

Hubungan Kebutuhan Afiliasi dengan Komunikasi Interpersonal pada Remaja Pengguna Twitter

Sannyra Septhy Permana Putri, Sulisworo Kusdiyati

Prodi Psikologi, Fakultas Psikologi

Universitas Islam Bandung

Bandung, Indonesia

nyrasepthya@gmail.com

Abstract— The purpose of this study was to determine the relationship between the need for affiliation with interpersonal communication in Z generation adolescents using the Twitter social network. This study uses a quantitative approach with a correlational method. The measuring tool for Affiliation Needs uses the Affiliation Needs Scale from Yanica Nur Laila (2014) and the Interpersonal Communication measurement tool from Aldilla Firdausi (2014). The sampling technique used in this study was the Cluster Random Sampling method. The participants of this research were 358 high school students (SMA) who use twitter in Andir District, Bandung City. The data obtained is in the form of ordinal data using the Spearman rank correlation test. The results of this study indicate that there is a positive relationship between the need for affiliation and interpersonal communication. This means that the higher the need for affiliation, the higher the Interpersonal Communication among adolescent users of the Twitter social network. Suggestions in this study are expected for adolescents to use twitter more deeply when posting personal things, to be more active in class in order to hone their interpersonal communication skills, and to seek new experiences to expand their relationships in order to meet affiliation needs.

Keywords— *Adolescent, Affiliation Needs, Interpersonal Communication, Twitter.*

Abstrak— Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan antara kebutuhan afiliasi dengan komunikasi interpersonal pada remaja generasi Z pengguna jejaring sosial twitter. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode korelasional. Alat ukur Kebutuhan Afiliasi menggunakan Skala Kebutuhan Afiliasi dari Yanica Nur Laila (2014) dan alat ukur Komunikasi Interpersonal dari Aldilla Firdausi (2014). Teknik sampling yang digunakan dalam penelitian ini menggunakan metode Cluster Random Sampling. Partisipan penelitian ini adalah remaja pelajar sekolah menengah atas (SMA) pengguna twitter yang berada di Kecamatan Andir Kota Bandung sebanyak 358 orang. Data yang diperoleh berupa data ordinal dengan menggunakan uji korelasi *rank Spearman*. Hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang positif antara kebutuhan afiliasi dengan komunikasi interpersonal. Artinya semakin tinggi Kebutuhan Afiliasi, maka semakin tinggi pula Komunikasi Interpersonal pada remaja pengguna jejaring sosial twitter. Saran dalam penelitian ini diharapkan bagi para remaja lebih dalam menggunakan twitter ketika memposting hal yang bersifat pribadi, dapat lebih aktif saat dikelas agar mengasah kemampuan komunikasi interpersonalnya, dan mencari pengalaman-pengalaman baru untuk memperluas

relasi hubungannya agar dapat memenuhi kebutuhan afiliasi.

Kata Kunci— *Kebutuhan Afiliasi, Komunikasi Interpersonal, Remaja, Twitter.*

I. PENDAHULUAN

Salah satu bidang ilmu teknologi yang berkembang pesat saat ini adalah teknologi komunikasi. Terjadi perubahan dalam bentuk komunikasi dari komunikasi tatap muka secara langsung menjadi komunikasi *virtual* yang termediasi oleh adanya teknologi khususnya internet. Hal ini terlihat jelas ketika pandemic covid-19 ini melanda Indonesia. Pemerintah melakukan upaya *lock down*. Dimana mengharuskan sebuah wilayah menutup akses masuk maupun keluar sepenuhnya. Masyarakat tidak dapat lagi keluar rumah dan berkumpul, sementara semua transportasi dan kegiatan perkantoran, sekolah, maupun ibadah akan dinonaktifkan. Sehingga menyebabkan suatu perubahan dalam kehidupan sehari-hari yang kini mengharuskan masyarakat melakukan berbagai aktivitas dari rumah.

