



EFEKTIVITAS LAYANAN INFORMASI BERBASIS MEDIA *MICROBLOG* PADA *INSTAGRAM* DALAM MENINGKATKAN KOMUNIKASI INTERPERSONAL MAHASISWA

Ade Setiawan¹, Abdur Razzaq², Bela Janare Putra³
Universitas Islam Negeri Raden Fatah Palembang¹²³
adesetiawanhok@gmail.com

ABSTRAK

Mahasiswa program studi Bimbingan dan Penyuluhan Islam di UIN Raden Fatah Palembang dipersiapkan menjadi konselor dan personalia, sehingga membutuhkan keterampilan komunikasi yang baik. Kurangnya keterampilan komunikasi interpersonal di lingkungan pendidikan sering menyebabkan masalah interaksi sosial dan dampak negatif lainnya. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas layanan informasi berbasis *microblog* pada *instagram* dalam meningkatkan komunikasi interpersonal mahasiswa. Menggunakan pendekatan kuantitatif *quasi-eksperiment* dengan desain *one-group pre-test dan post-test* dengan kelompok kontrol, sampel penelitian diambil melalui *purposive sampling* pada mahasiswa dengan tingkat komunikasi interpersonal rendah. Pengumpulan data dilakukan melalui angket yang diberikan sebelum dan sesudah layanan. Hasil penelitian menunjukkan peningkatan signifikan pada keterampilan komunikasi antara kelompok eksperimen dan kontrol, yang dibuktikan melalui peningkatan skor rata-rata ($148,0 \geq 123,3$). Uji statistik *Mann-Whitney U* menunjukkan nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)* sebesar $0,009 < 0,05$, mengindikasikan perbedaan yang signifikan secara statistik antara kelompok tersebut. Maka H_0 ditolak dan H_a diterima, membuktikan efektivitas layanan informasi berbasis *microblog* di *instagram* dalam meningkatkan keterampilan komunikasi interpersonal mahasiswa.

Kata Kunci: Layanan, *Microblog*, *Instagram*, Komunikasi Antarpribadi

ABSTRACT

Students in the Islamic Guidance and Counseling program at UIN Raden Fatah Palembang are prepared to become counselors and personnel, emphasizing proficient communication skills. A lack of interpersonal communication skills in educational settings often leads to social interaction issues and other adverse effects. This study aims to determine the effectiveness of microblogging-based information services on Instagram in improving students' interpersonal communication. Using a quantitative quasi-experimental approach with a one-group pre-test and post-test design with a control group, the study selected participants with low interpersonal communication skills through purposive sampling. Data collection involved questionnaires administered before and after the service intervention. Results indicate a significant improvement in communication skills between the experimental and control groups, evidenced by a gain in average scores ($148.0 \geq 123.3$). Mann-Whitney U Test results further support this with an Asymp.Sig. (2-tailed) value of $0.009 < 0.05$, indicating a statistically significant difference between the groups. Consequently, H_0 is rejected, and H_a is accepted.

Keywords: Services, *Microblog*, *Instagram*, Interpersonal Communication

PENDAHULUAN

Manusia adalah makhluk ciptaan Allah SWT yang istimewa, kelebihan dimiliki manusia terletak pada kepemilikan akal sehingga manusia bisa berpikir. Manusia merupakan makhluk sosial yang saling membutuhkan perantara antara satu individu dengan lainnya sehingga manusia membutuhkan komunikasi sebagai jembatan penghubung dalam penyampaian informasi dan interaksi.

Interaksi sosial merupakan suatu kebutuhan elemen vital dalam kehidupan manusia, sehingga pengutamaan komunikasi dalam agama Islam sangat relevan. Allah SWT menciptakan manusia dengan kemampuan dasar guna bisa berbicara. Selain itu, model komunikasi dalam Islam berlandaskan pada fakta bahwa Al-Qur'an memuat mukjizat terkait pengonsepan komunikasi, berupa dalam penggunaan penuturan ucapan beserta pendekatan yang diterapkan (Na'imah & Septiningsih, 2019)

Perkembangan dalam pribadi manusia bisa dibentuk dengan komunikasi dalam kehidupan sehari-hari (Anggraini, Ritonga, Kristina, Syam, & Kustiawan, 2022). Umumnya komunikasi berlangsung dalam lingkup keluarga, sekolah, kantor maupun sosial lainnya, komunikasi biasanya dilakukan oleh dua orang maupun lebih dalam bentuk kelompok secara langsung bisa disebut dengan komunikasi interpersonal (Trisnani, Wardan, & Puspita, 2016).

Joseph DeVito (2016, p. 39) mengartikan komunikasi interpersonal sebagai suatu proses pengiriman informasi dan menerima informasi secara langsung sehingga terjadi umpan balik yang melibatkan dua pihak maupun sekelompok kecil orang. Selain itu, komunikasi interpersonal bisa membuat seorang bisa melakukan interaksi dalam penyampaian terkait apa yang dipikirkan dan dirasakan terhadap orang lain dalam rangka membina hubungan antar sesama maupun menangani suatu permasalahan (Lestari, Kiswantoro, Virera, & Maharani, 2023). Sehingga diharapkan seorang individu memiliki keterampilan komunikasi interpersonal yang baik.

Seseorang yang memiliki keterampilan komunikasi interpersonal yang baik dapat dilihat dari indikator seperti rasa keterbukaan dirinya, rasa empati, sikap positif, sikap yang mendukung, dan rasa kesetaraan diri (Wiryanto, 2005, p. 36). Suratno (2011, pp. 84-85) menjelaskan komunikasi interpersonal seseorang yang baik dapat ditentukan dari beberapa faktor diantaranya seperti kredibilitas, daya tarik, kemampuan intelektual, integritas sikap dan perilaku, kepercayaan, kepekaan sosial, kematangan tingkat intelektual, dan kondisi psikologis komunikan. Adanya kemampuan komunikasi interpersonal sangat dibutuhkan dalam berbagai aktivitas interaksi dalam keseharian (Suhanti, Puspitasari, & Noorrizki, 2020).

Sebagai makhluk sosial, komunikasi penting dilakukan sebagai perantara seseorang dalam menjalin interaksi antar sesama individu lainnya (Sofia, Indah, Sabila, & Mulyanto, 2020). Dengan demikian kemampuan komunikasi efektif saat ini sering kali dijadikan sebagai acuan pengukuran kemampuan individu yang bisa menunjang profesi. Seperti halnya pada mahasiswa jurusan Bimbingan dan Penyuluhan Islam (BPI) UIN Raden Fatah, sebagai seorang yang dipersiapkan kelak menjadi calon konselor, motivator, tenaga guru BK sekolah & sosial. Kemampuan berkomunikasi tentunya menjadi suatu hal yang harus dikembangkan.

Berdasarkan dari hasil wawancara yang dilakukan peneliti bersama beberapa mahasiswa disetiap kelas BPI angkatan 2022 menunjukkan bahwa kebanyakan mahasiswa

memiliki masalah dalam keterampilan komunikasi. Hal tersebut dibuktikan dengan ketika proses interaksi dan komunikasi berlangsung salah satunya seperti kendala dalam mengutarakan pendapat dalam situasi formal baik itu suatu komunikasi yang ditujukan kepada dosen maupun teman sejawat mahasiswa,

Dalam lingkungan mahasiswa, kurangnya kemampuan untuk berkomunikasi secara interpersonal dapat berdampak negatif, seperti masalah dalam berinteraksi dengan teman, bersikap tidak sopan terhadap dosen, pertengkaran atau perselisihan di antara teman, dan kurangnya kemampuan mendengarkan yang mengakibatkan kurangnya pemahaman tentang informasi dan materi yang disajikan dalam kelas. Mahasiswa yang mengalami kesulitan memahami materi kelas juga merasa kesulitan untuk bertanya kepada dosen maupun orang lain tentang apa yang mereka pelajari.

