

BAB II

KAJIAN PUSTAKA DAN KERANGKA TEORITIS

2.1 Penelitian Terdahulu

Sebagai landasan untuk menemukan celah dan inovasi, telah dipilih lima jurnal penelitian terdahulu dengan mempertimbangkan relevansi topik dengan penelitian yang ingin dilakukan serta kebaharuan ilmu yang berkaitan. Keenam penelitian ini membahas mengenai komunikasi interpersonal via media sosial, di antaranya penelitian oleh (Cavalheiro et al., 2024; Iqbal & Shabir, 2017; Mukti et al., 2025; Najah, 2025; Paulin & Boon, 2021; van Tonder et al., 2023)

Keenam penelitian terdahulu menunjukkan kesamaan fokus pada komunikasi interpersonal dan potensi miskomunikasi di media sosial, tetapi dengan tujuan yang berbeda. Penelitian van Tonder et al. (2023) menyoroti peran kompetensi komunikasi interpersonal dan faktor psikologis terhadap kualitas interaksi di media sosial, sementara Paulin & Boon (2021) mengkaji ekspresi konflik interpersonal dan emosi negatif yang dimediasi oleh media sosial akibat keterbatasan isyarat nonverbal. Cavalheiro et al. (2024) menekankan penggunaan emoji sebagai strategi kompensasi untuk mengurangi ambiguitas makna pesan dalam komunikasi berbasis teks, sedangkan Najah (2025) mengkaji pembentukan kepercayaan interpersonal daring melalui nilai moral dan durasi penggunaan media sosial. Penelitian Iqbal & Shabir (2017) menegaskan bahwa komunikasi interpersonal tetap berperan penting di tengah dominasi media digital, dan Mukti et al. (2025) memfokuskan kajian pada proses pembentukan hubungan pertemanan virtual di media sosial X.

Meskipun demikian, penelitian-penelitian tersebut belum secara spesifik menelaah bagaimana efektivitas komunikasi interpersonal dalam hubungan asmara yang dilakukan melalui media sosial X, karena fokus kajian masih terbatas pada kualitas interaksi, konflik, kepercayaan, atau pembentukan hubungan secara umum. Oleh karena itu, penelitian ini mengisi kekosongan tersebut dengan menganalisis bagaimana jalannya hubungan romantis di media sosial X termasuk dinamika

interpretasi pesan, ambiguitas, dan keterbatasan konteks yang khas pada komunikasi berbasis teks.

Penelitian yang dilakukan van Tonder et al. (2023) difokuskan kepada hubungan antara *self-esteem*, kompetensi komunikasi interpersonal, dan penggunaan media dan teknologi terhadap kualitas interaksi individu di media sosial. Penelitian ini berangkat dari asumsi bahwa komunikasi di media sosial tidak hanya dipengaruhi oleh fitur teknologi, tetapi juga oleh kemampuan individu dalam menyampaikan pesan secara interpersonal. Dengan menggunakan metode kuantitatif melalui survei dan analisis regresi, hasil penelitian menunjukkan bahwa kompetensi komunikasi interpersonal memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas interaksi di media sosial, diikuti dengan tingkat kepercayaan diri pengguna. Temuan ini mengaskan bahwa meskipun komunikasi berlangsung secara digital, aspek interpersonal tetap berperan penting dalam membentuk efektivitas komunikasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Paulin & Boon (2021) berfokus pada fenomena *revenge behaviour* melalui media sosial dalam konteks hubungan interpersonal. Studi ini mengkaji bagaimana konflik dan dinamika hubungan personal mendorong individu mengekspresikan kemarahan atau balas dendam secara daring. Dengan menggunakan pendekatan kuantitatif dan pengukuran psikologis, penelitian ini menemukan bahwa media sosial sering digunakan sebagai saluran pelampiasan konflik interpersonal karena sifatnya yang asinkron, minim isyarat nonverbal, dan dapat memberi jarak emosional antara pengirim dan penerima pesan. Penelitian ini relevan dalam memahami bagaimana miskomunikasi dan konflik interpersonal dapat diperbesar dalam ruang komunikasi digital.

Cavalheiro et al. (2024) meneliti peran emoji sebagai pengganti isyarat nonverbal dalam komunikasi interpersonal berbasis teks. Dengan menggunakan *Social Information Processing Theory* sebagai landasan teori, penelitian ini menggunakan metode eksperimen kuantitatif untuk melihat dampak penggunaan emoji secara timbal balik terhadap kedekatan interpersonal dan efektivitas komunikasi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan emoji secara

resiprokal dapat meningkatkan persepsi kehangatan, kedekatan, dan kejelasan makna pesan. Temuan ini menegaskan bahwa pengguna media sosial berupaya mengompensasi keterbatasan komunikasi teks melalui simbol visual guna mengurangi ambiguitas pesan.

Penelitian Najah (2025) mengkaji kepercayaan interpersonal dalam komunikasi daring, dengan menempatkan nilai moral dan durasi penggunaan media sosial dengan variabel moderator. Menggunakan pendekatan kuantitatif dan analisis regresi moderasi, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa kepercayaan interpersonal di media sosial tidak hanya terbentuk dari intensitas komunikasi, tetapi juga dipengaruhi oleh nilai moral individu serta lamanya keterlibatan di media sosial. Penelitian ini juga memperlihatkan bahwa komunikasi interpersonal di ruang digital bersifat kompleks dan dipengaruhi oleh faktor psikologis serta nilai personal pengguna.

Iqbal & Shabir (2017) meneliti pengaruh komunikasi interpersonal, media tradisional, dan media baru terhadap perilaku individu, khususnya generasi muda. Dengan menggunakan *Uses and Gratification Theory*, penelitian ini menemukan bahwa meskipun media digital semakin dominan, komunikasi interpersonal tetap memiliki peran penting dalam membentuk sikap dan perilaku individu. Hasil ini menegaskan bahwa komunikasi interpersonal tidak tergantikan sepenuhnya oleh media digital, melainkan beradaptasi mengikuti perkembangan teknologi komunikasi.

Penelitian yang dilakukan oleh Mukti et al. (2025) bertujuan untuk menganalisis proses komunikasi interpersonal penggemar Treasure (grup K-Pop) dalam membangun pertemanan virtual. Penelitian ini menggunakan Teori Penetrasi Sosial dan *Computer-Mediated Communication* (CMC) dengan metode kualitatif deskriptif melalui wawancara dan observasi terhadap delapan akun penggemar. Hasil penelitian menunjukkan bahwa hubungan pertemanan virtual berkembang melalui empat tahap penetrasi sosial, yaitu orientasi, pertukaran peninjauan afektif, pertukaran afektif, dan pertukaran stabil, dengan media sosial X sebagai mediator

utama yang didukung oleh kesamaan minat, intensitas komunikasi, kepercayaan, dan dukungan emosional.

