

Persepsi Interpersonal Yang Terjadi Akibat Media Sosial Diera Digital

Siska Aulia¹, Zahra Anastasia², Syahid Hermansyah³,
Velda Murdiana⁴

Universitas Muhammadiyah Jakarta

Alamat: Jl. K.H. Ahmad Dahlan, Cirendeui, Ciputat, Tangerang

Korespondensi penulis: Zahraanastasia22@email.com

Abstract. *Interpersonal perception has undergone a significant transformation in the digital era, especially through the influence of social media. The presence of social media has now influenced the way individuals understand, interact, and form interpersonal relationships. The writing in this journal uses descriptive qualitative research methods, namely research conducted to examine an object, a condition, a group of people, or other phenomena with natural or real conditions (without experimental situations) to create a systematic overview or detailed description that is factual and accurate. This research is a study intended to describe and analyze phenomena, events, social activities, attitudes, beliefs, perceptions or thoughts of people individually or in groups through observation and literature study so that a complete picture of an event can be presented which is intended to expose and clarify a phenomenon that occurs. From the discussion of interpersonal perceptions that occur due to social media in this digital era, it can be related to several theories of communication psychology, namely informative theory and behaviorism theory.*

Keywords: *Interpersonal Perception, Social Media, Digital Era*

Abstrak. Persepsi interpersonal mengalami transformasi yang cukup signifikan dalam era digital, terutama melalui pengaruh media sosial. Kehadiran media sosial kini telah mempengaruhi cara individu memahami, berinteraksi, dan membentuk hubungan interpersonal. Penulisan dalam jurnal ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif yaitu penelitian yang dilakukan untuk meneliti objek, suatu kondisi, sekelompok manusia, atau fenomena lainnya dengan kondisi alamiah atau real (tanpa situasi eksperimen) untuk membuat gambaran umum yang sistematis atau deskripsi rinci yang faktual dan akurat. Penelitian ini merupakan suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi atau pemikiran orang secara individual maupun kelompok melalui observasi dan studi pustaka sehingga dapat disajikan sebuah gambaran secara lengkap mengenai suatu kejadian yang dimaksudkan untuk mengekspos dan mengklarifikasi suatu fenomena yang terjadi. Dari pembahasan tentang persepsi interpersonal yang terjadi akibat media sosial di era digital ini dapat dikaitkan dengan beberapa teori psikologi komunikasi yaitu teori informatif dan teori behaviorisme.

Kata kunci: *Persepsi Interpersonal, Media Sosial, Era Digital*

LATAR BELAKANG

Menurut salah satu ahli komunikasi yaitu Sumanto (2014, .52) persepsi dapat didefinisikan sebagai proses pemahaman atau pemberian makna atas suatu informasi terhadap stimulus. Stimulus disini bersumber dari setiap alat penginderaan yang dimiliki manusia pada umumnya, seperti indera penglihatan yaitu mata, indera pendengaran yaitu telinga, indera perasa yaitu lidah, indera peraba yaitu kulit, dan yang terakhir indera pembau yaitu hidung. Interpersonal merupakan sebuah kata yang memiliki pengertian yaitu antarpribadi, kata interpersonal ini sering digunakan untuk menggambarkan adanya sebuah pengaruh terhadap dua orang atau lebih. Karena arti dari kata antarpribadi itu sendiri merupakan sebuah proses dimana setiap orang yang terlibat dapat saling mempengaruhi.

Berdasarkan studi pustaka yang berjudul Psikologi Komunikasi karya Dr. Jalaluddin Rakhmat, M.Sc. (hal: 99) Disebutkan bahwa definisi atau pengertian dari persepsi interpersonal dapat diartikan sebagai faktor-faktor personal dan situasional yang

mempengaruhi kita tentang orang lain. Faktor personal menurut Lamb (2011:221) merupakan suatu cara untuk mengumpulkan dan mengelompokkan kekonsistenan reaksi individu terhadap situasi yang sedang terjadi. Selain faktor personal, faktor situasional pun berkontribusi untuk membentuk persepsi interpersonal. Menurut Hawkins et al (2010) faktor situasional merupakan faktor yang menentukan waktu dan tempat yang tidak diikuti dari pengetahuan sifat stabil dari konsumen & stimulus dan yang memiliki pengaruh perilaku saat terjadi.