Dari hasil penjelasan diatas maka dapat diketahui bahwa komunikasi interpersonal merupakan kemampuan yang sangat penting dimiliki oleh para mahasiswa. Dalam penelitiannya Sitti Hajar (2020) mengemukakan bahwa ketidakmampuan seseorang berkomunikasi dengan orang lain bisa menyebabkan penyesuaian diri menjadi sulit, pemarah, menuntut berlebihan, mementingkan diri sendiri, serta tidak mau mengalah. Oleh karena itu permasalahan ini perlu dilakukan pembenahan dengan menggunakan suatu intervensi yang tepat. Hal ini menjadikan tantangan tersendiri bagi peneliti untuk menemukan temuan dari proses layanan bimbingan yang efektif agar dapat meningkatkan komunikasi interpersonal mahasiswa. Dalam hal ini peneliti mencoba menerapkan dengan melakukan pemberian layanan informasi

Layanan Informasi merupakan salah satu komponen pemberian layanan bimbingan dan konseling yang berisikan tahapan-tahapan dalam mengupayakan tentang informasi baik itu mengenai suatu pengetahuan atau pemahaman pengembangan diri (Winkel & Hastuti, 2004). Menurut Tohirin (2007, p. 149) pemberian layanan informasi bisa dilaksanakan secara luring dengan penggunaan macam-macam teknik maupun media.

Dalam era serba digital ataupun biasa diketahui dengan sebutan masa industri 4.0, yaitu pertumbuhan teknologi komunikasi serta data saat ini sudah mulai menggantikan metode orang dalam menjalin hubungan dengan orang lain. Jaringan internet merupakan suatu teknologi terkini yang sedang bertumbuh. Kehadiran dari teknologi internet melahirkan suatu media baru ialah media sosial. Hal ini justru membuat manusia saat ini dengan gampang mengakses bermacam data serta informasi di segala dunia hanya dengan memakai Internet serta adanya sosial media, salah satunya seperti pada aplikasi *instagram*.

Media sosial sekarang dapat digunakan untuk belajar dan bersosialisasi. Proses belajar dapat berlangsung setiap saat dan dilokasi mana pun dengan tidak adanya keterikatan oleh batasan waktu atau tempat (Fuadah, 2020). Sekarang banyak akun *Instagram* yang membagikan konten yang mencakup materi pembelajaran komunikasi, seperti teori komunikasi, elemen komunikasi, keterampilan komunikasi yang efektif, bahkan tips dan trik sederhana penunjang kemampuan berkomunikasi.

Berdasarkan dari hasil observasi yang telah dilakukan oleh peneliti menunjukkan bahwa rata-rata mahasiswa memiliki akun media sosial seperti salah satunya aplikasi *instagram*. Inilah yang menjadi dasar pemikiran peneliti dalam mempertimbangkan penggunaan aplikasi *instagram* sebagai media pemberian layanan informasi yang akan diberikan kepada mereka. Hal tersebut juga diperkuat berdasarkan data jumlah pengguna *instagram* selama 2 tahun terakhir.

Dari hasil Laporan *We Are Social* menunjukkan, bahwa di bulan Januari 2023 terdapat total 167 juta user aktif media sosial di Indonesia. Dari total user aktif tersebut, sebanding dengan setengah total populasi didalam negara dengan persentase 60,4% (Shilvana, 2023). Sedangkan dari data statistik terkini di bulan April 2024, menunjukkan adanya *user Instagram* di negara Indonesia ditemukan sebanyak 90,50 juta atau sebanding dengan persentase 32% dari total populasi (Napoleoncat, 2024). Hal ini membuktikan bahwa aplikasi *instagram* merupakan suatu alat yang bisa digunakan seseorang dalam membangun komunikasi saat ini.

Instagram merupakan sebuah platform aplikasi media sosial untuk membagikan informasi berupa gambar dan video serta memiliki berbagai macam fitur khas yang disematkan pada platform tersebut. *Instagram* memberikan ruang kreativitas yang begitu luas bagi penggunanya dengan memanfaatkan fitur didalamnya seperti *Homepage*, *Comments*, *Explorer*, *News Feed*, *Stories* serta *Carousel* (Atmoko, 2012). Adanya fitur seperti *Carousel* yaitu slide foto yang mampu menampung unggahan maksimal 10 gambar, dengan fitur yang dihadirkan mampu menghasilkan konten *microblog* dalam bentuk gambar yang menarik.

Microblog sebagai sebuah wadah digital bagi penggunanya yang digunakan dalam menuliskan suatu pengetahuan, opini, dan pengalaman untuk dipublikasikan (Sukrillah, Ratnamulyani, & Kusumadinata, 2017). Kelebihan yang dimilikinya berupa penggunaan susunan kalimat yang sederhana, efektifitas, *real-time*, penggunaan yang praktis, ekonomis, dan bisa diakses kapan saja selama terhubung dengan internet. Kelebihan yang dimiliki *microblog* membuatnya bisa menjadi opsi terbaik dalam pemanfaatan media pembelajaran (Liow, Suhada, & Pakaya, 2021).

Sehingga dapat dikatakan dari upaya pemberian layanan informasi dengan strategi media konten *microblog* pada aplikasi *instagram* saat ini sesuai dengan gaya belajar generasi muda saat ini yang cenderung tanpa keterikatan ruang dan waktu dalam mengakses informasi sehingga dari penyajian konten *microblog* yang lebih singkat, padat dan mudah dipahami dapat menjadi daya tarik tersendiri bagi pembacanya.

Penggunaan bahasa yang lugas serta pemahaman yang lebih baik, dan respons dan masukan yang lebih cepat serta mudah adalah beberapa kelebihan yang dimiliki dari *microblog*. *Microblog* juga dapat meningkatkan suatu branding dan memberi pengguna media sosial terhadap penyajian informasi cepat (Rahmaliyah, 2023). Dalam pembuatan konten pendidikan di *Instagram* termasuk *microblog* menjadi lebih menarik dengan adanya fitur ini. Para *content creator* memiliki kesempatan untuk berkoneksi secara *real-time* kepada pembacanya dalam bagian *comment*, yang memungkinkan komunikasi dua arah menjadi lebih praktis.

Berdasarkan hasil penjelasan tersebut maka dapat diketahui bahwa layanan informasi dengan menggunakan media *microblog* pada aplikasi *instagram* merupakan sebuah upaya pemberian layanan informasi inovatif dan kekinian yang bisa diakses kapan saja sehingga informasi yang disajikan dengan ringkas, menarik dan interaktif dapat mudah dipahami oleh mahasiswa saat ini. Penerapan metode *microblog* cocok untuk profil demografi generasi muda saat ini yang lebih menyukai penyajian informasi yang sensitif terhadap waktu. Mengingat bahwa Generasi Z dan milenial memiliki rentang perhatian yang lebih pendek, sehingga konsep konten *microblog* lebih singkat dan lebih mudah dipahami karena sesuai dengan karakteristik mereka.

