

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat melepaskan diri dari jalinan satu sama lain, dimana manusia akan selalu menggunakan kontak sosial mereka yaitu selalu berhubungan dengan orang lain. Bahkan sebagian besar dari waktu mereka digunakan untuk berkomunikasi. Setiap manusia cenderung untuk melakukan kegiatan mereka seperti berinteraksi, berkomunikasi, dan bersosialisasi dengan manusia lainnya yang ada di sekeliling mereka. Mengingat kuantitas komunikasi yang dilakukan dapat dikatakan bahwa komunikasi merupakan satu hal yang penting bagi manusia, dengan kata lain kualitas hidup manusia itu sendiri ditentukan oleh cara atau pola komunikasi yang dilakukannya.

Sehingga manusia dapat dikatakan bahwa sejak lahir sudah disebut dengan makhluk sosial. Mengapa dikatakan demikian, dikarenakan manusia tunduk pada aturan dan norma sosial kemudian perilaku manusia mengharapkan penilaian dari orang lain. Manusia mempunyai kebutuhan untuk berinteraksi dengan orang lain dan kemampuan manusia akan berkembang bila berkomunikasi dan hidup ditengah-tengah manusia.

Dalam pengertian khusus komunikasi, *Hovland* (dalam Effendy) mengatakan bahwa komunikasi adalah:

“Proses mengubah perilaku orang lain (communication is the process to modify the behavior of other individuals). Jadi dalam berkomunikasi bukan sekedar memberitahu, tetapi juga berupaya mempengaruhi seseorang atau sejumlah orang melakukan kegiatan atau tindakan yang diinginkan oleh komunikator, akan tetapi seseorang akan dapat mengubah sikap pendapat atau perilaku orang lain, hal ini bisa terjadi apabila komunikasi yang disampaikan bersifat komunikatif yaitu komunikator dalam menyampaikan pesan-pesan harus benar-benar dimengerti dan dipahami oleh komunikan untuk mencapai tujuan komunikasi yang komunikatif.” (Effendy, 2001:10)

Umumnya komunikasi interpersonal terjadi karena pada hakikatnya setiap manusia suka berkomunikasi dengan manusia lain. Karena itu setiap orang ingin selalu berusaha agar lebih dekat dengan satu sama lain. Komunikasi interpersonal amatlah sangat penting bagi kebahagiaan hidup, kegiatan komunikasi tersebut

dilakukan agar memnuhi kebutuhan bersekutu dengan orang lain. Pemenuhan kebutuhan ini untuk mengembangkan diri menjadi makhluk sosial dan pribadi lengkap juga untuk menjamin kelangsungan hidupnya yang memerlukan banyak hal. Seperti kebutuhan sandang, pangan, papan, pendidikan, hiburan, dan kebutuhan lain sebagainya.

Onong U. Effendy mendefinisikan:

“komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara dua orang, dimana terjadi kontak langsung dalam bentuk percakapan, komunikasi jenis ini bisa langsung secara berhadapan muka (face to face) bisa juga melalui medium, umpamanya telepon. Ciri khas komunikasi interpersonal adalah dua arah atau timbal balik “ (Effendy, 1993:61).

Didalam komunikasi interpersonal, pasti ada yang namanya komunikator dan komunikan. Karna keduanya saling berkaitan dalam terjadinya komunikasi antara dua atau lebih orang yang melakukan komunikasi itu sendiri.

Definisi komunikator adalah:

“pihak-pihak yang menyampaikan pesan kepada seseorang ataupun khalayak luas.” (Cangara, 1998).

Sedangkan, Arti komunikator adalah:

“Suatu kelompok ataupun seseorang yang menyampaikan gagasan, perasaan, ataupun pemikirannya kepada orang lain. Sedangkan arti komunikan adalah pihak yang menjadi target atau sasaran dari suatu pesan yang dikirimkan oleh komunikator.” (Effendy, 2000).

