

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA, KERANGKA PEMIKIRAN DAN HIPOTESIS

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Tinjauan Penelitian Sejenis Terdahulu

Dalam tinjauan pustaka, peneliti mengawali dengan menelaah penelitian terdahulu yang berkaitan serta relevansi pada penelitian yang akan dilakukan oleh peneliti. Dengan demikian, peneliti mendapat rujukan pendukung, pelengkap, serta pembanding dalam menyusun skripsi ini hingga lebih memadai. Selain itu, telaah pada penelitian terdahulu berguna untuk memberikan gambaran awal mengenai kajian terkait dengan masalah dalam penelitian ini.

Memperhatikan penelitian sebelumnya penting dilakukan untuk mengetahui teori dan indikator yang dilakukan peneliti terdahulu, sehingga menjadi acuan bagi peneliti dalam melakukan penelitian.

Setelah peneliti melakukan peninjauan terhadap penelitian terdahulu, peneliti mendapatkan beberapa penelitian mengenai hubungan penggunaan media sosial dan tingkat stress telah dilakukan oleh peneliti terdahulu, yaitu :

Tabel 2. 1 Penelitian Terdahulu (penelitian skripsi dan thesis dicari)

Keterangan	Kyu, Tae kwak Jeon cheon, Young Sin ho, Oh	Yang Shin Park, Seong-Ho Jang	Restiawati Ningsih
Universitas	연세 대학교 Yonsei University	건국 대학교	Universitas Muhammadiyah Malang
Judul Penelitian	Technological and social environmental factors of mobile SNS use are related to stress perception and Effect on lowering intention to use SNS: Focused on KakaoTalk service users	The Effects of Communication Competence and Empathy on Stress Coping in College Students	Hubungan Penggunaan Media Sosial Terhadap Tingkat Stress Pada Remaja Di Smpn 2 Dukun Kabupaten Magelang Tahun 2019
Jenis Penelitian	Jurnal	Jurnal	Skripsi
Tahun Penelitian	2012	2018	2019
Metode Penelitian	2019	Kualitatif.	2019
Hasil Penelitian	The study results : First, mobile Real-time information exchange accompanying the use of social media Excessive communication and information is a burden on interpersonal relationships made kakao users feel stressfull.	College students who have high communication competence show more problem-focused coping, social-support seeking coping, and self-soothing coping in stressful conditions, but less emotion-oriented coping and avoidance-oriented coping.	Hasil penelitian ini terdapat hubungan yang signifikan antara pengguna media sosial dengan tingkat stress pada remaja dengan nilai signifikan $p= 0,002$. Hubungan kedua variabel ini termasuk kedalam hubungan yang sangat lemah..

(Sumber : Peneliti 2021)

2.1.2 Tinjauan Tentang Komunikasi

Komunikasi merupakan suatu kegiatan penyampaian pesan dari seorang komunikator kepada komunikan dimana komunikan akan memberikan umpan balik kepada komunikator sebagai umpan balik atau tanggapan dari pesan yang diterimanya, komunikasi dapat berupa komunikasi internal, komunikasi kelompok, komunikasi organisasi, Komunikasi Massa.

Carl I Hovlan salah satu pelopor Ilmu Komunikasi yang dikutip oleh Rismawaty, Desayu Eka Surya, dan Sangra Juliano dalam bukunya yang berjudul Pengantar Ilmu Komunikasi, membuat definisi komunikasi: “Komunikasi adalah suatu proses dimana seseorang menyampaikan stimulus dengan tujuan mengubah atau membentuk perilaku orang lainnya.” (Rismawaty, Desayu Eka Surya, dan Sangra Juliano, 2014:67).

Melalui berkomunikasi setiap orang berusaha untuk mendefinisikan sesuatu yang ingin mereka ketahui, termasuk definisi tentang komunikasi itu sendiri. Komunikasi bisa artikan secara luas dan memiliki berbagai macam pengertian. Onong Uchjana Effendy (2014:38) mendefinisikan komunikasi dalam buku “Ilmu Komunikasi dalam Teori dan Praktek” sebagai berikut : “Istilah komunikasi dalam bahasa inggris “*Communications*” berasal dari kata latin “*communicatio*” dan bersumber dari kata “*Communis*” yang berarti “sama”, maksudnya adalah makna. Kesamaan makna disini adalah mengenai sesuatu yang dikomunikasikan, karena komunikasi akan berlangsung selama ada kesamaan makna mengenai apa yang dipercaakapkan atau dikomunikasikan. Suatu percakapan akan dikatakan komunikatif apabila kedua belah pihak yakni komunikator dan komunikan mengerti bahasa pesan yang disampaikan dan mengerti makna dari bahan yang dipercaakapkan” (Effendy, 2009 : 9).

Carl I. Hovland yang di kutip oleh Onong Uchajana Effendy (2014:53) mengatakan:

“Ilmu komunikasi adalah upaya yang sistematis untuk merumuskan secara tegas asas-asas penyampaian informasi serta bentukan pendapat dan sikap”.

Definisi Hovland di atas menunjukkan bahwa yang dijadikan objek studi ilmu komunikasi bukan saja penyampaian informasi, melainkan juga pembentukan pendapat umum (*Public opinion*) dan sikap publik (*Public attitude*) yang dalam kehidupan sosial dan kehidupan politik memainkan peranan yang amat penting. Bahkan dalam definisinya secara khusus mengenai pengertian komunikasinya sendiri, Hovland mengatakan bahwa komunikasi adalah proses mengubah perilaku orang lain (*Communication is the process to modify the behavior of other individuals*).

Gerald R. Miller yang dikutip oleh Deddy Mulyana (2007:97) juga mengatakan bahwa :

“Komunikasi terjadi ketika suatu sumber menyampaikan suatu pesan kepada penerima dengan niat yang disadari untuk mempengaruhi perilaku penerima”.

Untuk memahami pengertian komunikasi sehingga dapat dilancarkan secara efektif, para peminat komunikasi sering kali mengutip paradigma yang di kemukakan oleh Harold Lasswell dalam karyanya, *The Structure and Function of Communication in Society* yang di kutip oleh Onong Uchjana Effendy. Lasswell mengatakan bahwa cara yang baik untuk menjelaskan komunikasi ialah menjawab pertanyaan sebagai berikut: *Who Says What In Which Channel To Whom With What Effect?* Paradigma Lasswell diatas menunjukkan bahwa komunikasi meliputi lima unsur sebagai jawaban dari pertanyaan yang diajukan itu, yakni :

1. Komunikator (*communicator, source, sender*)
2. Pesan (*message*)

3. Media (*channel, media*)
4. Komunikan (*communicant, communicate, receiver, recipient*)
5. Efek (*effect, impact, influence*). (Effendy 2009:10).

