

Pengaruh Intensitas Penggunaan Whatsapp Group Terhadap Kedekatan Sosial Generasi-Z Di Kota Surakarta

Aurelia Retno Wulan¹, Clarinsa Hanin Hermawan^{2*}, Ismail³

^{1,2,3}Fakultas Ilmu Komunikasi dan Multimedia, Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Mercu Buana, Yogyakarta, Indonesia

Email: ¹aureliaretnow22@gmail.com, ^{2*}clarinsahaninn@gmail.com, ³imarjuki666@gmail.com
(* : coresponding author)

Abstrak – Perkembangan teknologi digital telah mengubah pola komunikasi sosial, khususnya di kalangan Generasi Z yang tumbuh sebagai digital natives. Salah satu media komunikasi yang paling dominan digunakan adalah Grup WhatsApp, yang memungkinkan interaksi cepat, masif, dan berkelanjutan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh intensitas penggunaan Grup WhatsApp terhadap kedekatan sosial Generasi Z di Kota Surakarta. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan paradigma positivistik. Data dikumpulkan melalui kuesioner berbasis skala Likert yang disebarluaskan secara daring kepada 100 responden Generasi Z yang aktif menggunakan Grup WhatsApp, dengan teknik *purposive sampling*. Variabel independen dalam penelitian ini adalah intensitas penggunaan Grup WhatsApp yang diukur melalui indikator perhatian, durasi, frekuensi, dan penghayatan, sedangkan variabel dependen adalah kedekatan sosial yang diukur menggunakan tahapan teori penetrasi sosial. Analisis data dilakukan menggunakan uji normalitas, uji linearitas, korelasi Pearson, dan regresi linier sederhana. Hasil penelitian diharapkan dapat menunjukkan adanya pengaruh positif dan signifikan antara intensitas penggunaan Grup WhatsApp terhadap kedekatan sosial Generasi Z. Penelitian ini memberikan kontribusi teoritis dalam kajian komunikasi digital serta manfaat praktis bagi pemahaman pola interaksi sosial generasi muda di era digital.

Kata Kunci: Grup WhatsApp; Intensitas Penggunaan; Kedekatan Sosial; Generasi Z; Komunikasi Digital

Abstract – *The development of digital technology has changed social communication patterns, especially among Generation Z, who have grown up as digital natives. One of the most dominant means of communication is WhatsApp Group, which enables fast, massive, and continuous interaction. This study aims to determine the effect of the intensity of WhatsApp Group usage on the social closeness of Generation Z in Surakarta City. The study uses a quantitative approach with a positivistic paradigm. Data were collected through a Likert scale-based questionnaire distributed online to 100 Generation Z respondents who actively use WhatsApp Groups, using purposive sampling techniques. The independent variable in this study is the intensity of WhatsApp Group usage, measured through indicators of attention, duration, frequency, and immersion, while the dependent variable is social closeness, measured using the stages of social penetration theory. Data analysis was conducted using normality tests, linearity tests, Pearson's correlation, and simple linear regression. The research results are expected to show a positive and significant influence between the intensity of WhatsApp Group usage and the social closeness of Generation Z. This study provides theoretical contributions to the study of digital communication as well as practical benefits for understanding the social interaction patterns of the younger generation in the digital era.*

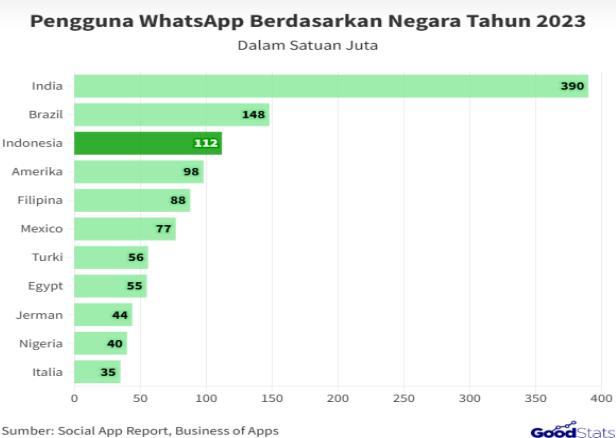
Keywords: WhatsApp Group; Intensity of Use; Social Closeness; Generation Z; Digital Communication

