi dan Hermawan (2013:68), Internet adalah komunikasi jaringan komunikasi global yang menghubungkan seluruh komputer di dunia meskipun berbeda sistem operasi dan mesin.

Menurut Oetomo (2002) menyebutkan bahwa internet merupakan singkatan atau kependekan dari *international network*, yang didefinisikan sebagai suatu jaringan komputer yang sangat besar, dimana jaringan komputer tersebut terdiri dari beberapa jaringan – jaringan kecil yang saling terhubung satu sama lain. Lebih lanjut dijelaskan pula, jaringan komputer yang sangat besar ini bisa mencakup jaringan seluruh dunia.

2.1.5.2 Manfaat internet

Secara umum ada banyak manfaat yang dapat diperoleh apabila seseorang mempunyai akses ke internet. Berikut ini sebagian dari apa yang tersedia di internet:

1. Informasi untuk kehidupan pribadi: kesehatan, rekreasi, hobby, pengembangan pribadi, rohani, sosial.

2. Informasi untuk kehidupan profesional/ pekerja: sains, teknologi, perdagangan, saham, komoditas, berita bisnis, asosiasi profesi, asosiasi bisnis, berbagai forum komunikasi. Satu hal yang paling menarik ialah keanggotaan internet tidak mengenal batas negara, ras, kelas ekonomi, ideologi atau faktor faktor lain yang biasanya dapat menghambat pertukaran pikiran. Internet adalah suatu komunitas dunia yang sifatnya sangat demokratis serta memiliki kode etik yang dihormati segenap anggotanya. Manfaat internet terutama diperoleh melalui kerjasama antar pribadi atau kelompok tanpa mengenal batas jarak dan waktu.

2.1.6 Tinjauan Tentang New Media

New Media (media baru) merupakan sebuah teori yang dikembangkan oleh Pierre Levy yang mengemukakan bahwa new media merupakan teori yang membahas mengenai perkembangan media dari konvensional ke era digital. Pada teori new media, menurut Pierre Levy terdapat dua pandangan, sebagai berikut:

1. Pandangan interaksi sosial, yang membedakan media menurut kedekatannya dengan interaksi tatap muka. Pierre Levy memandang World Wide Web (WWW) sebagai sebuah lingkungan informasi yang terbuka, fleksibel, dan dinamis, yang memungkinkan manusia mengembangkan orientasi pengetahuan yang baru dan juga terlibat dalam dunia demokratis tentang pembagian mutual dan pemberian kuasa yang lebih interaktif dan berdasarkan pada masyarakat.

2. Pandangan integrasi sosial, yang merupakan gambaran media bukan dalam bentuk informasi, interaksi, atau penyebarannya, tetapi dalam bentuk ritual atau bagaimana manusia menggunakan media sebagai cara menciptakan masyarakat. Media bukan hanya sebuah instrument informasi atau cara untuk mencapai ketertarikan diri, tetapi menyatukan kita pada beberapa bentuk masyarakat dan memberi kita rasa saling memiliki.

(Solomon, 2011: 52) Contoh dari new media meliputi internet, situs web, komputer multimedia, CD-ROM dan DVD. New media merupakan basis media baru dan berbeda dengan media konvensional yang meliputi film, majalah, televisi, buku atau publikasi berbasis kertas. Kemunculan new media (media baru) merupakan salah satu hasil dari perkembangan teknologi komunikasi yang baru dan digital. Manfaat new media sebagai salah satu alat untuk mendukung proses komunikasi pun dapat digunakan oleh individu, kelompok, organisasi maupun Negara.

2.1.7 Tinjauan Tentang Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah media online yang memiliki banyak fungsi, selain untuk alat berkomunikasi dapat juga menjadi sarana bagi penggunaannya dalam menggali berbagai informasi dengan cepat. Menurut Chris Heuer pendiri Social Media Club dan inovator media baru, berpendapat dalam buku *Engage: The Complete Guide For Brands and Businesses to Build Cultivate and Measure Success on The Web* (Solis, 2010). Menjelaskan bahwa adanya 4C dalam penggunaan media sosial, diantaranya memiliki:

1. Context adalah bagaimana kita membingkai cerita kita.
2. Communication adalah bagaimana kita berbagi cerita kita juga mendengarkan, merespons dengan berbagai cara.
3. Collaboration adalah bekerja bersama untuk membuat segalanya lebih baik, lebih efisien dan efektif
4. Connection yaitu hubungan yang dibina dan pertahankan Dengan pemeliharaan hubungan yang baik antara pemberi pesan dan penerima pesan sehingga para penerima pesan dapat merasa lebih dekat dan terhubung dengan sebuah akun media sosial.

