

PENGARUH PENGGUNAAN *INSTANT MESSAGING LINE* TERHADAP EFEKTIFITAS KOMUNIKASI INTERPERSONAL

(Analisis pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Angkatan 2011 dan 2014 Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom)

THE INFLUENCE OF *INSTANT MESSAGING LINE* USAGE TO EFFECTIVENESS OF INTERPERSONAL COMMUNICATION

(Analysis Among The students of Communication Sciences batch 2011 and 2014 Faculty of Communication and Business, Telkom University)

Bimbing Roby Irianto¹
Freddy Yusanto, S.Sos., M.Ds²
Berlian Primadani Satria Putri, S.I.Kom., M.Si³

^{1,2,3} Prodi S1 Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom
¹bimbing.robby@gmail.com, ²freddyusanto@yahoo.com, ³berlianprimadani@gmail.com

ABSTRAK

Keberadaan smartphone yang telah menjadi gaya hidup saat ini, mendorong munculnya aplikasi instant messaging. Salah satu instant messaging yang banyak menarik perhatian pengguna smartphone adalah LINE. Dengan jumlah pengguna di dunia mencapai 400 juta menjadikan instant messaging LINE populer dikalangan digital native salah satunya mahasiswa.

Penelitian ini membahas tentang pengaruh penggunaan instant messaging Line terhadap efektifitas komunikasi interpersonal di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2011 dan 2014 Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom. Perumusan masalah dalam penelitian ini adalah bagaimana pengaruh penggunaan instant messaging Line terhadap efektifitas komunikasi interpersonal di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2011 dan 2014 Universitas Telkom. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui bagaimana pengaruh penggunaan instant messaging Line terhadap efektifitas komunikasi di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2011 dan 2014 Universitas Telkom.

Metode penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif dengan metode korelasional dengan teknik pengumpulan data survey. Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2011 dan 2014 Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom yang berjumlah 100 orang. Teknik sampling yang digunakan adalah probability sampling dengan pendekatan stratified sampling dimana masing-masing angkatan terdiri dari 35 responden angkatan 2011, dan 65 responden angkatan 2014. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis deskriptif, analisis korelasi product moment pearson, analisis koefisien determinasi, analisis regresi sederhana, uji hipotesis (uji-t), dan uji normalitas.

Hasil penelitian menunjukkan t hitung sebesar 12,165 > t tabel 1,985, maka Ho ditolak. Artinya, terdapat pengaruh penggunaan instant messaging Line terhadap efektifitas komunikasi interpersonal di kalangan mahasiswa. Kontribusi pengaruh penggunaan instant messaging Line terhadap efektifitas komunikasi interpersonal sebesar 60,2% dan sisanya sebesar 39,8% dipengaruhi oleh variabel yang tidak diteliti.

Kata kunci: *instant messaging*, LINE, Efektifitas Komunikasi Interpersonal

ABSTRACT

The existence of smartphone which being a life style nowadays, leads the appear of instant messaging application. One of instant messaging which makes many interest of smartphone users is Line. By the users reach to 400 million in the world makes instant messaging Line takes the popularity in digital native circle which on of them are university student.

This study discusses the influence of instant messaging Line usage to the effectiveness of interpersonal communication among the students of Faculty Communication and Business Sciences batch 2011 and 2014. The problem formulation in this research is how the influence use of instant messaging Line to effectiveness of interpersonal communication among students of Communication Sciences Telkom University batch 2011 and 2014. Goals of this study was to determine the influence use of instant messaging Line to the effectiveness of communication among students of Communication Sciences Telkom University batch 2011 and 2014.

The methods used is quantitative research with correlation method with survey data collection techniques. Study population is a student of Communication Sciences batch 2011 and 2014 Faculty of Communication and Business, Telkom University which amounts 100 people. The sampling technique used is probability sampling stratified sampling with approach which each batch consists of 35 respondents batch 2011, and 65 respondents batch 2014. Descriptive analysis is used for data analysis technique, Pearson product moment correlation analysis, determination coefficient analysis, simple regression analysis, hypothesis test (t-test), and nor test.

The results showed t count amounted to $12.165 > 1.985$ on table t, then H_0 is rejected. That is, there is influence the use of instant messaging Line to effectiveness of interpersonal communication among the students. Contributions influence the use of instant messaging Line to effectiveness of interpersonal communication at 60.2% and the remaining 39.8% is influenced by variables unresearched.