Pada saat terjadi suatu komunikasi, maka akan tercapainya komunikasi interpersonal efektif apabila pesan yang disampaikan oleh komunikator kepada komunikan berjalan dengan baik. Definisi Efektifitas adalah:

“efektifitas sebagai suatu kondisi atau keadaan dimana dalam memilih tujuan yang hendak dicapai dan sarana atau peralatan yang digunakan, disertai dengan kemampuan yang dimiliki adalah tepat, sehingga tujuan yang diinginkan dapat dicapai dengan hasil yang memuaskan.” (Martoyo, 2002:4)

Teknologi komunikasi internet mengubah komunikasi dengan sangat mendasar. Termasuk banyak melibatkan interaksi antara komunikator dan pengguna atau komunikan, dengan arti ia mendefinisi konsep komunikasi dunia maya. Internet menawarkan kesempatan untuk membentuk komunitas yang sebenarnya, yang memiliki kesamaan ketertarikan antar manusia satu dengan yang

lain dan hanya bertemu melalui elektronik. Interet menjadi sebuah kebutuhan dan aktifitas manusia sebagai anggota masyarakat, berinternet juga merupakan salah satu cara alternatif seseorang untuk bergaul sebagai makhluk sosial.

Menurut Sibero (2011:10) *Internet (Interconneted Network)* adalah:

“Jaringan komputer yang menghubungkan antar jaringan secara global, internet dapat juga dapat disebut jaringan alam suatu jaringan yang luas. Seperti halnya jaringan komputer lokal maupun jaringan komputer area, internet juga menggunakan protokol komunikasi yang sama yaitu TCP/IP (Tranmission Control Protol / Internet Protocol)”.

Salah satu media sosial terbaru dan banyak digunakan saat ini adalah Bigo Live. Aplikasi ini merupakan jejaring sosial yang diresmikan pada 16 Juni 2010 dimana penggunanya dapat bertanya apapun kepada pengguna lain. Kita juga dapat bertanya kepada pengguna lain menggunakan identitas maupun tanpa identitas (*hidden profile*) atau Anonim. Sama seperti jejaring sosial lain yang trend saat ini seperti *facebook*, *twitter*, *instagram*, dan sebagainya. Pada aplikasi Bigo Live ini juga ada sistem *follow* atau *following*, tetapi kita hanya bisa melihat siapa yang kita ikuti (*follow*).

Bigo Live juga merupakan tempat untuk *sharing* foto atau video singkat yang terdiri dari *feed* yaitu tempat dimana terdapat postingan *user* atau pengguna dan pengguna lain yang diikuti oleh pengguna, *question* yaitu tempat dimana pengguna dapat melihat pertanyaan yang diberikan kepada *user* atau pengguna lain kepada pengguna. *My Profile* tempat khusus untuk postingan si pengguna, dan *Friends and Notifications* tempat untuk melihat postingan pengguna lain dan pemberitahuan untuk kita yang menggunakan Bigo Live, sehingga seseorang dapat memenuhi kebutuhan-kebutuhan hidup nyata yang belum terpenuhi seperti dukungan sosial, rasa memiliki pada sebuah kelompok, atau pengungkapan rahasia diri seseorang.

Bigo Live adalah situs jejaring sosial berbasis Latvia dimana pengguna dapat mengajukan pertanyaan kepada pengguna lain dengan pilihan anonimitas. Situs ini diresmikan pada tanggal 16 Juni 2010 dan didirikan sebagai sebagai pesaing *Spring me* dan kemudian dikenal sebagai *Formspring*.

Terakhir pembaharuan atau *update* Bigo Live yang terbaru di tahun 2017 ini, menampilkan tampilan baru dengan warna yang bisa kita pilih sendiri,

mengubah *icon* donat untuk *Like* sebuah video dengan icon hati atau *Love*. Serta tidak hanya dua orang saja untuk melakukan panggilan video (*video call*) yang biasa disebut dengan “vc” oleh pengguna *Bigo Live*, namun sekarang bisa melakukan panggilan video dengan tiga orang sekaligus secara bersamaan.