Berdasarkan Komponen-Komponen tersebut Lasswell menyebutkan bahwa komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan melalui media yang menimbulkan efek tertentu. (Effendy, 2009:10).

Selain itu menurut Everett M. Rogers yang dikutip oleh Deddy Mulyana menjelaskan bahwa :

“Komunikasi adalah proses dimana suatu ide dialihkan dari sumber kepada suatu penerima atau lebih, dengan maksud untuk mengubah tingkah laku mereka”. (Mulyana, 2007 : 62).

Definisi diatas kemudian dikembangkan kembali oleh Rogers bersama D. Lawrence Kincaid (1981) yang di kutip oleh Hafied Cangara, sehingga melahirkan suatu definisi baru yang menyatakan bahwa:

“Komunikasi adalah proses di mana dua orang atau lebih membentuk atau melakukan pertukaran informasi dengan satu sama lainnya, yang pada gilirannya akan tiba pada saling pengertian yang mendalam”. (Cangara, 2013 : 20).

Rogers mencoba menspesialisasikan hakikat suatu hubungan dengan adanya suatu pertukaran informasi (pesan), di mana ia menginginkan adanya suatu

perubahan sikap dan tingkah laku serta kebersamaan dalam menciptakan saling pengertian dari orang-orang yang ikut serta dalam suatu proses komunikasi.

Komunikasi memiliki arti yang sangat penting dalam unsur kehidupan manusia. Melalui komunikasi, manusia dapat menyampaikan dan bertukar informasi, pemikiran, pendapat, gagasan, peranan, pengalaman, pengetahuan, serta harapannya. Komunikasi dilakukan bukan hanya sebatas untuk memberikan informasi agar orang lain tahu, tetapi juga bertujuan untuk mencapai kesepakatan bersama, pengertian bersama, serta mengubah sikap, pendapat, dan perilaku orang lain.

2.1.2.1 Unsur-Unsur Komunikasi

Terjadinya suatu proses komunikasi karena didukung oleh Unsur – unsur yang dikutip oleh Cangara pada bukunya yang berjudul *Perencanaan dan Strategi Komunikasi*, yakni:

1. Sumber Komunikator ialah pihak yang menyampaikan atau mengirim pesan kepada penerima. Sumber sering disebut dengan banyak nama atau istilah, antara lain; komunikator, pengirim, atau dalam bahasa Inggris disebut *source*, *sender* atau *encoder*.
2. Pesan ialah pernyataan yang disampaikan pengirim kepada penerima. Pernyataan bisa dalam bentuk verbal (bahasa tertulis atau lisan) mau pun non-verbal. (isyarat) yang bisa dimengerti oleh penerima. Dalam bahasa Inggris pesan biasa diartikan dengan kata *message*, *content*, atau *information*.

3. Saluran Media ialah alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima. Media dalam pengertian di sini bisa berupa media massa yang mencakup surat kabar, radio, film televisi, dan internet. Bisa juga berupa saluran misalnya kelompok pengajian atau arisan, kelompok pendengar dan pemirsa, organisasi masyarakat, rumah ibadah, pesta rakyat, panggung kesenian, serta media alternatif lainnya misalnya poster, laflet, brosur, buku,).
4. Penerima ialah pihak yang menjadi sasaran pesan yang dikirim dari sumber kepada penerima. Penerima biasa disebut dengan berbagai macam sebutan, antara lain khalayak, sasaran, target, adopter, komunikan. Dalam bahasa Inggris biasa disebut dengan nama *receiver*, *audience*, atau *decoder*.
5. Efek Pengaruh atau efek ialah perbedaan antara apa yang dipikirkan, dirasakan dan di lakukan sebelum dan sesudah menerima pesan.
6. Umpan balik ialah tanggapan yang diberikan oleh penerima sebagai akibat penerimaan pesan dari sumber. (Cangara, 2013 : 34-35)

2.1.2.2. Fungsi-Fungsi Komunikasi

Komunikasi memiliki beberapa fungsi, Menurut Onong Ucjana Effendy, ada empat fungsi utama dari kegiatan komunikasi, yaitu:

1. Menginformasikan (*to inform*)
Memberikan informasi kepada masyarakat mengenai peristiwa yang terjadi, ide atau pikiran dan tingkah laku orang lain, serta segala sesuatu yang disampaikan orang lain.
2. Mendidik (*to educate*)

Komunikasi merupakan sarana pendidikan, dengan komunikasi manusia dapat menyampaikan ide dan pikirannya kepada orang lain sehingga orang lain mendapatkan informasi dan ilmu pengetahuan.

3. Menghibur (*to entertain*)

Komunikasi selain berguna untuk menyampaikan komunikasi pendidikan, juga berfungsi untuk menyampaikan hiburan atau menghibur orang lain.

4. Mempengaruhi (*to influence*)

Fungsinya mempengaruhi setiap individu yang berkomunikasi, tentunya berusaha mempengaruhi jalan pikiran komunikan, dan lebih jauh lagi berusaha merubah sikap dan tingkah laku komunikan sesuai dengan apa yang diharapkan. (Effendy, 2009 : 31).

Deddy Mulyana dalam bukunya yang berjudul “Ilmu Komunikasi Suatu Pengantar” mengutip kerangka berpikir William I. Gordon mengenai fungsifungsi komunikasi yang dibagi menjadi empat bagian. Fungsi-fungsi suatu peristiwa komunikasi (*communication event*) tampaknya tidak sama sekali independen, melainkan juga berkaitan dengan fungsi-fungsi lainnya, meskipun terdapat suatu fungsi dominan. Diantaranya:

1. Fungsi Komunikasi Sosial

Komunikasi itu penting untuk membangun konsep diri kita, aktualisasi diri, kelangsungan hidup untuk memperoleh kebahagiaan, dan terhindar dari tekanan. Pembentukan konsep diri adalah pandangan kita mengenai siapa diri kita, dan itu hanya bisa kita peroleh lewat informasi yang diberikan oleh orang lain kepada kita. Pernyataan eksistensi diri. Orang berkomunikasi

untuk menunjukkan dirinya eksis. Inilah yang disebut aktualisasi diri atau pernyataan eksistensi diri. Ketika berbicara, kita sebenarnya menyatakan bahwa kita ada.

2. Fungsi Komunikasi Ekspresif

Komunikasi ekspresif dapat dilakukan sejauh komunikasi tersebut menjadi instrumen untuk menyampaikan perasaan-perasaan (emosi kita) melalui pesan-pesan non verbal.