Di tengah kegelisahan pandemi covid-19, perusahaan komunikasi justru ditantang mampu menyediakan layanan yang baik bagi masyarakat. Sebab pandemi membuat transformasi digital menjadi semakin cepat. Menyebabkan intensitas penggunaan jejaring sosial yang semakin tinggi pada kalangan remaja, khususnya jejaring sosial twitter sebagai salah satu media penyaluran untuk berkomunikasi selama terjadinya pandemi covid-19. Twitter merupakan jaringan informasi secara *real-time* dimana penggunaanya dapat terhubung dengan suatu hal menarik bagi pemakainya (Twitter.com, 2020). Berbeda dengan tahun-tahun sebelumnya twitter kembali dengan fitur yang lebih *up to date*. Twitter kini resmi memberi penggunaanya batasan kicauan dengan ketikan hingga 280 karakter atau biasa disebut "tweet" (Kompas, 2018).

Salah satu faktor yang mempengaruhi intensitas penggunaan jejaring sosial Twitter pada remaja berasal dari dalam diri remaja itu sendiri, yakni adanya kebutuhan mereka untuk berafiliasi. Menurut Kilamanca (2010) penggunaan jejaring sosial semakin populer di kalangan remaja dalam memperluas hubungan interpersonalnya untuk memenuhi kebutuhan afiliasi. Pemenuhan untuk kebutuhan afiliasi membutuhkan hubungan yang hangat dan akrab dengan orang lain (Santoso, 2011).

Meskipun pengguna twitter dalam membangun hubungan interpersonal individu dapat bebas untuk menunjukkan berbagai perasaan, pengalaman dan pengetahuan di antara pengguna lainnya. Namun, menurut penelitian yang dilakukan Sarchan (2013) intensitas komunikasi menggunakan twitter yang berlebihan dapat menjadikan penggunaannya kecanduan akibat kesenangan yang mereka dapatkan, seseorang dengan intensitas komunikasi tinggi dalam menggunakan twitter maka akan membuat semakin rendah intensitas komunikasi tatap muka secara langsung. Hal tersebut didukung oleh penelitian yang dilakukan Nurmada (2013) pada remaja pengguna jejaring sosial yang intensitasnya tinggi di Jakarta kerap memutuskan komunikasi secara langsung dengan keluarga dan teman sebaya di dunia nyata. Dari penelitian ini terlihat bahwa penurunan komunikasi secara langsung dengan orang-orang yang berada disekitar disebabkan dari penggunaan jejaring sosial yang berlebihan, sehingga seorang remaja yang memiliki intensitas tinggi dalam menggunakan twitter memiliki efek negatif yang menyebabkan komunikasi interpersonal secara langsung menjadi rendah (A'inindya, 2018).

Hasil pra-survey yang dilakukan oleh peneliti sebelum covid-19 melanda Indonesia, didapatkan fakta beberapa remaja kurang menyukai berkomunikasi secara langsung karena hal tersebut membuat mereka kurang nyaman ketika mengungkapkan pendapat karena takut salah berbicara, takut tidak didengarkan oleh teman-temannya, dan takut terhadap kritikan secara langsung oleh karena itu twitter lebih digemari sebagai sarana komunikasi. Adanya penggunaan jejaring sosial yang berlebihan pada twitter juga secara tidak sadar telah mengabaikan aktifitas sosial dan waktu luangnya untuk bersosialisasi bersama keluarga maupun dengan teman sebayanya di dunia nyata. Namun, terdapat juga beberapa remaja yang menyatakan meskipun mereka menggunakan twitter sebagai sarana berkomunikasi secara tidak langsung tetapi mereka tetap menjalin komunikasi interpersonal yang baik dengan keluarga maupun dengan *peer group* nya di sekolah. Menurut para remaja, dari twitter mereka dapat berbagai macam informasi terkini terkait dengan apa yang sedang remaja generasi Z gemari dan juga dengan menggunakan jejaring sosial twitter dalam sarana berkomunikasi mereka dipermudah dalam memperluas jaringan pertemanannya secara *online* untuk memenuhi kebutuhan afiliasinya. Mereka dapat menemukan teman secara *online* yang memiliki minat yang sama dengan dirinya lalu membentuk sebuah *peer group* melalui twitter.