Media sosial menjadikan segala aspek kehidupan berubah drastis dan melangkah maju, dari hal tersebut persepsi interpersonal dapat diciptakan dari keseluruhan aktivitas atau sesuatu yang diunggah di media sosial. Sehingga, persepsi interpersonal pun dapat terbentuk dari media sosial itu sendiri. Media sosial dapat disebut sebagai media yang paling banyak digunakan pada era ini, menurut Maryville University, media sosial merupakan platform daring (dalam jaringan) yang memfasilitasi interaksi sosial dan berbagai konten antara pengguna. Sementara itu, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), disebutkan bahwa media sosial dapat memberikan fasilitas bagi para penggunanya untuk menciptakan, membagikan konten atau terlibat dalam komunitas daring (dalam jaringan). Media sosial pun sangat berpengaruh terhadap pembentukan sebuah persepsi dari masing-masing individu, dimana persepsi tersebut akan dinyatakan sebagai persepsi interpersonal.

Media sosial memberikan dampak yang luar biasa dalam berbagai aspek kehidupan, seperti halnya mengajak khalayak untuk dapat berpartisipasi aktif, seperti menilai sesuatu yang ditampilkan pengguna media sosial lainnya, memberi komentar, menyebarkan informasi dan memberi umpan balik atau feedback yang dapat disebarluaskan dalam waktu yang cepat dan tidak ada batasan. Media sosial dapat sangat diandalkan untuk berinteraksi dan merealisasikan berbagai hal seperti pertukaran ide & gagasan. Banyaknya hal yang dapat dilakukan dalam bermedia sosial, pastinya sangat memudahkan kita dalam melakukan berbagai kegiatan di kehidupan kita setiap harinya. Media sosial saat ini sangat didukung dengan berbagai fitur menarik yang pastinya dapat diandalkan oleh setiap penggunanya untuk menyebarkan berita apapun terkait segala kegiatan yang dapat memicu persepsi interpersonal dari para pengguna media sosial lainnya.

Menurut penelitian yang dilaksanakan oleh Kementerian Kominfo, Kepala Pusat Informasi dan Humas Kementerian Kominfo Gatot S Dewabroto menyatakan, dengan menelusuri aktivitas *online* dari sampel anak dan remaja usia 10-19 tahun (sebanyak 400 responden) yang tersebar di seluruh negeri dan mewakili wilayah perkotaan serta perdesaan. Studi dibangun berdasar pada penelitian sebelumnya sehingga didapatkan gambaran yang paling lengkap dan luas serta terkini mengenai penggunaan media sosial di kalangan anak-anak dan remaja Indonesia, ditemukan hasil bahwa 98 persen dari anak-anak dan remaja yang disurvei tahu tentang internet dan 79,5 persen diantaranya adalah pengguna internet. Hal tersebut pun melatarbelakangi pernyataan bahwa media sosial menjadi bagian terpenting dan berpengaruh bagi remaja sebagai pengguna terbesar media sosial di era digital saat ini.

Menurut Adis (2002, 25) era digital merupakan masa ketika informasi mudah dan cepat diperoleh serta disebarluaskan menggunakan teknologi digital. Kata era pun merujuk pada periode waktu yang memiliki keunikannya sendiri, sedangkan kata digital disini berasal dari bahasa Yunani “digitus” yang artinya adalah jari jemari. Era digital menjadi sebuah masa yang sangat mengandalkan media sosial sebagai salah satu alat untuk memperoleh berbagai informasi serta menjalin komunikasi sehingga dapat mendekatkan yang jauh dan menjauhkan yang dekat, dalam artian individu yang jaraknya jauh akan terasa dekat hanya dengan berkomunikasi melalui media digital, sedangkan individu yang dekat akan terasa jauh karena individu yang satu dengan individu yang lainnya saat sedang berdampingan hanya fokus

terhadap media digitalnya masing-masing dan tidak terjalinnya komunikasi diantara individu-individu tersebut sehingga terciptalah istilah “menjauhkan yang dekat.”

Dalam pembentukan persepsi interpersonal melalui media sosial di era digital ini pastinya akan sangat beragam sesuai dengan kebijakan dari para pengguna media sosial di era digital ini yang akan membawa persepsi tersebut ke arah positif atau negatif, sebagai pengguna media sosial di era digital saat ini sudah sepatutnya kita dapat menerapkan sikap bermedia sosial dengan baik.