3. Fungsi Komunikasi Ritual

Komunikasi ritual sering dilakukan secara kolektif. Suatu komunitas sering melakukan upacara-upacara berlainan sepanjang tahun, dalam acara tersebut orang mengucapkan kata-kata dan menampilkan perilaku yang bersifat simbolik.

4. Fungsi Komunikasi

Instrumental Komunikasi instrumental mempunyai beberapa tujuan umum, yaitu menginformasikan, mengajar, mendorong, mengubah sikap dan keyakinan, dan mengubah perilaku atau menggerakkan tindakan, dan juga untuk menghibur. Suatu peristiwa komunikasi sesungguhnya seringkali mempunyai fungsi-fungsi tumpang tindih, meskipun salah satu fungsinya sangat menonjol dan mendominasi. (Mulyana, 2007 : 5)

Menurut Harold Laswell sebagaimana telah dikutip oleh Nurudin dalam bukunya “Sistem Komunikasi Indonesia”, secara terperinci fungsi – fungsi komunikasi sebagai berikut:

1. Penjagaan atau pengawasan lingkungan (*surveillance of the environment*), fungsi ini di jalankan oleh para diplomat, atase dan koresponden luar negeri sebagai usaha menjaga lingkungan.
2. Menghubungkan bagian – bagian yang terpisah dari masyarakat untuk menanggapi lingkungan (*correlation of the part of the society in respond in to the environment*).
3. Menurunkan warisan sosial dari generasi ke generasi berikutnya (*transmission of the social heritage*) fungsi ini di jalankan oleh para 17 pendidik di dalam pendidikan formal atau informal karena terlibat mewariskan adat kebiasaan, nilai dari generasi ke generasi. (Nurudin, 2010:14).

Berpijak pada fungsi komunikasi dalam kehidupan masyarakat, dapat dikatakan bahwa komunikasi tidak bisa lepas dari kehidupan manusia, karena komunikasi adalah salah satu komponen penting yang akan selalu ada dalam kehidupan manusia sehari-hari. Dengan kata lain, melalui komunikasi manusia dapat mengembangkan dirinya dengan berbagi informasi yang diperolehnya. Selain itu ada beberapa pihak menilai bahwa dengan komunikasi yang baik, hubungan antar manusia dapat dipelihara kelangsungannya. Sebab, melalui komunikasi dengan sesama manusia kita bisa memperbanyak sahabat, memperbanyak rezeki, memperbanyak dan memelihara pelanggan (*customers*), dan juga memelihara hubungan yang baik antara bawahan dan atasan dalam suatu organisasi. Pendek kata komunikasi berfungsi menjembatani hubungan antar manusia dalam bermasyarakat. (Cangara, 2002 : 59)

2.1.2.3. Tujuan Komunikasi

R. Wayne Pace, Brent D. Peterson, dan M. Dallas Burnett dalam Onong Uchjana Effendy, dengan bukunya yang berjudul *Techniques for effective Communication*, mengatakan bahwa tujuan sentral dalam kegiatan komunikasi terdiri atas tiga tujuan utama, yaitu:

1. *To secure understanding* (memastikan mengerti pesan yang diterima)
2. *To establish acceptance* (membina penerima)
3. *To motivate action* (memotivasi kegiatan) (Effendy, 2009 : 32)

Pertama adalah memastikan (*to secure understanding*) bahwa komunikan mengerti pesan yang diterimanya. Andaikata ia sudah dapat mengerti dan menerima, maka penerimanya harus dibina (*to establish acceptance*). Dan pada akhirnya kegiatan dimotivasi (*to motivate action*). Kegiatan komunikasi yang manusia lakukan sehari-hari tentu memiliki suatu tujuan tertentu yang berbedabeda yang nantinya diharapkan dapat tercipta saling pengertian.

Adapun tujuan komunikasi menurut Onong Uchjana Effendy dalam “Dimensi – Dimensi Komunikasi” :

1. Perubahan sikap (*Attitude change*)
2. Perubahan pendapat (*Opinion change*)
3. Perubahan perilaku (*Behavior change*)
4. Perubahan sosial (*Social change*)

2.1.3 Tinjauan Tentang Media Komunikasi

2.1.3.1 Pengertian Media Komunikasi

Konteks dalam penelitian kali ini yang pertama yaitu secara garis besar pengertian dari komunikasi. Komunikasi merupakan cara menyampaikan pesan yang dilakukan oleh manusia satu kepada manusia lainya atau penyampaian pesan dari individu terhadap kelompok.

Menurut (Timbowo, 2016) Komunikasi adalah sarana yang paling vital bagi setiap manusia untuk mengerti dirinya sendiri, mengerti orang lain, dan memahami lingkungannya. Memahami tempat dan cara keberadaanya di masyarakat serta hubungan dengan sesama di sekitarnya. Semuanya itu dimengerti dengan adanya “jalur komunikasi” yang terjalin baik.

Menurut (Badusah, 2000) Media komunikasi adalah perantara yang digunakan untuk berkomunikasi satu sama lain menggunakan berbagai media seperti gambar, berita atau lainnya untuk menyampaikan pesan atau pandangan.

Berdasarkan pendapat ahli di atas dapat disimpulkan bahwa media komunikasi adalah sarana atau perantara atau perangkat yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari pihak pembawa pesan terhadap penerima pesan.

2.1.3.2 Fungsi Media Komunikasi

Banyak sekali kegunaan dari media komunikasi salah satunya adalah sebagai alat bantu dalam menyampaikan pesan, sebagai sarana informasi yang didapatkan, efisien dengan adanya media komunikasi proses komunikasi bisa berjalan cepat dan masih banyak lagi kegunaan dari media komunikasi.

Menurut McNair dalam (Kamaruddin Hasan, 2015) media komunikasi memiliki fungsi sebagai berikut:

- Edukasi dan Pemberian Informasi. Menyampaikan fakta-fakta yang ada kepada penerima informasi. Media juga berfungsi untuk menyampaikan norma, aturan, dan nilai kepada pengguna media.
- Corong Opini. Masyarakat luas dapat menggunakan media komunikasi sebagai wadah untuk menyampaikan opini atau pendapat.
- Pengawas Kebijakan. Media komunikasi menjadi sarana untuk mempublikasikan apa saja yang kebijakan dan praktek dari kebijakan yang diambil oleh sebuah lembaga pemerintahan.
- Pemantauan. Media komunikasi juga berfungsi untuk memantau apa saja yang terjadi. Misalnya saja masyarakat dapat mengetahui informasi mengenai perubahan iklim, bencana alam, atau informasi mengenai prosedur kesehatan dan lain sebagainya.