Beberapa penelitian terkait dalam mengatasi masalah komunikasi interpersonal telah

dilakukan dengan menggunakan pendekatan teknik sosiodrama (Alisyahbana, 2014; Hamidf, 2018; Munawaroh & Lubis, 2015; Gusmaniar, Rahmawati, & Wibowo, 2021; Zuhara, 2015), teknik *Brainstorming* (Bulantika, Kushendar, & Sa'adah, 2019), teknik *Role Playing* (Safitri, Yusransyah, & Utaminingsih, 2017), pendekatan *Problem Based Learning* (Rasimin, Yusra, & Wahyuni, 2021). Disisi lain, penelitian dengan penggunaan platform media sosial masih sedikit dilakukan, seperti aplikasi *Discord* (Aesthetika & Rizal, 2022), aplikasi *Youtube* (Fazilla & Sari, 2022; Putra & Patmaningrum, 2018), aplikasi *WhatsApp* (Hamanda, Azhar, & Naldo, 2023; Putriana, et al., 2024).

Sejalan dengan hasil penelitian yang telah dilakukan, penelitian saat ini dengan meneliti pemanfaatan penggunaan sebuah konten *microblog* dalam media sosial masih sedikit dilakukan. Maka dari itu, penelitian dengan pemanfaatan konten *microblog* di media sosial seperti *Instagram* perlu dilakukan karena dapat dijadikan sebuah rujukan dalam pengembangan penggunaan aplikasi media sosial dengan penyajian konten *microblog* dalam membantu proses pembelajaran mahasiswa menjadi lebih efisien dan praktis. Hasilnya juga dapat memberikan informasi mengenai dampak positif dari pemanfaatan konten *microblog* di aplikasi *instagram* bisa dijadikan sebagai sarana pengembangan diri.

Sehingga dari hasil penjabaran latar diatas peneliti tertarik melakukan penelitian untuk mengetahui tingkat efektif dalam meningkatkan komunikasi interpersonal mahasiswa prodi Bimbingan dan Penyuluhan Islam UIN Raden Fatah Palembang dengan diberikannya layanan informasi berbasis konten *microblog* di aplikasi *instagram*. Dalam penelitian kali ini, pemberian layanan informasi dengan menggunakan media *microblog* pada aplikasi *instagram* akan diberikan sesuai dengan proses serta hasil yang akan dijabarkan dalam artikel ini.

METODE PENELITIAN

Dalam penelitian ini dilakukan dengan pendekatan kuantitatif. Menurut Sugiyono, Pendekatan kuantitatif merupakan suatu metode yang menghasilkan data pada penelitian berupa angka serta analisis dilakukan dengan pengolahan statistik (Sugiyono, 2015). Adapun jenis penelitian yang dilakukan pada penelitian ini yaitu kuantitatif *quasi eksperimental* dengan desain penelitian *One Group Pre-test and Post-test Design With Control Group*. Penerapan desain penelitian tersebut akan dilakukan terhadap dua kelompok dengan diberikannya perlakuan yang berbeda. Pada kelompok eksperimen akan diberikan perlakuan layanan informasi berbasis media *microblog* pada *Instagram*. Sementara, pada kelompok kontrol diberikan perlakuan layanan klasikal.

Dalam hal ini pengukuran subjek dilakukan dua kali yaitu sebelum diberikan *treatment* (*Pre-test*) dan setelah diberikan *treatment* (*Post-test*) guna mengetahui hasil pengukuran tingkat konsep diri subjek sesudah diberikan *treatment* (Nasution, 2014). Pendekatan ini dipilih dikarenakan bertujuan dalam mengidentifikasi tingkatan komunikasi interpersonal mahasiswa sebelum diberikannya perlakuan maupun sesudah diberikannya perlakuan, kemudian guna mencaritahu efektivitas layanan informasi berbasis media *microblog* pada *Instagram* dalam meningkatkan komunikasi interpersonal mahasiswa.

Populasi penelitian ini merupakan mahasiswa dari program studi Bimbingan dan Penyuluhan (BPI) Angkatan 2022 dengan jumlah 81 mahasiswa. Kemudian secara rinci terbagi dalam tiga kelas yaitu kelas BPI A berjumlah 25 mahasiswa, kelas BPI B berjumlah 29 mahasiswa, dan kelas BPI C berjumlah 27 mahasiswa. Menurut Sugiyono (2015) menjelaskan sampel merupakan sebagian sekelompok kecil dari jumlah dan ciri khas atau

sifat pada populasi penelitian. Sampel merupakan setengah bagian kecil dari ukuran dan susunan suatu populasi. Pada penelitian ini teknik pengambilan sampel, memakai teknik *Non-Probability Sampling* dengan jenis *Purposive Sampling*.

Purposive sampling yakni suatu teknik pengambilan sampel dengan ciri-ciri atau sifat tertentu pada populasi (Sugiyono, 2015, p. 80). Maka dari itu, hal ini merupakan faktor penting yang menjadi pertimbangan bagi peneliti. Berikut ini adalah kriteria untuk sampel penelitian diantaranya mahasiswa memiliki akun serta aplikasi sosial media *instagram*, mahasiswa memiliki masalah kurangnya komunikasi interpersonal, dan mahasiswa bersedia untuk menjalani *treatment* pemberian layanan informasi berbasis media *microblog* pada *instagram* selama waktu yang ditentukan. Sehingga dari kriteria tersebut, didapatkan sampel berjumlah 16 mahasiswa dari keseluruhan populasi penelitian terkin yang berasal dari kelas BPI A, BPI B dan BPI C angkatan 2022.

Instrumen penelitian diartikan pedoman penggunaan peralatan, hal ini diperlukan dalam pengumpulan basis informasi selama penelitian (Sugiyono, 2015, p. 112). Kemudian peneliti akan mengungkapkan perihal terkait tentang seberapa efektif layanan informasi berbasis media *microblog* pada *Instagram* dalam meningkatkan komunikasi interpersonal mahasiswa. Penggunaan angket berikut dilakukan agar bisa mengidentifikasi seberapa baik siswa berkomunikasi satu sama lainnya.

Menurut Joseph DeVito (2016), komunikasi adalah suatu aktivitas sosial di mana melibatkan para individu satu dengan lainnya secara langsung dengan sama-sama memberikan pengaruh. Komunikasi akan terbentuk menjadi baik manakala ditandai dengan adanya tanda-tanda dari lima indikator penilaian tersebut diantaranya memiliki cakupan variabel komunikasi interpersonal yang terdiri dari aspek keterbukaan, empati, sikap positif, sikap mendukung dan kesetaraan dengan sejumlah 35 item pernyataan.

Skala *Likert* yang digunakan dalam penelitian berupa lima tanggapan dalam setiap item tersebut telah peneliti rancang berupa SL (Selalu), SR (Sering), J (Jarang), JS (Jarang Sekali), dan TP (Tidak Pernah). Lima tanggapan tersebut memiliki rentang skor antara 1 sampai 5 baik itu pada pernyataan *favorable* maupun pernyataan *unfavorable*. Dari hasil total skor nantinya setiap mahasiswa dapat dikelompokkan berupa 5 kategorisasi, yaitu sangat tinggi, tinggi, sedang, rendah, dan sangat rendah.

Dalam hal ini angket tersebut akan dilakukan uji validitas dalam hal ini menggunakan korelasi product moment, serta uji reliabilitas dalam hal ini menghitung menggunakan *Cronbach Alpha* untuk menilai reliabilitas angket. Kemudian, tidak hanya data angket, peneliti berencana untuk memakai pendokumentasian lainnya berupa foto maupun catatan observasi dalam menyajikan penjelasan yang terperinci mengenai komunikasi interpersonal mahasiswa (Sugiyono, 2020).