Berdasarkan latar belakang yang telah diuraikan, maka perumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut: "Hubungan Kebutuhan Afiliasi Dengan Komunikasi Interpersonal Pada Remaja Pengguna Twitter"

II. LANDASAN TEORI

A. Kebutuhan Afiliasi (*Affiliation Needs*)

McClelland (1953) berpendapat bahwa kebutuhan afiliasi adalah kebutuhan akan kehangatan dan dukungan dalam kaitannya dengan orang lain. Hal ini mengakibatkan berperilaku langsung dalam hubungan yang akrab dengan orang lain. Kebutuhan afiliasi adalah kecenderungan untuk membentuk persahabatan dan bersosialisasi, berinteraksi erat dengan orang lain, untuk bekerja sama dan berkomunikasi dengan orang lain dengan cara yang ramah, dan jatuh cinta. Selain kebutuhan afiliasi merupakan kebutuhan dasar untuk menemukan dan memelihara hubungan interpersonal.

Aspek-aspek Kebutuhan Afiliasi menurut McClelland (1953) orang yang mempunyai kebutuhan afiliasi tinggi aspek-aspeknya sebagai berikut:

1. Lebih suka bersama orang lain daripada sendirian. Individu yang membutuhkan afiliasi tinggi lebih memilih bersama-sama dengan teman-temannya. Hal itu didasarkan karena manusia adalah makhluk sosial.
2. Sering berinteraksi dengan orang lain. Kecenderungan individu untuk mencari lingkungan baru dan memperbanyak teman-teman secara otomatis membuat orang dengan afiliasi tinggi perlu lebih banyak interaksi dengan orang lain atau senang untuk *hang out* atau bergaul bersama.
3. Ingin disukai dan diterima oleh orang lain. Individu dengan kebutuhan tinggi untuk afiliasi bersemangat mengakui keberadaan mereka. Hal ini terjadi karena dorongan keinginan remaja adalah untuk mendapatkan pengakuan dari orang lain dan untuk meningkatkan harga diri.
4. Menyenangkan hati orang lain. Salah satu keinginan individu untuk mendapatkan pengakuan dari lingkungan di mana ia berada atau kelompoknya. Untuk memenuhi afiliasi tinggi ini remaja perlu berusaha untuk menjadi orang yang menyenangkan bagi orang lain.
5. Menunjukkan dan memelihara sikap setia terhadap teman. Karena kebutuhan individu untuk diakui, dihargai dan tergantung pada kelompok, menyebabkan individu yang memiliki motif afiliasi tinggi memiliki rasa takut kehilangan yang secara otomatis membuat seseorang menjadi setia pada temannya.
6. Mencari persetujuan dan kesepakatan orang lain. Ketika orang dihadapkan dengan masalah, dalam hal mengambil sikap dan memutuskan, individu dengan kebutuhan tinggi untuk afiliasi selalu membutuhkan orang lain untuk menyelesaikannya.

B. Komunikasi Interpersonal (*Interpersonal Communication*)

De Vito (2011) mengemukakan komunikasi interpersonal merupakan pengiriman pesan-pesan dari seseorang dan diterima oleh orang lain atau sekelompok orang dengan efek dan umpan balik yang sedang berlangsung. Selain itu, De Vito mengemukakan

komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang dilakukan antara dua orang atau lebih yang menjalin hubungan.

Menurut DeVito (2011) terdapat lima aspek dalam komunikasi interpersonal yang efektif.

1. *Openness* (Keterbukaan). Mengakui bahwa perasaan dan pikiran yang kitalontarkan adalah memang milik kita dan anda bertanggungjawab atasnya. Artinya tiap pihak bersedia membuka diri atau membagi informasi tentang dirinya yang biasanya dirahasiakan, dan juga bersedia mendengarkan pesan dari lawan bicara secara terbuka dan merespon dengan jujur. Tidak ada yang disembunyikan.
2. *Empathy* (Empati). Empati sebagai kemampuan seseorang untuk 'mengetahui' apa yang sedang dialami orang lain pada suatu saat tertentu, dari sudut pandang orang lain itu. Orang yang empati mampu memahami motivasi dan pengalaman orang lain, perasaan dan sikap mereka, serta harapan dan keinginan mereka untuk masa mendatang.
3. *Supportiveness* (Sikap Mendukung). Hubungan interpersonal yang efektif adalah hubungan dimana terdapat sikap mendukung. Komunikasi yang terbuka dan empatik tidak dapat berlangsung dalam suasana yang tidak mendukung. Terdiri dari dukungan yang terucap maupun yang tidak terucap, seperti senyuman atau anggukan kepala. Memperlihatkan sikap mendukung dengan bersikap : deskriptif bukan evaluatif, spontan bukan strategik, dan provisional bukan sangat yakin.
4. *Positiveness* (Sikap positif). Ketika mengkomunikasikan sikap positif dalam komunikasi interpersonal terbina jika seseorang memiliki sikap positif terhadap diri mereka sendiri. Perasaan positif untuk situasi komunikasi pada umumnya sangat penting untuk interaksi yang efektif.
5. *Equality* (Kesetaraan). Komunikasi interpersonal yang efektif ditentukan oleh kesamaan-kesamaan yang dimiliki oleh pelakunya. Seperti nilai, sikap, watak, perilaku, kebiasaan, pengalaman, dan sebagainya.

III. HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Korelasi Antara Kebutuhan Afiliasi (Variabel 1) dengan Komunikasi Interpersonal (Variabel 2)

Berikut adalah penelitian mengenai hubungan antara Kebutuhan Afiliasi dengan Komunikasi Interpersonal pada remaja pengguna twitter, yang diuji menggunakan teknik analisis korelasi Rank Spearman. Analisis data menggunakan *Statistical Program for Social Science* (SPSS). Hasil pengujian dijelaskan pada tabel 4.1

Tabel 4.1
Uji Kolerasi Kebutuhan Afiliasi dengan Komunikasi Interpersonal Correlations

Spearman's rho	Kebutuhan afiliasi	Komunikasi interpersonal
Correlation Coefficient	.329**	.329**
Sig. (2-tailed)	.000	.000
N	358	358

** Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Dari tabel di atas, dapat diketahui bahwa berdasarkan hasil perhitungan antara korelasi kedua variabel Hipotesis H0 ditolak atau Hipotesis H1 diterima. Artinya terdapat hubungan antara kebutuhan afiliasi dengan komunikasi interpersonal. Diperoleh nilai signifikansi 0.00 karena nilai signifikansi $0.00 < 0.05$. Kolerasi koefisien yang didapatkan adalah 0.329 menunjukkan bahwa hubungan antara Kebutuhan Afiliasi dan Komunikasi Interpersonal bersifat hubungan yang positif. Artinya semakin tinggi Kebutuhan Afiliasi, maka semakin tinggi pula Komunikasi Interpersonal pada remaja pengguna twitter.

Mayoritas pengguna jejaring social twitter pada remaja di kecamatan andir kota bandung berjenis kelamin perempuan yaitu sebanyak 242 orang atau 68% dan sisanya berjenis kelamin laki-laki yaitu sebanyak 116 orang atau 32%. Barker (2009) melakukan studi terhadap dua jenis kelamin hasil dari studi menyatakan perempuan mempunyai tingkat *self esteem* yang lebih tinggi dibandingkan pria. Sejalan oleh studi dilakukan oleh Thellwall, Wilkinson, & Uppal (2010) menyatakan perempuan melakukan timbal balik akan komentar positif dari jejaring sosial media dibandingkan dengan pria. Hal ini yang membuat perempuan lebih menikmati dan merasa percaya diri untuk menggunakan jejaring sosial media. Nantinya mengakibatkan perempuan lebih sering menggunakan jejaring sosial media keterusan banding pria.

Selanjutnya, dari rentang usia 15-18 tahun terlihat lebih banyak remaja pada usia 17 tahun dalam mengakses twitter yaitu sebesar 33%. Adapun dari rilis resmi APJII yang diterima Okezone (2018) pengguna internet terbanyak di Indonesia ada pada kalangan urisa usia 15 hingga 18 tahun sebesar 91%. Tidak heran apabila banyak para remaja generasi Z yang menggunakan jejaring sosial twitter sebagai media atau sarana dalam berkomunikasi untuk memenuhi kebutuhan afiliasinya. Dimana para remaja mengadakan hubungan sosial. Karena sejak kecil generasi Z sudah memiliki keinginan yang kuat untuk hidup di dunia maya sehingga generasi Z memiliki kelebihan dalam membangun percakapan atau membangun komunitas dengan *stranger* atau orang yang sama sekali belum bertemu secara langsung. Generasi Z memiliki sikap mudah bergaul dan kolaboratif dalam dunia digital terutama ketika menggunakan jejaring sosial Twitter sebagai sarana berkomunikasi (Salleh, Mahbob & Baharudin, 2017).. Karena dari jejaring sosial twitter mereka dapat dipermudah dalam memperluas jaringan pertemanannya secara *online* untuk memenuhi kebutuhan afiliasinya. Bahkan para remaja

generasi Z ini bisa mendapatkan teman secara *online* tanpa harus bertemu secara langsung.

