

BAB II

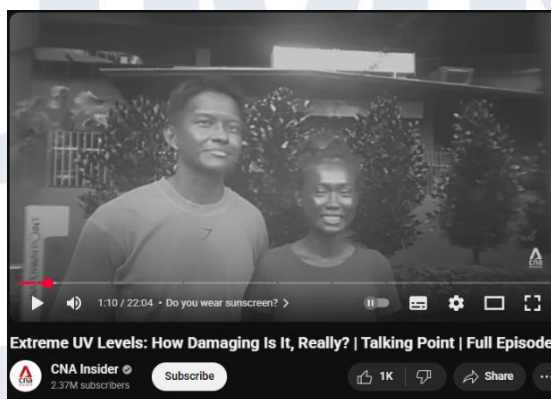
KERANGKA KONSEP

2.1 Karya Terdahulu

Karya terdahulu diperlukan untuk membantu penulis menyelesaikan skripsi berbasis karya. Penulis, mencari beberapa karya terdahulu yang memiliki kesamaan dengan topik yang penulis tulis dan menemukan perbedaan yang dapat dijadikan acuan. Terdapat empat penelitian terdahulu yang relevan dengan karya yang akan penulis ciptakan. Berikut ini beberapa karya yang penulis temukan:

2.1.1 Talking Point

Karya Talking Point adalah program jurnalistik pilihan dari Channel NewsAsia (CNA) di Singapura, yang menggunakan pendekatan feature investigatif untuk membahas berbagai isu sosial, ekonomi, kesehatan, dan lingkungan dengan analisis yang mendalam dan berlandaskan data. Acara ini disiarkan secara rutin setiap tahun, dengan musim terbaru yang berlangsung pada 2024/2025 dan 2025/2026, ditayangkan melalui saluran Mediacorp CNA setiap malam sekitar pukul 11. 00 malam waktu Singapura, dengan durasi antara 20 hingga 25 menit untuk setiap episode. Rutin ditayangkannya acara ini menunjukkan bahwa produksi terus berlanjut dan tingginya perhatian audiens terhadap program berita yang menggabungkan elemen investigasi dan narasi.



Gambar 2.1 Episode Extreme UV Levels: How Damaging Is It, Really? | Talking Point | Full Episode
Sumber: CNA Insider

Talking Point menyajikan penelusuran isu-isu terkini dengan metode penelitian dan pelaporan langsung. Program ini secara berkala menyelidiki fenomena sosial yang relevan dengan kehidupan orang banyak, seperti perubahan iklim, keamanan pangan, dan inovasi di bidang kesehatan. Salah satu episodenya yang berjudul *Extreme UV Levels: How Damaging Is It, Really? | Talking Point | Full Episode*, membahas pengaruh paparan radiasi ultraviolet yang sangat tinggi terhadap kesehatan kulit di Singapura. Episode ini menggabungkan wawancara dari para ahli, eksperimen lapangan, serta data ilmiah yang disampaikan dalam format yang ringan namun informatif. Tujuan utamanya adalah untuk memberikan pemahaman yang lebih baik kepada masyarakat mengenai isu yang sering kali dianggap remeh, padahal memiliki pengaruh besar terhadap kehidupan sehari-hari.

Talking Point menggunakan format semi-dokumenter yang bersifat investigatif. Cara pengambilan gambar yang energik dipadukan dengan narasi dari jurnalis yang membantu penonton mengikuti perjalanan investigasi dari awal hingga akhir. Penyajian visualnya memanfaatkan berbagai elemen seperti wawancara dengan para ahli, hasil penelitian, data infografis, serta dokumentasi dari lapangan yang relevan. Setiap episode disusun dengan rapi dimulai dari pengenalan suatu fenomena, pencarian bukti, hingga pembuatan kesimpulan. Metode teknis ini menjadikan tayangan tidak hanya sebagai sumber informasi, tetapi juga sebagai sarana pendidikan publik yang meningkatkan kesadaran kritis masyarakat terhadap berbagai isu sosial dan ilmiah.

Penulis memilih *Talking Point* sebagai karya rujukan karena memiliki keterkaitan kuat dengan konsep program *Jejak Risiko*, khususnya dalam penggunaan gaya feature yang berakar pada observasi lapangan. Jika *Talking Point* berfokus pada isu-isu sosial dan kesehatan, *Jejak Risiko* memanfaatkan pendekatan yang sama untuk menelaah dinamika bisnis modern, termasuk berbagai layanan nonkonvensional yang berkembang di era digital. Melalui pendalaman laporan, proses verifikasi, serta keterlibatan langsung jurnalis dalam pengumpulan fakta, *Jejak Risiko* berupaya menghadirkan potret yang objektif mengenai potensi risiko, bentuk kerentanan, dan nilai sosial yang menyertai praktik-praktik bisnis tersebut.