2.1.3.4. Jenis Media Komunikasi

Ada beberapa jenis komunikasi yang biasa digunakan oleh manusia seperti: komunikasi verbal berupa pesan yang disampaikan langsung secara lisan, komunikasi tertulis pesan yang disampaikan dalam bentuk tulisan dan lain-lain.

Menurut Masmuh (2008:8) ada lima penggolongan komunikasi dalam organisasi yang biasa digunakan, yaitu:

1. Komunikasi Lisan dan Tulisan

Komunikasi lisan merupakan komunikasi dengan mengucapkan katakata secara lisan dan langsung kepada lawan bicaranya. Sedangkan komunikasi tertulis merupakan komunikasi secara tidak langsung melalui media tulisan.

2. Komunikasi verbal dan Non- Verbal

Informasi yang mengenai perasaan seseorang dikemukakan secara lisan melalui apa yang dikatakan dan bagaimana mengatakannya. Arti dari kata atau kalimat diperjelas melalui tinggin rendahnya nada suara, perubahan nada suara dan kapan komunikator berbicara.

3. Komunikasi ke Atas, Ke Bawah dan Ke Samping

Komunikasi ke bawah mengalir dari tingkatan manajemen puncak ke manajemen menengah dan dari manajemen menengah ke manajemen yang lebih rendah. Komunikasi ini sangat efektif untuk penyampaian perintah, instruksi, pengarahan dan pengontrolan kepada bawahan

4. Komunikasi Formal dan Informal

Komunikasi formal terjadi diantara pegawai melalui garis kewenangan yang telah ditetapkan oleh manajemen. Komunikasi informal terjadi

diantara pegawai dalam satu organisasi yang dapat berinteraksi secara bebas satu sama lain terlepas dari kewenangan dan fungsi jabatan mereka.

5. Komunikasi Satu Arah dan Dua Arah

Komunikasi satu arah menghilangkan kesempatan untuk memperoleh penjelasan dan konfirmasi. Jenis komunikasi ini hanya menekankan penyampaian pesan.

2.1.4 Tinjauan Tentang Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal atau disebut juga dengan komunikasi antar personal atau komunikasi antarpribadi merupakan komunikasi yang dilakukan oleh individu untuk saling bertukar gagasan ataupun pemikiran kepada individu lainnya.

Atau dengan kata lain, komunikasi interpersonal adalah merupakan proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara bertatap muka dimana pengirim dapat menyampaikan pesan secara langsung dan penerima pesan dapat menerima dan menanggapi secara langsung. Cangara (1998)

Komunikasi interpersonal tidak hanya tentang apa yang dikatakan dan apa yang diterima namun juga tentang bagaimana hal itu dikatakan, bagaimana bahasa tubuh yang digunakan, dan apa ekspresi wajah yang diberikan. Keberhasilan komunikasi merupakan tanggung jawab para peserta komunikasi.

Kedekatan hubungan antara kedua belah pihak yang berkomunikasi tercermin pada jenis pesan atau respon verbal maupun nonverbal, seperti sentuhan, ekspresi wajah dan jarak komunikasi yang dekat. Dalam proses komunikasi interpersonal setiap individu bebas memilih atau mengubah topik pembicaraan, dalam prakteknya komunikasi interpersonal dapat didominasi salah satu pihak.

2.1.4.1 Elemen Komunikasi Interpersonal

Dalam Pengantar Ilmu Komunikasi telah dijelaskan bahwa pada umumnya komunikasi memiliki beberapa elemen penting yaitu sumber, penerima, pesan, saluran, encoding, decoding, gangguan, umpan balik, dan konteks. Begitu pula halnya dengan komunikasi interpersonal. Menurut J.A. Devito (2010 :10) dalam komunikasi interpersonal terdapat beberapa unsur atau elemen penting, yaitu :

1. Pesan (*Message*)

Pesan merupakan sinyal yang dipandang sebagai stimuli atau rangsangan bagi penerima pesan dan diterima oleh salah satu indera manusia atau kombinasi dari beberapa indera manusia. Dengan kata lain, dalam komunikasi tatap muka, kita mengirim dan menerima pesan melalui lima panca indera yang kita miliki. Kita menegosiasikan makna yang kita peroleh dari komunikasi interpersonal melalui pengiriman dan penerimaan pesan verbal dan pesan nonverbal.

2. Sumber – Penerima (*Source – Receiver*)

Komunikasi interpersonal melibatkan paling tidak dua orang dimana masing-masing pihak dapat berperan sebagai sumber (*source*) yakni membentuk dan mengirimkan pesan dan juga berperan sebagai penerima (*receiver*) yakni menerima pesan.

3. *Encoding-Decoding*

Yang dimaksud dengan *encoding* adalah tindakan memproduksi pesan seperti menulis dan berbicara. Sementara itu, yang dimaksud dengan *decoding* adalah tindakan memahami pesan seperti mendengar atau membaca.

4. Media (*Channel*)

Yang dimaksud dengan *channel* adalah media yang digunakan untuk menyampaikan pesan yang menghubungkan sumber dan penerima. Dalam komunikasi tatap muka, kita mengirim dan menerima pesan melalui lima panca indera yang kita miliki. Saluran komunikasi personal baik yang bersifat langsung perorangan maupun kelompok lebih persuasif dibandingkan dengan saluran media masa. Hal ini disebabkan karena penyampaian pesan melalui saluran komunikasi personal dapat dilakukan secara langsung kepada khalayak.

5. Umpan balik (Feedback)

Umpan balik atau feedback adalah informasi yang kita terima sebagai bentuk respon terhadap pesan yang telah kita kirimkan. Umpan balik dapat berupa umpan balik verbal maupun umpan balik nonverbal, umpan balik positif atau umpan balik negatif, dan lain sebagainya.

6. Bidang Pengalaman

Hal ini merupakan faktor yang paling penting dalam komunikasi interpersonal, komunikasi akan terjadi apabila para pelaku yang terlibat dalam komunikasi mempunyai bidang pengalaman yang sama.