Sampai saat ini pengguna aktif internet di Indonesia terbilang sangatlah tinggi. internet sudah dapat digunakan oleh kalangan masyarakat manapun untuk berbagai keperluan. Studi yang dilakukan UNICEF dengan komiinfo pada tahun 2017 mengungkapkan bahwa 52% remaja di Indonesia menggunakan handphone untuk mengakses internet, disusul 34% yang menggunakan laptop, dan hanya 4% yang mengakses melalui tablet, 10% hanya menggunakan video game. Maka tak heran apabila para remaja pengguna jejaring social twitter di kecamatan andir kota bandung pun mayoritas menggunakan *handphone* untuk mengakses jejaring social twitter.

Dari hasil data yang penelitian dapatkan menunjukan remaja pengguna jejaring sosial twitter mempunyai tingkat afiliasi yang tinggi sebesar 72% . Dimana individu yang mempunyai kebutuhan afiliasi tinggi menurut McClelland diartikan sebagai remaja yang berusaha untuk memelihara serta membangun hubungan sosial yang hangat dan komunikasi yang baik dengan dunia luar sebagaimana hasil wawancara. Meskipun, mereka menggunakan twitter tetapi mereka tetap menjaga kualitas hubungan dan tetap berkomunikasi dengan baik dengan orang tua dan *peer group*-nya. Memiliki sikap saling memahami antar individu remaja kerap kali bercerita saling mendegarkan keluh kesah temannya memahami permasalahan teman-temannya, peduli terhadap orang lain dan membantu orang dalam kesusahan dapat dilihat dari sikap keseharian mereka yang sennatiasa membantu pekerjaan orang tua di rumah maupun membantu adik mengerjakan PR. Faktor kebutuhan afiliasi mendukung besar remaja dalam penggunaan twitter yang didukung oleh masa perkembangan mereka dituntut untuk bersosialisasi dan membina relasi yang baik dengan dlingkungannya.

Berdasarkan pada hasil penelitian yang dilakukan oleh Aridarmaputri, Akbar, dan Yunairrahmah (2015) dimana hasil penelitian tersebut menyatakan bahwa tidak memiliki hubungan antara twitter dengan kebutuhan afiliasi pada remaja Kota Kalimantan. Remaja dengan motif afiliasi yang besar justru semakin sering dan senang berinteraksi secara langsung dengan lingkungannya daripada menghabiskan waktunya untuk berinteraksi melalui jejaring sosial. Sehingga penggunaan jejaring sosial Twitter semakin rendah.

Penelitian tersebut terbukti pada remaja pengguna jejaring sosial twitter di Kecamatan Andir Kota Bandung. Ketika pandemi covid-19 menyerang Indonesia pemerintah melakukan masa karantina. Banyak sarana pendidikan bahkan fasilitas umum yang dihentikan kegiatannya oleh pemerintah. Sehingga menyebabkan para remaja diharuskan untuk belajar di rumah selama masa karantina. Para remaja tidak dapat bertemu teman-temannya karena adanya peraturan pemerintah terkait *social distancing*. Dengan kebutuhan afiliasi yang tinggi namun tidak dapat berinteraksi secara langsung hal itulah yang membuat para remaja memberi perhatian, minat yang tinggi, penghayatan

serta merasa sangat menikmati ketika sedang mengakses jejaring social twitter.

Pada penelitian yang dilakukan terhadap remaja di Ciamis, Jawa barat oleh Nurhadi (2017) Hasil penelitian, menunjukkan motif penggunaan twitter pada remaja terbagi menjadi dua, yaitu motif karena dan motif untuk. Motif karena menggunakan media twitter yaitu perkembangan lingkungan pergaulan dan teknologi, mudah digunakan, hiburan, penyampaian serta penerimaan pesan cepat, dan tidak terbatas ruang dan waktu. Hal tersebutlah yang dapat menjadikan faktor alasan mengapa twitter lebih di gemari menjadi penyaluran kebutuhan afiliasi para remaja tersebut. Dapat dilihat kini twitter menjadi media alternative setelah para pendahulunya seperti radio, televisi dan koran. Penyebutan sebagai media alternatif ini bukan tanpa bukti. Para penggunanya yang semakin besar juga diwujudkan dalam keaktifan mereka dalam mentweet kegiatan sehari-hari. Bahkan tidak jarang para follower mengetahui berita tentang seseorang dari twitter (Zukhrufillah, 2018).