Talking Point dan *Jejak Risiko* memiliki perbedaan mendasar dalam arah editorial, ruang lingkup isu, serta cara penyajiannya. *Talking Point* lebih sering membahas topik sosial, ekonomi, maupun politik dalam konteks isu makro dengan sudut pandang global. Program ini menempatkan persoalan bisnis sebagai bagian dari dinamika internasional yang luas, sehingga analisis yang disampaikan bersifat umum, proporsional, dan tidak secara spesifik mengupas kerentanan ataupun kemungkinan penyimpangan suatu praktik bisnis. Dari segi visual, format yang digunakan cenderung formal, terstruktur, dan mengikuti standar program berita internasional yang ditujukan bagi khalayak luas dengan fokus pada *news depth reporting*.

Sebaliknya, *Jejak Risiko* dirancang untuk mengisi kekosongan dalam konten jurnalisme bisnis digital yang umumnya hanya menonjolkan keberhasilan, pertumbuhan, dan sisi positif dunia usaha. Tidak seperti *Talking Point*, program ini memusatkan perhatian pada penggalian aspek-aspek risiko, seperti kerentanan sosial, potensi penyimpangan dalam model bisnis, dampak merugikan bagi konsumen, hingga konsekuensi hukum yang sering terabaikan oleh pemberitaan utama. Pendekatan investigatifnya bersifat tematis dan mendalam, dengan tujuan menyoroti area-area rawan yang jarang dibahas media arus utama.

Dengan demikian, *Talking Point* menjadi rujukan penting dalam pengembangan *Jejak Risiko*. Prinsip-prinsip jurnalistik yang diadaptasi mencakup penggabungan riset, pemanfaatan visualisasi data, observasi langsung di lapangan, serta penggunaan narasi yang menunjukkan bahwa konten jurnalistik dapat disajikan secara menarik tanpa mengurangi kedalaman analisis. Pendekatan ini menginspirasi *Jejak Risiko* untuk menghadirkan jurnalisme bisnis yang lebih kritis, informatif, dan relevan bagi publik, sekaligus mendorong kesadaran masyarakat terhadap risiko sosial, etis, dan hukum yang melekat dalam praktik bisnis modern.

2.1.2 Bosan Jadi Pegawai

Karya Bosan Jadi Pegawai adalah salah satu program yang menginspirasi yang diproduksi oleh Trans TV dan telah siaran secara reguler mulai tahun 2023. Acara ini membahas masalah sosial dan psikologis di lingkungan kerja masa kini,

yaitu fenomena kebosanan dalam pekerjaan (*burnout*) yang dialami oleh banyak pegawai, serta memberikan solusi alternatif melalui wirausaha yang lebih mandiri dan berarti. Dengan menyatukan format talkshow dan dokumenter ringan, program ini menampilkan cerita nyata orang-orang yang memutuskan untuk meninggalkan pekerjaan tetap dan beralih menjadi pengusaha.



Gambar 2.2 Episode Konsultasi Mengenai Bisnis yang Akan Dijalankan | Bosan Jadi Pegawai.
Sumber: TRANS TV Official

Salah satu episode yang berjudul “Konsultasi Mengenai Bisnis yang Akan Dijalankan” *Bosan Jadi Pegawai*. Episode ini terbagi menjadi 3 segmen, masing-masing berdurasi sekitar 3-4 menit, yang menyajikan dialog langsung antara pembawa acara dan seorang pengusaha lokal yang mengelola bisnis daur ulang sampah plastik menjadi produk yang mempunyai nilai ekonomi. Melalui teknik wawancara dan pengamatan langsung, program ini menunjukkan proses nyata pembuatan produk, dari pengumpulan bahan baku hingga tahap pembuatan. Dengan cara ini, tayangan ini tidak hanya memberikan inspirasi tetapi juga menyuguhkan gambaran yang jelas tentang praktik kewirausahaan di lapangan.

Bosan Jadi Pegawai menyoroti kewirausahaan sebagai cara untuk merenungkan karier dan menemukan solusi sosial. Kewirausahaan menjadi pendekatan yang efektif dalam mengembangkan karakter, kemandirian, kreativitas, serta kesiapan mahasiswa untuk memasuki dunia kerja (Sa'diyah et al., 2025).