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang signifikan dalam pola komunikasi sosial masyarakat modern. Transformasi ini tidak hanya memengaruhi cara individu berinteraksi, tetapi juga membentuk pola relasi sosial yang baru, khususnya di kalangan generasi muda. Salah satu kelompok yang paling terdampak oleh perkembangan teknologi komunikasi adalah Generasi Z, yaitu generasi yang lahir dan tumbuh di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital dan internet. Generasi ini dikenal sebagai kelompok yang sangat akrab dengan teknologi serta menjadikan media digital sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari, baik dalam berkomunikasi maupun membangun hubungan sosial.

Dalam konteks komunikasi digital, aplikasi pesan instan menjadi salah satu media yang paling dominan digunakan oleh Generasi Z. WhatsApp merupakan aplikasi pesan instan yang memiliki tingkat penggunaan sangat tinggi secara global. Berdasarkan laporan Business of Apps (2023), jumlah pengguna WhatsApp di dunia terus mengalami peningkatan dari tahun ke tahun dan pada tahun 2023 hampir mencapai 2,5 miliar pengguna yang tersebar di lebih dari 100 negara.

Tingginya jumlah pengguna ini menunjukkan bahwa WhatsApp telah menjadi salah satu platform komunikasi utama di era digital, baik untuk komunikasi personal maupun kelompok.



Gambar 1. Penggunaan WhatsApp 2023

Indonesia sebagai salah satu negara dengan jumlah penduduk terbesar di dunia juga menjadi pasar utama bagi WhatsApp. Data yang dirilis oleh Goodstats.id menunjukkan bahwa pada tahun 2023 jumlah pengguna WhatsApp di Indonesia mencapai sekitar 112 juta pengguna, sehingga menempatkan Indonesia pada peringkat ketiga sebagai negara dengan jumlah pengguna WhatsApp terbanyak di dunia (Prasastiwi, 2024). Tingginya penetrasi WhatsApp di Indonesia menjadikan aplikasi ini tidak hanya digunakan untuk komunikasi dengan keluarga dan kerabat, tetapi juga dimanfaatkan dalam berbagai bidang seperti pendidikan, bisnis, organisasi, hingga layanan publik (Bustomi et al., 2023). Bahkan, banyak operator seluler yang menyediakan paket data khusus WhatsApp, sehingga semakin memperkuat posisi aplikasi ini sebagai kebutuhan komunikasi modern.

Dominasi penggunaan WhatsApp juga sangat terlihat di kalangan Generasi Z. Berdasarkan laporan *Indonesia Gen Z Report* yang dirilis oleh *IDN Research Institute*, WhatsApp tercatat sebagai aplikasi messenger paling populer di kalangan Generasi Z dengan tingkat penggunaan mencapai 92% dari total responden yang disurvei (Yonatan, 2025). Persentase tersebut jauh melampaui aplikasi pesan instan lain seperti Discord dan Line. Temuan ini mengindikasikan bahwa WhatsApp memiliki peran yang sangat sentral dalam aktivitas komunikasi Generasi Z, baik untuk kepentingan akademik, organisasi, maupun interaksi sosial sehari-hari.

Salah satu fitur WhatsApp yang paling sering digunakan oleh Generasi Z adalah *WhatsApp Group*. Fitur ini memungkinkan komunikasi yang bersifat real-time, cepat, dan melibatkan banyak individu dalam satu ruang komunikasi virtual. *WhatsApp Group* menjadi alternatif modern yang dinilai lebih efektif dibandingkan metode komunikasi tradisional, seperti pengumuman lisan atau media cetak. Pada masa pandemi COVID-19, ketika interaksi fisik sangat dibatasi, WhatsApp Group berperan penting dalam menjaga komunikasi dan kohesi sosial di tingkat komunitas. Penelitian yang dilakukan oleh Rahardjo dan Wibowo (Rahardjo, D., & Wibowo, 2020) menunjukkan bahwa komunikasi melalui *WhatsApp Group* dapat meningkatkan solidaritas sosial serta membantu meminimalkan disinformasi apabila dikelola dengan baik.