Begitupula dengan hasil data komunikasi interpersonal yang dimiliki oleh remaja pengguna jejaring social twitter di kecamatan andir kota bandung yaitu sebesar 55% masuk dalam klasifikasi tinggi dan 45% klasifikasi sedang, dari kedua data tersebut menunjukkan tidak ada yang memiliki tingkat komunikasi interpersonal yang rendah atau sebesar 0%. Komunikasi interpersonal menurut Devito (2011) merupakan penghubung untuk setiap individu dalam agar dapat bertukar pesan. Maka dari itu, remaja dengan tingkat klasifikasi komunikasi interpersonal tinggi adalah remaja yang senantiasa berbagi perasasan, wawasan, dan dapat membina relasi yang kuat, hangat dan baik antar individu pada masyarakat di lingkungannya. Remaja dengan tingkat kalsifikasi Komunikasi interpersonal yang tinggi juga sering memunculkan rasa memamahi yang dalam atau dapat saling mempengaruhi antara seorang dengan orang lain. Dari situlah mereka dapat membangun sutau hubungan social yang memiliki stimulasi positif agar tetap mempertahankan hubungan social tersebut. Pada penelitian yang dilakukan terhadap remaja di Ciamis, Jawa barat oleh Nurhadi (2017) Hasil penelitian, menunjukkan motif penggunaan twitter pada remaja terbagi menjadi dua, yaitu motif karena dan motif untuk. Motif untuk yaitu mendapatkan informasi yang up to date, menunjukkan eksistensi diri, menjadikan mediasosial untuk berbisnis, serta mencari relasi dan mencari teman baru. Pengalaman komunikasi terbagi menjadi dua, yaitu komunikasi positif dan pengalaman komunikasi negatif. Pengalaman komunikasi positif menggambarkan jangkauan twitter lebih luas, media promosi dan informasi. Pengalaman komunikasi negatif banyaknya postingan, kebebasan konten lebih buruk, terjadi pembunuhan karakter serta etika berkomunikasi yang kurang baik. Interaksi sosial yang terjadi yaitu keefektifan pertukaran pesan, kesamaan ketertarikan, serta memberikan pemikiran baru.

Dari seluruh hasil penelitian yang peneliti peroleh maka penelitian ini selaras dengan hipotesis penelitian. Peneliti juga mengkonfirmasi bahwa studi ini sesuai dengan hasil

studi terdahulu yang sudah pernah dilakukan Aridarmaputri, Akbar, dan Yunairrahmah (2015) yang mana literatur tersebut menjadi acuan dari studi ini. Data tersebut juga sejalan dengan penelitian Bagus Tri Setia (2015) yang peneliti jadikan sebagai acuan kedua. Penelitian ini menyatakan bahwa kebutuhan afiliasi pada setiap individu mempengaruhi seseorang tersebut untuk berkomunikasi interpersonal. Artinya semakin tinggi kebutuhan afiliasi maka akan semakin tinggi pula komunikasi interpersonal pada remaja karena individu yang membina relasi dengan orang lain pasti melakukan komunikasi secara langsung dengan lingkungannya tersebut.

IV. KESIMPULAN

Berdasarkan pembahasan dalam penelitian ini, peneliti menyimpulkan beberapa hasil penelitian sebagai berikut:

1. Terdapat hubungan yang positif antara Kebutuhan Afiliasi dengan Komunikasi Interpersonal pada remaja pengguna jejaring social Twitter di Kecamatan Andir Kota Bandung. Hal tersebut menunjukkan bahwa semakin tinggi Kebutuhan Afiliasi, maka semakin tinggi pula Komunikasi Interpersonal pada remaja pengguna jejaring social Twitter di Kecamatan Andir Kota Bandung. Maka dapat dikatakan bahwa hipotesis penelitian diterima.
2. Dalam variable kebutuhan afiliasi, Remaja pengguna jejaring social Twitter di kecamatan andir kota bandung secara keseluruhan memiliki tingkat kebutuhan afiliasi yang tinggi dapat dilihat dari 358 orang sebanyak 259 (72%).
3. Dalam variable Komunikasi Interpersonal, Remaja pengguna jejaring social Twitter di kecamatan andir kota bandung rata-rata memiliki kebutuhan afiliasi yang tinggi dan sebanyak 198 orang (55%).