2.1.8 Tinjauan Tentang Komunikasi Virtual

Komunikasi virtual yaitu komunikasi yang dimana proses penyampaian dan penerimaan pesannya dengan menggunakan *cyberspace* atau ruang maya yang bersifat interaktif. Komunikasi virtual (virtual communication) dilakukan dengan cara representasi informasi digital yang bersifat diskrit. Komunikasi virtual adalah cara berkomunikasi dimana penyampaian dan penerimaan pesan dilakukan lewa media perantara yang disebut teknologi.

Bentuk-bentuk komunikasi virtual pada abad ini sangat digandrungi oleh setiap orang dan dapat ditemukan dimana saja serta kapan saja. Salah satu bentuk komunikasi virtual adalah pada penggunaan internet, smartphon dan alat virtual communication lainnya.

Internet adalah media komunikasi yang cukup efektif dan efisien dengan menyediakan layanan fasilitas seperti web, chatting (MIRC), email, facebook, whatsapp, Instagram, LINE, twitter, telegram dan masih banyak lagi. Begitu banyak fasilitas yang ditawarkan dalam dunia maya untuk melakukan komunikasi, dan keberadaannya semakin membuat manusia tergantung. Ketergantungan tersebut dapat kita lihat pada maraknya penjualan ponsel dengan harga yang murah dan tawaran kelengkapan fasilitas untuk mengakses internet.

“Komunikasi virtual membuat manusia menyukai pola komunikasi yang menggunakan media daripada pola komunikasi tradisional yaitu tatap muka. Penggunaan internet lebih dapat diandalkan oleh netter jika dibandingkan dengan ekuivalen-ekuivalen tradisional mereka” (Werner, 2001: 447)

Komunikasi virtual merupakan salah satu bagian dari inovasi-inovasi dari perkembangan media baru (new media). Media baru ini merupakan perkembangan dari adanya media lama. Menurut McLuhan (dalam Stanley 2008: 386) konten dari

media baru tersebut juga sering memanfaatkan atau mengemas kembali materi dari media.

2.1.6.1 Bentuk-Bentuk Komunikasi Virtual

Berikut ini adalah sebagian jenis komunikasi yang biasanya dilakukan dan digunakan di dunia maya.

1. Email

Email merupakan kependekan dari electronic mail, dalam bahasa Indonesia artinya surat elektronik. Email merupakan suatu sistem dimana user dapat saling bertukar pesan elektronik melalui komputer yang terkoneksi internet. Konsep email tidak berbeda jauh dengan surat konvensional. Seorang pengguna dapat menulis sebuah pesan dan mengirimnya ke suatu tujuan. Sebaliknya seorang pengguna juga dapat menerima pesan dari pengguna lainnya.

2. Website

Website adalah kumpulan dari halaman-halaman situs yang terangkum dalam sebuah domain atau subdomain, yang tempatnya berada di dalam world wide web (WWW) di dalam internet. Web juga merupakan sebuah sistem dimana informasi dalam bentuk, teks, gambar, suara dan lain-lain yang tersimpan dalam sebuah internet webserver dipresentasikan dalam bentuk hypertext.

3. Media sosial

Media sosial adalah fitur berbasis website yang dapat membentuk jaringan serta memungkinkan orang untuk berinteraksi dalam sebuah

komunitas virtual. Pada sosial media kita dapat melakukan berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual. Contohnya adalah sebagai berikut:

1) Instagram

Instagram merupakan sebuah aplikasi sosial media yang berbasis Android untuk Smartphone, iOS untuk iPhone, Blackberry, Windows Phone dan bahkan bisa dijalankan di komputer atau PC anda. Namun untuk penggunaan di dalam komputer tidak akan bisa sama sepenuhnya dengan yang ada pada perangkat mobile phone anda. Pada umumnya orang – orang menggunakan Instagram untuk saling mensharing atau membagikan foto maupun video.

Interaksi bisa dilakukan dengan kegiatan like atau saling komen pada postingan anda ataupun teman anda. Bisa juga dilakukan dengan menggunakan perpesanan atau Direct Message (DM) dan yang paling populer saat ini yakni InstaStory yang berupa aktivitas membagikan video secara live atau langsung. (Werner, 2001).