7. Gangguan (Noise) Secara teknis, gangguan atau noise adalah segala sesuatu yang mendistorsi sebuah pesan. Atau hal-hal yang mencegah penerima menerima sebuah pesan. Terdapat beberapa jenis gangguan, yaitu :

- a. Gangguan fisik, gangguan ini biasanya berasal dari luar dan mengganggu transmisi fisik pesan, seperti kegaduhan, interupsi, jarak dan sebagainya.
- b. Gangguan psikologis, gangguan ini timbul karena adanya perbedaan gagasan dan penilaian subyektif diantara orang yang terlibat dalam komunikasi seperti emosi, perbedaan nilai-nilai, sikap dan sebagainya.
- c. Gangguan semantik, gangguan ini terjadi melalui kata-kata atau simbol yang digunakan dalam komunikasi, seringkali memiliki arti ganda, sehingga menyebabkan penerima gagal dalam menangkap dari maksud pesan yang disampaikan, contoh perbedaan bahasa yang digunakan dalam komunikasi.

8. Efek

Dibanding dengan komunikasi lainnya, komunikasi interpersonal dinilai paling ampuh untuk mengubah sikap, perilaku kepercayaan dan opini komunikan. Hal ini disebabkan komunikasi dilakukan dengan tatap

muka. Dengan memahami elemen-elemen penting dalam komunikasi interpersonal, maka kita akan dapat memperbaiki kompetensi serta keterampilan kita dalam komunikasi interpersonal.

2.1.4.2. Ciri – Ciri Komunikasi Interpersonal

Menurut Suranto (2011 : 14-16) Komunikasi interpersonal, merupakan jenis komunikasi yang frekuensi terjadinya cukup tinggi dalam kehidupan sehari-hari. Apabila diamati dengan komunikasi lainnya, maka dapat ditemukan ciri-ciri komunikasi antarpribadi atau interpersonal, antara lain :

1. Arus pesan dua arah

Artinya komunikator dan komunikan dapat berganti pesan secara cepat. Seorang sumber pesan dapat berubah peran sebagai penerima pesan, begitu pula sebaliknya. Arus pesan secara dua arah ini berlangsung secara berkelanjutan.

2. Suasana non formal

Komunikasi interpersonal biasanya berlangsung dalam suasana non formal. Seperti percakapan intim dan lobi, bukan forum formal seperti rapat.

3. Peserta komunikasi mengirim dan menerima pesan secara simultan dan spontan, baik secara verbal maupun non verbal.

Untuk meningkatkan keefektifan komunikasi interpersonal, peserta komunikasi dapat memberdayakan pemanfaatan kekuatan pesan verbal maupun nonverbal secara simultan. Peserta komunikasi berupaya saling

meyakinkan, dengan mengoptimalkan penggunaan pesan verbal maupun non verbal secara bersamaan, saling mengisi, saling memperkuat sesuai tujuan komunikasi

2.1.5 Tinjauan Tentang New Media

Kemunculan media baru atau new media tidak terlepas dari kemunculan internet di dunia ini. Media baru adalah istilah yang dimaksudkan untuk mencakup kemunculan era digital, komputer, atau jaringan teknologi dan komunikasi pada abad ke-20. Kehadiran media baru dipahami sebagai konsekuensi teknologi komunikasi yang membuat batas platform media yang sebelumnya sudah ada (Widjayanti, 2016: 348). Media baru adalah konsep yang menjelaskan kemampuan media yang dilengkapi dukungan perangkat digital. Dengan demikian, pembaca dapat mengakses informasi apa saja, dimana saja dan kapan saja. Media baru membuat kemudahan dalam berkomunikasi dan pencarian informasi.

2.1.5.1 Karakteristik Media Baru

Media Media baru muncul dengan perkembangan teknologi digital, seperti halnya dengan media yang sudah ada (televisi, radio, dan surat kabar) media memiliki karakteristik diantaranya:

1. Interaktif Karakteristik ini menjadi salah satu kunci dari media baru karena jika dibandingkan dengan media lama seperti televisi, radio, dan surat kabar, media baru telah diakui paling interaktif.

2. Hipertekstual Artinya setiap informasi yang sudah ada di media lama kembali dimasukkan ke dalam media baru dengan tampilan yang sudah disesuaikan.
3. Jaringan Di dalam media baru internet terdapat beberapa jaringan yang saling menguatkan untuk mempermudah orang untuk menemukan dan menggunakan internet dalam mencari informasi.
4. Virtual/Maya Wilayah jangkauan penyebaran informasi di internet sangatlah bebas tidak ada batas, sehingga penyebaran informasi sangat mudah didapat oleh siapa saja.
5. Simulasi Media baru menirukan beberapa dari media lama yang masih bias diangkat ke dalam media baru. Khalayak pengguna media baru juga akan meniru apa informasi yang ia dapat di dalam media baru ke dunia nyata yang mempengaruhi hidupnya.

2.1.6 Tinjauan Tentang Media Sosial

Media sosial merupakan sebuah media online yang memiliki banyak fungsi, selain untuk alat berkomunikasi dapat juga menjadi sarana bagi penggunanya 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.

2.1.7 Tinjauan tentang Kakaotalk

Kakaotalk merupakan salah satu media komunikasi atau media sosial yang banyak digunakan di seluruh dunia, terutama di Korea Selatan. Pengguna Kakaotalk banyak digandrungi oleh kalangan muda, mahasiswa maupun orang dewasa hampir 72% dari total penduduk Korea Selatan menggunakan kakaotalk sebagai aplikasi yang mereka gunakan sehari-hari. Aplikasi kakaotalk merupakan aplikasi pesan instan yang berasal dari korea yang memiliki fitur dan kelebihan tersendiri dibandingkan dengan aplikasi lainya seperti telepon dan chat gratis baik secara personal maupun grup.

Kakaotalk merupakan salah satu aplikasi *mobile, smartphone messaging* asal korea yang banyak diunduh dan digunakan oleh sebagian besar masyarakat di korea dan indonesia (Fenny, 2013). Walaupun pemakaiannya masih di bawah line (pengguna kakaotalk 100 juta mulai 12 juli 2013 (republika.co.id), line 200 juta pemakai, sejak 13 juli 2013 (inet.detik.com)) namun nyatanya kakaotalk

yang terkenal dengan *sticker emoticon* yang menarik ini adalah pionir dan muncul terlebih dahulu ketimbang aplikasi lain (line, wechat) seperti yang telah dinyatakan co-ceo kakaotalk sirgoo lee saat wawancara dengan detikinet. kakaotalk dirilis sudah sejak 2010, akan tetapi peningkatan pengguna kakaotalk barulah melejit tinggi pada bulan maret 2013 lalu (menjadi 88 juta pengguna) bersamaan dengan diluncurkannya iklan televisi kakaotalk, yang menggandeng artis korea bigbang dan artis lokal indonesia sherina sebagai *endoser* mereka.