Data yang telah diperoleh dalam penelitian ini kemudian akan di analisa menggunakan *Mann-Whitney U Test*, kemudian uji *Wilcoxon*, serta uji *N-Gain Score* untuk analisa non-parametrik. Uji *Mann-Whitney U* digunakan agar bisa memastikan apakah komunikasi interpersonal antara kelompok eksperimen serta kelompok kontrol efektif atau tidaknya berupa hasil dari pemberian layanan informasi berbasis media *microblog* pada *Instagram*. Uji statistik *Wilcoxon* membandingkan skor pretest beserta posttest dalam menentukan apakah terdapat perbedaan antara dua set data berpasangan (pretest dan posttest). Uji *N-Gain Score* merupakan penerapan metode guna mengidentifikasi dan melihat suatu kemajuan dalam pembelajaran yang diterapkan dengan cara menganalisis gain yang telah dinormalisasi. Pengujian dilaksanakan dalam mencari tahu jika terdapat

komunikasi interpersonal mahasiswa telah meningkat atau sebaliknya. Kemudian peneliti melakukan perhitungan berbantuan dari SPSS *Statistics* 30 untuk Windows.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pertama dalam penelitian terkini, uji validitas dilakukan berbantuan SPSS *Statistics* 30. Pengujian dilakukan terhadap butir item dalam angket sejumlah 35 item. Dasar dalam pengujian validitas instrumen, apabila nilai r tabel melebihi nilai r hitung, bisa disimpulkan kalau item dianggap valid. Untuk menghitung derajat kebebasan atau *Degree of Freedom* (df), dengan mengurangi N dari 2. Dalam hal ini $N = 16$, lebih lanjut dijelaskan N merupakan total sampel dalam penelitian. Oleh karena itu, hasil uji dua arah dengan $df = 16 - 2 = 14$ dan pada tingkat signifikansi 0,05, bisa dilihat jika nilai r tabel adalah 0,497 menunjukkan hasil item tersebut valid jika nilai r hitung melebihi nilai r tabel. Dalam penerapan uji korelasi *product moment pearson*, hasilnya dapat terlihat dalam *corrected item total pearson correlation*, sementara r hitung dan r tabel bisa ditemukan dalam tabel *Product Moment Pearson* pada $df = N - 2$. Sehingga kesimpulan didapatkan bahwa 35 butir pernyataan pada angket peneliti bisa dipergunakan serta telah teruji validitasnya

Kedua dalam pengujian reliabilitas bisa dianggap dapat diandalkan jika memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi. Peneliti menghitung nilai *Cronbach Alpha* untuk menilai reliabilitas angket dengan menggunakan SPSS *Statistics* 30. Jika pada nilai *Cronbach Alpha* (r hitung) lebih dari nilai 0,7, maka butir item pada angket tersebut dianggap reliabel. Oleh karena itu, jika nilai *Cronbach Alpha* (r hitung) kurang dari nilai 0,7, maka butir item dalam angket dianggap tidak reliabel. Jika dilihat pada hasil uji reliabilitas tersebut, yang memperlihatkan kolom *Cronbach's Alpha* diperoleh nilai $0,916 > 0,70$. Kesimpulan didapatkan jika angket dikatakan reliabel.

Tabel 1. Uji Reliabilitas Komunikasi Interpersonal

Case Processing Summary			
Cases		N	%
	Valid	16	100.0
	Exclude ^a	0	.0
	Total	16	100.0

Cronbach's Alpha	N of Items
.916	35

Responden dalam penelitian ini merupakan mahasiswa program studi Bimbingan dan Penyuluhan Islam UIN Raden Fatah Palembang angkatan 2022 berjumlah 16 responden, kemudian dibagi menjadi dua kelompok yang terdiri dari 8 responden per kelompok. Pemberian *treatment* dengan layanan informasi berbasis media *microblog* pada *Instagram* kepada kelompok eksperimen. Dalam hal ini konten yang disajikan pada akun *Instagram* @Kadestawan sebagai media *treatment* berupa lima konten yang telah peneliti buat, setiap konten terdiri dari aspek komunikasi interpersonal menurut DeVito yaitu keterbukaan, empati, sikap mendukung, sikap positif, dan kesetaraan. Penelitian ini dilakukan selama lima kali pertemuan.

Dalam data penelitian kali ini merupakan variabel komunikasi interpersonal yang terdiri dari aspek keterbukaan, empati, sikap positif, sikap mendukung dan kesetaraan dengan sejumlah 35 item pernyataan yang telah dilakukan uji validitas serta uji reliabilitas. Untuk mengetahui pengukuran masing-masing item pernyataan maka digunakan skala *likert* dengan opsi lima jawaban terdiri dari skor yang berkisar antara 1-5. Sehingga skor tertinggi yang bisa dicapai yaitu 175, dan skor terendah yaitu 35. Dalam menentukan nilai tertinggi, nilai terendah, serta jarak interval maka dihitung sebagai berikut 1) Skor tertinggi: $5 \times 35 = 175$, 2) Skor terendah: $1 \times 35 = 35$, 3) Rentang: $175 - 35 = 140$, 4) Jarak interval: $140 : 5 = 28$.

Berdasarkan hasil perhitungan penentuan skor tersebut, maka didapatkan kategori skor menjadi lima bagian yaitu sangat tinggi (rentang nilai $> 147-175$), tinggi (rentang nilai $> 119-146$), sedang (rentang nilai $> 91-118$), rendah (rentang nilai $> 63-90$), dan sangat rendah (rentang nilai $> 35-62$) sehingga identifikasi tingkat komunikasi interpersonal mahasiswa sebelum diberikan *treatment* dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 2. Kategori Tingkat Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Sebelum diberikan Perlakuan

Kriteria	Jumlah	Persentase
Sangat Tinggi	0	0%
Tinggi	2	12,5%
Sedang	6	37,5%
Rendah	4	25%
Sangat Rendah	4	25%
Total	16	100%

Jika dilihat pada tabel 1 diatas memiliki 5 tingkatan, diketahui bahwa terdapat mahasiswa yang memiliki tingkat komunikasi pada kategori rendah sejumlah 4 mahasiswa pada persentase 25% dan kategori sangat rendah berjumlah 4 pada persentase 25% sehingga frekuensi total terdapat 8 mahasiswa dengan persentase 50% dari total 16 responden penelitian.

Berdasarkan dari hasil perolehan data yang melalui angket penelitian yang disebar baik itu data *pre-test* maupun *post-test* menunjukkan hasil signifikan terjadi pada kelompok eksperimen setelah diberikan perlakuan layanan informasi berbasis media *microblog* pada *Instagram*. Berkaitan dengan hasil peningkatan tersebut dibuktikan dengan perolehan hasil nilai dari *pre-test*, *post-test* dan *gain score* yaitu sebagai berikut:

Tabel 3. Perolehan Hasil *Pre-test*, *Post-test*, dan *Gain Score* Kelompok Eksperimen

No.	Pretest	Posttest	Selisih
S1	82	143	61
S2	96	152	56
S3	120	167	47
S4	54	139	85
S5	94	156	62
S6	57	114	57
S7	109	147	38

S8	125	166	41
Mean	92,1	148,0	55,9

Tabel 4. Perolehan Hasil *Pre-test*, *Post-test*, dan *Gain Score* Kelompok Kontrol

No.	Pretest	Posttest	Selisih
S1	118	131	13
S2	94	116	22
S3	75	137	62
S4	79	110	31
S5	49	122	73
S6	51	121	70
S7	86	115	29
S8	113	134	21
Mean	83,1	123,3	40,1

Berdasarkan perbandingan hasil pada tabel diatas dapat dilihat bahwa terdapat peningkatan 7 mahasiswa di kelompok eksperimen dan terdapat 5 mahasiswa di kelompok kontrol. Walaupun sama-sama mengalami peningkatan, tetapi hasil peningkatan pada sampel kelompok eksperimen jauh lebih tinggi dengan diberikannya perlakuan layanan informasi berbasis media *microblog* pada *Instagram* dibanding dengan kelompok kontrol yang hanya diberikan layanan klasikal. Bisa dilihat bahwa pada kelompok eksperimen memiliki skor rata-rata *pre-test* 92,1 dan skor rata-rata *post-test* 148, sedangkan pada kelompok eksperimen memiliki skor rata-rata *pre-test* 83,1 dan *post-test* 123,3.