Penulis menggunakan pendekatan studi kasus untuk menelaah secara mendalam pengalaman komunikasi interpersonal antarindividu yang berlangsung melalui media sosial, terutama di platform X. Pendekatan ini memungkinkan penulis untuk memahami secara kontekstual bagaimana proses komunikasi virtual terjadi dalam situasi tertentu, termasuk dinamika pesan berbasis teks yang minim isyarat nonverbal. Sejalan dengan temuan penelitian terdahulu yang menekankan keterbatasan komunikasi daring, penelitian ini berfokus pada bagaimana kurangnya konteks dan petunjuk nonverbal dalam komunikasi daring memunculkan ambiguitas intonasi nada, yang kemudian memengaruhi cara individu menafsirkan pesan satu sama lain.

Melalui analisis kasus-kasus komunikasi interpersonal di media sosial, penelitian ini mengeksplorasi bagaimana perbedaan interpretasi nada pesan berdampak pada kepercayaan, empati, serta tingkat kedekatan dalam hubungan interpersonal. Temuan penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa simbol pengganti isyarat nonverbal seperti emoji, dan pengalaman relasional memegang peran penting dalam mengurangi atau justru memperbesar miskomunikasi. Oleh karena itu, studi kasus dalam penelitian ini digunakan untuk menggambarkan secara konkret bagaimana ambiguitas nada dapat memicu kesalahpahaman, konflik emosional, maupun upaya adaptasi pengguna dalam menjaga kualitas hubungan mereka di ruang digital.

Penelitian ini menjadi penting karena komunikasi yang efektif merupakan fondasi utama hubungan interpersonal yang sehat, sementara penggunaan media sosial semakin mendominasi interaksi sehari-hari. Dengan menggali kasus nyata, komunikasi virtual, penelitian ini dapat membantu memperkaya literatur mengenai komunikasi interpersonal di media digital dan memberikan rekomendasi praktis bagi individu dalam mengelola pesan, menafsirkan nada komunikasi, serta meningkatkan kualitas interaksi interpersonal di lingkungan komunikasi digital.

2.1. Tabel Penelitian Terdahulu

Tabel 1 Tabel Penelitian Terdahulu

No	Item	Penelitian 1	Penelitian 2	Penelitian 3	Penelitian 4	Penelitian 5	Penelitian 6
1.	Judul Artikel Ilmiah	<i>Self-Esteem, Interpersonal Communication Competence, and Media and Technology Usage as Predictors of Social Media Interaction</i> (van Tonder et al., 2023)	<i>Revenge via Social Media and Relationship Contexts: Prevalence and Measurement</i> (Paulin & Boon, 2021)	<i>Examining the Effects of Reciprocal Emoji Use on Interpersonal Outcomes</i> (Cavalheiro et al., 2024)	Kepercayaan Interpersonal di Era Digital: Peran Nilai Moral dan Durasi Penggunaan Media Sosial sebagai Moderator (Najah, 2025)	<i>The Influence of Interpersonal Communication, Traditional Media, and New Media on Youth's Behavior</i> (Iqbal & Shabir, 2017)	Analisis Komunikasi Interpersonal dalam Membangun Hubungan Pertemanan Virtual Antar Penggemar Treasure di Media Sosial X (Mukti et al., 2025)
2.	Fokus Penelitian	Menganalisis hubungan antara harga diri, kompetensi	Mengkaji bagaimana konflik interpersonal dan hubungan personal mendorong	Menganalisis apa faktor-faktor utama yang menjadi penyebab	Menganalisis faktor pembentuk kepercayaan	Mengkaji peran komunikasi interpersonal dan media	Mengetahui bagaimana komunikasi interpersonal penggemar Treasure di

		komunikasi interpersonal, dan penggunaan teknologi media sosial terhadap interaksi di media sosial	perilaku komunikasi negatif (<i>revenge</i>) di media sosial	miskomunikasi antar rekan kerja di PT X	interpersonal dalam komunikasi daring	dalam membentuk sikap individu	media sosial X dalam membangun hubungan pertemanan virtual
3.	Teori	<i>Interpersonal Communication Competence Theory</i>	<i>Interpersonal Conflict Theory</i>	Teori Komunikasi Interpersonal	Moral Foundation Theory & SIDE	<i>Uses and Gratifications Theory</i>	Teori Penetrasi Sosial & <i>Computer-Mediated Communication (CMC)</i>
4.	Metode Penelitian	Kuantitatif, survei, analisis regresi	Kuantitatif, survei skala psikologis	Kualitatif	Kuantitatif, <i>moderated regression</i>	Survei kuantitatif	Kualitatif deskriptif dengan pendekatan studi kasus
7.	Hasil Penelitian	Kompetensi komunikasi interpersonal dan <i>self-esteem</i> berpengaruh signifikan terhadap kualitas interaksi	Media sosial menjadi ruang ekspresi konflik interpersonal akibat keterbatasan isyarat nonverbal dan anonimitas	Penelitian ini menemukan bahwa perbedaan gaya komunikasi, kurangnya kejelasan dalam penyampaian pesan, dan terbatasnya media	Kepercayaan interpersonal daring dipengaruhi nilai moral dan durasi penggunaan media sosial	Komunikasi interpersonal tetap memiliki pengaruh kuat meskipun media digital semakin dominan	Hubungan pertemanan virtual terbentuk melalui empat tahap teori penetrasi sosial, yaitu orientasi, pertukaran peninjauan afektif, pertukaran

pengguna di media sosial

komunikasi yang digunakan dapat menyebabkan miskomunikasi

afektif, dan pertukaran stabil. Media sosial X berperan sebagai mediator utama melalui fitur komentar dan DM. Kesamaan minat terhadap K-pop dan grup Treasure, intensitas komunikasi, kepercayaan, serta dukungan emosional memperkuat hubungan antar penggemar.

Sesuai dengan data yang telah dipaparkan pada tabel di atas. Masing-masing penelitian terdahulu memiliki sejumlah celah penelitian yang diharapkan dapat terisi melalui penelitian yang akan dilaksanakan.

2.2 Landasan Teori

2.2.1 Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal, seperti yang disebutkan oleh DeVito (2022) pada bukunya, *The Interpersonal Communication Book*, didefinisikan sebagai interaksi verbal dan nonverbal antara dua atau lebih individu yang saling bergantung. Artinya, apa yang dilakukan oleh satu individu akan memengaruhi individu lainnya. Dalam konteks ini, komunikasi interpersonal tidak hanya berarti adanya pertukaran pesan, tetapi juga adanya hubungan timbal balik yang membantu dan dipengaruhi oleh interaksi itu sendiri.

DeVito menekankan bahwa komunikasi memiliki sifat relasional, yaitu berlangsung di dalam suatu hubungan dan sekaligus membentuk hubungan tersebut. Cara seseorang berinteraksi dipengaruhi oleh jenis hubungan yang dimiliki, karena cara seseorang berinteraksi dengan teman dekat, dosen, atau anggota keluarga berbeda, dan pada saat yang sama, pola komunikasi itu juga menentukan seperti apa hubungan tersebut akan berkembang. Lebih lanjut, menurut DeVito, komunikasi interpersonal melibatkan pesan verbal dan nonverbal. Dalam interaksi tatap muka, pesan disampaikan tidak hanya melalui kata-kata, tetapi juga melalui ekspresi wajah, kontak mata, dan gerak tubuh. Dalam komunikasi yang dilakukan secara *online*, pesan nonverbal dapat diwujudkan melalui foto, emoji, video, atau GIF. Kedua jenis pesan tersebut bekerja bersama-sama dalam menyampaikan makna.