Cerita utama datang dari kegelisahan banyak pekerja mengenai kebosanan, tekanan, dan minimnya ruang untuk berkreasi dalam lingkungan kerja yang formal. Dengan menghadirkan berbagai kisah nyata, program ini ingin menunjukkan bahwa berwirausaha bukan sekadar tentang mendapatkan uang, tetapi juga tentang mencari arti hidup, kebebasan, dan keseimbangan. Pendekatan bercerita yang diterapkan memperlihatkan bahwa setiap usaha pasti mengandung tantangan dan risiko, namun juga membuka kemungkinan untuk berkembang melalui pengalaman pribadi.

Program ini menerapkan metode semi-dokumenter dengan format wawancara langsung di tempat usaha. Gambar yang ditampilkan menunjukkan kegiatan pelaku usaha secara alami dan tanpa drama yang berlebihan, memberikan nuansa yang otentik dan dekat dengan kenyataan. Pengambilan gambar dari berbagai sudut ditambah dengan narasi informatif dari pembawa acara yang berfungsi sebagai jembatan antara penonton dan narasumber. Acara ini terbagi menjadi beberapa bagian seperti pengenalan permasalahan, cerita inspiratif, hingga solusi dan wawasan bisnis.

Karya ini penulis gunakan sebagai referensi dari karya sebelumnya karena memiliki hubungan antara *Bosan Jadi Pegawai* dan program *Jejak Risiko* yang menunjukkan bagaimana konten kewirausahaan dapat dikemas dalam bentuk audio visual yang inspiratif dan mudah dipahami oleh khalayak. Meski demikian, terdapat perbedaan mendasar antara *Bosan Jadi Pegawai* dan *Jejak Risiko*, terutama pada tingkat kedalaman analisis dan arah editorial. *Bosan Jadi Pegawai* lebih menonjolkan aspek positif dan motivasional dari dunia wirausaha, sedangkan *Jejak Risiko* justru hadir sebagai respons kritis terhadap dominasi narasi tersebut dengan menyoroti sisi lain bisnis yang jarang diungkap media mulai dari risiko operasional, kerentanan sosial, potensi penyimpangan, dampak etis, hingga implikasi hukum dari sebuah praktik usaha.

Jejak Risiko menerapkan pendekatan jurnalisme yang berbasis data dan berfokus pada kepentingan publik, sehingga penyajiannya tidak terbatas pada testimoni individu. Program ini melakukan penelusuran langsung di lapangan,

mengkaji potensi persoalan, serta menghadirkan informasi kritis yang memungkinkan masyarakat memahami kerumitan dunia bisnis modern bukan hanya sisi keberhasilannya.

Dengan demikian, *Bosan Jadi Pegawai* berfungsi sebagai acuan dalam aspek penceritaan pengalaman pelaku usaha, namun *Jejak Risiko* memperluas pendekatan tersebut dengan memberikan perspektif yang lebih kritis, analitis, dan kontekstual. Program ini menjadi bentuk pengembangan dari konten kewirausahaan yang tidak hanya menawarkan inspirasi, tetapi juga memberikan edukasi serta refleksi mengenai realitas dunia bisnis yang sarat risiko, sebagaimana dijelaskan dalam bagian latar belakang penelitian.

2.1.3 Pecah Telur

Program YouTube *Pecah Telur* merupakan salah satu media bisnis digital yang berfokus menampilkan kisah-kisah inspiratif dari pelaku Usaha Mikro, Kecil, dan Menengah (UMKM) serta wirausaha independen. Sejak awal hadir, program ini konsisten menghadirkan perjalanan usaha mulai dari proses merintis hingga mencapai keberhasilan, dengan penekanan pada aspek omzet, strategi bertahan, serta upaya pengembangan bisnis. Sebagian besar konten pada kanal YouTube *Pecah Telur* mengangkat cerita nyata pelaku usaha yang dikemas dalam bentuk narasi motivasi, inspirasi, dan edukasi bagi audiens (Hastomo & Muksin, 2025).

Salah satu karakteristik utama *Pecah Telur* adalah fokusnya pada kisah pertumbuhan UMKM. Program ini kerap menampilkan cerita transformasi pelaku usaha yang memulai dari kondisi terbatas lalu berhasil meningkatkan omzet secara signifikan. Narasi yang disusun bertujuan membangun rasa optimisme dan keyakinan bahwa kesuksesan dapat dicapai melalui ketekunan, kreativitas, dan inovasi. Selain itu, program ini juga sering memuat berbagai tips dan strategi usaha yang disampaikan langsung oleh pelakunya berdasarkan pengalaman nyata.