Berbeda dengan *website* Tanya jawab lain seperti *Quora*, *Bigo Live* lebih dikhususkan kepada remaja, dan pertanyaan-pertanyaan yang ada di *website* ini lebih bersifat pribadi namun tidak menutup kemungkinan usia dari berapapun bisa menggunakan aplikasi ini. Hingga saat ini, *Bigo Live* sudah memiliki sekitar 122 juta pengguna terdaftar yang menyebar di seluruh dunia. Satu faktor utamanya adalah dirahasiakannya nama pengguna yang mengajukan pertanyaan pada pengguna lain. Faktor ini ditambah dengan populernya media sosial di Asia Tenggara khususnya di Indonesia, menjadikan *website* ini tempat yang dianggap cocok untuk menanyakan pertanyaan pribadi kepada orang lain ataupun kepada orang lain juga.

Bigo Live bisa dikatakan masih jauh dari kata sempurna, selain itu *website* lain yang memiliki kerahasiaan identitas seperti *Whisper* dan *Secret* tidak begitu populer di Asia. Platform ini juga memiliki lokalisasi dengan ketersediaan banyak bahasa yang digunakan menjadi salah satu faktor popularitasnya. Maka disini masih terdapat hambatan komunikasi interpersonal dalam penggunaan aplikasi *Bigo Live* ini. Definisi hambatan komunikasi interpersonal sendiri adalah:

“hambatan yang terjadi dalam komunikasi antar individu, hambatan ini terjadi karena perbedaan budaya atau kultur yang kemudian akan menimbulkan perbedaan persepsi. Pengalaman masing-masing individu yang berbeda juga memberikan penjelasan mengapa ada perbedaan pendapat dalam komunikasi.” (Wikipedia)

Terdapat beberapa kegunaan yang sering digunakan dan harus diketahui untuk memainkan aplikasi ini. Berikut adalah beberapa alasan *Google Playstore* dan *Wikipedia.com* saat memainkan *Bigo Live*:

1. Makin Tenar Makin Banyak Uang

Salah satu unggulan *Bigo Live* daripada media sosial serupa adalah fitur bayaran. Dengan fitur ini, tiap broadcaster yang dapat banyak “*bean*” bisa mendapatkan uang yang banyak. “*Bean*” bisa didapat jika ada feedback

positif semacam *Like*. Berdasarkan kurs *Bigo Live*, “*bean*” bisa ditukarkan dengan 1 *US Dollar*, “*bean*” tersebut bisa ditukarkan jika jumlahnya sudah mencapai 6.700. berdasarkan peraturan aplikasi ini, pengguna bisa menarik tunai dalam kurun waktu seminggu sekali. (*ulasan Google Playstore dan Wikipedia tahun 2017*).

2. Gamifikasi

Bukan hanya mengandalkan jumlah penonton (*viewers*) dan pengikut (*followers*), *Bigo Live* juga mempunyai sistem *leveling*. Broadcaster yang mempunyai akun baru, sudah pasti memasuki level 1. Begitu pengguna siaran (*Live*), ditonton banyak orang dari pengguna lain, dan mendapatkan *follback* dari pengguna lain, maka levelnya bisa semakin tinggi. Serupa dengan *game* MMORPG menggunakan *leveling*. Jika diistilahkan yang dilakukan *Bigo Live* adalah gamifikasi atau menge-*game*-kan sesuatu yang pada dasarnya bukan *game*. Karena itulah media sosial ini bisa menggelembung cukup cepat ke permukaan, bahkan masuk 20 besar aplikasi gratis terpopuler. (*ulasan Google Playstore dan Wikipedia tahun 2017*).

3. Feedback Langsung

Ketika pengguna sedang melakuka siaran langsung atau bisa disebut dengan istilah *Live*, pengguna bisa melihat langsung komentar dari pengguna lain. Komentar bisa berupa *chat* atau *gift* “*bean*”, karena apresiasi penonton bisa langsung terlihat, penyiar selalu memberikan sesuatu hal yang kreatif dan memiliki materi untuk penyiaran. *Bigo Live* merupakan perpaduan fitur siaran langsung seperti televisi dan fitur chat masa kini. (*ulasan Google Playstore dan Wikipedia tahun 2017*).

4. Bisa Melihat Siapa Saja Yang Menonton

Penyiar atau broadcaster bisa langsung mencari tahu informasi tentang penonton setianya lewat profile yang bisa dilihat ketika penonton (*viewers*) berada dalam siaran penyiar. Selain itu, penonton bisa

mendapatkan pemberitahuan atau notifikasi jika sudah mengikuti penyiar favoritnya sedang siaran di *Bigo Live*. (*ulasan Google Playstore dan Wikipedia tahun 2017*).