V. SARAN

A. Saran Teoritis

1. Untuk menganalisis lebih dalam faktor-faktor lain yang dapat mempengaruhi kebutuhan afiliasi remaja sehingga dapat mempengaruhi komunikasi interpersonal pada lingkungan sosialnya. Selain itu, dapat juga menggunakan variabel lain untuk mencari pengaruhnya terhadap komunikasi interpersonal pada remaja.
2. Hendaknya untuk penelitian selanjutnya memperluas kajian komunikasi interpersonal dengan menambah jejaring sosial lain yang akan diteliti yaitu tidak hanya twitter.

B. Saran Praktis

1. Untuk Para remaja hendaknya dapat lebih bijak dalam bermain jejaring sosial terutama twitter ketika memposting hal-hal yang bersifat pribadi

agar tidak disalahgunakan oleh oknum-oknum yang tidak bertanggung jawab.

2. Mencari pengalaman baru dengan mengikuti kegiatan sosial dimana mereka dapat memenuhi kebutuhan afiliasi mereka dengan lingkungan yang baru. Dapat memperluas relasi sosial para remaja serta dapat melatih komunikasi para remaja pada lingkungannya yang dapat diterapkan di kehidupan sehari-hari.
3. Remaja lebih aktif saat di kelas atau mengikuti organisasi maupun kegiatan acara di sekolah agar lebih mengasah dan meningkatkan kemampuan komunikasi interpersonal yang dimiliki.
4. Diharapkan dapat menggunakan masa karantina ditengah wabah pandemic covid-19 ini dengan baik dengan cara lebih banyak meluangkan waktu untuk berkomunikasi dengan keluarga agar dapat terbiasa untuk lebih terbuka dengan orang tua sehingga hubungan komunikasi anak dan orangtua dapat berjalan dengan baik.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] Aridarmaputri, G. S., Akbar, S. N., & Yunairrahmah, E. (2015). *Pengaruh jejaring Sosial Terhadap Kebutuhan Afiliasi Remaja di Program Studi Psikologi Fakultas Kedokteran Universitas Lambung Mangkurat*. Kalimantan.
- [2] Barker, V. (2009). Older Adolescents motivations for social network site use: *The influence of gender, group identity, and collective self-esteem*. *Cyberpsychology & Behavior*, 12, 209-2013
- [3] Devito, A. Joseph. (2011). *Hubungan Antar Manusia Edisi Kelima*, Jakarta: Karisma Publishing Group.
- [4] Laksana, Bagus Tri Setia.(2015). *Korelasi Antara Komunikasi Interpersonal dengan Kebutuhan Afiliasi pada Remaja di MTs Darul Ulum Waru-Sidoarjo*. Surabaya.
- [5] McClelland, D.C., Atkinson, J.W, Clark, R.A., & Lowell, E.L.(1953). *The achievement motive*. New York: Appleton-Century-Crofts.
- [6] Nurhadi F, Z. (2017). Model Komunikasi Sosial Remaja Melalui Media Twitter. *Jurnal ASPIKOM*, Volume 3 Nomor 3, Juli 2017, hlm 539-549.
- [7] Santrock, J. W. (2007). *Adolescence Perkembangan Remaja*. Jakarta: Erlangga.
- [8] Salleh, M. S. M., Mahbob, N. N., & Baharudin, N. S. (2017). *Overview of "Generation Z" Behavioural Characteristic and its Effect towards Hostel*
- [9] Thelwall, M., Wilkinson, D., & Uppal, S. (2010). Data mining emotion in social network communication: Gender differences in myspace. *Journal of the American Society for Information Science and Technology*, 61, 190-199
- [10] Zukhrufillah, I. (2018). *Gejala Media Sosial Twitter Sebagai Media Sosial Alternatif*. Al-I'lam; *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, Vol. 1 No 2, March 2018, pp. 102-109