2) Twitter

Twitter adalah salah satu jejaring sosial yang memberikan fasilitas bagi pengguna untuk mengirimkan teks dengan panjang maksimal 140 karakter. Selain lewat perangkat komputer, twitter digunakan melalui handphone. Twitter digunakan sebagai ajang curhat singkat oleh penggunanya dengan memberitahukan apa yang

sedang terjadi pada saat itu. Di Indonesia, situs jejaring sosial ini mempunyai pengguna aktif yang cukup banyak. (Rusman dkk, 2012 : 408)

2.1.6.2 Karakteristik Komunikasi Virtual

Komunikasi interpersonal di internet merujuk pada komunikasi melalui pesan antara dua orang. Penggunaan internet sekarang ini tidak hanya dikelompokkan pada pengiriman pesan melalui e-mail semata, bahkan internet dewasa ini telah memperluas cakupan fungsinya sebagai media maya yang membuka sosialitas baru secara virtual yang salah satunya dapat ditemui dalam Facebook. Orang-orang bertemu secara online, lalu mereka berbicara; bercanda; mereka mengekspresikan diri mereka sendiri satu sama lain melalui internet. Hubungan tersebut tercipta dan akan terjaga secara online.

Karakteristik komunikasi interpersonal seseorang dapat menentukan bagaimana seseorang berkomunikasi secara online. Menurut Shedletsky dan Aitken yang menerangkan mengenai 4 karakteristik komunikasi dalam internet, antara lain:

1. *Speed* : Mengacu pada waktu yang dibutuhkan untuk mengirim dan menerima pesan, yang tentu saja sangatlah cepat.
2. *Reach* : Mengacu pada kemampuan manusia untuk saling berhubungan dengan orang- rang yang berada pada jarak yang jauh, dan sekali lagi dengan kecepatan yang hebat.
2. *Anonymity* : Mengacu pada perilaku manusia yang menciptakan suatu identitas online, menyatakan diri sebagai seseorang yang bukan mereka, memanipulasi gender, umur, pekerjaan, status kesehatan, dan sebagainya.

3. *Interactivity* : Mengacu pada kemampuan partisipan online untuk tidak hanya menerima pesan, tetapi juga bereaksi terhadapnya.

2.1.6.3 Manfaat Komunikasi Virtual

Sesuai dengan karakteristik dari dunia virtual itu sendiri, ada sejumlah manfaat atau keuntungan berkomunikasi yang dilakukan secara virtual, sebagaimana yang diungkapkan oleh Deni Kurniawan yang mengungkapkan di antaranya, yaitu:

1. Cepat, komunikasi atau pertukaran informasi bisa dilakukan dengan cepat. Meskipun komunikasi dilakukan dalam kondisi jarak yang jauh, tidak perlu menunggu waktu yang lama. Hal ini bisa dilakukan khususnya apabila menggunakan fasilitas yang memungkinkan melakukan komunikasi yang *synchronous*.
2. Mudah, apabila sudah menguasai teknis operasional komputer dan fasilitas pendukung yang dibutuhkan, proses komunikasi bisa dilakukan dengan mudah.
3. Komunikasi virtual bisa dilakukan secara *real time* juga *unreal time*. Secara *real time* artinya komunikasi dilakukan secara langsung, komunikator dan komunikan berinteraksi pada waktu yang sama, tanpa penundaan waktu untuk memberi respon atas pesan yang diterima (*synchronous system*). Sedangkan yang *unreal time* yaitu kebalikan dari yang *real time*, ada penundaan waktu respon atas pesan-pesan yang disampaikan oleh para pihak yang berkomunikasi (*asynchronous system*).

4. Bisa individual atau *grup*. Komunikasi virtual bisa dilakukan baik secara *one to one*, satu orang dengan satu orang, maupun secara kelompok (*group*). Bisa dipilih sesuai dengan keperluan.
5. Jumlah dan jenis pesan bisa besar dan beragam. Keuntungan atau kelebihan lainnya dari komunikasi virtual ini adalah jumlah pesan atau informasi yang disampaikan bisa banyak dan dalam berbagai bentuk pesan: teks, suara, dan gambar. Atau bahkan gabungan dari ketiga jenis pesan tersebut. (Kurniawan, 2006: 207).