Komunikasi interpersonal juga diartikan sebagai proses transaksional, di mana proses ini bersifat dinamis dan terus berubah. Dalam setiap percakapan, seseorang tidak hanya berbicara tetapi juga menafsirkan respon orang lain secara simultan, sehingga komunikasi berjalan secara berulang dan saling memengaruhi.

DeVito menekankan bahwa komunikasi interpersonal memiliki beberapa prinsip utama, di antaranya:

1. Komunikasi interpersonal tidak dapat dihindari karena manusia tidak mungkin tidak berkomunikasi. Bahkan ketika seseorang diam, menolak berbicara, atau menghindar, sikap tersebut tetap mengandung makna tertentu bagi orang lain.
2. Setiap pesan yang ditukar selama proses komunikasi interpersonal berlangsung tidak dapat ditarik kembali. Sekali kata-kata diucapkan atau tindakan dilakukan, efeknya terhadap lawan bicara sudah terjadi dan tidak dapat sepenuhnya dihapus.
3. Setiap interaksi komunikasi bersifat unik karena terjadi dalam konteks waktu, tempat, dan kondisi psikologis tertentu yang tidak dapat diulang dengan tepat.

Komunikasi interpersonal bersifat ambigu, yang berarti makna yang dipahami penerima tidak selalu sama dengan maksud pengirim. Perbedaan latar belakang budaya, pengalaman pribadi, konteks situasional, dan penggunaan bahasa dapat menyebabkan ambiguitas atau ketidakjelasan makna pesan.

Pada saat yang bersamaan, media sosial telah secara signifikan mengubah makna dan bentuk hubungan pribadi manusia. Interaksi yang sebelumnya bergantung pada kedekatan fisik kini dapat terbentuk dan dipertahankan melalui ruang daring. Penelitian oleh Steinsbeek et al. (2024) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memengaruhi cara individu membangun dan mempertahankan hubungan sosial, bahkan menciptakan ruang sosial baru yang mengubah dinamika hubungan antarpribadi tradisional.

Selain itu, batas antara komunikasi secara *online* dan komunikasi tatap muka semakin kabur. Li et al. (2022) menegaskan bahwa interaksi melalui internet tidak lagi dipandang sebagai bentuk komunikasi yang terpisah, melainkan sebagai perluasan dari komunikasi interpersonal yang memungkinkan individu berhubungan lebih intens, terbuka, dan cepat. Lebih

lanjut lagi, Towner et al. (2022) menunjukkan bahwa keterbukaan diri dalam komunikasi daring dapat memperkuat kualitas hubungan interpersonal di dunia nyata. Dengan begitu, bertukar pesan melalui media sosial kini dapat dianggap sebagai bagian integral dari komunikasi interpersonal modern.

Meskipun begitu, komunikasi yang dilakukan di media sosial seakan mengaburkan garis antara apa yang interpersonal dan apa yang dapat dikonsumsi publik. Saat sebuah pesan dikirim kepada lawan bicara, bisa saja pesan tersebut menjadi konsumsi publik. Walaupun pesan yang ditujukan mungkin bersifat rahasia, pesan tersebut dapat menjadi hal yang dilihat oleh banyak orang secara publik, baik yang dikenali atau tidak. Oleh karena itu, penting untuk memahami perubahan ini dan mengelola cara kita berkomunikasi di era digital agar tetap menjaga kualitas hubungan yang bermakna.

2.2.2 Elemen Komunikasi Interpersonal

DeVito (2022) dalam bukunya, “*The Interpersonal Communication Book*”, menjelaskan bahwa terdapat enam elemen komunikasi interpersonal, yaitu:

1. *Source—Receiver*

Komunikasi interpersonal biasanya dilakukan oleh setidaknya dua orang sebagai *source*, yang membuat dan mengirim pesan dan *receiver*, yang menerima dan mengartikan pesan. Istilah *source—receiver* menekankan bahwa kedua fungsi tersebut dilakukan oleh individu yang terlibat dalam komunikasi interpersonal. Hal ini berarti semua pelaku komunikasi seharusnya melakukan fungsinya dengan setara. Namun, dalam praktiknya, sering kali satu pihak menjadi orang yang lebih banyak berbicara dan pihak lainnya menjadi pendengar.

Komunikasi interpersonal tidak dapat dilepaskan dari karakteristik personal individu yang terlibat di dalamnya. Identitas diri, pengetahuan, keyakinan, nilai, kebutuhan, pengalaman, serta sikap yang dimiliki membentuk cara seseorang menyusun dan menyampaikan pesan, sekaligus memengaruhi bagaimana pesan

tersebut diterima dan dimaknai. Perbedaan latar belakang dan kerangka berpikir antarindividu menjadikan komunikasi interpersonal sebagai proses yang subjektif dan kontekstual, sehingga efektivitas komunikasi tidak hanya ditentukan oleh kejelasan pesan, tetapi juga kesesuaian makna antara pengirim dan penerima pesan. Persepsi terhadap lawan bicara, termasuk asumsi mengenai pengetahuan, sikap, dan pengalaman yang dimiliki juga berperan penting dalam menentukan strategi komunikasi yang digunakan untuk mencapai pemahaman bersama.

Dalam konteks komunikasi interpersonal di media sosial, pesan yang ditujukan kepada individu tertentu, seperti pasangan atau teman dekat, berpotensi diakses atau ditafsirkan oleh pihak lain di luar konteks hubungan tersebut. Hal ini sering disebut sebagai *remote audience*. Kondisi ini menyebabkan individu cenderung melakukan penyesuaian pesan, baik secara sadar maupun tidak, yang dapat pada kejelasan, keterbukaan, dan kedalaman pesan interpersonal.

Kompetensi komunikasi interpersonal merujuk pada kemampuan individu untuk menyampaikan dan menerima pesan secara tepat sesuai dengan konteks interaksi dan karakteristik lawan bicara. Kompetensi ini mencakup pemahaman terhadap norma komunikasi verbal dan nonverbal, seperti pemilihan topik, penggunaan bahasa, intonasi, jarak fisik, serta ekspresi nonverbal yang dianggap sesuai dalam situasi tertentu. Kemampuan tersebut tidak muncul secara instan, melainkan dipelajari melalui proses pengalaman *trial* dan *error* dalam berinteraksi. Individu dengan tingkat kompetensi komunikasi interpersonal yang baik umumnya mampu menyesuaikan pesan dengan situasi dan lawan bicara, sehingga interaksi terasa lebih nyaman dan bermakna.