KAJIAN TEORITIS

Pembahasan tentang persepsi interpersonal yang terjadi akibat media sosial di era digital ini dapat dikaitkan dengan beberapa teori psikologi komunikasi yaitu teori informatif dan teori behaviorisme. Teori informatif dikembangkan oleh Shannon dan Weaver pada bukunya yang berjudul “The Mathematical Theory of Communication (1949), teori informatif merupakan salah satu teori klasik, dimana teori ini menitikberatkan pada sumber informasi yang didapat dan diberikan kepada penerima informasi melalui saluran tertentu. Teori selanjutnya adalah behaviorisme, teori ini dikembangkan oleh ilmuwan asal Amerika Serikat bernama John B. Watson (1878 - 1958). Menurut Teori Behaviorisme memiliki konsep yaitu adanya interaksi antara rangsangan (stimulus) dengan tanggapan (respon). Artinya bahwa selalu ada kaitan antara stimulus dengan respon pada perilaku manusia. Jika suatu stimulus atau rangsangan yang diterima seseorang telah teramati, maka dapat diprediksikan pula respon dari orang tersebut. Dapat kita tarik kesimpulan dari kedua teori tersebut yang menegaskan bahwa setiap individu yang mengunggah segala kegiatan atau aktivitasnya di media sosial maka akan menimbulkan respon berupa sebuah pemikiran dari para pengguna media sosial lainnya yang dapat kita sebut sebagai persepsi interpersonal.

METODE PENELITIAN

Penulisan jurnal ini menggunakan metode penelitian kualitatif deskriptif. Menurut Sukmadinata (2011, hlm. 60) penelitian ini merupakan suatu penelitian yang ditujukan untuk mendeskripsikan dan menganalisis fenomena, peristiwa, aktivitas sosial, sikap, kepercayaan, persepsi, pemikiran orang secara individual maupun kelompok. Penelitian dengan pendekatan kualitatif bersifat induktif, dimana peneliti membiarkan permasalahan-permasalahan muncul dari data atau dibiarkan terbuka untuk interpretasi. Data dihimpun dengan pengamatan yang seksama. Penelitian dengan pendekatan kualitatif mempunyai dua tujuan utama. Pertama, menggambarkan dan mengungkap (to describe and to explore), dan kedua menggambarkan

dan menjelaskan (to describe and explain). Menurut Sukmadinata (2011, hlm. 72), penelitian dengan metode deskriptif baik dengan pendekatan kuantitatif maupun kualitatif, ditujukan untuk mendeskripsikan fenomena-fenomena apa adanya. Dapat disimpulkan bahwa metode penelitian deskriptif kualitatif adalah penelitian yang dilakukan untuk meneliti objek, suatu kondisi, sekelompok manusia, atau fenomena lainnya dengan kondisi alamiah atau real (tanpa situasi eksperimen) untuk membuat gambaran umum yang sistematis atau deskripsi rinci yang faktual dan akurat.

Dari pembahasan ini menghasilkan studi literatur yang berkaitan dengan tema jurnal yang dibahas, studi literatur yang akan dibahas mengenai teguran yang diberikan KPI terhadap Ivan Gunawan terkait gaya berpakaian yang menyerupai gaya berpakaian wanita. Ivan Gunawan adalah seorang selebritis sekaligus desainer ternama, dia menggeluti dunia fashion cukup lama dan selalu mengobservasi trend berpakaian dari masa ke masa. Dengan pekerjaan ini dia membranding dirinya di semua media sosial agar masyarakat tahu sosok dirinya seperti apa, Ivan Gunawan memang sering tampil dengan gaya fashionable yang cukup berani dan mengekspresikan diri dengan penampilannya.

Karena kepribadiannya yang agak kemayu justru dia menampilkan dirinya di media sosial dengan menggunakan pakaian yang sedikit menyerupai wanita, tidak heran jika penampilannya menjadi sorotan publik hingga kontroversial. Hal ini yang menimbulkan persepsi interpersonal bagi para pengguna media sosial terutama instagram, karena selain menjadi selebritis dan designer Ivan juga seorang influencer dengan pengikut instagram jutaan. Tidak sedikit dia menerima komentar negatif dari para netizen, saat ini Ivan Gunawan tengah ramai diperbincangkan karena mendapat teguran dan sanksi dari Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) usai menjadi host di acara *Brownis* salah satu stasiun televisi swasta.