2.1.6.4 Keunggulan Komunikasi Virtual

1. Sebagai media komunikasi interaktif

Melalui media internet kita dapat berkomunikasi secara interaktif karena feedback dari komunikasi interaktif adalah langsung antara komunikator dengan komunikan.

2. Memecahkan persoalan materialisme, dan konsumerisme.

Dengan adanya komunikasi virtual, budaya materialisme dan konsumerisme dapat terpecahkan karena dalam dunia maya atau *cyberspace*, kita dapat melihat dan mengetahui benda-benda apa saja yang ada di dunia. Misalnya, apabila kita ingin mempunyai sebuah lagu dari penyanyi terkenal, kita tidak harus membeli kaset atau cd-nya, tetapi kita bisa mendownload dari situs tertentu atau barter dengan teman kita di dunia maya.

3. Dapat menyampaikan pesan secara massa

Melalui komunikasi virtual, konteks komunikasi di internet bisa menjadi komunikasi massa atau komunikasi personal dalam jumlah yang banyak. Karena dari pengguna internet yang menggunakan komunikasi virtual dapat menjadi komunikator maupun komunikan.

4. Dapat menyampaikan pesan-pesan yang dapat berupa teks, audio, video, foto atau grafis.

5. Mengetahui dunia luar

Dengan adanya komunikasi virtual di internet, kita dapat mengetahui apa yang sedang terjadi di dunia luar, ada apa di luar sana tanpa kita harus kesana terlebih dahulu

6. Mendapatkan informasi secara cepat

Kita bisa mengetahui dengan cepat apa yang sedang terjadi tanpa harus membaca Koran terlebih dahulu.

2.1.6.5 Kekurangan Komunikasi Virtual

Sebagai media komunikasi modern, selain keuntungan yang dapat di ambil dari manfaatnya tentunya juga memiliki kekurangan, seperti:

1. Dapat mengakibatkan keranjingan atau terobsesi dengan dunia internet atau dunia maya.

2. Harus menggunakan media internet yang tidak semua orang paham akan kegunaanya

3. Memungkinkan munculnya kejahatan dalam dunia maya, misalnya memblokir suatu situs ataupun membuat rusak suatu situs atau mengacak-acak sebuah situs personal.
4. Banyaknya muncul pornografi dan pornoaksi yang bebas di internet dan apabila tidak berhati-hati anak-anak juga akan terkena bahaya ini.
5. Apabila terjadi koneksi rusak atau putus, komunikasi tidak dapat berjalan dengan lancar / terputus. Forum ruang cendekia dalam situs jejaring sosial facebook pun memperlihatkan dampak yang dapat ditimbulkan dalam komunikasi virtual, yakni:
 - *Cyberspace* menjadi penyalur hasrat seks, kejahatan, kedangkalan, sadism,
 - *Cyberspace*, menjadi persoalan masa depa karena *cyberspace* tanpa identitas,
 - *Cyberspace* menjadi ajang kebrutalan semiotik,
 - Penggunaan internet yang berlebihan akan menjadikan seseorang menjadi *over*, dan jika berlanjut akan menjadi *hyper*.

2.2 Kerangka Pemikiran

Kerangka pemikiran merupakan alur pikir peneliti yang dijadikan sebagai alur dari pemikiran atau dasar-dasar pemikiran untuk memperkuat indikator yang melatar belakangi penelitian ini. Dalam kerangka pemikiran ini peneliti coba menjelaskan masalah poko dari penelitian ini. Penjelasan yang disusun akan

menghubungkan teori yang diambil dengan masalah yang diangkat dalam penelitian ini.

Pada kerangka pemikiran teoritis, peneliti membahas permasalahan pada penelitian yang diangkat dengan menggunakan 2, Variabel X yaitu **Virtual Komunikasi** dan Variabel Y yaitu **Kepuasan Interaksi**

Pada kerangka teoritis ini peneliti mengambil fokus tentang penelitian Virtual Komunikasi, Menurut Richard L. Daft dan Robert H. Lengel mengungkapkan bahwa :

“Memilih media komunikasi untuk pesan tertentu sebagai upaya untuk mengurangi ketidakjelasan pesan atau penafsiran pesan yang salah, apabila pesan yang ada kurang tegas dan kurang jelas maka pesan akan mejadi ambigu dan sulit dimengerti oleh penerima pesan dan semakin tidak jelas pesan semakin banyak isyarat dan data yang diperlukan untuk menafsirkan dengan benar.”