Meskipun demikian, penggunaan *WhatsApp Group* juga memiliki sejumlah tantangan. Salah satu permasalahan yang kerap muncul adalah dominasi komunikasi satu arah. Dalam banyak kasus, *WhatsApp Group* hanya dimanfaatkan sebagai media penyampaian informasi oleh admin atau beberapa anggota tertentu, sementara anggota lainnya cenderung pasif dan kurang terlibat dalam diskusi. Penelitian Suwarno (Suwarno, 2025) menunjukkan bahwa penggunaan *WhatsApp Group* yang tidak diimbangi dengan partisipasi aktif anggota dapat menurunkan efektivitas komunikasi dalam suatu komunitas. Hal ini diperkuat oleh temuan Prasetya dan Nugroho (Prasetya, D., & Nugroho, 2020) yang menyatakan bahwa lebih dari 65% konten komunikasi dalam *WhatsApp Group* pada tingkat komunitas RT didominasi oleh admin atau pengurus lingkungan. Kondisi

tersebut berpotensi menciptakan kesenjangan komunikasi serta menurunkan rasa memiliki dan kedekatan sosial antaranggota grup.

Dari perspektif interaksi sosial, kedekatan sosial merupakan aspek penting dalam membangun hubungan yang bermakna antarindividu. Pada Generasi Z, interaksi sosial banyak dilakukan melalui media digital, termasuk *WhatsApp Group*. Namun, keterlibatan dalam komunikasi digital tidak selalu menjamin terbentuknya kedekatan sosial yang mendalam. Apriyanti, dkk (Apriyanti et al., 2024) menjelaskan bahwa penggunaan media sosial dapat memperkuat hubungan sosial apabila disertai dengan keterlibatan emosional dan interaksi yang bermakna, tetapi juga dapat menghasilkan hubungan yang bersifat dangkal apabila komunikasi hanya terbatas pada pertukaran informasi semata. Fenomena ini sering dijumpai pada Generasi Z yang menjadikan media digital sebagai sarana utama dalam membangun relasi sosial.

Oleh karena itu, intensitas penggunaan *WhatsApp Group* menjadi faktor yang penting untuk dikaji dalam hubungannya dengan kedekatan sosial Generasi Z. Intensitas penggunaan tidak hanya dilihat dari seberapa sering *WhatsApp Group* digunakan, tetapi juga mencakup perhatian, durasi, frekuensi, serta penghayatan individu terhadap interaksi yang berlangsung di dalam grup (Walther, 1991). Semakin tinggi intensitas penggunaan yang disertai dengan partisipasi aktif dan komunikasi dua arah, maka semakin besar peluang terbentuknya kedekatan sosial yang lebih kuat antaranggota grup.

Berdasarkan fenomena sosial dan temuan empiris tersebut, dapat disimpulkan bahwa *WhatsApp Group* tidak hanya berfungsi sebagai media komunikasi praktis, tetapi juga sebagai ruang sosial yang berpotensi membentuk dan memperkuat kedekatan sosial Generasi Z. Oleh sebab itu, penelitian ini bertujuan untuk mengetahui sejauh mana intensitas penggunaan *WhatsApp Group* berpengaruh terhadap kedekatan sosial Generasi Z di Kota Surakarta, serta untuk memahami peran komunikasi digital dalam memperkuat ikatan sosial generasi muda di era digital.

2. METODE

2.1 Paradigma Sederhana

Penelitian ini menggunakan model paradigma sederhana yang melibatkan satu variabel independen dan satu variabel dependen. Variabel independen (X) dalam penelitian ini adalah intensitas penggunaan *WhatsApp Group*, sedangkan variabel dependen (Y) adalah kedekatan sosial Generasi Z. Pendekatan ini dipilih untuk memfokuskan analisis pada hubungan kausal antara kedua variabel tersebut (Sugiyono, 2020).