Key Word: Instant Messaging, LINE, Interpersonal Communication

1. Pendahuluan

1.1 Latar Belakang

Perkembangan teknologi saat ini mempengaruhi kehidupan umat manusia pada abad ini, perkembangannya pun berjalan pesat dan sangat cepat. Salah satu pengaruhnya adalah terhadap kebutuhan komunikasi antar individu yang menuntut adanya kemudahan dalam berkomunikasi. Kehadiran smartphone merupakan salah satu bentuk alat komunikasi yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat. Dimana seiring perkembangan jaman, dan semakin banyaknya label-label lokal yang ikut meramaikan pasar *smartphone*, menjadikan *smartphone* banyak digunakan oleh masyarakat saat ini. Keberadaan *smartphone* yang telah menjadi gaya hidup saat ini, mendorong munculnya aplikasi-aplikasi gratis yang dapat diunduh melalui perangkat *smartphone* tersebut. Salah satunya adalah aplikasi *instant messaging* Line, aplikasi *instant messaging* Line ini banyak menarik perhatian pengguna *smartphone* sebagai aplikasi pesan cepat lintas *platform*.

Aplikasi *instant messaging* Line merupakan aplikasi pesan yang saat ini banyak digunakan oleh masyarakat. Aplikasi yang dirilis pada 23 Juni 2011 lalu ini telah diunduh lebih dari 30 juta pengguna Line di Indonesia. Dan diunduh oleh 400 juta pengguna di dunia. Kemudahan dan keunikan *sticker* yang ditawarkan oleh aplikasi ini yang membuat banyaknya masyarakat menggunakan aplikasi *instant messaging* Line^[1].

Mahasiswa yang dikategorikan sebagai *digital native* merupakan kalangan yang akrab dengan perkembangan teknologi, mahasiswa juga merupakan kalangan yang menggunakan aplikasi *instant messaging* Line sebagai alat komunikasi dengan sesama temannya. Kebutuhan mahasiswa untuk melakukan komunikasi terhalang oleh keterbatasan waktu mereka yang menyebabkan mereka sulit untuk melakukan komunikasi secara langsung, dikarenakan jadwal kelas perkuliahan yang berbeda-beda serta banyaknya tugas kuliah yang menyita waktu mereka untuk bertemu. Disela kesibukan mahasiswa, mereka membutuhkan teman untuk melakukan percakapan penghilang stress dan untuk saling menghibur satu sama lain. Mahasiswa juga berkomunikasi dengan temannya untuk sharing pengalaman dan menyelesaikan permasalahan serta berdiskusi tentang akademik.

Komunikasi interpersonal di kalangan mahasiswa cukup penting dalam membangun konsep diri, aktualisasi diri, untuk kelangsungan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, untuk menghindarkan diri dari tekanan dan ketegangan. Dengan berkomunikasi seseorang bisa saling bekerja sama untuk mencapai tujuan bersama^[2]. Komunikasi interpersonal di kalangan mahasiswa tidak hanya terjadi secara tatap muka, namun juga dengan menggunakan media salah satunya adalah aplikasi *instant messaging* Line.

Komunikasi interpersonal dapat dikatakan efektif apabila pesan diterima dan dimengerti sebagaimana dimaksud oleh pengirim pesan, pesan ditindaklanjuti dengan sebuah perbuatan secara suka rela oleh penerima pesan, dapat

meningkatkan kualitas hubungan interpersonal, dan tidak ada hambatan untuk hal itu^[3]. Joseph Devito mengemukakan lima sikap positif yang perlu dipertimbangkan ketika seseorang merencanakan komunikasi interpersonal, melalui pendekatan secara humanistik yaitu keterbukaan (*openness*), empati (*empathy*), sikap mendukung (*supportiveness*), sikap positif (*positiveness*), dan kesetaraan (*equality*)^[4].

Dalam penelitian ini memilih mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis yang menggunakan aplikasi *instant messaging* Line. Dari observasi awal yang dilakukan peneliti pada tanggal 23 Februari 2015 dengan jumlah 50 responden yaitu mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis. Dari 50 responden tersebut semuanya menggunakan *instant messaging* Line sebagai media komunikasi dengan sesamanya. Dan rata-rata mahasiswa tersebut menggunakan *instant messaging* Line sejak tahun 2013. Lebih fleksibelnya komunikasi yang terjadi melalui Line ini menjadi alasan mendasar bagi sebagian mahasiswa yang memilih Line. Komunikasi interpersonal dikalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis menjadi topik yang menarik untuk diteliti ketika komunikasi tidak hanya dapat dilakukan secara tatap muka tapi mahasiswa menggunakan media komunikasi sebagai pengganti komunikasi tatap muka tersebut yaitu dengan menggunakan *instant messaging* Line.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk melakukan penelitian tentang **“Penggunaan Instant Messaging Line Terhadap Efektifitas Komunikasi Interpersonal di Kalangan Mahasiswa (Analisis pada Mahasiswa Ilmu Komunikasi Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom angkatan 2011 dan 2014)”**.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan pada latar belakang penelitian di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah Bagaimana pengaruh penggunaan *instant messaging* LINE terhadap efektivitas komunikasi interpersonal di kalangan mahasiswa