Gambar 2.3 Episode Modal Bertahap, Pemuda Raup Untung 150 Juta Perbulan dari Kebun Belakang Rumah!
Sumber: Pecah Telur

Salah satu episode berjudul “Modal Bertahap, Pemuda Raup Untung 150 Juta Perbulan dari Kebun Belakang Rumah!” menyajikan studi kasus mengenai Mahkota Omah Manggis, sebuah usaha pertanian di Kediri yang mampu memanfaatkan momentum pandemi COVID-19 untuk beralih ke model bisnis berbasis pasar digital. Di bawah kepemimpinan Esdafa Di Bacario, strategi usahanya menekankan diversifikasi produk, yakni pengelolaan kebun buah investasi berskala luas serta pengembangan Tabulampot (Tanaman Buah dalam Pot) yang ditujukan bagi masyarakat perkotaan dengan keterbatasan lahan. Episode ini menampilkan keberhasilan usaha tersebut, namun juga mengulas proses di balik perjalanannya. Melalui wawancara mendalam, host menelusuri latar belakang personal, tantangan awal, motivasi pendiri, hingga fase jatuh bangun yang dialami sebelum usaha berkembang. Pendekatan ini memberikan gambaran yang lebih dekat tentang dinamika usaha, meskipun penekanannya tetap pada sisi inspiratif dan motivasional.

Program ini juga menyajikan berbagai solusi bisnis yang ditujukan untuk membantu UMKM, seperti strategi pemasaran, manajemen keuangan, pemanfaatan media sosial, hingga peningkatan kualitas produk. Tujuannya adalah memberikan panduan praktis yang dapat diterapkan pelaku usaha untuk meningkatkan daya saing sekaligus memperluas pasar. Meski begitu, konten yang disuguhkan masih

lebih menekankan peluang dan strategi menuju keberhasilan dibandingkan pembahasan kritis mengenai faktor risiko, kerentanan sosial, ataupun potensi penyimpangan dalam pengelolaan usaha.

Dalam penelitian ini, *Pecah Telur* dijadikan karya terdahulu karena menunjukkan bagaimana media digital mengemas konten kewirausahaan yang informatif dan inspiratif bagi publik. Namun, perbedaan utama antara *Pecah Telur* dan *Jejak Risiko* terletak pada orientasi jurnalistik serta tingkat kedalaman analisis. Bila *Pecah Telur* berfokus pada narasi keberhasilan dan motivasi, *Jejak Risiko* justru hadir sebagai kritik terhadap dominasi narasi tersebut dengan menyoroti sisi lain dunia bisnis mulai dari risiko operasional, potensi penyimpangan, ancaman terhadap konsumen, hingga implikasi sosial dan hukum dalam praktik usaha modern.

Dengan demikian, *Pecah Telur* berperan sebagai referensi yang menggambarkan tren konten bisnis digital bernuansa inspiratif, sementara *Jejak Risiko* mengembangkan pendekatan yang lebih kritis, dan berbasis data. Program ini diharapkan menjadi alternatif baru dalam jurnalisme bisnis dengan tidak hanya menonjolkan aspek keberhasilan, tetapi juga mengungkap sisi gelap, kerentanan, dan berbagai risiko yang perlu dipahami masyarakat.

2.2 Konsep yang Digunakan

2.2.1 Jurnalisme Feature

Jurnalisme feature merupakan bentuk karya jurnalistik yang menyajikan informasi faktual melalui pendekatan penceritaan yang lebih mendalam, deskriptif, dan naratif. Berbeda dengan berita langsung yang berfokus pada penyampaian informasi secara ringkas, feature menekankan pengembangan cerita melalui unsur human interest, pengalaman manusia, serta konteks di balik suatu peristiwa. Melalui pendekatan storytelling, jurnalisme feature mampu menghadirkan informasi yang lebih imersif sehingga audiens tidak hanya memperoleh fakta, tetapi juga memahami makna dan latar belakang dari suatu fenomena (Prastyani et al., 2022).

Selain menyampaikan fakta, jurnalisme feature juga menggabungkan teknik penulisan jurnalistik dengan gaya bahasa yang lebih komunikatif dan sastra untuk membangun keterlibatan emosional audiens. Pendekatan ini memungkinkan jurnalis mengembangkan suatu cerita secara lebih fleksibel dengan tetap berlandaskan pada realitas dan akurasi informasi (Harahap, 2020).