Selain itu, komunikasi interpersonal melibatkan proses *encoding* dan *decoding* yang berlangsung secara simultan antara pengirim dan penerima pesan. *Encoding* merujuk pada proses mengemas gagasan ke dalam bentuk simbol, baik lisan maupun tulisan, sedangkan *decoding* merupakan proses penafsiran simbol tersebut menjadi makna. Dalam praktik komunikasi sehari-hari, individu juga melakukan *code-switching*, yaitu penyesuaian gaya bahasa atau kode komunikasi sesuai dengan situasi dan kelompok sosial tertentu. Penggunaan kode yang tepat dapat membantu memperjelas makna dan memperkuat hubungan, tetapi penggunaan yang tidak sesuai konteks berpotensi menimbulkan kesalahpahaman atau penilaian negatif dari lawan bicara. Oleh karena itu, pemahaman terhadap proses *encoding—decoding* dan kemampuan melakukan *code-switching* menjadi bagian penting dalam komunikasi interpersonal, khususnya dalam lingkungan komunikasi digital yang sarat akan keterbatasan konteks.

2. Messages

Pesan merupakan rangsangan atau sinyal yang diterima individu melalui berbagai indera, seperti pendengaran, penglihatan, dan sentuhan, serta dapat disampaikan baik secara verbal maupun nonverbal maupun nonverbal. Dalam konteks komunikasi virtual, pesan tidak hanya diwujudkan melalui teks, tetapi juga melalui simbol visual, foto profil, latar belakang akun, pilihan emoji, hingga gaya penyajian konten di media sosial. Unsur-unsur tersebut membentuk makna interpersonal yang mengomunikasikan identitas, sikap, dan kepribadian individu, bahkan sering kali menyampaikan pesan yang melampaui isi teks dan dituliskan secara eksplisit.

Selain itu, komunikasi interpersonal dapat berlangsung secara sinkron maupun asinkron, khususnya dalam penggunaan media sosial. Pesan yang disampaikan juga dapat bersifat disengaja

maupun tidak disengaja, dan dapat mengandung pesan dalam pesan, atau sering disebut dengan *metamessage*. Dua bentuk *metamessage* yang penting adalah *feedback* dan *feedforward*. Di mana *feedback* berfungsi sebagai respons atas pesan yang diterima dan memungkinkan penyesuaian pesan dalam proses interaksi, sedangkan *feedforward* diberikan sebelum pesan utama untuk memberi konteks atau mengarahkan interpretasi penerima. Dalam komunikasi berbasis teks, keberadaan *feedback* dan *feedforward* menjadi krusial karena membantu mengurangi ketidakjelasan makna serta mengarahkan pemahaman pesan di tengah keterbatasan isyarat nonverbal.

3. *Channels*

Channel merupakan medium yang menjembatani penyampaian pesan antara pengirim dan penerima. Dalam praktik komunikasi interpersonal, pesan melibatkan berbagai *channel* secara simultan seperti verbal, visual, dan nonverbal. Pada komunikasi tatap muka, individu menggunakan suara, gestur, ekspresi wajah, dan sentuhan secara bersamaan, sementara dalam komunikasi virtual pesan dapat disampaikan melalui teks, gambar, audio, video, maupun tautan pendukung.

Setiap *channel* komunikasi memiliki karakteristik dan batasan yang berbeda dalam membentuk pesan. Komunikasi virtual melalui media sosial memungkinkan individu untuk mengedit pesan, mengatur panjang pesan, serta mengelola waktu respons, berbeda dengan komunikasi tatap muka yang berlangsung secara langsung dan spontan. Oleh karena itu, komunikasi interpersonal masa kini tidak dapat dipisahkan dari integrasi antara komunikasi *online* dan *offline*. Keduanya saling melengkapi dalam membangun, memelihara, dan mengakhiri hubungan interpersonal, sekaligus

mencerminkan dinamika komunikasi modern yang menuntut kemampuan adaptasi terhadap berbagai saluran komunikasi.

4. *Noise*

Noise merujuk pada segala bentuk gangguan yang menyebabkan pesan yang diterima tidak sepenuhnya sama dengan pesan yang dikirimkan. Gangguan ini dapat menghambat penyampaian pesan secara keseluruhan atau hanya mendistorsi sebagian makna pesan. *Noise* dapat muncul dalam berbagai bentuk, di antaranya:

- a. *Noise* fisik, yang mengganggu saluran komunikasi.
- b. *Noise* fisiologis, yang berasal dari keterbatasan duniawi.
- c. *Noise* psikologis, yang dipengaruhi oleh kondisi mental dan emosional.
- d. *Noise* semantik, yang muncul akibat perbedaan sistem makna, penggunaan istilah teknis, dan bahasa yang ambigu.

Dalam konteks komunikasi virtual, *noise* juga dapat dipahami melalui konsep rasio sinyal terhadap *noise*, yaitu perbandingan antara informasi yang relevan dengan informasi yang tidak dibutuhkan. Konten berlebihan, iklan, spam, dan pesan yang tidak terstruktur dengan baik dapat meningkatkan kemungkinan munculnya *noise* dan menyulitkan penerima dalam menangkap makna utama pesan. Meskipun *noise* tidak dapat dihilangkan sepenuhnya, dampaknya dapat diminimalkan melalui penggunaan bahasa yang jelas, peningkatan kemampuan menyampaikan dan menafsirkan pesan nonverbal, serta pemanfaatan umpan balik yang efektif dalam proses komunikasi interpersonal.

5. *Context*

Komunikasi interpersonal selalu berlangsung dalam suatu konteks yang memengaruhi bentuk dan isi pesan yang disampaikan. Konteks ini dapat bersifat tidak mencolok hingga dominan dalam mengarahkan perilaku komunikasi interpersonal. Secara umum, konteks komunikasi mencakup dimensi fisik dan temporal. Dimensi fisik berkaitan dengan dunia nyata tempat komunikasi berlangsung, termasuk ruang, jarak antarindividu, jumlah partisipan, serta karakteristik media yang digunakan. Dalam komunikasi digital, batasan teknis platform, seperti pembatasan jumlah karakter atau format pesan, turut membentuk cara individu mengekspresikan pesan. Sementara itu, dimensi tempotal berkaitan dengan waktu, urutan pesan dalam interaksi, serta sifat komunikasi yang sinkron atau asinkron, yang memengaruhi cara pesan diartikan oleh penerima.

Konteks komunikasi juga mencakup dimensi sosial-psikologis dan budaya. Dimensi sosial-psikologis meliputi hubungan status, peran sosial, norma, dan tingkat formalitas situasi, yang menentukan kelayakan topik serta gaya bahasa yang digunakan. Adapun dimensi budaya berkaitan dengan nilai, kepercayaan, dan kebiasaan yang dianut oleh individu atau kelompok yang berinteraksi. Perbedaan latar belakang budaya dapat memengaruhi aturan komunikasi dan berpotensi menimbulkan kesalahpahaman apabila tidak disadari oleh para pelaku komunikasi. Oleh karena itu, pemahaman terhadap berbagai dimensi konteks menjadi aspek penting dalam komunikasi interpersonal, khususnya dalam interaksi lintas budaya dan komunikasi berbasis media digital.