Kakaotalk dirilis pertama kali pada 18 Maret 2010 oleh Kakao Inc. Pada awalnya, Kakaotalk dibuat untuk pengguna Android dan sistem operasi iOS, yang berarti Kakaotalk bisa digunakan pada iPhone, iPad, maupun iPod Touch. Lebih dari satu tahun kemudian, versi beta Kakaotalk untuk Blackberry dirilis pada 11 Agustus 2011.

Pada 28 Juli 2011, hanya 16 bulan setelah diluncurkan, Kakaotalk telah memiliki total 20 juta pengguna, dengan perkiraan 16 juta hingga 17 juta orang menggunakan aplikasi ini setiap harinya. 6 bulan kemudian, tepatnya pada Januari 2012, KakaoTalk telah memiliki total 30 juta pengguna, dengan 1 miliar pesan dikirimkan setiap harinya.

Kakaotalk dapat digunakan oleh pengguna Android, iPhone, iPod Touch, iPad, dan BlackBerry. Dengan menggunakan aplikasi ini, pengguna Android, iPhone, dan BlackBerry dapat saling berkomunikasi satu sama lain, dan bahkan dapat berkomunikasi dengan pengguna iPad dan iPod Touch secara gratis.

KakaoTalk menggunakan nomor telepon serta ID yang dapat diatur pada awal penggunaan untuk berinteraksi. KakaoTalk dapat diunduh secara gratis baik dari websitenya maupun dari application store masing – masing platform, dan dapat dikatakan sebagai pengembangan dari WhatsApp dan Yahoo! Messenger. Dengan menggunakan fitur push, KakaoTalk akan selalu memberitahukan pesan yang baru saja diterima. Beberapa hal yang perlu diperhatikan dalam penggunaan KakaoTalk adalah

Beberapa keuntungan menggunakan aplikasi KakaoTalk adalah:

1. Aplikasi KakaoTalk memungkinkan pengguna untuk melakukan file sharing dan mengirimkan serta menerima gambar, video, voice note, dan kontak.
2. Aplikasi Kakaotalk terintegrasi ke dalam sistem, sehingga pesan baru akan tetap diterima walaupun [smartphone](#) atau gadget pengguna dalam kondisi off, dan akan tersampaikan ketika anda menyalakan [smartphone](#) atau gadget pengguna.
3. Pesan akan dikirimkan secara langsung, dan status pesan yang dikirimkan dapat terlihat melalui berbagai notifikasi yang ada.
4. Aplikasi KakaoTalk bersifat global dan tidak terbatas.
5. Tidak ada iklan yang muncul ketika pengguna sedang menggunakan aplikasi KakaoTalk ini.
6. Privasi pengguna akan terjaga karena terdapat fitur Passcode Lock, dan pengguna akan dapat menyimpan data pembicaraan pengguna dengan

menggunakan fitur Backup dan mengirimkan data tersebut ke email pengguna.

2.1.8. Tinjauan tentang Stres

2.1.8.1 Pengertian Stres

Stres merupakan kondisi dimana keadaan mental dan pikiran seseorang sedang terganggu diakibatkan oleh suatu tekanan merasa tidak nyaman dan putus asa. Menurut (Wulandari, 2017) Stres merupakan keadaan ketika seseorang merasa ketidaknyamanan mental dan batin yang disebabkan oleh perasaan tertekan.

Stres pun bisa berarti ketegangan, tekanan batin, kekacauan, dan konflik yang berarti:

- a. Reaksi atau respon tubuh kepada stresor psikososial (tekanan mental atau beban kehidupan).
- b. Keadaan yang mendesak dan mencekam, yang menimbulkan suatu ketegangan dalam diri seseorang.
- c. Pandangan tubuh terhadap situasi yang menyebabkan tekanan, perubahan, ketegangan emosi
- d. Reaksi tubuh dan pikiran yang diakibatkan oleh perubahan dan tuntutan kehidupan yang dipengaruhi baik oleh lingkungan maupun penampilan individu di dalam lingkungan tersebut.

2.1.8.2 Penyebab Stres

Banyak sekali faktor yang menyebabkan seseorang mengalami stress baik yang berasal dari luar maupun dari dalam diri manusia. Bisa disebabkan oleh masalah pekerjaan, keluarga, masalah keuangan maupun masalah percintaan.

Penyebab stresor dapat di bagi menjadi dua, yaitu stresor eksternal dan stresor internal. Stresor eksternal merupakan stresor berasal dari luar individu seperti stresor yang berada di lingkungan dan stresor sosial yaitu tekanan dari luar disebabkan oleh interaksi individu dengan lingkungannya, banyak stresor sosial yang bersifat traumatic yang tak dapat dihindari, seperti kehilangan orang yang dicintai, kehilangan pekerjaan, pensiun dari pekerjaan, perceraian, masalah keuangan, pindah rumah dan lain-lain. Sedangkan stresor internal merupakan stresor yang berasal dari dalam individu seperti stresor psikologis tekanan dari dalam diri individu biasanya yang bersifat negatif seperti frustrasi, kecemasan (anxiety), rasa bersalah, kuatir berlebihan, marah, benci, sedih, cemburu, rasa kasihan pada diri sendiri, serta rasa rendah diri (Wulandari, 2017)

2.1.8.3 Klasifikasi stress

Stress merupakan keadaan yang tidak bisa di hindarkan oleh manusia, pasti setiap orang pernah mengalami yang namanya stress. Setiap tingkatan stress yang dialami setiap orang pasti berbeda-beda ada yang mengalami stress berat, ringan dan sedang.

Menurut (Mahmud, 2016) Klasifikasi stres dibagi menjadi tiga tingkatan yaitu stres ringan, sedang dan berat.

1) Stres ringan

Pada tingkat stres ringan adalah stres yang tidak merusak aspek fisiologis dari seseorang. Stres ringan umumnya dirasakan oleh setiap orang misalnya lupa, ketiduran, dikritik, dan kemacetan.

2) Stres sedang

Stres sedang terjadi lebih lama, dari beberapa jam hingga beberapa hari. Respon dari tingkat stres ini didapat gangguan pada lambung dan usus misalnya maag, buang air besar tidak teratur, ketegangan pada otot, gangguan pola tidur, perubahan siklus menstruasi, daya konsentrasi dan daya ingat menurun. Contoh dari stresor yang menimbulkan stres sedang adalah kesepakatan yang belum selesai, beban kerja yang berlebihan.

3) Stres berat

Stres berat adalah stres kronis yang terjadi beberapa minggu sampai beberapa tahun. Respon dari tingkat stres ini didapat gangguan pencernaan berat, debar jantung semakin meningkat, sesak napas, tremor, perasaan cemas dan takut meningkat, mudah bingung dan panik.