Dilansir dari Beritasatu.com teguran dan sanksi tersebut dikarenakan Ivan menampilkan adegan yang mengarah pada penormalan laki-laki bergaya seperti perempuan dan tentunya adegan tersebut dipertontonkan kepada khalayak melalui program acara televisi (*Brownis*), Peringatan yang dilayangkan KPI juga diunggah di akun Instagram @kpi pusat. Komisi Penyiaran Indonesia (KPI) Pusat menjatuhkan sanksi administratif teguran tertulis pertama untuk Program Siaran (*Brownis*) di Trans TV. karena program ini lah yang menayangkan adegan tersebut dan tentunya dipertontonkan kepada khalayak, hal tersebut membuat KPI menganggap Ivan Gunawan sudah melakukan pelanggaran dalam dunia penyiaran karena melanggar norma dan etika yang terdapat dalam pedoman perilaku dan standar program siaran (P3 dan SPS) KPI tahun 2012.

Pelanggaran ini terjadi pada 30 Oktober 2023 pukul 12.38 WIB berupa penampilan Ivan Gunawan yang menggunakan pakaian, riasan, aksesoris, dan bahasa tubuh kewanitaian. KPI Pusat telah meminta Trans TV untuk mengklarifikasi pada 12 Desember 2023 dan menjadi catatan KPI dalam rapat pleno penjatuhan sanksi dan juga meminta Trans TV untuk melakukan perbaikan internal agar tidak lagi mengulangi pelanggaran yang sama. Unggahan tersebut tentunya langsung di komentari oleh Ivan Gunawan, dia mengatakan kenapa hanya dirinya yang ditegur, sedangkan pedangdut Rhoma Irama yang selalu menggunakan selendang tidak pernah ditegur. Tidak hanya Ivan Gunawan saja yang berkomentar, unggahan tersebut juga menuai banyak komentar dari para netizen banyak dari mereka yang tidak setuju dengan tindakan KPI tersebut karena beranggapan apa yang ditampilkan Ivan Gunawan adalah seni dan ada juga yang mendukung tindakan KPI karena beranggapan bahwa penampilan Ivan Gunawan tidak boleh dinormalisasikan.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pada tahun 1950-an, di kalangan psikolog sosial timbul aliran baru (disebut *New Look*) yang meneliti pengaruh faktor-faktor sosial. Lahirlah istilah persepsi sosial yang didefinisikan sebagai "*the role of socially generated influences on the basic processes of perception*" (McDavid dan Harari, 1968: 173). Persepsi sosial kini memperoleh konotasi baru sebagai proses mempersepsikan objek-objek dan peristiwa-peristiwa sosial. Untuk tidak menghilangkan istilah dan untuk menggarisbawahi manusia sebagai objek persepsi, dari hal tersebut disimpulkan lah dengan istilah persepsi interpersonal.

Sebelum membahas apa itu persepsi interpersonal, kita harus terlebih dulu mengetahui definisi atau pengertian dari masing-masing kata yang terdiri dari “persepsi” dan “interpersonal”. berdasarkan buku karya Jalaluddin Rakhmat yang berjudul Psikologi Komunikasi (hlm. 99) terdapat definisi mengenai persepsi secara garis besar yang memiliki arti yaitu pengalaman tentang objek, peristiwa, atau hubungan-hubungan yang diperoleh dengan menyimpulkan informasi dan menafsirkan pesan. Dapat disimpulkan arti singkat dari persepsi adalah pandangan atau pemikiran dari setiap individu. Sedangkan, interpersonal adalah istilah yang secara bahasa berarti antarpribadi. Itulah definisi dari kata “persepsi” dan “interpersonal”, selanjutnya kita akan membahas definisi atau pengertian dari dua kata tersebut apabila digabungkan menjadi “persepsi interpersonal”. Persepsi interpersonal merupakan serangkaian proses berkelanjutan yang menyatu satu sama lain atau jika kita membaca buku Psikologi Komunikasi karya Dr. Jalaluddin Rakhmat, M.Sc., di buku tersebut disebutkan juga definisi atau pengertian dari persepsi interpersonal yang

diartikan sebagai faktor-faktor personal & situasional yang mempengaruhi kita tentang orang lain. Menurut KBBI kata “faktor” sendiri memiliki artian hal (keadaan, peristiwa) yang ikut menyebabkan (mempengaruhi) terjadinya sesuatu. Sedangkan, kata “situasional” memiliki artian sebagai keadaan sementara yang terjadi dalam suatu lingkungan pada suatu waktu dan tempat tertentu.