1.3 Tujuan Penelitian

Dalam penelitian ini ditetapkan tujuan untuk memfokuskan permasalahan dengan hasil akhir. Adapun tujuan dilakukannya penelitian ini adalah Untuk mengetahui pengaruh penggunaan *instant messaging* LINE terhadap efektivitas komunikasi interpersonal di kalangan mahasiswa.

2. Tinjauan Pustaka dan Metode Penelitian

2.1 Tinjauan Pustaka

2.1.1 Komunikasi Interpersonal

Dari sekian bentuk komunikasi yang ada, komunikasi interpersonal adalah bentuk komunikasi yang paling efektif dalam membangun hubungan karena intensitasnya yang cenderung lebih tinggi dan terfokus dibanding bentuk komunikasi yang lainnya. Trenholm dan Jensen mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai komunikasi antara dua orang yang berlangsung secara tatap muka (komunikasi diadik).^[4] Sifat komunikasi ini adalah: (a) spontan dan informal; (b) saling menerima feedback secara maksimal; (c) partisipan berperan fleksibel. Komunikasi interpersonal sering disebut juga sebagai komunikasi antarpribadi adalah komunikasi dengan tatap muka dan juga dapat melalui media seperti telepon, internet atau media lainnya, yang terjadi antara dua orang^[5].

2.1.1.2 Efektifitas Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal dapat dikatakan efektif apabila pesan diterima dan dimengerti sebagaimana dimaksud oleh pengirim pesan, pesan ditindaklanjuti dengan sebuah perbuatan secara suka rela oleh penerima pesan, dapat meningkatkan kualitas hubungan interpersonal, dan tidak ada hambatan untuk hal itu^[5]. Berdasarkan definisi tersebut, dapat dikatakan bahwa komunikasi interpersonal dikatakan efektif, apabila memenuhi tiga persyaratan utama, yaitu: (1) pesan yang dapat diterima dan dipahami oleh komunikan sebagaimana dimaksud oleh komunikator; (2) ditindak-lanjuti dengan perbuatan secara suka rela, (3) meningkatkan kualitas hubungan interpersonal^[3].

Devito mengemukakan lima sikap positif yang perlu dipertimbangkan ketika seseorang merencanakan komunikasi interpersonal. Melalui pendekatan humanistik^[4]. Lima sikap positif tersebut, meliputi:

a. Keterbukaan (*Openness*)

Keterbukaan ialah sikap dapat menerima masukan dari orang lain, serta berkenan menyampaikan informasi penting kepada orang lain. Keterbukaan ditandai dengan adanya kejujuran dalam merespon segala stimuli komunikasi. Tidak berkata bohong, dan tidak menyembunyikan informasi yang sebenarnya. Dalam proses komunikasi interpersonal, keterbukaan menjadi salah satu sikap positif. Hal ini disebabkan, dengan

keterbukaan maka komunikasi interpersonal akan berlangsung secara adil, transparan, dua arah, dan dapat diterima oleh semua pihak yang berkomunikasi^[3].

b. Empati (*Empathy*)

Empati ialah kemampuan seseorang untuk merasakan kalau seandainya menjadi orang lain, dapat memahami sesuatu yang sedang dialami orang lain, dapat merasakan apa yang dirasakan orang lain, dan dapat memahami sesuatu persoalan dari sudut pandang orang lain, melalui kacamata orang lain. Orang yang berempati mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka. Hakikat empati adalah: (a) Usaha masing-masing pihak untuk merasakan apa yang dirasakan orang lain; (b) Tumbuh kepedulian.

c. Sikap Mendukung (*Supportiveness*)