6. *Effects*

Komunikasi interpersonal selalu menimbulkan dampak bagi individu yang terlibat di dalamnya. Setiap interaksi menghasilkan

konsekuensi tertentu yang umumnya dapat dikategorikan ke dalam tiga jenis efek, yaitu:

- a. Efek kognitif, yang berkaitan dengan perubahan pengetahuan atau cara berpikir seseorang setelah menerima informasi.
- b. Efek afektif, yang menyangkut perubahan sikap, nilai, keyakinan, dan kondisi emosional.
- c. Efek perilaku, yang tercermin dalam perubahan tindakan atau respons nyata setelah proses komunikasi berlangsung.

Ketiga jenis efek tersebut tidak berdiri sendiri, tetapi saling berinteraksi dalam satu proses komunikasi. Sebuah pesan dapat sekaligus memengaruhi cara berpikir, perasaan, dan perilaku individu. Selain berdampak pada orang lain, komunikasi interpersonal juga memiliki efek pada diri sendiri, baik melalui evaluasi personal maupun respons yang diberikan oleh pihak lain. Reaksi seperti penerimaan, penolakan, atau umpan balik dari lawan bicara dapat memengaruhi emosi, harga diri, serta kecenderungan individu dalam berkomunikasi pada interaksi selanjutnya, khususnya dalam konteks komunikasi digital yang melibatkan audiens luas.

7. *Ethics*

Komunikasi interpersonal tidak dapat dipisahkan dari dimensi ketika etika karena setiap tindakan komunikasi berpotensi menimbulkan dampak bagi orang lain. Etika dalam komunikasi berkaitan dengan penilaian terhadap perilaku komunikasi sebagai sesuatu yang benar atau salah, bermoral atau tidak bermoral. Karena itu, setiap interaksi interpersonal mengandung pertimbangan etis, terutama dalam hal kejujuran, tanggung jawab, dan penghormatan

terhadap pihak lain dalam proses penyampaian maupun penerimaan pesan.

Dalam menilai apakah suatu tindakan komunikasi bersifat etis atau tidak, terdapat dua sudut pandang utama, yaitu objektif dan subjektif. Pandangan objektif menilai etika berdasarkan standar universal yang berlaku di berbagai situasi, sehingga perilaku seperti berbohong atau mengungkapkan rahasia dianggap tidak etis tanpa memandang konteks. Sebaliknya, pandangan subjektif menekankan bahwa penilaian etis bergantung pada nilai budaya, situasi, dan tujuan komunikasi, sehingga suatu tindakan dapat dianggap etis apabila menghasilkan dampak yang dinilai positif. Perbedaan sudut pandang ini menunjukkan bahwa etika dalam komunikasi interpersonal bersifat kompleks dan kontekstual, terutama dalam interaksi yang melibatkan kepentingan dan konsekuensi sosial yang beragam.

2.2.3 Efektivitas Komunikasi Interpersonal

Kata “efektif” berasal dari bahasa Inggris, “*effective*”, yang berarti keberhasilan dalam suatu pencapaian yang diinginkan atau dituju. Konsep efektivitas komunikasi interpersonal, menurut DeVito (2022), dapat dipahami sebagai ukuran yang menunjukkan tingkat keberhasilan proses pertukaran pesan, baik verbal maupun nonverbal, yang berlangsung antara dua orang atau lebih dan ditandai dengan penerima pesan menafsirkan pesan sesuai dengan apa yang dimaksud oleh pengirim pesan.

Bila pesan yang disampaikan tidak dipahami dengan baik oleh penerima, maka komunikasi yang dilakukan dapat dikatakan mengalami kegagalan atau tidak efektif (Putriana et al., 2021). Untuk mengatasi masalah ini, DeVito, pp. (2022, pp. 33–329) menjelaskan bahwa tingkat efektivitas komunikasi interpersonal dapat dilihat dari 12 kompetensi yang perlu dimiliki oleh seseorang dalam berkomunikasi interpersonal, di antaranya:

1. *Mindfulness*

Mindfulness atau kesadaran dalam komunikasi interpersonal merujuk pada kondisi kepekaan atas ental ketika individu memahami alasan di balik cara berpikir dan berkomunikasi yang dipilih, serta menyadari keunikan situasi dan berbagai respons alternatif yang tersedia. Dalam keadaan sadar, individu bertindak secara sadar dan reflektif, berbeda dengan kondisi *mindlessness* atau ketidaksadaran yang ditandai dengan komunikasi yang berlangsung secara otomatis tanpa pertimbangan. Kesadaran ini membantu individu menerapkan keterampilan komunikasi secara lebih tepat dengan mempertimbangkan konteks, tujuan, dan dampak dari pesan yang disampaikan.

Penerapan *mindfulness* mendorong individu untuk lebih terbuka terhadap informasi baru, menghindari ketergantungan pada kesan pertama, serta mewaspadai potensi salah tafsir pesan. Sikap ini juga mencakup kemampuan untuk mengevaluasi pilihan komunikasi sebelum merespons, terutama dalam situasi sensitif. Meskipun tidak menuntut individu untuk selalu berada dalam kondisi sadar, praktik *mindfulness* secara umum berkontribusi pada kualitas interaksi interpersonal dengan meningkatkan kepekaan terhadap makna pesan dan dinamika hubungan, termasuk dalam komunikasi berbasis media digital yang rentan terhadap kesalahpahaman.

2. *Cultural Awareness*

Budaya memiliki peran yang penting dalam komunikasi interpersonal karena memengaruhi cara individu berpikir, berperilaku, dan menyampaikan pesan. Perubahan demografis, meningkatnya kesadaran terhadap keragaman budaya, serta keterkaitan ekonomi dan politik antarnegara menjadikan interaksi lintas budaya semakin tidak terhindarkan. Selain itu, perkembangan teknologi komunikasi

memungkinkan individu untuk berinteraksi dengan orang-orang dengan latar belakang budaya yang berbeda secara lebih mudah dan intens, baik dalam konteks personal maupun profesional. Kondisi ini menuntut tiap individu untuk memahami perbedaan nilai, norma, dan kebiasaan komunikasi agar interaksi dapat berjalan dengan baik.

Komunikasi interpersonal bersifat spesifik budaya, artinya strategi komunikasi yang dianggap tepat dalam satu budaya belum tentu efektif dalam budaya lain. perbedaan nilai, seperti orientasi terhadap hubungan sosial, cara mengekspresikan pendapat, dan praktik keagamaan dapat memengaruhi cara individu berkomunikasi dan menafsirkan pesan. Dengan demikian, kepekaan terhadap perbedaan budaya menjadi aspek penting dalam komunikasi interpersonal, terutama di era digital yang memperluas jangkauan interaksi lintas budaya. Pemahaman ini membantu individu menyesuaikan jangkauan interaksi lintas budaya. Pemahaman ini membantu individu menyesuaikan perilaku komunikasi sehingga dapat meminimalkan kesalahpahaman dan membangun hubungan yang lebih harmonis dalam lingkungan yang beragam.