Variabel Y dari penelitian ini adalah Kepuasan Interaksi, Kepuasan didefinisikan sebagai perasaan bahagia atau senang. Kepuasan bisa juga diartikan sebagai perasaan yang muncul saat kebutuhan atau keinginan terpenuhi. Kepuasan komunikasi tergantung dari pandangan pelaku komunikasi tentang apakah harapan mereka saat melakukan percakapan dengan orang lain sudah terpenuhi.

Seperti yang dijelaskan oleh William Schutz (1958) dalam teorinya menyebutkan bahwa setiap manusia memiliki tiga kebutuhan antarpribadi yang disebut dengan inklusif, kontrol dan afeksi. Asumsi dasar teori ini adalah bahwa manusia dalam hidupnya membutuhkan manusia lain (manusia sebagai makhluk sosial).

Pada penelitian ini, Peneliti akan menguji dan melihat bagaimana kedua teori di atas yang menjadi dasar penelitian ini, terutama bagaimana Komunikasi Virtual mempengaruhi Kepuasan Interaksi yang dirasakan oleh Mahasiswa Ilmu Komunikasi UNIKOM.

2.2.1 Kerangka Pemikiran Konseptual

Penelitian ini membahas mengenai Pengaruh Komunikasi Virtual Terhadap Kepuasan Interaksi Interpersonal Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unikom Bandung yang memiliki 2 variabel yaitu variabel Komunikasi Virtual dan juga Kepuasan Interaksi Interpesonal.

Simamora (2004:26-27) mengatakan bahwa “istilah lain untuk variabel independen adalah variabel bebas yang mempengaruhi. Sedangkan dependen adalah variabel tidak bebas atau terikat yang terpengaruh. Pada penelitian ini variabel bebas yang mempengaruhi adalah Komunikasi Virtual, sedangkan Variabel terikat yang dipengaruhinya adalah Kepuasan Interaksi Interpersonal.

1. Variabel Komunikasi Virtual

Pada penelitian ini teori yang digunakan pada Variabel X oleh peneliti sebagai pemandu agar berjalanya penelitian adalah Teori *Computer Mediated Communication* yang dikemukakan oleh John December ;1997 :

dalam makna klasik, Herring mendefinisikan CMC sebagai proses komunikasi yang terjadi antara manusia melalui perantara komputer yang berbeda. Hal ini dimaksudkan bukanlah bagaimana dua mesin atau lebih dapat berinteraksi, namun bagaimana dua orang atau lebih dapat berkomunikasi antara satu dengan lainnya menggunakan alat bantu

komputer melalui program aplikasi pada komputer tersebut (Thurlow, 2005: 15)

Sehubungan dengan analisis media komputer dalam penelitian ini diistilahkan sebagai Computer Mediated Communication, maka medium ini berfungsi mentransformasikan informasi. Dengan demikian bagaimana informasi yang disampaikan melalui komputer ini bisa diterima dan mampu mengubah perilaku penerima (receiver), maka dalam penelitian ini dapat ditinjau dari beberapa dimensi.

Tingkat kesempurnaan media ini, ditentukan oleh beberapa faktor berikut :

a. Akses Informasi

Dimensi ini mengindikasikan bahwa proses komunikasi yang menyampaikan informasi melalui Computer Mediated Communication bertujuan mampu mencapai akses atau jangkauan yang luas.

b. Kecepatan Informasi

Dimensi ini mengindikasikan bahwa proses penyampaian 1 informasi oleh sender melalui Computer Mediated Communication mampu menunjukkan kecepatan dalam penerimaannya oleh receiver.

c. Kuantitas Informasi

Dimensi ini menunjukkan bahwa informasi yang disampaikan oleh sender kepada receiver melalui Computer Mediated

Communication mampu memenuhi kebutuhan jumlah informasi yang diperlukan.

d. Keefektifan Memperoleh Pengetahuan

Dimensi ini menunjukkan informasi yang disampaikan oleh sender kepada receiver melalui Computer Mediated Communication mampu menanamkan dan memperkaya pengetahuan secara efektif mengenai informasi yang dibutuhkan.

e. Kesesuaian Informasi

Dimensi ini menunjukkan informasi yang disampaikan oleh sender kepada receiver melalui Computer Mediated Communication mampu memenuhi tingkan kesesuaian dengan kebutuhan pelaku interaksi.

f. Motivasi

Dimensi ini menunjukkan informasi yang disampaikan oleh *sender* kepada *receiver* melalui Computer Mediated Communication mampu menumbuhkan motivasi untuk memahami dan menerapkannya

Dalam praktiknya komunikasi dapat dilakukan melalui komunikasi secara langsung (*face to face*) atau melewati perantara media (*Communication Virtual*). Untuk berinteraksi demi mewujudkan pengembangan hubungan interpersonal tersebut kita sebagai makhluk sosial perlulah memilih media mana yang efektif dan efisien untuk melakukan proses interaksi tersebut.