2.2 Metode Kuantitatif

Metode yang digunakan adalah penelitian kuantitatif, dengan pengolahan data menggunakan teknik statistik. Penelitian kuantitatif menekankan pada pengukuran yang terstruktur dan objektif, sehingga temuan yang dihasilkan berupa data numerik yang dapat diuji secara statistik. Dengan demikian, hasil penelitian tidak didasarkan pada opini atau persepsi peneliti, melainkan pada data empiris yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Ishtiaq, 2019). Selain itu, pendekatan kuantitatif memungkinkan pengujian teori melalui hubungan antarvariabel yang dirumuskan dalam hipotesis penelitian.

2.3 Sampel dan Populasi

Penentuan jumlah sampel dalam penelitian ini menggunakan rumus Slovin, mengingat jumlah populasi yang besar dan karakteristik populasi yang relatif homogen. Rumus Slovin digunakan untuk menentukan ukuran sampel dengan mempertimbangkan batas toleransi kesalahan (*margin of error*) tertentu, dengan rumus sebagai berikut (Yamane, 1967):

$$n = N / (1 + Ne^2)$$

Keterangan:

n= ukuran sampel/

N = ukuran populasi

e = batas toleransi kesalahan

Dalam penelitian ini populasi berjumlah 158.038 orang, dengan tingkat kesalahan (e) sebesar 10% (0,01). Berdasarkan perhitungan:

$$n=N/1+Ne^2$$

$$n=158.038/1+158.038(0,01)$$

$$n=158.038/15.804,8$$

$$n=100$$

Dalam penelitian ini, jumlah populasi adalah 158.038 orang dengan tingkat kesalahan sebesar 10% (0,1). Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Jumlah ini dinilai telah mewakili populasi penelitian secara proporsional. Pemilihan *margin of error* sebesar 10% didasarkan pada pertimbangan efisiensi penelitian tanpa mengurangi tingkat akurasi data yang dibutuhkan dalam penelitian kuantitatif.

2.4 Uji Validitas

Tabel 1. Hasil Uji Validitas Variabel X

Pernyataan	R hitung	R Tabel	Keterangan
Indikator Variabel X			
Ketertarikan pada topik pembahasan grup WhatsApp	0,534	0,000	Valid
Perhatian terhadap pesan yang masuk di grup WhatsApp	0,467	0,000	Valid
Kecepatan merespons pesan di grup WhatsApp	0,591	0,000	Valid
Tingkat keaktifan dalam grup WhatsApp	0,677	0,000	Valid
Kenyamanan berlama-lama di grup WhatsApp	0,679	0,000	Valid
Kemampuan mengikuti percakapan grup dalam waktu lama	0,586	0,000	Valid
Frekuensi membuka grup WhatsApp setiap hari	0,609	0,000	Valid
Rutinitas mengirim dan membalas pesan di grup WhatsApp	0,779	0,000	Valid
Konsistensi mengikuti percakapan grup hampir setiap hari	0,674	0,000	Valid
Kemampuan memilih informasi penting dan tidak penting	0,467	0,000	Valid
Persepsi manfaat isi percakapan di grup WhatsApp	0,509	0,000	Valid
Kemampuan mengingat informasi penting dari grup WhatsApp	0,463	0,000	Valid
Kemampuan menjelaskan kembali topik pembahasan grup	0,603	0,000	Valid

Sumber: Olahan Data Peneliti (2025)