3. *Other Orientations*

Other orientation merujuk pada sejauh mana individu memerhatikan kepentingan, perasaan, dan perspektif orang lain dalam proses interaksi. Individu dengan orientasi yang tinggi terhadap orang lain cenderung menyesuaikan cara berkomunikasi demi menjaga kenyamanan dan keharmonisan hubungan, sementara individu dengan orientasi lebih rendah terhadap orang lain lebih berfokus pada kepentingan dan ekspresi diri sendiri. Perbedaan tingkat orientasi ini memengaruhi cara individu menyampaikan pendapat, menanggapi perbedaan, dan mengelola potensi konflik dalam komunikasi interpersonal.

Selain itu, *other orientation* juga tercermin dalam gaya penyampaian pesan, khususnya dalam hal kejelasan, kepekaan terhadap konteks, dan upaya menghindari kesalahpahaman. Individu dengan orientasi tinggi terhadap orang lain cenderung lebih berhati-hati dalam memilih kata, mempertimbangkan implikasi pesan, serta menggunakan petunjuk tambahan untuk membantu lawan bicara memahami maksud pesan. Sebaliknya, rendahnya orientasi terhadap orang lain meningkatkan risiko salah tafsir, terutama dalam komunikasi berbasis teks yang minim isyarat nonverbal.

4. *Metacommunication*

Metacommunication merujuk pada komunikasi tentang komunikasi itu sendiri, yaitu pesan yang membahas objek atau peristiwa dengan keterangan makna pada cara pesan tersebut dipahami. *Metacommunication* dapat muncul dalam bentuk verbal maupun nonverbal, seperti penggunaan penanda tertentu, pernyataan pendahulu, atau simbol visual yang berfungsi mengarahkan interpretasi pesan. Melalui *metacommunication*, individu memberi isyarat apakah suatu pesan dimaksudkan secara serius, bercanda, bersifat tentatif, atau mengandung emosi tertentu.

Dalam komunikasi interpersonal, *metacommunication* berperan penting dalam mengklarifikasi maksud pesan dan mengelola hubungan. Pernyataan yang membahas cara seseorang berbicara, menyampaikan perasaan, atau berinteraksi dengan orang lain merupakan bentuk *metalinguage* yang membantu individu memahami pola komunikasi yang terjadi. Baik melalui kata-kata maupun isyarat nonverbal, *metacommunication* membantu mengurangi ambiguitas makna dan mencegah kesalahpahaman, terutama dalam komunikasi berbasis teks yang minim petunjuk nonverbal.

5. *Immediacy*

Immediacy merujuk pada upaya menciptakan kedekatan psikologis antara pengirim dan penerima pesan baik secara verbal dan nonverbal. Perilaku *immediacy* menyampaikan ketertarikan, perhatian, dan sikap positif terhadap lawan bicara, sehingga meningkatkan rasa nyaman dan keterhubungan dalam interaksi interpersonal. Individu cenderung merespons lebih positif terhadap komunikasi yang menunjukkan *immediacy* karena perilaku tersebut memperkuat persepsi kehangatan dan penerimaan dalam hubungan.

Dalam praktiknya, terutama di media sosial, *immediacy* diwujudkan melalui respons yang cepat, penggunaan bahasa yang personal, pemberian umpan balik yang relevan, serta penggunaan simbol nonverbal digital seperti emoji, stiker, atau tanda baca untuk mengekspresikan emosi. Hal ini membantu menggantikan keterbatasan isyarat nonverbal dalam komunikasi berbasis teks dan mencegah kesalahpahaman makna pesan. Namun, efektivitas *immediacy* tetap bergantung pada konteks dan karakter individu, karena tidak semua orang atau situasi merespons perilaku kedekatan dengan cara yang sama.

6. *Openness*

Openness atau keterbukaan merujuk pada kesediaan individu untuk menyadari, menerima, dan mengungkapkan perasaan serta pikiran secara bertanggung jawab dalam interaksi interpersonal. Tingkat *openness* dipengaruhi oleh faktor kepribadian dan kenyamanan berkomunikasi, termasuk kecenderungan emosional dan tingkat kecemasan dalam mengekspresikan perasaan. Individu yang terbuka cenderung lebih mampu mengenali emosinya sendiri, mengekspresikannya secara tepat, serta merespons emosi orang lain

secara empatik, sehingga menciptakan interaksi yang lebih jujur dan bermakna.

Dalam praktik komunikasi interpersonal, *openness* diwujudkan melalui penggunaan *I-messages* dan sikap ekspresif yang menekankan tanggung jawab pribadi atas perasaan tanpa menyalahkan pihak lain. Pendekatan ini membantu menjaga harga diri dan otonomi lawan bicara serta mendorong keterbukaan timbal balik. Namun, *openness* selalu berada dalam ketegangan dengan kebutuhan akan privasi, sehingga individu perlu menyeimbangkan antara keterbukaan dan batasan diri. Kemampuan mengelola ketegangan ini berperan penting dalam membangun hubungan yang sehat, adaptif, dan berkelanjutan.

7. *Ability to Adjust*

Kemampuan tiap individu untuk menyesuaikan cara berkomunikasi agar makna pesan dapat dipahami secara tepat oleh lawan bicara memiliki sistem yang berbeda. Komunikasi interpersonal yang efektif menuntut adanya penyesuaian terhadap penggunaan bahasa verbal maupun nonverbal. Kemampuan ini mencakup kepekaan terhadap aturan, kebiasaan, dan isyarat komunikasi orang lain, serta kesediaan untuk mempelajari makna di balik perilaku atau pesan yang mungkin berbeda dari pengalaman pribadi.

Kemampuan menyesuaikan diri juga tercermin dalam *communication accomodation theory* (Zhang & Giles, 2017), yang menjelaskan bahwa individu cenderung menyesuaikan gaya bicara, pilihan kata, maupun tingkat kesantunan untuk meningkatkan kedekatan dan efektivitas komunikasi. Penyesuaian ini tidak hanya terjadi dalam komunikasi tatap muka, tetapi juga dalam komunikasi berbasis teks, seperti *e-mail*, atau media digital, melalui respons yang selaras dengan nada dan gaya pesan lawan bicara. Dengan demikian, *ability to adjust*

berperan penting dalam membangun hubungan interpersonal yang lebih harmonis, saling memahami, dan minim kesalahpahaman.

8. *Expressiveness*

Expressiveness adalah kemampuan untuk menunjukkan keterlibatan yang tulus dalam percakapan melalui pengungkapan pikiran, perasaan, dan respons secara terbuka serta bertanggung jawab. Keterampilan ini mencakup penggunaan pesan verbal dan nonverbal untuk menyampaikan minat, perhatian, dan kehadiran emosional dalam interaksi. *Expressiveness* membuat komunikasi terasa lebih hidup, bermakna, dan memuaskan karena mendorong keterbukaan, kejelasan makna, serta hubungan interpersonal yang lebih positif.