Secara konseptual Computer Mediated Communication pada penelitian ini adalah untuk melihat seberapa besar hasil Kepuasan interaksi Interpersonal Mahasiswa yang dipengaruhi dari penggunaan Komunikasi Virtual sebagai media interaksinya, Sehingga nanti dapat disimpulkan bahwa bagi mahasiswa, komunikasi virtual merupakan media yang memenuhi syarat untuk demi terbentuknya satu kepuasan interaksi interpersonal.

2. Variabel Kepuasan Interaksi Interpersonal

Menurut Eko Harry Susanto (2010: 13) komunikasi dinilai efektif, bila rangsangan yang disampaikan dan yang dimaksud oleh pengirim atau sumber, berkaitan erat dengan rangsangan yang ditangkap dan dipahami oleh penerima. Intinya, antara Sender (S) dan Receiver (R) ada kesamaan dalam memahami makna. Bila ini terjadi, maka komunikasi dapat dikatakan berjalan dengan baik.

Kepuasan atau ketidakpuasan adalah kesimpulan antara harapan dan pengalaman setelah memakai produk yang digunakan. Dalam hal ini apabila proses dari pemenuhan kepuasan interaksi interpersonal tidak terpenuhi, maka mahasiswa tidak dipuaskan, namun apabila kepuasan interaksi mencapai titik pemenuhan kriteria kepuasan maka mahasiswa akan puas, dan apabila hasil melebihi harapan maka mahasiswa akan sangat puas.

Sehingga dapat disimpulkan bahwa kepuasan interaksi interpersonal adalah tingkat kepuasan seseorang yang terbentuk dari pengalaman ketika menggunakan komunikasi virtual dan dalam dirinya timbul secara alami sisi

pembandingan hasil dari penggunaan komunikasi virtual tersebut dengan harapannya itu sendiri dalam upaya mengukur tingkat kepuasan interaksi interpersonalnya. Kepuasan interaksi interpersonal dapat diukur menggunakan *Fundamental Interpersonal Relationship Orientation* yang dikemukakan oleh William Schutz ;1958. Terdapat 3 dimensi utama yang disusun :

1. Kebutuhan Antarpribadi untuk Inklusi

Merupakan kebutuhan untuk mengadakan dan mempertahankan komunikasi antarpribadi yang memuaskan dengan orang lain, sehubungan dengan interaksi dan kelompok. Tingkah laku inklusi adalah tingkah laku yang ditujukan untuk mencapai kepuasan individu. Dalam interaksi interpersonal kebutuhan inklusi adalah terpenuhinya harapan dalam mewujudkan proses komunikasi yang efektif dan efisien dengan individu maupun kelompok.

2. Kebutuhan Antar Pribadi untuk Kontrol

Adalah merupakan kebutuhan untuk mengadakan serta mempertahankan komunikasi yang memuaskan dengan orang lain berhubungan dengan kontrol dan kekuasaan. Proses pengambilan keputusan menyangkut boleh atau tidaknya seseorang untuk melakukan sesuatu perlu ada suatu kontrol dan kekuasaan.