Faktor personal yang mempengaruhi persepsi interpersonal terdiri dari :

1. Pengalaman, menurut Kotler (2005:217) pengalaman adalah pembelajaran yang mempengaruhi perubahan perilaku seseorang. Pengalaman melalui berbagai rangkaian peristiwa yang dihadapi, proses pembelajaran yang didapatkan akan membentuk kecermatan persepsi seseorang.
2. Motivasi, menurut Rivai (2008:455) motivasi adalah serangkaian sikap dan nilai-nilai yang mempengaruhi individu untuk mencapai hal yang spesifik sesuai dengan tujuan individu.
3. Kepribadian, kepribadian memiliki pengertian yaitu keseluruhan cara seorang individu bereaksi dan berinteraksi atau segala hal dari diri seseorang yang diketahui oleh orang lain.

Faktor situasional yang mempengaruhi persepsi interpersonal terdiri dari :

1. Deskripsi Verbal, bagaimana rangkaian kata sifat menentukan persepsi orang (eksperimen Solomon E. Asch). Menurut Solomon E. Asch, kata yang disebut pertama akan mengarahkan penilaian selanjutnya.
2. Petunjuk Proksemik, proksemik adalah studi tentang penggunaan jarak dalam menyampaikan pesan, istilah ini dilahirkan oleh antropolog interkultural, Edward T. Hall. Hall membagi jarak ke dalam 4 corak, diantaranya yaitu jarak publik, jarak sosial, jarak personal, jarak akrab
3. Petunjuk Kinestik, Persepsi yang didasarkan pada gerakan orang itu merupakan petunjuk kinestik. Dalam bahasa Indonesia, kita mempunyai beberapa ungkapan yang mencerminkan persepsi kita tentang orang lain dari gerakan tubuhnya. Ungkapan-ungkapan itu, dengan persepinya, antara lain membusungkan dada (sombong), menundukkan kepala (merendah), berdiri tegak (berani), bertopang dagu (sedih), menadahkan tangan (bermohon).
4. Petunjuk Wajah, petunjuk wajah pun menimbulkan persepsi yang dapat diandalkan. Cicero, tokoh retorika Romawi, berkata, "Wajah adalah cerminan jiwa". Wajahnya alat yang sangat penting dalam menyampaikan makna. Dalam

beberapa detik, ungkapan wajah dapat menggerakkan kita ke puncak keputusan. Kita menelaah wajah rekan dan sahabat kita untuk perubahan-perubahan halus dan nuansa makna mereka pada gilirannya, menelaah kita" - Dale G. Leathers (1976: 21).

5. Petunjuk Paralinguistik, petunjuk paralinguistik adalah bagaimana cara orang mengucapkan lambang-lambang verbal. Jadi, jika petunjuk verbal menunjukkan apa yang diucapkan, petunjuk paralinguistik mencerminkan bagaimana mengucapkannya, hal ini meliputi tinggi-rendahnya suara, tempo bicara, gaya verbal (dialek), dan interaksi (perilaku ketika melakukan komunikasi atau obrolan).
6. Petunjuk Artifaktual, meliputi segala macam penampilan (*appearance*) sejak potongan tubuh, kosmetik yang dipakai, baju, tas, pangkat, dan atribut-atribut lainnya.

Beberapa point diatas lah yang melatarbelakangi terciptanya sebuah persepsi interpersonal. Persepsi interpersonal juga merupakan pemikiran yang mengacu pada cara individu untuk memahami dan menginterpretasikan informasi tentang individu lain. Hal ini melibatkan cara kita memahami perilaku, sikap dan karakteristik individu lain dalam konteks situasi sosial tertentu yang dipengaruhi oleh faktor personal dan faktor situasional. Persepsi interpersonal pun tidak hanya terjadi secara langsung saat individu bertemu dengan individu lainnya, persepsi interpersonal kini dapat tercipta melalui sebuah platform yang mewadahi persepsi interpersonal itu terjadi. Platform tersebut adalah media sosial, media sosial pun yang mendorong terwujudnya persepsi interpersonal tanpa setiap individu atau kelompok bertemu secara langsung (*face to face*). Persepsi interpersonal sering terjadi karena persepsi interpersonal merupakan bagian integral atau penting dari sifat manusia sebagai makhluk sosial yang membutuhkan orang lain dan tidak dapat hidup sendiri. Setiap individu secara alami mempunyai kebutuhan untuk dapat memahami dan berinteraksi dengan lingkungan ataupun sesuatu yang dapat membuat setiap individu tersebut berpikir.