Perusahaan ini mengalami pertumbuhan pesat dan memiliki 5 juta pengguna di seluruh dunia pada bulan April 2012, lalu tumbuh menjadi 10 juta pengguna pada bulan Juli 2012 yang membuat 15 juta jawaban baru per harinya. Pada titik ini *Bigo Live* mengaku telah disalip *Formspring* dengan 37 juta pengunjung setiap bulan dibandingkan 20 juta pengunjung bulanan *Formspring*. Pada bulan Oktober 2012, *Bigo Live* mencapai 20 juta pengguna yang terdaftar. Pada April 2013, perusahaan mencatat lebih dari 50 juta pengguna yang terdaftar. Pada Agustus 2013, jumlah pengguna yang terdaftar melonjak sekitar 70 juta dan lebih dari 30 juta pertanyaan dan jawaban yang dibuat setiap harinya.

Terakhir pembaharuan atau *update* *Bigo Live* yang terbaru di tahun 2017 ini, menampilkan tampilan baru dengan warna yang bisa kita pilih sendiri, mengubah icon donat untuk *Like* sebuah video dengan icon hati atau *Love*. Serta tidak hanya dua orang saja untuk melakukan panggilan video (*video call*) yang biasa disebut dengan “vc” oleh pengguna *Bigo Live*, namun sekarang bisa melakukan panggilan video dengan tiga orang sekaligus secara bersamaan.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang masalah diatas, maka rumusan masalah yang penulis teliti sebagai berikut:

1. Bagaimana efektifitas isi pesan atau content komunikasi interpersonal antara *Host* dan *Audience* terhadap penggunaan aplikasi *Bigo Live* ?
2. Faktor-faktor apa saja yang berpengaruh terhadap keberhasilan komunikasi interpersonal antara *Host* dan *Audience* terhadap penggunaan aplikasi *Bigo Live* ?
3. Apa hambatan komunikasi interpersonal antara *Host* dan *Audience* terhadap penggunaan aplikasi *Bigo Live* ?
4. Seberapa penting komunikasi interpersonal antara *Host* dan *Audience* terhadap penggunaan aplikasi *Bigo Live* ?

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan permasalahan yang telah dijabarkan, maka tujuan dilakukannya penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui efektifitas isi pesan atau content komunikasi interpersonal antara *Host* dan *Audience* terhadap penggunaan aplikasi Bigo *Live*.
2. Untuk mengetahui faktor-faktor yang berpengaruh terhadap keberhasilan komunikasi interpersonal antara *Host* dan *Audience* terhadap penggunaan aplikasi Bigo *Live*.
3. Untuk mengetahui hambatan komunikasi interpersonal antara *Host* dan *Audience* terhadap penggunaan aplikasi Bigo *Live*.
4. Untuk mengetahui skala prioritas dari isi pesan pada komunikasi interpersonal antara *Host* dan *Audience* terhadap penggunaan aplikasi Bigo *Live*.

1.4 Kerangka Pemikiran

Dalam permasalahan yang peneliti bahas terdapat banyak pengertian komunikasi interpersonal menurut para ahli. Namun disini peneliti akan menuliskan pengertian komunikasi sebagai berikut:

“Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi seseorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya diantara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya.” (Muhammad, 2005:158)

Menurut *Devito (1989)*, komunikasi interpersonal adalah:

“Penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang, dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera.” (Effendy. 2003:30)

Menarik dengan pengertian-pengertian tersebut, disini peneliti ingin mencoba dan mengetahui bagaimana komunikasi yang terjalin khususnya khalayak luas setelah menggunakan media sosial Bigo *Live* itu sendiri. Mengingat objek dari judul ini antara *Host dan Audience*, maka peneliti ingin mengetahui bagaimana komunikasi interpersonal yang terjadi diantara keduanya pada aplikasi media sosial tersebut.