Tabel 2. Hasil Uji Validitas Variabel Y

Pernyataan	R hitung	R Tabel	Keterangan
Indikator Variabel Y			
Inisiatif memulai interaksi di grup WhatsApp	0,617	0,000	Valid
Kenyamanan membalas pesan umum di grup WhatsApp	0,695	0,000	Valid
Kecenderungan berpartisipasi dalam percakapan ringan	0,502	0,000	Valid
Keberanian menyampaikan pendapat pribadi di grup	0,544	0,000	Valid
Kesediaan berbagi cerita atau pengalaman pribadi	0,666	0,000	Valid
Kepercayaan diri mengekspresikan diri di grup WhatsApp	0,597	0,000	Valid
Kemampuan memahami karakter anggota melalui interaksi	0,318	0,000	Valid
Kenyamanan bercanda dan berbagi hal pribadi	0,679	0,000	Valid
Kebebasan berbicara tanpa takut dihakimi	0,665	0,000	Valid
Keterbukaan diri karena suasana grup mendukung	0,690	0,000	Valid
Kejujuran mengungkapkan perasaan atau masalah pribadi	0,510	0,000	Valid
Persepsi kedekatan dan kepercayaan antaranggota grup	0,585	0,000	Valid
Spontanitas berinteraksi tanpa takut disalahpahami	0,472	0,000	Valid
Persepsi keunikan dan kedekatan setiap grup WhatsApp	0,372	0,000	Valid

Sumber: Olahan Data Peneliti (2025)

Uji validitas dilakukan untuk memastikan bahwa setiap pernyataan dalam kuesioner benar-benar mampu mengukur variabel yang diteliti. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai signifikansi hasil korelasi setiap item pernyataan, di mana suatu item dinyatakan valid apabila memiliki nilai signifikansi kurang dari 0,05. Berdasarkan hasil pengujian, seluruh item pernyataan pada variabel intensitas penggunaan WhatsApp Group (X) menunjukkan nilai signifikansi di bawah 0,05, sehingga semua pernyataan yang mencakup ketertarikan terhadap topik diskusi, keaktifan dalam grup, kenyamanan berinteraksi, serta kemampuan memahami isi percakapan dinyatakan valid dan dapat digunakan dalam penelitian. Hasil yang sama juga diperoleh pada variabel kedekatan sosial (Y), di mana seluruh pernyataan yang mengukur keterbukaan diri, rasa nyaman dalam berinteraksi, kepercayaan antaranggota, serta keberanian menyampaikan pendapat memiliki nilai signifikansi di bawah 0,05. Dengan demikian, seluruh item pernyataan pada kedua variabel dinyatakan valid, penyajiannya telah berbasis pernyataan (bukan kode P1–P28), dan telah konsisten dengan definisi operasional yang ditetapkan sebelumnya, sehingga layak digunakan sebagai alat ukur dalam penelitian.

2.5 Uji Realibilitas

Tabel 3. Uji Reliabilitas Variabel Intensitas Penggunaan WhatsApp Group (X)

Reliability Statistic	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,845	13

Sumber: Olahan Data Peneliti (2025)

Tabel 4. Uji Reliabilitas Variabel Kedekatan Sosial (Y)

Reliability Statistic	
Cronbach's Alpha	N of Items
0,853	15

Sumber: Olahan Data Peneliti (2025)

Uji reliabilitas dilakukan untuk mengetahui tingkat konsistensi jawaban responden terhadap instrumen penelitian. Pengujian reliabilitas menggunakan nilai Cronbach's Alpha, dengan ketentuan bahwa nilai alpha lebih besar dari 0,70 menunjukkan instrumen yang reliabel. Hasil uji reliabilitas menunjukkan bahwa variabel intensitas penggunaan WhatsApp Group (X) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,845, sedangkan variabel kedekatan sosial (Y) memiliki nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,853. Nilai tersebut menunjukkan bahwa kedua instrumen memiliki tingkat keandalan yang tinggi, sehingga dapat digunakan secara konsisten dalam penelitian ini.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden

Analisis karakteristik responden menunjukkan bahwa sebagian besar responden dalam penelitian ini berjenis kelamin perempuan, yaitu 60 orang dengan persentase 60%, sedangkan 40 orang responden berjenis kelamin laki-laki, dengan persentase 40%. Hasil ini menunjukkan bahwa perempuan cukup intens terlibat dalam aktivitas penggunaan WhatsApp Group. Selain itu, distribusi usia responden menunjukkan bahwa Gen Z (kelahiran 2012-1997) menggunakan WhatsApp Group secara aktif untuk berkomunikasi, mencari informasi, dan menjalin kedekatan sosial.