Pada era digital, di dalamnya terdapat media sosial yang dapat menciptakan persepsi interpersonal. Menurut seorang sosiolog yaitu Anthony Giddens dalam bukunya yang berjudul "Runaway World : How Globalization is Reshaping Our Lives (1999)", beliau menggambarkan globalisasi sebagai "intensifikasi hubungan sosial di seluruh dunia, yang menghubungkan jarak jauh dengan cara yang lebih cepat atau lebih intens daripada sebelumnya." Giddens menitikberatkan peran teknologi informasi dan komunikasi salah

satunya yaitu media sosial dalam mengubah cara kita berinteraksi dan terhubung. Sehingga media sosial di era digital yang juga dipengaruhi oleh adanya globalisasi ini sangat berperan dalam pembentukan persepsi interpersonal.

Era yang berubah-ubah dan semakin melaju pesat adalah era digital, dalam era digital media sosial menjadi bagian penting di dalamnya, di era digitalisasi media, media yang pada umumnya selalu digunakan adalah media sosial. Media sosial sering digunakan sebagai sarana penerapan persepsi interpersonal yang terjadi di media sosial pada era digital ini contohnya seperti, mendengarkan, memahami dan merespons dengan baik kepada para pengguna media sosial yang lainnya. Para pengguna media sosial harus dapat memahami segala peraturan yang menjadi acuan untuk bermedia dengan baik, seperti memahami etika dalam berperilaku, berbicara, dan lain-lain yang akan berdampak nantinya. Bermedia yang baik dapat membangun hubungan yang bermanfaat dan dapat saling menguntungkan satu sama lain.

Bagi para pengguna media sosial, mereka dapat dengan mudah menyimpulkan segala hal hanya berdasarkan dari apa yang mereka lihat di media sosial, mengunggah apa saja di media sosial mereka masing-masing, bahkan dapat menebarkan atau menyebarkan informasi serta komentar yang mereka ingin sampaikan kepada para pengguna media sosial lain dimanapun dan kapanpun. Hal tersebutlah yang menjadi contoh nyata persepsi interpersonal terjadi akibat media sosial di era digital. Dari hal tersebut maka timbulah dorongan bagi setiap pengguna media sosial untuk memiliki pemikirannya sendiri terkait hal-hal yang ada di media sosial tanpa mengetahui apakah hal tersebut sudah sesuai atau hanya pemikiran mereka lah yang mereka anggap benar.

Persepsi interpersonal tentunya terbentuk karena adanya sesuatu yang ditampilkan dan terciptanya pemikiran terhadap sesuatu yang ditampilkan pada media sosial tersebut bagi setiap pengguna media sosial. Saat ini para pengguna media sosial didominasi oleh remaja, menurut Kepala Pusat Informasi dan Humas Kementerian Kominfo Gatot S Dewabroto menyatakan, temuan ini hasil dari kesimpulan utama yang menelusuri aktivitas online dari sample anak dan remaja usia 10-19 tahun dengan 400 responden yang tersebar di seluruh wilayah perkotaan dan pedesaan. Hal tersebut pun melatarbelakangi pernyataan bahwa media sosial menjadi bagian terpenting dan berpengaruh bagi remaja sebagai pengguna terbesar media sosial di era digital saat ini.

Berikut beberapa contoh dari persepsi interpersonal yang terjadi akibat media sosial di era digital, diantaranya yaitu :

1. Saat seseorang mempunyai kebiasaan membaca buku atau pergi ke sebuah perpustakaan dan mengunggah kegiatannya tersebut di media sosial, maka para pengguna media sosial lain yang melihat media sosial orang tersebut akan memiliki persepsi bahwa orang tersebut merupakan kutu buku atau orang yang gemar membaca buku.
2. Mahasiswa yang kerap kali mengunggah setiap kegiatannya di kampus dan turut hadir dalam segala event atau acara yang kemudian mengunggahnya ke media sosial, maka pengguna media sosial lain pun akan beranggapan bahwa mahasiswa tersebut tergabung dalam organisasi atau komunitas yang ada di kampusnya.