Seiring dengan perkembangan media digital, jurnalisme feature mengalami transformasi ke dalam berbagai format multimedia, seperti video feature, dokumenter, dan visual storytelling. Perubahan tersebut memungkinkan penyampaian informasi dilakukan melalui kombinasi unsur visual, audio, dan narasi yang mampu memberikan pengalaman yang lebih kontekstual serta menarik bagi audiens (Suharsono, 2020). Dengan demikian, jurnalisme feature tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian fakta, tetapi juga sebagai pendekatan jurnalistik yang mampu menghadirkan pemahaman mendalam terhadap suatu fenomena melalui kekuatan cerita.

2.2.2 Program Konten Audio Visual

Produksi audio visual adalah suatu proses pembuatan karya yang memadukan elemen gambar dan suara untuk menyampaikan informasi kepada audiens secara efektif. Dalam pelaksanaannya, produksi audio visual tidak hanya berfokus pada aspek teknis pengambilan gambar, tetapi juga mencakup tahap perancangan konsep, pengolahan visual, serta proses penyuntingan agar pesan yang disampaikan dapat diterima secara jelas dan menarik.

Proses produksi audio visual terdiri atas tiga tahap utama, yaitu praproduksi, produksi, dan pascaproduksi (Thifalia & Susanti, 2021). Tahap praproduksi mencakup perencanaan konsep, pengumpulan data, penulisan naskah, pemilihan lokasi, persiapan peralatan, hingga pembentukan tim produksi sebagai dasar sebelum proses produksi dimulai. Tahap produksi merupakan pelaksanaan pengambilan gambar dan suara berdasarkan perencanaan yang telah dibuat, meliputi pengaturan kamera, pencahayaan, tata suara, komposisi visual, serta proses perekaman. Sementara itu, tahap pascaproduksi dilakukan melalui proses penyuntingan, penyusunan alur cerita, penambahan elemen grafis, teks, ilustrasi

musik, proses rendering, hingga karya siap untuk dipublikasikan (Thifalia & Susanti, 2021).

Selain tahapan produksi, kualitas program audio visual juga dipengaruhi oleh proses perencanaan yang matang serta tingkat kreativitas selama proses produksi berlangsung. Produksi program audio visual membutuhkan kreativitas, perencanaan kerja yang sistematis, serta koordinasi tim yang baik agar dapat menghasilkan tayangan yang bersifat informatif, edukatif, dan komunikatif. Unsur kreativitas tersebut terlihat dalam proses penulisan naskah, pemilihan visual, penggunaan properti, serta pengembangan konsep yang mendukung penyampaian pesan kepada audiens (Rachmat & Jemat, 2017).

Dalam produksi audio visual, aspek komunikasi visual juga memiliki peranan penting. Komunikasi visual merupakan proses penyampaian pesan melalui berbagai elemen visual seperti komposisi gambar, warna, pencahayaan, tipografi, grafik, dan video yang bertujuan membangun makna serta membantu audiens memahami informasi (Fujiyati et al., 2026). Penyajian visual yang konsisten dan terstruktur dapat memperkuat identitas program sekaligus meningkatkan pemahaman penonton terhadap pesan yang disampaikan. Hal ini menunjukkan bahwa penyajian informasi secara visual yang jelas dan tertata secara sistematis dapat meningkatkan keterlibatan audiens sekaligus mempermudah proses penyampaian pesan.

2.2.3 Bisnis Digital

Konsep bisnis digital adalah suatu model usaha yang menggunakan teknologi digital, internet, dan *platform online* sebagai alat utama untuk menciptakan, mengorganisasi, dan menyampaikan nilai kepada pelanggan. Transformasi digital melibatkan tidak hanya penerapan teknologi, tetapi juga modifikasi strategi, proses, serta model operasional organisasi secara keseluruhan (Paul et al., 2024). Ini menunjukkan bahwa dalam kerangka bisnis digital, teknologi tidak berfungsi sekadar sebagai dukungan, tetapi menjadi dasar utama dalam memajukan aktivitas bisnis yang lebih efisien dan responsif.