Didalam judul penelitian skripsi ini, terdapat kata *Host dan Audience* yang merupakan atau mempunyai arti kata lain dengan komunikator (*Host*) dan komunikan (*Audience*). Sebelum lanjut pada aplikasi, peneliti akan membahas sedikit apa itu komunikator dan komunikan pada penggunaan aplikasi Bigo Live ini.

Komunikator (*Host*) adalah pihak yang mengirim pesan kepada khalayak luas seperti pada penggunaan aplikasi Bigo Live. Oleh karena itu, komunikator biasa disebut pengirim, sumber, *source* atau *encoder*. Sebagai pelaku utama dalam berkomunikasi, komunikator memegang peranan yang penting, terutama dalam menjalankan suatu komunikasi. Untuk itu, seorang komunikator (*Host*) harus terampil berkomunikasi, serta kaya ide dan penuh kreativitas.

Komunikan atau penerima pesan (*Audience*) adalah yang menganalisis dan menginterpretasikan isi pesan yang diterimanya sehingga dapat terjadi tanya jawab antara komunikator (*Host*) dan komunikan (*Audience*).

Selain itu, kata audiens atau *audience* memiliki arti yaitu sekumpulan orang yang menjadi pembaca, pendengar, dan pemirsa berbagai media atau komponen beserta isinya, seperti di media sosial pada aplikasi Bigo Live.

Media sosial adalah sebuah media online, dengan para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, juga menciptakan isi meliputi blog, jejaring sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Blog, jejaring sosial, dan wiki merupakan media sosial yang paling umum digunakan oleh masyarakat di seluruh penjuru dunia.

Andreas Kaplan dan *Michael Haenlein* mendefinisikan media sosial sebagai:

“sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun diatas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content”

Menurut penjelasan yang peneliti dapatkan dari *Wikipedia.com*, Bigo Live adalah sebagai berikut:

“Bigo Live adalah jejaring sosial layanan live broadcasting yang memungkinkan seseorang saling melontarkan tanya jawab tentang apapun, dimana pertanyaan dan jawaban itu dapat diketahui oleh banyak orang di jejaring yang sama. (2017)”

Bigo *Live* sendiri merupakan jejaring sosial baru, karna baru saja diluncurkan pada bulan Maret 2016 dan jadi populer di bulan Juli 2016 dan bisa diunduh secara gratis pada perangkat ponsel pintar (*smartphone*) untuk saat ini, yang sebelumnya hanya bisa diakses melalui *web* saja.

1.4.1 Efektifitas

Menurut peneliti, sehubungan dengan rumusan masalah, tujuan, dan hipotesis yang pertama. Maka keefektifan komunikasi interpersonal antara *Host* dan *Audience* terhadap penggunaan aplikasi Bigo *Live* ini adalah :

1. Kualitas

Seorang *Host* dan *Audience* yang berada pada satu *room* siaran langsung yang sama, akan menghasilkan suatu komunikasi interpersonal yang efektif apabila kualitas dari komunikasi keduanya baik. Seperti pembicaraan yang sedang mereka lakukan itu pada akhirnya akan sangat efektif jika kualitas dari pembicaraan atau komunikasi interpersonal keduanya baik pula.

2. Kuantitas

Kuantitas juga turut berperan akan terjadinya komunikasi interpersonal yang sangat efektif. Karena dengan banyaknya orang atau pengguna aplikasi ini yang berada pada satu *room* siaran langsung yang sama, maka akan terjadi suatu tanya jawab yang dilakukan oleh *Host* maupun *Audience*. Dengan begitu pembicaraan komunikasi interpersonal akan sangat efektif.

1.4.2 Isi Pesan atau Content

Menurut peneliti, sehubungan dengan rumusan masalah, tujuan, dan hipotesis yang kedua. Maka Isi Pesan atau *Content* dapat mempengaruhi komunikasi interpersonal antara *Host* dan *Audience* terhadap penggunaan aplikasi Bigo *Live* ini. Karena terdapat banyak isi pesan yang dapat mempengaruhi suatu keberhasilan komunikasi interpersonal pada Bigo *Live*. Diantaranya adalah :

1. Host aktif

Peran host dalam membangun suatu komunikasi yang baik sangatlah penting, karenanya seorang host dituntut untuk mempunyai kelihaihan atau fasih dalam berkomunikasi dengan *Audience* nya.