Expressiveness dapat ditunjukkan melalui variasi intonasi suara, penggunaan bahasa yang personal, gestur yang relevan, kontak mata, senyuman, serta pemberian umpan balik verbal dan nonverbal yang tepat. Dalam komunikasi interpersonal di media sosial, *expressiveness* tetap dapat ditampilkan melalui pilihan kata yang personal, penggunaan emoji, tanda baca, dan kecepatan dalam merespons. Bentuk-bentuk ini berfungsi sebagai pengganti ekspresi wajah, intonasi suara, gestur dalam komunikasi tatap muka. Namun, karena pesan di media sosial mudah disalahartikan, *expressiveness* perlu disesuaikan dengan konteks, hubungan, dan norma sosial agar pesan tetap dipahami secara tepat dan tidak menimbulkan ambiguitas atau konflik.

9. *Empathy*

Empathy dalam komunikasi interpersonal kemampuan untuk memahami makna dan emosi orang lain yang melihat situasi dari sudut pandangnya tanpa kehilangan identitas diri. Dengan *empathy*, seseorang dapat ikut merasakan pengalaman emosional lawan bicara, sehingga tercipta pemahaman yang lebih mendalam. Empati berbeda

dari simpati karena empati menekankan pada pemahaman emosional, bukan sekadar rasa iba. Kemampuan ini terbukti berperan penting dalam membangun hubungan yang positif, meningkatkan efektivitas komunikasi di berbagai konteks, termasuk lingkungan kerja dan pertemanan.

Dalam komunikasi interpersonal di media sosial, empati menghadapi tantangan karena keterbatasan isyarat nonverbal dan interaksi yang sering bersifat asinkron. Oleh karena itu, empati yang ditunjukkan melalui respons yang menunjukkan usaha memahami perasaan orang lain, seperti pemilihan kata yang sensitif, klarifikasi makna, serta refleksi emosi melalui pesan teks. Balasan yang terburu-buru, menghakimi, atau menyalahkan justru dapat menghambat empati dan memperbesar potensi konflik.

10. *Supportiveness*

Supportiveness dalam komunikasi interpersonal merujuk pada sikap dan iklim interaksi yang ditandai oleh keterbukaan, empati, serta ketiadaan rasa takut atau defensivitas. Dukungan atau *support* ditunjukkan dengan memusatkan perhatian pada upaya memahami perasaan dan pikiran lawan bicara, bukan menilai atau menghakimi. Sikap ini dapat diwujudkan melalui respons verbal dan nonverbal yang menunjukkan empati, seperti mendengarkan secara aktif, mengajukan pertanyaan yang relevan, dan menegaskan kembali perasaan dan gagasan yang disampaikan oleh pihak lain. Dengan begitu, individu yang melakukan pengungkapan diri merasa diterima, dihargai, dan aman secara emosional.

Supportiveness juga berperan penting dalam menjaga dan memperkuat komitmen hubungan. Tingkat komitmen yang tinggi cenderung lebih tahan terhadap konflik dan kemunduran karena ditopang oleh perilaku saling mendukung, evaluasi positif, serta pertukaran afeksi yang

konsisten. Ekspresi dukungan, baik secara langsung maupun melalui media komunikasi digital, membantu meningkatkan perasaan positif antarindividu dan memperkuat ikatan emosional. Hal ini berarti *supportiveness* bukan hanya hasil dari hubungan yang sehat, tetapi juga menjadi faktor penting yang secara aktif memelihara keberlanjutan dan kualitas hubungan interpersonal.

11. *Equality*

Equality mengacu pada pola hubungan di mana setiap individu memiliki kedudukan yang setara dalam proses komunikasi. Dalam pola ini, kedua pihak berbagi peran secara seimbang, saling memberi dan menerima dengan tingkat keterbukaan, kejujuran, serta kepercayaan yang relatif sama. Tidak ada pihak yang mendominasi atau menggunakan kekuasaan dalam berkomunikasi, sehingga pertukaran pesan berjalan secara langsung, suportif, dan bebas dari permainan kekuatan. Sikap *equality* juga mendorong pengakuan bahwa pendapat, perasaan, dan pengalaman masing-masing individu memiliki nilai yang sama.

Selain kesetaraan peran, terdapat pula keadilan, yaitu keseimbangan antara kontribusi dan manfaat yang diterima dalam hubungan. Kepuasan hubungan cenderung lebih tinggi ketika kedua pihak merasa bahwa usaha, pengorbanan, dan penghargaan yang mereka terima berada dalam proporsi yang adil. Sebaliknya, ketimpangan yang terus-menerus dapat memicu ketidakpuasan dan mendorong individu untuk mencari cara mengembalikan keseimbangan hubungan.

12. *Interaction Management*

Interaction management merujuk pada kemampuan individu dalam mengatur jalannya interaksi secara efektif seiring meningkatkan kedekatan hubungan. Pada tahap ini, individu memandang diri mereka sebagai satu kesatuan yang relatif eksklusif, sehingga ketidakpastian

dalam hubungan semakin berkurang. Pengetahuan yang mendalam tentang nilai, sikap, dan kebiasaan satu sama lain memungkinkan prediksi perilaku yang lebih akurat, yang pada akhirnya mendorong interaksi yang lebih positif, suportif, dan terbuka.

Dalam kondisi ini, individu menjadi lebih saling memerhatikan dan bersedia melakukan pengorbanan demi menjaga kualitas hubungan. Empati, pertukaran perspektif, dan kesetaraan peran muncul secara alami, yang ditandai dengan komunikasi terbuka, ekspresif, dan penuh kepercayaan. Pihak yang terlibat memiliki kesempatan yang sama untuk memulai maupun merespons interaksi, berbicara maupun mendengarkan, sehingga hubungan dapat dijaga keseimbangan, keintiman, dan keberlanjutannya.

2.2.4 Media Sosial X dalam Hubungan Komunikasi Interpersonal

Media sosial X tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyebaran informasi, tetapi juga sebagai ruang terjadinya komunikasi interpersonal. Penelitian oleh Laksana & Fadhillah (2021b) menunjukkan bahwa interaksi pengguna melalui X memungkinkan terbentuknya hubungan interpersonal meskipun komunikasi dilakukan tanpa tatap muka secara langsung. Melalui fitur balasan (*reply*), pesan langsung (*direct message*), dan *mention*, pengguna dapat membangun kedekatan emosional serta mempertahankan hubungan secara daring. Dalam konteks ini, *self-disclosure* menjadi aspek penting dalam interaksi di media sosial X. Penelitian Firual & Hariyadi (2022) menemukan bahwa tingkat kepercayaan interpersonal berpengaruh signifikan terhadap keterbukaan diri pengguna platform X. Semakin tinggi tingkat kepercayaan dan kedekatan hubungan antarpengguna, semakin besar kecenderungan individu untuk membagikan pengalaman, perasaan, dan informasi personal melalui platform tersebut.