Teori kondisi stress berdasarkan pendapat **Lazarus** yaitu (1) stres stimulus (rangsangan), (2) stres response (respons), dan (3) stres model proses (*Process*). Stimulus merupakan rangsangan atau penyebab dari datangnya kondisi stress. Respon merupakan reaksi dari perasaan stress. Dan proses berfokus pada respon emosi dan proses kognitif yang mana didasarkan pada

interaksi manusia dengan lingkungan (Jovanovic, Lazaridis & Stefanovic, 2006)

2.2 Kerangka Pemikiran

2.2.1 Kerangka Pemikiran Teoritis

Pada kerangka pemikiran teoritis, peneliti membahas permasalahan pada penelitian yang diangkat dengan menggunakan 3 variabel, Variabel X yaitu Penggunaan Media Sosial dan Komunikasi Interpersonal serta Variabel Y yaitu Kondisi stress.

Pada kerangka teoritis ini peneliti mengambil fokus tentang teori *Dependency Media* peneliti mengutip pendapat dari **Little John dan Foss** yang menyatakan bahwa:

“Semakin seseorang merasa media itu penting maka orang tersebut semakin bergantung dengan media. Besarnya ketergantungan seseorang pada media ditentukan dari dua hal :1) Individu akan condong menggunakan media yang memiliki fungsi lebih banyak dibandingkan dengan media lain yang hanya sedikit. 2) Persentase ketergantungan juga ditentukan oleh stabilitas sosial saat itu.” (Little John dan Foss, 2011:353)

Teori *Dependency Media* tersebut mengandung poin utama bahwa untuk penggunaan media, dalam penelitian ini berfokus pada media sosial ditentukan dari fungsi penggunaan media tersebut. Fungsi media sosial yaitu : Bersosialisasi (*Social Network*), Diskusi (*Discuss*), dan Penyebaran informasi (*Sharing*). (Syahputra:2008).

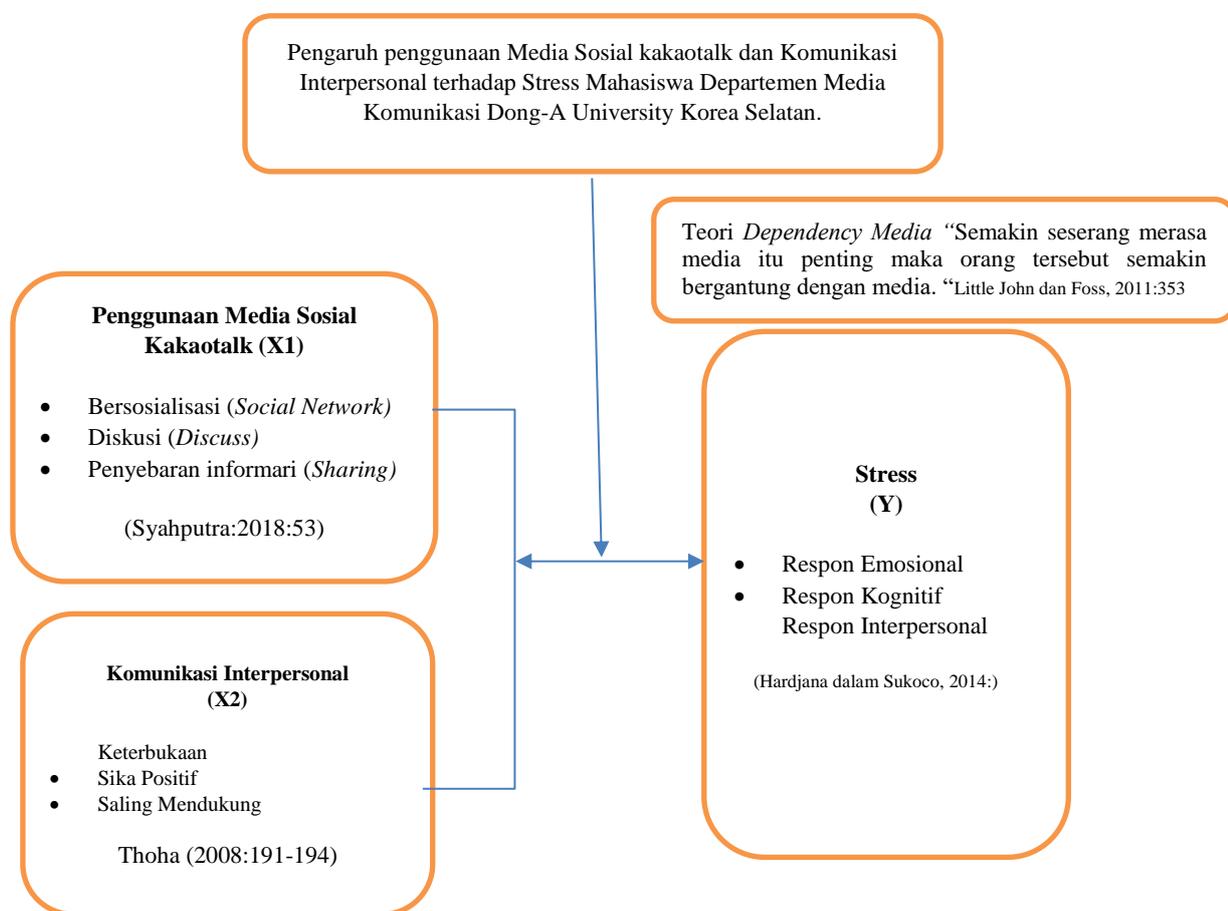
Variabel X2 yaitu Komunikasi Interpersonal. Menurut Thoha (2008:191-194) indikator komunikasi interpersonal adalah “1) keterbukaan 2) Sikap saling mendukung 3) kepositifan/prilaku positif.