3. Kebutuhan Antarpribadi untuk Afeksi

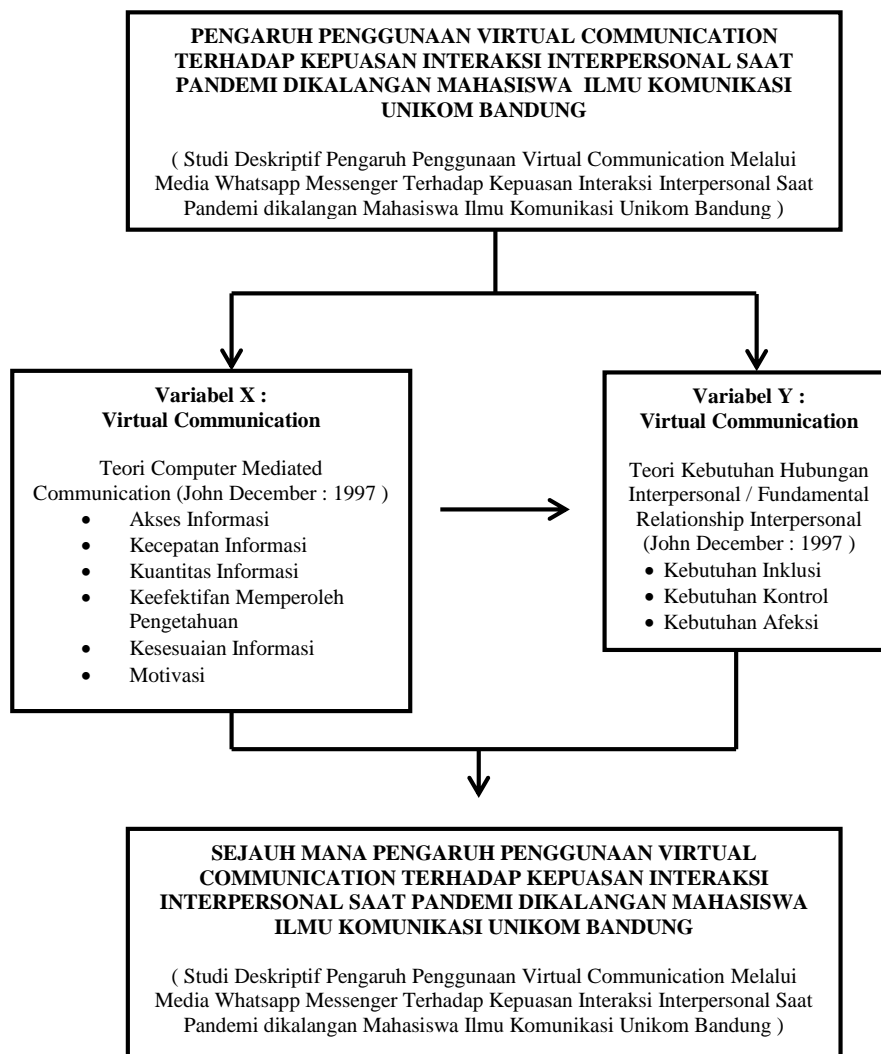
Yaitu merupakan kebutuhan untuk mengadakan serta mempertahankan komunikasi interpersonal yang memuaskan

dengan orang lain sehubungan dengan cinta dan kasih sayang. Afeksi selalu menunjukkan hubungan antara dua orang atau dua pihak.

Tingkah laku afeksi adalah tingkah laku yang ditujukan untuk mencapai kebutuhan interpersonal akan afeksi itu sendiri. Tingkah laku afeksi menunjukkan akan adanya hubungan yang intim antara dua orang dan saling melibatkan dirinya secara emosional.

Afeksi itu sendiri hanya akan terjadi dalam hubungan antara dua orang (diadic – Frits Heider, 1958). Tingkah laku afeksi yang positif: cinta, intim/akrab, persahabatan, saling menyukai. Tingkah laku afeksi yang negatif: kebencian, dingin/tidak akrab, tidak menyukai, mengambil mengambil jarak emosional.

Gambar 2. 2
Alur Pikir Peneliti



Sumber : Pemikiran Peneliti 2021

2.3 Hipotesis

Hubungan di antara variabel-variabel yang diamati disebut hipotesis. Hipotesis muncul atau ada sebagai akibat dari proses berfikir deduktif atau rasionalisasi dari teori atau proposisi yang disusun oleh peneliti. Dengan demikian, hipotesis dapat dikatakan sebagai “Pernyataan atau *Statement* teoritis yang dibuat

dalam bentuk siap uji, atau pernyataan tentatif mengenai fenomena atau realitas” (Champion, 1981:125).