Untuk membangun dan menjaga komunikasi interpersonal dalam sesama pertemanan yang efektif terdapat sikap mendukung (*supportiveness*). Artinya masing-masing pihak yang berkomunikasi memiliki komitmen untuk mendukung terselenggaranya interaksi secara terbuka. Oleh karena itu respon yang relevan adalah respon yang bersifat spontan dan lugas, bukan respon bertahan dan berkelit. Pemaparan gagasan bersikap deskriptif naratif, bukan bersifat evaluatif. Sedangkan pola pengambilan keputusan bersifat akomodatif, bukan intervensi yang disebabkan rasa percaya diri yang berlebihan.

d. Sikap Positif (*Positiveness*)

Sikap positif (*positiveness*) ditunjukkan dalam bentuk sikap dan perilaku. Dalam bentuk sikap, maksudnya adalah bahwa pihak-pihak yang terlibat dalam komunikasi interpersonal harus memiliki perasaan dan pikiran positif bukan prasangka dan curiga. Dalam bentuk perilaku, artinya bahwa tindakan yang dipilih adalah yang relevan dengan tujuan komunikasi interpersonal, yaitu secara nyata membantu partner komunikasi untuk memahami pesan komunikasi, yaitu kita memberikan penjelasan yang memadai sesuai dengan karakteristik mereka. Sikap positif dapat ditunjukkan dengan (a) Menghargai orang lain; (b) Meyakini pentingnya orang lain; (c) Komitmen menjalin kerjasama.

e. Kesetaraan (*Equality*)

Kesetaraan (*equality*) ialah pengakuan bahwa kedua belah pihak memiliki kepentingan, kedua belah pihak sama-sama bernilai dan berharga, dan saling memerlukan. Kesetaraan yang dimaksud di sini adalah berupa pengakuan atau kesadaran, serta kerelaan untuk menempatkan diri setara dengan partner komunikasi. Dengan demikian dapat dikemukakan indikator kesetaraan meliputi (a) Menyadari akan adanya kepentingan yang berbeda; (b) Mengakui pentingnya kehadiran orang lain; (c) Suasana Komunikasi: akrab dan nyaman^[3].

2.1.2 Media Komunikasi

Media komunikasi merupakan sarana untuk melakukan memproduksi, mereproduksi, mendistribusikan atau menyebarkan dan menyampaikan informasi. Pada jaman modern saat ini, media komunikasi sangat berperan dalam kehidupan masyarakat. Proses komunikasi saat ini sangat canggih, dan teknologi komunikasi paling dicari untuk menyampaikan atau mengirimkan informasi ataupun berita karena teknologi telekomunikasi semakin berkembang, semakin cepat, tepat, akurat, mudah, murah, efektif dan efisien.

Media merupakan saluran pembawa pesan dari sender untuk sampai ke receiver. Media pula yang menerjemahkan pesan-pesan tersebut agar bisa di capai oleh khalayak^[6]. Canggara menyebut medium sebagai media yang merupakan alat yang digunakan untuk memindahkan pesan dari sumber kepada penerima^[7].

2.1.3 Media Sosial

Social Media atau media sosial adalah media yang kita gunakan untuk bersosialisasi. Secara terminologi, sosial adalah kebutuhan insting dari seorang individu untuk melakukan interaksi atau menciptakan hubungan dengan orang lain. Sebagai seorang individu, kita butuh untuk berhubungan dengan orang lain di sekitar kita untuk bertukar informasi, ide, dan pengalaman yang kita miliki. Media adalah sesuatu yang kita gunakan untuk melakukan komunikasi dengan individu lain yang ada disekitar kita. Media dapat berbentuk tulisan, audio, televisi, e-mail, websites, dan lain sebagainya. Jadi, media sosial adalah sebuah teknologi yang digunakan secara efektif untuk berkomunikasi dengan orang lain, membangun hubungan, membangun kepercayaan^[6]. Williamson menyebutkan media sosial adalah media yang didesain untuk

menyebarkan pesan melalui interaksi sosial, dan dibuat dengan teknik-teknik publikasi yang sangat mudah diakses^[8].