Selain itu, efektivitas media sosial X sebagai sarana komunikasi interpersonal juga telah dibuktikan melalui penelitian Nahuway et al. (2023), yang menyimpulkan bahwa X dinilai efektif sebagai media komunikasi

interpersonal di kalangan remaja karena memungkinkan komunikasi yang cepat, fleksibel, dan responsif. Karakteristik komunikasi yang tidak terikat ruang dan waktu menjadikan media sosial ini mendukung keberlangsungan interaksi sosial antarindividu. Media sosial X juga digunakan dalam konteks hubungan yang lebih kompleks seperti hubungan romantis atau kedekatan emosional virtual. Penelitian oleh Wibowo & Christina (2022) menjelaskan bahwa komunikasi interpersonal antarpengguna X dibangun melalui pola interaksi yang berulang, penggunaan bahasa simbolik, serta kesepakatan makna bersama, yang menunjukkan bahwa hubungan interpersonal di media sosial dapat berkembang secara sistematis.

Media sosial X, yang awalnya hanya digunakan sebagai sarana penyebaran informasi, sekarang sudah berkembang menjadi media yang mendukung komunikasi interpersonal secara efektif. Platform X dinilai efektif sebagai media komunikasi interpersonal karena memungkinkan terjadinya interaksi dua arah, pertukaran pesan secara cepat, dan respons yang relatif instan antarpengguna (Nahuway et al., 2023). Efektivitas ini ditunjukkan melalui kemudahan pengguna dalam menyampaikan pesan, menerima umpan balik, dan menjaga keberlanjutan komunikasi interpersonal yang berjalan secara virtual.

Efektivitas komunikasi interpersonal di media sosial X juga berkaitan dengan strategi komunikasi yang digunakan tiap individu. Studi yang dilakukan oleh (Martin & MacDonald, 2020) menemukan bahwa penerapan strategi komunikasi interpersonal di X, seperti penggunaan bahasa yang dialogis dan ajakan berinteraksi, mampu meningkatkan keterlibatan audiens dalam percakapan dua arah. Keterlibatan ini menjadi salah satu indikator keberhasilan dan efektivitas komunikasi interpersonal dalam lingkup media sosial, karena menunjukkan adanya respons, timbal balik, dan partisipasi antar pengguna. Selain itu, interaksi interpersonal melalui platform X dapat membentuk hubungan sosial yang bermakna meskipun dilakukan tanpa kehadiran fisik. Laksana & Fadhillah (2021b) menjelaskan bahwa komunikasi di X memungkinkan individu membangun kedekatan dan mempertahankan

hubungan sosial melalui pertukaran pesan yang berkelanjutan. Hal ini menegaskan bahwa keterbatasan isyarat nonverbal dalam media sosial X tidak menghambat efektivitas komunikasi interpersonal, selama interaksi dilakukan secara konsisten dan saling responsif.

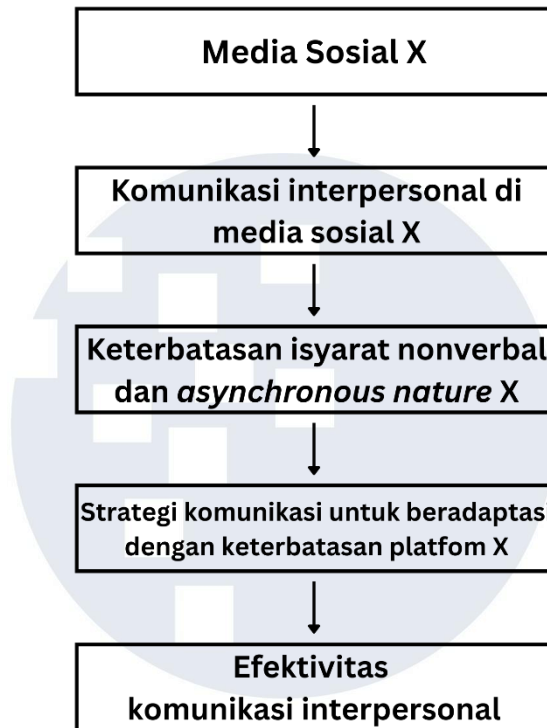
Media sosial pertama kali diperkenalkan oleh Bruce dan Susan Abelson yang menemukan “Open Diary”, sebuah situs *networking* yang menyatukan penulis buku harian daring ke dalam satu komunitas. Dengan ini, pertumbuhan popularitas konsep *social networking sites* seperti MySpace pada 2003 dan Facebook pada 2004 menjadi pesat. Kemudian muncullah sebutan “media sosial”, yang menjadikannya populer seperti sekarang ini. Thakur (2023) mendefinisikan platform media sosial sebagai aplikasi berbasis web yang dibangun di atas fondasi ideologis dan teknis Web 2.0, dan memungkinkan penciptaan serta penyebaran konten yang dihasilkan pengguna.

Menurut Aichner et al. (2021), media sosial merupakan platform berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk membuat profil publik atau semi-publik di dalam sistem tertentu, berinteraksi dengan pengguna lain, dan melihat sekaligus menanggapi aktivitas yang dibagikan oleh pengguna lain. Polanco-Levicán dan Salvo-Garrido (2022) menambahkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana untuk bertemu orang baru, tetapi juga memungkinkan individu untuk berinteraksi dengan lingkaran sosial yang sudah dikenal. Sementara itu, dalam penelitiannya, Bekalu et al. (2023) menjelaskan karakteristik utama media sosial modern mencakup keberlanjutan konten, keterhubungan antar pengguna, serta algoritma yang memengaruhi apa yang dilihat dan dibagikan pengguna.

2.3 Kerangka Pemikiran

Alur penelitian menjelaskan bagaimana penelitian akan dilakukan. Hal ini dilakukan dengan tujuan untuk menjalani proses penelitian masalah dengan cara yang terstruktur yang dimana pada penelitian tentang bagaimana penelitian ini akan

melalui berbagai langkah seperti melakukan survei dan mengamati efektivitas interaksi interpersonal pada media sosial X dan membuat pendahuluan.



Gambar 2.1 Alur Penelitian (Sumber: Data olahan penulis)

Pada landasan teori yang terdapat kumpulan konsep yang didasarkan dengan referensi dari sumber buku, jurnal, dan artikel, penulis menggunakan enam penelitian terdahulu untuk memperkuat penjelasan dan opini yang dimunculkan oleh peneliti dan juga terdapat komunikasi interpersonal, elemen komunikasi interpersonal, efektivitas komunikasi interpersonal, dan penggunaan media sosial X sebagai sarana komunikasi interpersonal.

Dalam metode penelitian, peneliti akan menggunakan metode studi kasus dan pengumpulan data akan dilakukan dengan cara melakukan wawancara mendalam. Hasil dari pengumpulan data tersebut akan dianalisis untuk memahami bagaimana efektivitas komunikasi interpersonal di media sosial X dapat tercapai sehingga peneliti dapat memenuhi tujuan penelitian yaitu mengetahui langkah lanjutan yang

dapat diambil untuk mencapai efektivitas komunikasi interpersonal meskipun interaksi dilakukan dengan perantara media sosial X. Di akhir penelitian, peneliti membuat kesimpulan dan saran yang tepat.