Tabel 5. Kategori Tingkat Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Kelompok Eksperimen Sesudah diberikan Perlakuan

Kriteria	Nilai	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	>147-175	5	62,5%
Tinggi	>119-146	2	25,0%
Sedang	>91-118	1	12,5%
Rendah	>63-90	0	0%
Sangat Rendah	>35-62	0	0%
Total		8	100%

Tabel 6. Kategori Tingkat Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Kelompok Kontrol Sesudah diberikan Perlakuan

Kriteria	Nilai	Frekuensi	Persentase
Sangat Tinggi	>147-175	0	0%
Tinggi	>119-146	5	62,5%
Sedang	>91-118	3	37,5%
Rendah	>63-90	0	0%
Sangat Rendah	>35-62	0	0%
Total		8	100%

Dari tabel diatas menunjukkan bahwa adanya peningkatan komunikasi interpersonal yang terjadi pada mahasiswa BPI angkatan 2022 dengan jumlah 16 responden setelah diberikan perlakuan pada penelitian yang telah dilakukan. Lebih detailnya dijelaskan dari tabel tersebut menggambarkan responden dengan rentang skor sedang terdapat 1 mahasiswa dengan persentase 12,5% pada kelompok eksperimen dan 3 mahasiswa dengan persentase 37,5% pada kelompok kontrol, kemudian responden dengan rentang skor tinggi terdapat 2 mahasiswa dengan persentase 25,0% dalam kelompok eksperimen, sedangkan pada kelompok kontrol terdapat 5 mahasiswa dengan persentase 62,5% dan terakhir pada responden dengan rentang skor sangat tinggi terdapat 5 mahasiswa pada kelompok eksperimen dengan persentase 62,5% serta dalam kelompok kontrol tidak terdapat responden yang memiliki rentang skor sangat tinggi. Dari penjelasan tersebut terlihat bahwa adanya peningkatan hasil ketika diberikannya treatment kepada kelompok eksperimen lebih tinggi pada kriteria “Tinggi” dan “Sangat Tinggi” sejumlah 7 mahasiswa dengan total persentase 87,5% dibandingkan dengan hasil peningkatan pada kelompok control hanya pada kriteria “Tinggi” sejumlah 5 mahasiswa dengan persentase 62,5% sehingga dapat dikatakan bahwa pemberian layanan informasi berbasis media *microblog* pada *Instagram* pada kelompok eksperimen “efektif” dalam meningkatkan komunikasi interpersonal Mahasiswa.

Uji Wilcoxon

Uji *Wilcoxon* adalah prosedur statistik yang diklasifikasikan sebagai uji non-parametrik, pengujian dilakukan guna membandingkan dua data yang berpasangan seperti sebelum dan sesudah pemberian perlakuan atau data dari dua kelompok yang terkait. Tujuan dari uji *Wilcoxon* tersebut dipergunakan dalam menentukan apakah ditemukan perbedaan yang signifikan diantara dua set data yang dianalisis. Uji *Wilcoxon* terkini didapatkan melalui pemanfaatan *SPSS Statistics* versi 30, temuannya disajikan dalam tabel di bawah sebagai berikut:

Tabel 7. Uji *Wilcoxon Signed Rank*

		N	Mean Rank	Sum of Ranks
Posttest Eksperimen- Pretest Eksperimen	Negative Ranks	0	.00	.00
	Positive Ranks	8	4.50	36.00
	Ties	0		
	Total	8		
Posttest Eksperimen- Pretest Eksperimen	Negative Ranks	0	.00	.00
	Positive Ranks	8	4.50	36.00
	Ties	0		
	Total	8		

Pada perolehan tersebut, temuan dari uji *Wilcoxon Signed Rank* menunjukkan bahwa *negatife rank*, atau perbedaan negatif dalam komunikasi interpersonal antara *pre-test* dan *post-test*, adalah 0 dalam hal N, *mean rank* dan *sum of rank*. Angka 0 memperlihatkan bahwa tidak adanya penurunan pada nilai *pre-test* ke nilai *post-test*. Selanjutnya, *positife rank* ataupun perubahan positif dalam komunikasi interpersonal antara *pretest* dan *posttest*

melibatkan ukuran sampel (N) sebanyak 16 siswa maka dapat diketahui bahwa pada ke 16 mahasiswa ini telah mengalami peningkatan dalam komunikasi interpersonal terlihat jelas dari skor *pretest* dan *posttest*, khususnya peringkat rata-rata *Positif Rank* senilai 4,50 serta *Sum of Ranks* senilai 36,00. Dalam kasus *Tees*, hasil *pretest* dan *post-test* menunjukkan skor 0, yang mengindikasikan tidak adanya kemiripan antara kedua set data tersebut

Uji *N-Gain Score*

Skor *N-Gain* digunakan untuk menilai kemandirian terapi atau metodologi tertentu dalam penelitian tersebut telah selesai dilaksanakan. Uji *N-Gain Score* diterapkan melalui penghitungan rentang variasi diantara hasil *pretest* serta *posttest*. Pada tabel dibawah ini merupakan hasil pengujian dijelaskan yaitu:

Tabel 8. Uji *N-Gain Score*

No.	Kelompok Eksperimen <i>N-Gain Score</i>	No.	Kelompok Kontrol <i>N-Gain Score</i>
S1	65,59%	S1	22,81%
S2	70,89%	S2	27,16%
S3	85,45%	S3	62,00%
S4	70,25%	S4	32,29%
S5	76,54%	S5	57,94%
S6	48,31%	S6	56,45%
S7	57,58%	S7	32,58%
S8	82,00%	S8	33,87%
Rata-Rata	69,58%	Rata-Rata	40,64%
Minimum	48,31%	Minimum	22,81%
Maksimum	85,45%	Maksimum	62,00%

Berdasarkan perolehan pengujian *N-Gain* tersebut, maka dapat dilihat bahwa nilai minimum pada data kelompok eksperimen yaitu 48.31 sedangkan nilai minimum pada kelompok kontrol yaitu 22.81. Kemudian nilai maksimum pada kelompok eksperimen yaitu 85.45, sedangkan nilai maksimum pada kelompok kontrol yaitu 62.00. Kelompok eksperimen memiliki nilai *mean* 69,59, sedangkan kelompok kontrol memiliki nilai *mean* 40,64. Lewat perbandingan nilai kedua skor tersebut menunjukkan bahwa pemberian perlakuan yang dilakukan pada kelompok eksperimen memiliki hasil kenaikan nilai mean yang signifikan dari pada pemberian perlakuan pada kelompok kontrol.