2.3.1 Hipotesis Induk

Adapun hipotesis induk pada penelitian ini adalah Pengaruh Variabel X terhadap Variabel Y:

1. Komunikasi Virtual (X) - Kepuasan Interaksi Interpersonal (Y)

H_a = Ada Pengaruh Antara **Pengaruh Penggunaan Virtual Communication Terhadap Kepuasan Interaksi Interpersonal Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unikom Bandung.**

H_o = Tidak Ada Pengaruh Antara **Pengaruh Penggunaan Virtual Communication Terhadap Kepuasan Interaksi Interpersonal Bagi Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unikom Bandung.**

2.3.2 Hipotesis Anak

Adapun Hipotesis anak pada penelitian ini adalah:

1. Akses Informasi (X₁) - Kepuasan Interaksi Interpersonal (Y)

H₁ = Ada Pengaruh antara **Akses Informasi Terhadap Kepuasan Interaksi Interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unikom Bandung.**

H_o = Tidak Ada Pengaruh antara **Akses Informasi Terhadap Kepuasan Interaksi Interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unikom Bandung.**

2. Kecepatan Informasi (X₂) - Kepuasan Interaksi Interpersonal (Y)

H₁ = Ada Pengaruh antara **Kecepatan Informasi** Terhadap Kepuasan Interaksi Interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unikom Bandung.

H₀ = Tidak Ada Pengaruh antara **Kecepatan Informasi** Terhadap Kepuasan Interaksi Interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unikom Bandung.

3. Kuantitas Informasi (X₃) - Kepuasan Interaksi Interpersonal (Y)

H₁ = Ada Pengaruh antara **Kuantitas Informasi** Terhadap Kepuasan Interaksi Interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unikom Bandung.

H₀ = Tidak Ada Pengaruh antara **Kuantitas Informasi** Terhadap Kepuasan Interaksi Interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unikom Bandung.

4. Keefektifan Memperoleh Pengetahuan (X₄) - Kepuasan Interaksi Interpersonal (Y)

H₁ = Ada pengaruh antara **Keefektifan Memperoleh Pengetahuan** Terhadap Kepuasan Interaksi Interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unikom Bandung.

H₀ = Tidak ada pengaruh antara **Keefektifan Memperoleh Pengetahuan** Terhadap Kepuasan Interaksi Interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unikom Bandung.

5. Kesesuaian Informasi (X₅) - Kepuasan Interaksi Interpersonal (Y)

H1 = Ada pengaruh antara **Kesesuaian Informasi** Terhadap Kepuasan Interaksi Interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unikom Bandung.

Ho = Tidak ada pengaruh antara **Kesesuaian Informasi** Terhadap Kepuasan Interaksi Interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unikom Bandung.

6. Keefektifan Memperoleh Pengetahuan (X₆) - Kepuasan Interaksi Interpersonal (Y)

H1 = Ada pengaruh antara **Motivasi** Terhadap Kepuasan Interaksi Interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unikom Bandung.

Ho = Tidak ada pengaruh antara **Motivasi** Terhadap Kepuasan Interaksi Interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unikom Bandung.

7. Tingkat Hubungan Personal (X) - Kepuasan Interaksi Interpersonal (Y)

H1 = Ada pengaruh antara **Tingkat Hubungan Personal** Terhadap Kepuasan Interaksi Interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unikom Bandung.

Ho = Tidak ada pengaruh antara **Tingkat Hubungan Personal** Terhadap Kepuasan Interaksi Interpersonal Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unikom Bandung.

8. Penggunaan Komunikasi Virtual (X) - Kebutuhan Inklusi (Y1)

H1 = Ada pengaruh Penggunaan Virtual Communication Terhadap **Kebutuhan Inklusi** Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unikom Bandung.

Ho = Tidak ada pengaruh Penggunaan Virtual Communication Terhadap **Kebutuhan Inklusi** Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unikom Bandung.

9. Penggunaan Komunikasi Virtual (X) - Kebutuhan Kontrol (Y2)

H1 = Ada pengaruh antara Penggunaan Virtual Communication Terhadap **Kebutuhan Kontrol** Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unikom Bandung.

Ho = Tidak ada pengaruh antara Penggunaan Virtual Communication Terhadap **Kebutuhan Kontrol** Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unikom Bandung.

10. Penggunaan Komunikasi Virtual (X) - Kebutuhan Afeksi (Y3)

H1 = Ada pengaruh antara Penggunaan Virtual Communication Terhadap **Kebutuhan Afeksi** Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unikom Bandung.

Ho = Tidak pengaruh antara Penggunaan Virtual Communication Terhadap **Kebutuhan Afeksi** Mahasiswa Ilmu Komunikasi Unikom Bandung.