3.2 Uji Normalitas

Tabel 5. Hasil Uji Normalitas

One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test		Unstandardized Residual
N		100
Normal Parameters ^{a,b}	Mean	.0000000
	Std. Deviation	3.64309331
Most Extreme Differences	Absolute	.075
	Positive	.064
	Negative	-.075
Test Statistic		.075
Asymp. Sig. (2-tailed)		.177 ^c

Sumber: Olahan Data Peneliti (2025)

Uji normalitas dilakukan menggunakan *One-Sample Kolmogorov-Smirnov Test* terhadap residual regresi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa nilai *Asymp. Sig. (2-tailed)* yaitu sebesar 0,177, yang di mana lebih besar dari 0,05. Dengan demikian, data residual dianggap terdistribusi normal dan memenuhi asumsi normalitas. Keterkaitan antara intensitas penggunaan WhatsApp Group (X), yang berfungsi sebagai stimulus, dengan hubungan sosial Gen-Z (Y), yang berfungsi sebagai respons, menunjukkan korelasi antara teori intensitas penggunaan dan hubungan sosial. Melalui distribusi data yang normal, persepsi audiens terhadap stimulus berlangsung secara wajar. Oleh karena itu, hubungan sosial Gen-Z dapat dianalisis secara objektif.

Tabel 6. Hasil Uji Lineritas

Sumber variasi	Sum Of Squares	df	Mean Square	f	Sig.
Between Groups (Combined)	1963,982	19	103,367	8,484	0,000
Linearity	1624,699	1	1624,699	133,355	0,000
Deviation from Linearity	339,283	18	18,849	1,547	0,096
Within Groups	974,658	80	12,183	-	-
Total	2938,640	99	-	-	-

Sumber: Olahan Data Peneliti (2025)

Temuan uji linearitas menunjukkan bahwa nilai *Sig. Deviation From Linearity* sebesar 0,096 (lebih besar dari 0,05) sehingga data dianggap linier. Hal ini menandakan bahwa tidak ada penyimpangan yang signifikan dalam hubungan linier antara variabel intensitas penggunaan WhatsApp Group dan hubungan sosial Gen Z. Dengan demikian, pola linier hubungan kedua variabel dapat diamati dan memenuhi salah satu asumsi dalam analisis regresi linear. Oleh karena itu, peneliti dapat melanjutkan dengan analisis regresi untuk mengevaluasi dampak statistik dari intensitas penggunaan grup WhatsApp terhadap hubungan sosial Gen Z.

Tabel 7. Hasil Uji Regresi Linier Sederhana

Model	Coefficients ^a					
	Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients		t	Sig.
	B	Std. Error	Beta			
1	(Constant)	9.560	2.300		4.156	.000
	TOTAL_X	.841	.076	.744	11.008	.000

Model Summary^b

R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
.553	.548	3.662

Sumber: Olahan Data Peneliti (2025)

Hasil uji regresi linier sederhana menunjukkan bahwa nilai intensitas penggunaan WhatsApp Group (X) sebesar 0,841 dan nilai konstanta sebesar 9,560, sehingga diperoleh persamaan regresi yaitu $Y = 9.560 + 0,841 X$. Berdasarkan output tersebut diperoleh koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,553 yang berarti pengaruh variabel bebas (Intensitas Penggunaan/X) terhadap variabel terikat (Kedekatan Sosial/Y) adalah sebesar 55,3 %, sedangkan sisanya yakni 44,7% dipengaruhi oleh

faktor-faktor lain diluar variabel X. Nilai ini menunjukkan bahwa ada pengaruh yang kuat dan bermanfaat. Temuan ini sejalan dengan teori intensitas pengguna dan kedekatan sosial bahwa intensitas penggunaan WhatsApp Group berfungsi sebagai stimulus yang dapat mendorong audiens untuk menunjukkan minat lebih dalam meningkatkan kedekatan sosial. Dengan demikian, semakin intens audiens khususnya Gen Z dalam menggunakan WhatsApp Group, semakin besar pula kemungkinan kedekatan sosial tersebut.

4. KESIMPULAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa intensitas penggunaan *WhatsApp Group* memiliki dampak positif dan signifikan terhadap hubungan sosial Gen-Z di Kota Surakarta. Mayoritas responden perempuan sebesar 60%, menunjukkan bahwa perempuan lebih sering menggunakan *WhatsApp Group*. Setiap alat penelitian ditunjukkan valid dan dapat diandalkan, sehingga layak untuk dievaluasi lebih lanjut. Selain itu, hasil uji regresi linear sederhana menunjukkan bahwa intensitas penggunaan berpengaruh secara signifikan terhadap hubungan sosial Generasi Z, dengan nilai koefisien determinasi sebesar 55,3%. Data penelitian juga memenuhi asumsi statistik karena memiliki distribusi normal dengan nilai signifikansi 0,177 dan hubungan linier yang ditunjukkan oleh nilai signifikansi deviasi dari linearitas sebesar 0,096. Temuan ini sejalan dengan teori intensitas pengguna dan kedekatan sosial bahwa intensitas penggunaan WhatsApp Group berfungsi sebagai stimulus yang dapat mendorong audiens untuk menunjukkan minat lebih dalam meningkatkan kedekatan sosial. Dengan demikian, semakin intens audiens khususnya Gen Z dalam menggunakan WhatsApp Group, semakin besar pula kemungkinan kedekatan sosial tersebut.

REFERENCES

- Apriyanti, H., Aeni, I. S., Kinaya, R. S., Nabilla, N. H., Laksana, A., & Latief, L. M. (2024). Keterlibatan Penggunaan Media Sosial pada Interaksi Sosial di Kalangan Gen Z. *Jurnal Integrasi Ilmu Sosial Dan Politik*, 1, 229–237.
- Bustomi, R. A., Yuliana, N., Sultan, U., & Tirtayasa, A. (2023). PERAN APLIKASI WHATSAPP DALAM DINAMIKA ILMU KOMUNIKASI. *Triwikrama: Jurnal Multidisiplin Ilmu Sosial*, 2(4), 31–40.
- Ishtiaq, M. (2019). *Book Review Creswell , J. W . (2014) . Research Design : Qualitative , Quantitative and Mixed Methods Approaches (4th ed .) . Thousand Oaks , CA : Sage*. 12(5), 40–41. <https://doi.org/10.5539/elt.v12n5p40>
- Prasastiwi, A. H. (2024). Indonesia Masuk 3 Besar Negara Pengguna WhatsApp Terbanyak di Dunia. *Goodstats.Id*. <https://goodstats.id/article/indonesia-masuk-3-besar-negara-pengguna-whatsapp-terbanyak-di-dunia-dIG13>
- Prasetya, D., & Nugroho, A. (2020). Dominasi Komunikasi Satu Arah dalam Grup WhatsApp RT. *Jurnal Komunikasi Sosial Digital*, 6(3), 130–145.
- Rahardjo, D., & Wibowo, B. (2020). Komunikasi Digital dalam Masa Pandemi: Peran WhatsApp Group dalam Kohesi Sosial. *Jurnal Komunikasi Dan Masyarakat*, 7(1), 55–68.
- Sugiyono. (2020). *Metodologi Penelitian Kuantitatif, Kualitatif dan R & D*.
- Suwarno, D. (2025). Pengaruh Penggunaan Whatsapp Group Terhadap Efektivitas Komunikasi Rt-Rw Di Kecamatan Patikraja. *Jurnal Ilmiah Nusantara*, 2(3), 918–932. <https://ejurnal.kampusakademik.co.id/index.php/jinu/article/view/5680%0Ahttps://ejurnal.kampusaka demik.co.id/index.php/jinu/article/download/5680/4917>
- Walther, J. B. (1991). *Theories of Computer- Mediated Communication and Interpersonal Relations*. 443–479.
- Yamane, T. (1967). *Statistics: An Introductory Analysis* (2nd Editio). Harper and Row.
- Yonatan, A. Z. (2025). WhatsApp Jadi Aplikasi Messenger Terpopuler di Kalangan Gen Z. *Goodstats.Id*. <https://data.goodstats.id/statistic/whatsapp-jadi-aplikasi-messenger-terpopuler-di-kalangan-gen-z-77d7a>