Uji *Mann-Whitney U Test*

Kriteria pemilihan putusan uji ini didasarkan pada nilai *Asymp.Sig. (2-tailed)*, di mana H_0 tidak ditolak jika nilainya melebihi 0,05, dan H_a diterima jika nilainya di bawah 0,05. Analisis *Mann-Whitney U Test* dilakukan dengan menggunakan program *SPSS Statistics* versi 30, dengan hasil yaitu dibawah ini:

Tabel 9. Uji *Mann-Whitney U Test*

	Kelas	N	Mean Rank	Sum of Ranks
Hasil Tes Komunikasi Interpersonal	Eksperimen	8	11.63	93.00
	Kontrol	8	5.38	43.00
	Total	16		

Pada hasil uji *Mann-Whitney U Test* dengan dibantukan oleh software SPSS *Statistic 30* diatas menunjukkan bahwa perbandingan dari nilai *mean ranks* di kelompok eksperimen menunjukkan output lebih tinggi dengan nilai 11.63 sedangkan *mean ranks* kelompok kontrol yaitu 5.38 kemudian pada total *sum of ranks* di kelompok eksperimen dengan nilai 93.00 sedangkan total *sum of ranks* kelompok kontrol dengan nilai 43.00, adanya perbedaan ini menunjukkan bahwa hasil komunikasi interpersonal di kelompok eksperimen cenderung lebih baik setelah diberikannya perlakuan dengan layanan informasi berbasis media *microblog* pada *Instagram* dibandingkan dengan kelompok kontrol. Untuk mengetahui hasil lebih jelas maka dapat dilihat pada hasil *test statistic* dibawah ini.

Tabel 10. *Test Statistic Uji Mann-Whitney U Test*

	Hasil Tes Komunikasi Interpersonal
Mann-Whitney U	7.000
Wilcoxon	43.000
Z	-2.626
Asymp. Sig. (2-tailed)	.009
Exact. Sig. [2*(1-tailed sig)]	.007 ^b

Kelas	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Pretest (Eksperimen)	.157	8	.200	.927	8	.485
Posttest (Eksperimen)	.374	8	.002	.686	8	.002
Pretest (Kontrol)	.183	8	.200	.901	8	.298
Posttest (Kontrol)	.194	8	.200	.892	8	.246

Berdasarkan hasil uji hipotesis yang diatas dengan menggunakan uji *Mann-Whitney U Test* sebagai pengganti uji *T-test* menunjukkan bahwa nilai Asymp.Sig (2-tailed) sebesar 0,009. Jadi Asymp.Sig (2-tailed) $0,009 < 0,05$, maka dengan ini H_0 ditolak dan H_a diterima. Sehingga bisa diartikan bahwa terdapat adanya perbedaan skor komunikasi interpersonal secara signifikan antara kelompok eksperimen dan kelompok. Maka kesimpulan yang didapat menunjukkan bahwa pemberian layanan informasi berbasis media *microblog* pada *Instagram* efektif dalam meningkatkan komunikasi interpersonal mahasiswa program studi Bimbingan dan Penyuluhan Islam UIN Raden Fatah Palembang angkatan 2022.

Dari hasil temuan penelitian yang telah dilakukan terhadap mahasiswa program studi Bimbingan dan Penyuluhan Islam angkatan 2022 menunjukkan bahwa pemberian layanan informasi berbasis media *microblog* pada *Instagram* efektif dalam meningkatkan komunikasi interpersonal mahasiswa program studi Bimbingan dan Penyuluhan Islam UIN Raden Fatah Palembang. Hasil penelitian diperkuat dengan penelitian yang dilaksanakan

dari Haq (2022) bahwa pemberian layanan informasi menggunakan media *microblog* efektif dalam meningkatkan kedisiplinan peserta didik di sekolah. Hal serupa juga didukung dari penelitian yang dilakukan oleh Liow, Suhada, dan Pakaya (2021) menunjukkan bahwa media *microblog* di *Instagram* bisa digunakan sebagai media pembelajaran bagi mahasiswa.

Pemanfaatan media bisa diterapkan sebagai media bantu dalam pembelajaran, (Fazilla & Sari, 2022). Hal ini membuktikan bahwa penggunaan media *microblog* pada *Instagram* sebagai media *treatment* yang digunakan dalam meningkatkan komunikasi interpersonal, hal ini menjadikan proses pelaksanaan pemberian layanan menjadi lebih menarik perhatian dan rasa antusiasme mahasiswa.

Dengan penggunaan media *microblog* pada *Instagram* pula menjadikannya memiliki fleksibilitas dalam penggunaan sehingga konten yang disajikan bisa mereka baca kapan saja dan dimana saja tanpa terikat jarak dan waktu pada setiap akun *instagram* mereka masing-masing. Hal ini sesuai dengan yang dilakukan oleh Wardana, dkk (2022) dalam temuannya memuat bahwa penggunaan teknologi digital aplikasi *canva* dengan konsep *microblog* merupakan salah satu usaha membuat media pembelajaran yang terbarukan di dunia pendidikan saat ini sehingga memberikan pengalaman baru serta kemudahan. Hal ini juga serupa dengan penelitian yang dilakukan Kusuma Dewi, Indahwati, dan Febrianti (2021) yang membuktikan bahwa media *microblog* bisa menjadi media alternatif untuk mencapai kreativitas peserta didik.

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilaksanakan pada mahasiswa program studi Bimbingan dan Penyuluhan Islam UIN Raden Fatah Palembang angkatan 2022 menunjukkan hasil yang signifikan pada kelompok eksperimen ketika diberikan perlakuan layanan informasi berbasis media *microblog* pada *Instagram*. Terbukti dari perbandingan nilai *pre-test*, *post-test* dan *gain score* menunjukkan hasil bahwa peningkatan signifikan justru terjadi pada kelompok eksperimen dengan rata-rata *post-test* 148.

Selanjutnya didasarkan dari perolehan uji *Wilcoxon*, diketahui hasilnya pada kelompok dengan Negative Rank atau perbedaan nilai negatif antara *pretest* dan *posttest*, tercatat nilai 0 pada *N*, *Mean Rank*, serta *Sum of Ranks*. Nilai 0 ini mengindikasikan bahwasanya tidak adanya penurunan skor antara *pre-test* dan *post-test*. Kemudian, pada kelompok dengan *Positive Rank* ataupun perbedaan nilai positif dalam pasangan data, yang terdiri dari 16 responden, terlihat adanya peningkatan dalam komunikasi interpersonal. Perihal tersebut tercermin dalam nilai *pre-test* serta *post-test*, yakni *mean rank* pada nilai *Positive Rank* senilai 4,50 serta *Sum of Ranks* mencapai 36,00. Sedangkan untuk pasangan data dengan kesamaan penilaian diantara keduanya, hasilnya menunjukkan nilai 0, bisa diartikan bahwa tiada persamaan antara kedua hasil tes tersebut.

Sedangkan dalam pengujian *N-Gain Score* diketahui jika adanya peningkatan dari nilai *pretest* ke *posttest* disetiap kelompok, biarpun ada kesamaan dalam kenaikan nilai akan tetapi pada kelompok eksperimen terdapat mean nilai lebih tinggi jika perbandingannya pada kelompok kontrol, yaitu nilai *mean* 69,58 pada kelompok eksperimen serta nilai *mean* 40,64 pada kelompok kontrol. Maka dari itu bisa dibilang bahwasanya pemberian perlakuan melalui layanan informasi berbasis media *microblog* pada *Instagram* dalam meningkatkan komunikasi interpersonal Mahasiswa dapat disimpulkan "Cukup Efektif" pada uji *N-Gain* yang dilakukan dimana hasil memperlihatkan adanya kenaikan skor rata-rata 69.58% dalam kelompok eksperimen.