2. Audience Kreatif

Tidak hanya seorang *Host* saja yang memiliki keaktifan dalam berkomunikasi, namun seorang *Audience* pun yang berada pada satu *room* siaran langsung yang sama dengan *Host*. Maka kekreatifan seorang *audience* juga turut serta dalam komunikasi interpersonal yang terjadi antara *host* dan *audience*.

1.4.3 Lemahnya Jaringan Internet

Menurut peneliti lemah atau lambatnya jaringan internet adalah merupakan salah satu hambatan komunikasi interpersonal yang ada pada saat komunikasi interpersonal berlangsung yang dilakukan oleh *Host* dan *Audience*. Karenanya hambatan ini adalah hambatan yang paling sering terjadi pada saat *host* dan *audience* melakukan aktifitasnya dalam satu *room* siaran langsung.

1.4.4 Skala Prioritas

Terdapat banyak skala prioritas dari isi pesan komunikasi interpersonal antara *Host* dan *Audience*. Namun peneliti hanya memilih dan memilah beberapa saja yang menurut peneliti itu yang sering digunakan atau yang paling populer dikalangan para pengguna aplikasi Bigo *Live* ini. Diantaranya adalah intensitas music dan fenomena sosial.

Intensitas music merupakan suatu konten yang dihadirkan untuk pengguna menyalurkan bakat mereka dengan music melalui aplikasi ini, dengan begitu komunikasi interpersonal yang terjadi akan berlangsung sangat efektif karena adanya dukungan dari *audience* kepada *Host* untuk melakukan aktifitas siaran langsungnya.

Fenomena sosial juga salah satu yang sering dibahas atau digunakan oleh pengguna aplikasi Bigo *Live* ini untuk berinteraksi dan berkomunikasi interpersonal. Fenomena ini biasa terjadi pada sekitar yang dialami saat ini dan kemudian menjadi bahan diskusi atau perbincangan yang dilakukan oleh para

pengguna aplikasi Bigo *Live* baik itu non atau *Host Official Bigo Live* dan para *Audience* nya.

1.5 Hipotesis Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian dan kerangka pemikiran yang telah dijabarkan, maka hipotesis penelitian ini adalah:

1. Komunikasi interpersonal antara *Host* dan *Audience* terhadap penggunaan aplikasi Bigo *Live* sangat efektif.
2. Isi pesan atau content dapat mempengaruhi keberhasilan komunikasi interpersonal antara *Host* dan *Audience* terhadap penggunaan aplikasi Bigo *Live*.
3. Lemahnya atau lambatnya jaringan internet merupakan hambatan pada komunikasi interpersonal antara *Host* dan *Audience* terhadap penggunaan aplikasi Bigo *Live*.
4. Intensitas musik dan fenomena sosial merupakan skala prioritas dari isi pesan pada komunikasi interpersonal antara *Host* dan *Audience* terhadap penggunaan aplikasi Bigo *Live*.

1.6 Manfaat Penelitian

1.6.1 Manfaat Akademis

Manfaat dan kegunaan teoritis dari penelitian ini yaitu untuk memberikan sumbangsih kepada pengembangan pengetahuan ilmu komunikasi khususnya pada komunikasi interpersonal yang berkaitan dengan saluran media sosial yaitu Bigo *Live*. Lewat penelitian ini diharapkan dapat dan bisa memberi pengembangan pula dalam perspektif kritis untuk melihat persoalan-persoalan yang berakitan dengan komunikasi interpersonal itu sendiri, terlebih itu karena masalah yang diteliti oleh peneliti kali ini berkaitan dengan saluran media sosial khususnya Bigo *Live*.

1.6.2 Manfaat Praktis

Manfaat praktis dari penelitian ini adalah sebagai acuan referensi untuk penelitian selanjutnya yang meneliti tentang media sosial terlebih khusus aplikasi

Bigo *Live* dan komunikasi interpersonal. Serta juga diharapkan agar dapat menambah wawasan tentang komunikasi interpersonal dan saluran media sosial.