2.1.4 Instant Messaging Line

Aplikasi LINE menggunakan sistem nomor telepon seluler penggunanya sebagai basis untuk saling berhubungan. Aplikasi Line saat ini tersedia untuk gadget yang memiliki sistem operasional iOS dan Android. Aplikasi Line dapat diunduh secara gratis di *App Store* dan *Google Play*. LINE berbeda dari aplikasi IM lainnya, karena ada *emoticon* yang bervariasi. Ada Emoji yang menggambarkan kepala dengan bermacam ekspresi, lalu *emoticons* berupa susunan karakter teks yang juga membentuk ekspresi, serta ada *stickers*. *stickers* ini yang cukup unik untuk Line, karena gambar ikonnya lucu-lucu, berukuran besar dan lebih ekspresif^[9]. Sejak peluncuran pertamanya, pengguna Line di seluruh dunia mencapai 400 juta pengguna. Majalah SWA online menyebutkan bahwa pengguna Line kini digunakan lebih dari 170 juta pengguna aktif setiap bulannya. Jumlah pengguna aktif di Indonesia sebanyak 30 juta pengguna menempatkan negara Indonesia di posisi kedua pengguna Line terbanyak di dunia^[10].

Berkaitan dengan populernya aplikasi *instant messaging*, didukung dengan adanya fitur-fitur yang menarik dan membantu proses komunikasi interpersonal lebih efektif. Diantara fitur *instant messaging* Line yang sering digunakan adalah :

1. *Personal Chat*

Fitur ini merupakan fitur utama yang diberikan oleh Line sebagai sarana komunikasi dengan pengguna Line lainnya secara private. Dalam personal chat ini pengguna Line dapat melakukan percakapan secara bebas tentang apa saja.

2. *Share Foto atau Gambar*

Line memberikan fitur berbagai foto atau gambar baik secara personal melalui personal chat, ataupun melalui diskusi grup. Pada fitur ini pengguna diberikan pilihan untuk mengambil gambar atau foto secara langsung dengan kamera ataupun mengambil dari galeri.

3. *Free Call*

Dengan *Free Call* pengguna Line dapat menelpon pengguna Line lain dengan gratis karena menggunakan jaringan internet. Dengan cara memilih teman yang ingin ditelepon lalu pilih Panggil.

4. *Sticker*

Layaknya *emoticon*, *sticker* juga dapat digunakan untuk mengekspresikan sesuatu dengan bentuk dan gambar yang lebih besar, lebih lucu, dan lebih menarik.

5. *Timeline*

Line menyediakan fitur *timeline* yang bisa digunakan untuk bersosial media layaknya *timeline* di facebook.

6. Grup

Line menyediakan fitur grup agar pengguna dapat berbincang-bincang dengan pengguna Line lebih dari satu pengguna^[11].

2.1.5 Metode Penelitian

Metode penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode korelasional yang berusaha menjelaskan suatu permasalahan atau gejala tertentu. Metode penelitian bertujuan untuk menemukan ada tidaknya suatu hubungan. Apabila ada, seberapa erat hubungan serta berarti atau tidaknya suatu hubungan tersebut^[12].

Penelitian ini juga menggunakan metode survei dalam mengumpulkan datanya dengan menyebar angket atau kuesioner kepada responden. Menurut Sugiyono penelitian survey adalah penelitian yang dilakukan pada populasi besar maupun kecil, tetapi data yang dipelajari adalah data dari sampel yang diambil dari populasi tersebut, sehingga ditemukan kejadian-kejadian relative, distribusi, dan hubungan-hubungan antar variabel sosiologis maupun psikologis^[13]. Dalam metode survey penelitian ini bisa dimasukkan kedalam kategori observasi terstruktur yaitu observasi yang telah dirancang secara sistematis, tentang apa yang akan

diamati, kapan dan dimana tempatnya. Serta menggunakan instrument penelitian yang telah diuji dan reliabilitasnya berupa penyebaran angket atau kuesioner.

3. Pembahasan

3.1 Analisis Korelasi Pearson

Untuk mengetahui hubungan antara Penggunaan *Instant Messaging* Line dengan Efektifitas Komunikasi Interpersonal, digunakan analisis korelasi pearson. Analisis korelasi pearson digunakan untuk mengetahui kuat atau lemahnya hubungan antara variabel X dan Y. Berikut ini adalah hasil pengolahan software SPSS 22 untuk koefisien korelasi mengenai hubungan antara Penggunaan *Instant Messaging* Line dengan Efektifitas Komunikasi Interpersonal.

Model Summary^b

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,776 ^a	,602	,598	,39113

a. Predictors: (Constant), Penggunaan Instant messaging LINE

b. Dependent Variable: Efektifitas Komunikasi Interpersonal

Berdasarkan tabel di atas diperoleh nilai koefisien korelasi (r) sebesar 0,776, yang berarti terdapat hubungan yang kuat antara Penggunaan *Instant Messaging* Line dengan Efektifitas Komunikasi Interpersonal.