Selain itu dari test statistik yang telah dilakukan menggunakan uji *Mann-Whitney U Test* menunjukkan hasil bahwa nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* sebesar 0,009. Jadi *Asymp.Sig (2-*

tailed) $0,009 < 0,05$, maka dengan ini H_0 ditolak dan H_a diterima. Hal itu membuktikan bahwa terdapat adanya perbedaan skor secara signifikan pada kelompok eksperimen. Dengan adanya peningkatan komunikasi interpersonal pada kelompok eksperimen ini sesuai dengan hasil tujuan penelitian yang telah peneliti rancang, sehingga bisa disimpulkan bahwa pemberian layanan informasi berbasis media *microblog* pada *Instagram* efektif dalam meningkatkan komunikasi interpersonal mahasiswa program studi Bimbingan dan Penyuluhan Islam UIN Raden Fatah Palembang angkatan 2022.

Maka dari itu, dengan demikian adanya penggunaan media seperti konten *microblog*, proses kegiatan layanan informasi akan jauh lebih menarik perhatian karena melibatkan indera penglihatan dalam proses pelaksanaan pemberian layanan informasi tersebut serta fleksibilitas konten yang disajikan yang bisa mereka baca kapan saja pada akun *instagram* mereka masing-masing. Penggunaan media pembelajaran seperti konten *microblog* pada *Instagram* tidak hanya bisa memvisualisasikan materi pembelajaran yang ingin disampaikan tetapi juga dapat menciptakan suasana pembelajaran kekinian yang menarik, interaktif dan menyenangkan sehingga mau mempelajari pembelajaran tersebut serta informasi yang disampaikan bisa terserap sempurna kepada mahasiswa.

SIMPULAN

Dari hasil penelitian yang dilaksanakan sebanyak 5 kali pertemuan menunjukkan hasil bahwa adanya peningkatan secara signifikan lewat perbandingan *Pre-test*, *Post-test* dan *Gain Score* pada hasil angket sebelum dan sesudah pemberian layanan informasi diberikan. Peningkatan pada kelompok eksperimen yaitu pada rentang skor rata-rata *pre-test* 92,1 dan rentang skor rata-rata *post-test* 148 sedangkan dari kelompok kontrol memiliki skor rata-rata yaitu *pre-test* 83,1 dan *post-test* 123,3. Dengan demikian pada kelompok eksperimen memiliki peningkatan lebih tinggi jika dibandingkan dengan kelompok kontrol. Kemudian dari hasil *Test Statistic* uji *Mann-Whitney U Test* menunjukkan bahwa nilai *Asymp.Sig (2-tailed)* sebesar 0,009. Jika *Asymp.Sig* $0,009 < 0,05$ maka H_0 ditolak dan H_a diterima, ini berarti bahwa adanya perbedaan skor komunikasi interpersonal secara signifikan antara kelompok eksperimen dan kelompok kontrol. Maka dapat dikatakan bahwa adanya pengaruh pemberian layanan informasi berbasis media *microblog* pada *Instagram* dalam meningkatkan komunikasi interpersonal Mahasiswa. Maka dari itu, secara keseluruhan temuan dari penelitian yang telah dilakukan mengenai pemberian layanan informasi berbasis media *microblog* pada *Instagram* menunjukkan hasil bahwa pemberian layanan informasi tersebut efektif dalam meningkatkan komunikasi interpersonal mahasiswa program studi Bimbingan dan Penyuluhan Islam UIN Raden Fatah Palembang angkatan 2022.

DAFTAR PUSTAKA

- Aesthetika, N. M., & Rizal, M. S. (2022). Efektifitas Penggunaan Aplikasi Discord Dalam Meningkatkan Komunikasi Interpersonal Di Kalangan Pecinta Film. *Medium*, 10(1), 19-27. doi:[https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10\(1\).8882](https://doi.org/10.25299/medium.2022.vol10(1).8882)
- Alisyahbana, I. B. (2014). Penerapan Teknik sosiodrama untuk meningkatkan komunikasi interpersonal pada kelas VII F di SMPN I Kemlagi Mojokerto. *Jurnal Mahasiswa Bimbingan Konseling UNESA*, 4(3), 251151. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/230609510.pdf>

- Anggraini, C., Ritonga, D. H., Kristina, L., Syam, M., & Kustiawan, W. (2022). Komunikasi Interpersonal. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(3), 337-342. doi:<https://doi.org/10.37676/mude.v1i3.2611>
- Atmoko, B. D. (2012). *Instagram Handbook Tips Fotografi Ponsel*. Jakarta: Media Kita.
- Bulantika, S. Z., Kushendar, K., & Sa'adah. (2019). Efektivitas Konseling Individual Menggunakan Teknik Brainstorming untuk Meningkatkan Komunikasi Interpersonal. *Ghaidan: Jurnal Bimbingan Konseling Islam Dan Masyarakat*, 3(2), 58-64. doi:<https://doi.org/10.19109/ghaidan.v3i2.4984>
- Devito, J. A. (2016). *The Interpersonal Communication Book* (14th ed.). (K. Fleming, Ed.) Harlow, Essex, England: Pearson Education Limited. Retrieved from <https://slims.bakrie.ac.id/repository/f7d4f28f39e8b9d8cb794f6c4eb9cb0f.pdf>
- Dewi, K., Indahwati, K., & Febrianti, L. (2021). Microblog dan Mobile Learning: Inovasi Metode Pembelajaran dalam Meningkatkan Creativity Skill. *Jurnal Pendidikan Geografi Undiksha*, 9(3), 164-174. doi:<https://doi.org/10.23887/jjpg.v9i3.36250>
- Fazilla, S., & Sari, D. D. (2022). Pengaruh media youtube terhadap komunikasi interpersonal siswa sekolah dasar IT Bunayya Kota Lhokseumawe. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 15(1), 18-24. doi:<https://doi.org/10.24114/jtp.v15i1.28711>
- Fuadah, S. (2020). Penggunaan Media Instagram @Nahwu_Pedia dalam Mahārah Al-Qirā'Ah dan Mahārah Al-Kitābah Mahasiswa Bahasa Arab. *Jurnal Studi Arab*, 138. doi:<https://doi.org/10.35891/sa.v11i2.2513>
- Gusmaniar, M., Rahmawati, R., & Wibowo, A. S. (2021). Pengembangan Panduan Pelaksanaan Sosiodrama Ubrug Untuk Meningkatkan Komunikasi Interpersonal. *Jurnal Fokus Konseling*, 7(2), 69-75. doi:<https://doi.org/10.52657/jfk.v7i2.1375>
- Hajar, S. (2020). *eknik Role Playing Dalam Peningkatan Kompetensi Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Bimbingan Konseling Islam IAIN Parepare*. IAIN Parepare. From <https://repository.iainpare.ac.id/id/eprint/2737/1/15.1232.002.pdf>
- Hamanda, D., Azhar, A. A., & Naldo, J. (2023). Efektivitas Komunikasi Interpersonal Pembelajaran Dalam Jaringan Mahasiswa. *Algebra: Jurnal Pendidikan, Sosial dan Sains*, 3(3), 128-137. doi:<https://doi.org/10.58432/algebra.v3i3.879>
- Hamidf, I. (2018). Penerapan Teknik Sosiodrama Dalam Bimbingan Kelompok Untuk Meningkatkan Keterampilan Komunikasi Interpersonal Siswa SMK Negeri 8 Makassar. *Jurnal Mimbar Kesejahteraan Sosial*, 1(1). Retrieved from <https://journal3.uin-alauddin.ac.id/index.php/jmks/article/view/7025>
- Haq, A. W. (2022). *Efektivitas Layanan Informasi Melalui Social Media Instagram Sekolah Dalam Meningkatkan Kedisiplinan Peserta Didik Di Sma 1 Way Jepara Lampung Timur*. Skripsi. Lampung: UIN Raden Intan Lampung.
- Lestari, I., Kiswanto, A., Virera, D. R., & Maharani, I. (2023). Penerapan Layanan Bimbingan Pribadi Untuk Meningkatkan Komunikasi Interpersonal Siswa Di SD. In *Proceedings of Annual Guidance and Counseling Academic Forum*, (pp. 101-106).