- 1) Keterbukaan (*Openess*) merupakan indikator bahwa komunikator interpersonal yang efektif sangat jujur kepada individu saat berkomunikasi. Selalu terbuka dan jujur dalam berkomunikasi.
- 2) Sikap Saling Mendukung (*Supportiveness*), hubungan komunikasi interpersonal yang paling efektif salah satu faktornya adalah sikap saling mendukung satu dengan lainnya dalam hubungan komunikasi.
- 3) Sikap positif (*Positivity*) merupakan sikap apabila pembicara antara komunikator dan komunikasi mendapat tanggapan positif dari kedua belah pihak. Sikap positif menjadikan orang-orang yang berkomunikasi tidak berprasangka atau timbul kecurigaan yang dapat mengganggu terjalin komunikasi. (Liliweri, 2014:13)

Variabel Y penelitian ini menggunakan teori kondisi stress berdasarkan pendapat **Hardjana**, Respon psikologis akibat dari gejala stress itu sendiri dapat dibagi menjadi 3 bagian yaitu:

1. Respon emosional; Individu sering menggunakan keadaan emosionalnya untuk mengevaluasi stress dan pengalaman emosional (Maslach, Schacter & Singer, dalam Sarafino 2014) Salah satu bentuk emosional yaitu; Perasaan frustrasi, perasaan tertekan, mudah marah.
2. Respon Kognitif; Stress dapat melemahkan ingatan dan fokus seseorang dalam aktifitas kognitif. Salah Satu responnya yaitu; Sulit berkonsentrasi.
3. Respon Interpersonal; Stress dapat mengubah perilaku dan cara berkomunikasi individu terhadap orang lain. Contohnya yaitu; Mengambil sikap membentengi diri. (Hardjana dalam Sukoco, 2014:)

pada penelitian ini peneliti ingin melihat bagaimana hubungan penggunaan media sosial kakaotalk dan komunikasi interpersonal terhadap stress mahasiswa Departemen Media Komunikasi Dong-A University Korea Selatan. Peneliti berusaha mengaplikasikan definisi dan teori yang didapat pada kerangka pemikiran teoritis sebagai berikut:



Gambar

2.1 Kerangka Pemikiran

(Sumber : Peneiti 2021)

2.3 Hipotesis Penelitian

Hipotesis adalah asumsi atau dugaan mengenai sesuatu hal yang dibuat untuk menjelaskan, hal itu yang sering dituntut untuk melakukan pengecekannya. Hipotesis merupakan dugaan sementara atau jawaban sementara dan harus dibuktikan kebenarannya. (Sugiyono, 2009:94)

Menurut (Arikunto, 2010) Hipotesis dapat diartikan sebagai suatu jawaban yang bersifat sementara terhadap permasalahan penelitian sampai terbukti melalui data yang terkumpul.

2.3.1 Hipotesis Induk

Dari penjelasan di atas hipotesis yang dapat peneliti rumuskan yaitu:

Ha : Ada Pengaruh Penggunaan Media Sosial kakaotalk dan Komunikasi Interpersonal terhadap Stress Mahasiswa Departemen Media Komunikasi Dong-A University Korea Selatan.

H0 : Tidak ada pengaruh Penggunaan Media Sosial Kakaotalk dan Komunikasi Interpersonal terhadap Stress Mahasiswa Departemen Media Komunikasi Dong-A University Korea Selatan.

2.3.2 Sub Hipotesis

1. Ha : Ada pengaruh **bersosialisasi** terhadap stress mahasiswa Departemen Media Komunikasi di Dong-A University Korea Selatan.

H0 : Tidak ada pengaruh **bersosialisasi** terhadap stress mahasiswa Departemen Media Komunikasi di Dong-A University Korea Selatan.

2. Ha : Ada pengaruh **berdiskusi** terhadap stress mahasiswa Departemen Media Komunikasi di Dong-A University Korea Selatan.
H0 : Tidak Ada pengaruh **berdiskusi** terhadap stress mahasiswa Departemen Media Komunikasi di Dong-A University Korea Selatan.
3. Ha : Ada pengaruh **penyebaran informasi** terhadap kondisi stress mahasiswa Departemen Media Komunikasi di Dong-A University Korea Selatan.
H0 : Tidak Ada pengaruh **penyebaran informasi** terhadap kondisi stress mahasiswa Departemen Media Komunikasi di Dong-A University Korea Selatan.
4. Ha : Ada pengaruh **Keterbukaan** terhadap stress mahasiswa Departemen Media Komunikasi di Dong-A University Korea Selatan.
H0 : Tidak Ada pengaruh **Keterbukaan** terhadap stress mahasiswa Departemen Media Komunikasi di Dong-A University Korea Selatan.
5. Ha : Ada pengaruh **Sikap Positif** terhadap stress mahasiswa Departemen Media Komunikasi di Dong-A University Korea Selatan.
H0 : Tidak Ada pengaruh **Sikap Positif** terhadap stress mahasiswa Departemen Media Komunikasi di Dong-A University Korea Selatan.
6. Ha : Ada pengaruh **Saling Mendukung** terhadap stress mahasiswa Departemen Media Komunikasi di Dong-A University Korea Selatan.
H0 : Tidak Ada pengaruh **Saling Mendukung** terhadap stress mahasiswa Departemen Media Komunikasi di Dong-A University Korea Selatan.

7. Ha : Ada pengaruh penggunaan media sosial Kakaotalk terhadap **respon emosional** Mahasiswa departemen Media Komunikasi Dong-A University Korea Selatan.
H0 : Tidak Ada pengaruh penggunaan media sosial Kakaotalk terhadap **respon emosional** Mahasiswa departemen Media Komunikasi Dong-A University Korea Selatan.
8. Ha : Ada pengaruh penggunaan media sosial kakaotalk terhadap **respon kognitif** Mahasiswa Departemen Media Komunikasi Dong-A University Korea Selatan.
H0 : Tidak Ada pengaruh penggunaan media sosial kakaotalk terhadap **respon kognitif** Mahasiswa Departemen Media Komunikasi Dong-A University Korea Selatan.
9. Ha : Ada pengaruh penggunaan media sosial kakaotalk terhadap **respon interpersonal** mahasiswa Departemen Media Komunikasi Dong-A University Korea Selatan.
H0 : Tidak Ada pengaruh penggunaan media sosial kakaotalk terhadap **respon interpersonal** mahasiswa Departemen Media Komunikasi Dong-A University Korea Selatan.
10. Ha : Ada pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap **respon emosional** Mahasiswa departemen Media Komunikasi Dong-A University Korea Selatan.

H0 : Tidak Ada pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap **respon emosional** Mahasiswa departemen Media Komunikasi Dong-A University Korea Selatan.

11. Ha : Ada pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap **respon kognitif** Mahasiswa Departemen Media Komunikasi Dong-A University Korea Selatan.

H0 : Tidak ada pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap **respon kognitif** Mahasiswa Departemen Media Komunikasi Dong-A University Korea Selatan

12. Ha : Ada pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap **respon interpersonal** mahasiswa Departemen Media Komunikasi Dong-A University Korea Selatan.

H0 : Tidak ada pengaruh Komunikasi Interpersonal terhadap **respon interpersonal** mahasiswa Departemen Media Komunikasi Dong-A University Korea Selatan