Perkembangan platform digital turut membuka kesempatan bagi munculnya model bisnis baru yang mempertemukan penyedia layanan dan konsumen secara langsung melalui sistem berbasis digital. Meningkatnya aktivitas ekonomi digital telah mendorong perkembangan platform kerja digital sebagai salah satu perubahan penting dalam pasar kerja global (Cruz & Gameiro, 2023). Lebih dari sekadar aspek ketenagakerjaan, platform digital juga mengubah pola konsumsi layanan. Proses pengorganisasian, distribusi, dan koordinasi kerja dalam platform tersebut saling berkaitan dengan cara layanan dikonsumsi oleh pengguna sehingga membentuk hubungan tiga pihak antara platform, pekerja, dan klien yang memiliki implikasi sosial serta ekonomi yang kompleks (Cruz & Gameiro, 2023).

Dampak sosial tersebut semakin nyata ketika platform digital mulai memasuki ranah hubungan emosional dan interpersonal manusia. Platform berbasis algoritma sebagai infrastruktur digital telah mengubah secara fundamental cara individu berinteraksi dan membangun koneksi sosial (Wu, 2024). Integrasi kecerdasan emosional ke dalam algoritma platform melahirkan bentuk relasi baru yang disebut *pseudo-intimacy*, yaitu hubungan semu yang memberikan kepuasan emosional secara instan, tetapi bersifat terbatas dalam konteks transaksi digital. Fenomena ini berkaitan dengan layanan nonkonvensional, yang mengubah interaksi interpersonal yang sebelumnya dibangun atas dasar keaslian emosi kini dikemas menjadi layanan yang dapat diakses dan diperoleh melalui platform digital.

Selain itu, *platform* digital menawarkan hambatan masuk yang rendah, mendukung fleksibilitas dalam pembagian tugas, serta menyediakan peluang kerja berbasis permintaan (Alauddin et al., 2025). Kondisi ini memberikan keuntungan bagi penyedia layanan, tetapi pada saat yang sama juga menimbulkan berbagai tantangan bagi pekerja dan konsumen, seperti minimnya perlindungan sosial, adanya kontrol berbasis algoritma, serta tingkat persaingan yang tinggi. Situasi tersebut dapat berujung pada ketidakpastian regulasi, potensi eksploitasi, serta risiko psikologis yang mungkin dialami oleh kedua belah pihak, baik pengguna maupun penyedia layanan.

Risiko tersebut menjadi semakin kompleks ketika platform digital mulai mengomodifikasi kebutuhan emosional dan relasional manusia. Model bisnis digital yang efektif perlu mengelola proses interaksi baru yang mampu menciptakan pengalaman bermakna bagi pengguna (Russo et al., 2022). Namun, ketika pengalaman serta kedekatan interpersonal dijadikan sebagai produk yang dapat dikonsumsi, muncul persoalan etis terkait batas privasi serta dampak psikologis, termasuk kemungkinan terjadinya ketergantungan emosional terhadap layanan tersebut.

2.2.4 Hubungan Interpersonal

Hubungan interpersonal merupakan salah satu aspek penting dalam proses komunikasi manusia yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Hubungan ini dapat dipahami sebagai hubungan berkelanjutan yang dibangun oleh komunikator dengan komunikan yang tidak hanya berlangsung pada tataran kognitif tetapi, juga dapat membentuk kedekatan emosional di antara pihak-pihak yang berinteraksi (Fariadi et al., 2023).

Sejalan dengan itu, komunikasi interpersonal erat kaitannya dengan keterbukaan diri (*self-disclosure*), yaitu proses pengungkapan informasi pribadi kepada orang lain yang berperan dalam membangun dan memperkuat hubungan interpersonal (Fitriani & Andriani, 2023). Dalam proses ini, individu tidak hanya bertukar informasi, tetapi juga membangun kepercayaan dan kedekatan dalam hubungan sosial.

Dalam konteks yang lebih luas, hubungan interpersonal pada era digital juga banyak dipengaruhi oleh media sosial, yang membuat interaksi tidak lagi terbatas pada tatap muka, tetapi juga melalui komunikasi virtual (Sari & Irena, 2023). Hal ini menunjukkan bahwa perkembangan teknologi turut mengubah pola pembentukan hubungan interpersonal dalam kehidupan modern.

Selain itu, faktor seperti kepercayaan dan keterbukaan diri memiliki pengaruh signifikan terhadap kualitas hubungan interpersonal seseorang (Firua &

Hariyadi, 2022). Semakin tinggi tingkat kepercayaan dan keterbukaan, semakin baik pula kualitas hubungan yang terbentuk antara individu.

Dengan demikian, hubungan interpersonal merupakan proses komunikasi yang bersifat dinamis, kompleks, dan dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti keterbukaan diri, kepercayaan, serta perkembangan teknologi komunikasi yang terus berkembang dalam kehidupan sosial manusia.