Retrieved from <https://proceeding.unnes.ac.id/agcaf/article/view/2542>

- Liow, A. A., Suhada, S., & Pakaya, N. (2021). Pemanfaatan Instagram sebagai Konten Media Pembelajaran Microblog dalam Jaringan pada Mata Kuliah Teknologi Multimedia. *Inverted: Journal of Information Technology Education*, 1(2), 106-112. doi:<https://doi.org/10.37905/inverted.v1i2.13338>
- Liow, A. A., Suhada, S., & Pakaya, N. (2021). Pemanfaatan Instagram sebagai Konten Media Pembelajaran Microblog dalam Jaringan pada Mata Kuliah Teknologi Multimedia. *Inverted: Journal of Information Technology Education*, 1(2), 106-112. doi:<https://doi.org/10.37905/inverted.v1i2.13338>
- Munawaroh, S., & Lubis, M. R. (2015). Meningkatkan keterampilan komunikasi interpersonal siswa melalui layanan bimbingan kelompok teknik sosiodrama kelas VIII MTSN 2 Medan. *Jurnal Diversita*, 1(2). doi:<https://doi.org/10.31289/diversita.v1i2.495>
- Na'imah, T., & Septiningsih, D. S. (2019). Komunikasi Interpersonal dalam Kajian Islam. *Seminar Nasional Prodi PAI UMP* (pp. 217-226). Purwokerto: Universitas Muhammadiyah Purwokerto. Retrieved from <https://digitallibrary.ump.ac.id/264/4/19.%20KOMUNIKASI%20INTERPERSONAL%20DALAM%20KAJIAN%20ISLAM.pdf>
- Napoleoncat. (2024, April). *Instagram Users in Indonesia*. Retrieved from [napoleoncat.com: https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/04/](https://napoleoncat.com/stats/instagram-users-in-indonesia/2024/04/)
- Nasution, S. (2014). *Metode Research (Penelitian Ilmiah)* (1 ed., Vol. 14). Jakarta: Bumi Aksara.
- Putra, A., & Patmaningrum, D. A. (2018). Pengaruh Youtube di Smartphone Terhadap Perkembangan Kemampuan Komunikasi Interpersonal Anak. *Jurnal Penelitian Komunikasi*, 21(2). doi:<https://doi.org/10.20422/jpk.v21i2.589>
- Putriana, M., Sari, W. P., Sulistyarini, D., Selvyana, A., Sabila, A. P., Tsabitahadi, E., . . . Sari, L. K. (2024). Analisis Penggunaan Aplikasi WhatsApp dalam Meningkatkan Efektivitas Komunikasi Interpersonal pada Hubungan Asmara Jarak Jauh. *DIALEKTIKA KOMUNIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Pembangunan Daerah*, 12(1), 1-11. doi:<https://doi.org/10.33592/dk.v12i1.4802>
- Rahmaliyah, N. (2023, januari 17). *Microblogging: Definisi, Keunggulan, dan Beragam Platformnya*. Retrieved from Glints: <https://glints.com/id/lowongan/apa-itu-microblogging/>
- Rasimin, R., Yusra, A., & Wahyuni, H. (2021). Efektivitas Layanan Bimbingan Kelompok Berbasis Problem Based Learning untuk Meningkatkan Komunikasi Interpersonal Siswa. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 2, 314-320. doi:<https://doi.org/10.31004/edukatif.v3i2.261>
- Safitri, Y., Yusmansyah, Y., & Utaminingsih, D. (2017). Penggunaan Layanan Konseling Kelompok Teknik Role Playing untuk Meningkatkan Komunikasi Interpersonal Siswa Kelas XI SMA Negeri 8 Bandar Lampung Tahun Ajaran 2016/2017. *ALIBKIN: Jurnal Bimbingan Konseling*, 5(4). Retrieved from <https://jurnal.fkip.unila.ac.id/index.php/ALIB/article/view/14134>

- Shilvana, W. (2023, Februari 13). *Pengguna Media Sosial Di Indonesia Sebanyak 167 Juta Pada 2023*. Retrieved from dataindonesia.id: <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023>
- Sofia, L., Indah, M. S., Sabila, A., & Mulyanto, S. A. (2020). Pelatihan komunikasi interpersonal untuk komunikasi efektif. *Jurnal Plakat*, 2(1), 72-80. Retrieved from <https://core.ac.uk/download/pdf/327125043.pdf>
- Sugiyono. (2015). *Metode Penelitian Kuantitatif Dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2020). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan Kombinasi (Mixed Methods)*. Bandung: Alfabeta.
- Suhanti, I. Y., Puspitasari, D. N., & Noorrizki, R. D. (2020). Suhanti, I. Y., Puspitasari, D. N., & Noorrizki, R. D. (2018, April). Keterampilan komunikasi interpersonal mahasiswa UM. (Vol. 32). In *Prosiding Seminar Nasional Psikologi Klinis*. Retrieved from https://www.researchgate.net/publication/340885193_Keterampilan_Komunikasi_Interpersonal_Mahasiswa_UM
- Sukrillah, A., Ratnamulyani, I. A., & Kusumadinata, A. A. (2017). Pemanfaatan media sosial melalui whatsapp group FEI sebagai sarana komunikasi. *Jurnal Komunikatio*, 3(2).
- Suranto, A. (2011). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu. Retrieved from <https://grahailmu.co.id/previewpdf/978-979-756-771-2-787.pdf>
- Tohirin. (2007). *Bimbingan dan Konseling di Sekolah dan Madrasah*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- Trisnani, R. P., Wardan, S. Y., & Puspita, F. H. (2016). Efektifitas Bimbingan Kelompok Berbasis Budaya Jawa untuk Meningkatkan Komunikasi Interpersonal Siswa SMK PGRI Wonoasri. *Counsellia: Jurnal Bimbingan dan Konseling*, 6(1), 54-70. doi:<http://doi.org/10.25273/counsellia.v6i1.458>
- Wardana, M. W., Rizqina, A. A., Salsabilah, A. N., Handayani, D. A., & Dewi, S. M. (2022). Pengembangan media pembelajaran berbasis aplikasi canva dengan model microblogging sebagai pembelajaran teks prosedur tingkat SMP. *Jurnal Nalar Pendidikan*, 10(1), 71-79. doi:<https://dx.doi.org/10.26858/jnp.v10i1.33512>
- Winkel, W. S., & Hastuti, M. M. (2004). *Bimbingan Dan Konseling Di Institusi Pendidikan*. Yogyakarta: Media Abadi.
- Wiryanto. (2005). *Komunikasi dan Hubungan Masyarakat*. Yogyakarta: Bumi Aksara. From <https://id.scribd.com/document/330119914/Ilmu-Komunikasi-Wiryanto>
- Zuhara, E. (2015). Efektivitas teknik sosiodrama untuk meningkatkan komunikasi interpersonal siswa (penelitian kuasi eksperimen kelas X di SMA Kartika Siliwangi 2 Bandung Tahun Ajaran 2013/2014). *JURNAL EDUKASI: Jurnal Bimbingan Konseling*, 1(1), 80-89. doi:<http://dx.doi.org/10.22373/je.v1i1.319>