KESIMPULAN DAN SARAN

Kesimpulan dari pembahasan di atas, sebuah persepsi interpersonal juga merupakan pemikiran yang mengacau pada cara individu untuk memahami dan menginterpretasikan informasi tentang individu lain. Persepsi interpersonal ini tidak hanya terjadi secara langsung saja saat individu bertemu individu lain, pada era digital ini terdapat media sosial yang dapat menciptakan persepsi interpersonal. Bagi para pengguna media sosial, mereka dapat dengan mudah menyimpulkan segala hal hanya berdasarkan dari apa yang mereka lihat di media sosial, mengunggah apa saja di media sosial mereka masing-masing, bahkan dapat menebarkan atau menyebarkan informasi serta komentar yang mereka ingin sampaikan kepada para pengguna media sosial lain dimanapun dan kapanpun. Jika dilihat dari intensitas penggunaan media sosial dari setiap pengguna yang kerap kali membuka platform tersebut, maka persepsi interpersonal pun dapat dipastikan akan terjadi. Diharapkan para pengguna media sosial dapat lebih berhati-hati dan memperhatikan segala aspek baik yang diunggah maupun yang diterima dari media sosial, serta para pengguna media sosial pun semestinya lebih pandai dalam memunculkan sebuah persepsi interpersonal, agar tidak terjadi kesalahpahaman antar sesama individu atau kelompok dalam penggunaan media sosial. Diharapkan juga penelitian ini dapat menjadi rujukan serta tambahan informasi dalam penyusunan penelitian serupa selanjutnya mengenai persepsi interpersonal di media sosial.

DAFTAR REFERENSI

- Hidayat, K. K., Olivia, E., & Berek, I. (2023). JURNAL RISET MANAJEMEN INDONESIA (JRMI) Analisis Strategi Pemasaran dan Bauran Pemasaran di Era Digital dalam menghadapi Persaingan di UMKM Rajawali Persada Coffee. *Juli*, 5(3), 2023. Retrieved from <https://jurnal.pascabangkit.ac.id/index.php/jrmi>
- Ley 25.632. (2002). 濟無No Title No Title No Title. 11–37.
- Musnaini, M., Jambi, U., Junita, A., Area, U. M., Wijoyo, H., & Indrawan, I. (2020). *Digital business*.
- Rita, R., Wandrial, S., & Inderadi, R. (2015). Analisis Pengaruh Situasi, Produk, Individu pada Perilaku Membeli dan Mengonsumsi Makanan Ringan. *Binus Business Review*, 6(1), 153. <https://doi.org/10.21512/bbr.v6i1.998>
- Wahidmurni. (2017). 濟無No Title No Title No Title. 2588–2593.
- Gischa, S. (2022). Retrieved from <https://www.kompas.com/skola/read/2022/09/26/170000669/-teori-komunikasi-informatif-oleh-shannon-dan-weaver> diakses tanggal 15 Januari 2024
- Istilah, P. dan. (2023). Retrieved from <https://kumparan.com/pengertian-dan-istilah/pengertian-media-sosial-menurut-para-ahli-dan-manfaatnya-21fn0xa0A7G> diakses tanggal 15 Januari 2024
- Savitri, D. (n.d.). (2022). Retrieved from <https://www.detik.com/edu/detikpedia/d-6470535/teori-behaviorisme-pengertian-tokoh-dan-prinsip> diakses tanggal 15 Januari 2024
- Setiawan, E. (n.d.). Retrieved from <https://kbbi.web.id/faktor> diakses tanggal 15 Januari 2024
- Tysara, L. (2023). Retrieved from <https://www.liputan6.com/hot/read/5349705/interpersonal-adalah-hubungan-antar-pribadi-begini-komunikasinya> diakses tanggal 15 Januari 2024
- BeritaSatu.com. (n.d.). (2024) Retrieved from <https://www.beritasatu.com/lifestyle/2793765/ini-alasan-ivan-gunawan-disanksi-kpi-hingga-berhenti-jadi-host> diakses tanggal 21 Januari 2024
- Kompasiana.com. (2011). Retrieved from <https://www.kompasiana.com/giea/5500db37a33311e572512264/opina> diakses tanggal 15 Januari 2024
- Kominfo, P. (n.d.). (2014). Retrieved from https://www.kominfo.go.id/content/detail/3834/siaran-pers-no-17pihkominfo22014-tentang-riset-kominfo-dan-unicef-mengenai-perilaku-anak-dan-remaja-dalam-menggunakan-internet/0/siaran_pers diakses tanggal 15 Januari 2024