3.2 Koefisien Determinasi

Besarnya pengaruh Penggunaan *Instant Messaging* Line terhadap Efektifitas Komunikasi Interpersonal, ditunjukkan oleh koefisien determinasi dengan rumus sebagai berikut :

$$\begin{aligned}
 KD &= r^2 \times 100\% \\
 &= (0,776)^2 \times 100\% \\
 &= 0,602 \times 100\% \\
 &= 60,2\%
 \end{aligned}$$

Koefisien determinasi dari hasil perhitungan didapat sebesar 60,2%. Hal ini menunjukkan bahwa Penggunaan *Instant Messaging* Line memberikan pengaruh sebesar 60,2% terhadap Efektifitas Komunikasi Interpersonal, sedangkan sisanya sebesar 39,8% dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak diteliti.

3.3 Uji Hipotesis (Uji t)

Hasil uji hipotesis (uji-t) menyatakan bahwa, $r_{hitung} = 12,165 > r_{tabel} = 1985$, maka H_0 = penggunaan *instant messaging* Line tidak berpengaruh terhadap efektifitas komunikasi di kalangan mahasiswa ditolak, dan H_a = penggunaan *instant messaging* Line berpengaruh terhadap efektifitas komunikasi di kalangan mahasiswa diterima. Sehingga hipotesis yang diterima adalah penggunaan *instant messaging* Line berpengaruh terhadap efektifitas komunikasi di kalangan mahasiswa.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis data penelitian yang telah dilakukan, maka kesimpulan penelitian ini adalah:

Terdapat pengaruh penggunaan *instant messaging* Line terhadap efektifitas komunikasi interpersonal di kalangan mahasiswa Ilmu Komunikasi angkatan 2011 dan 2014 Fakultas Komunikasi dan Bisnis Universitas Telkom. Hasil uji hipotesis (uji-t) menyatakan bahwa, $r_{hitung} = 12,165 > r_{tabel} = 1985$, maka H_0 = penggunaan *instant messaging* Line tidak berpengaruh terhadap efektifitas komunikasi di kalangan mahasiswa ditolak, dan H_a = penggunaan *instant messaging* Line berpengaruh terhadap efektifitas komunikasi di kalangan mahasiswa diterima. Sehingga hipotesis yang diterima adalah penggunaan *instant messaging* Line berpengaruh terhadap efektifitas komunikasi di kalangan mahasiswa. Hasil korelasi diperoleh nilai (r) sebesar 0,776 yang berarti terdapat hubungan yang kuat antara penggunaan *instant messaging* Line dengan efektifitas komunikasi interpersonal. Hal ini ditunjukkan juga dengan besarnya koefisien determinasi 60,2%. Artinya, bahwa Penggunaan *Instant Messaging* Line memberikan pengaruh sebesar 60,2% terhadap Efektifitas Komunikasi Interpersonal, sedangkan sisanya sebesar 39,8% dapat dijelaskan oleh variabel lainnya yang tidak termasuk dalam penelitian ini.

Daftar Pustaka

[1] <http://official-blog.line.me/> diakses pada 2 Februari 2015

[2] Mulyana, Deddy. 2007. *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.

[3] AW, Suranto. 2011. *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Graha Ilmu.

- [4] DeVito, Joseph A. 2011. *Komunikasi Antar Manusia (edisi kelima)*. Tangerang: Kharisma Publishing Group.
- [5] Hidayat, Dasrun. 2012. *Komunikasi Antarpribadi dan Mediana: Fakta Penelitian Fenomenologi Orang Tua Karir dan Anak Remaja*. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- [6] Nasrullah, Rulli. 2014. *Teori dan Riset Media Siber (Cybermedia)*. Jakarta: Kencana.
- [7] Cangara, Hafied. 2003. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: PT. Raja Grafindo Persada.
- [8] Widjajanto, Kenmada. 2013. *Perencanaan Komunikasi: Konsep dan Aplikasi*. Bandung: Ultimius.
- [9] <http://www.tekno.kompas.com> diakses pada 11 April 2015).
- [10] <http://www.merdeka.com> diakses pada 4 Februari 2015.
- [11] Suryadi, Matius Tomy. 2014. *The Best Android Apps for Chatting*. Yogyakarta: Andi.
- [12] Arikunto. 2010. *Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktik*. Jakarta: PT Rineka Cipta.
- [13] Sugiyono. 2009. *Metode Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif dan R&D*. Bandung: Alfabeta