

# Kesamaan Ketertarikan Referensi Musik dalam Membangun Kedekatan Komunikasi Interpersonal pada Mahasiswa FSRD Universitas Tarumanagara 2025

Afdal<sup>1</sup>, Farid Rusdi<sup>2\*</sup>

<sup>1</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta  
Email: [afdal.915220003@untar.ac.id](mailto:afdal.915220003@untar.ac.id)

<sup>2</sup>Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Tarumanagara, Jakarta\*  
Email: [farid@fikom.untar.ac.id](mailto:farid@fikom.untar.ac.id)

Masuk tanggal : 20-12-2025, revisi tanggal : 25-01-2026, diterima untuk diterbitkan tanggal : 21-02-2026

---

## **Abstract**

*Interpersonal communication plays an important role in building closeness and the quality of social relationships among university students. One factor that can influence the effectiveness of such communication is the similarity of music references, because music is often used as a symbol of identity and a medium for self-expression. This study aims to determine the influence of similarity in music references on interpersonal communication closeness among students. The research uses the Similarity Attraction Theory, which explains that similarity in preferences can foster interpersonal attraction and facilitate the creation of more intimate communication. The method used is quantitative by distributing questionnaires to students as respondents. The survey data were then statistically analyzed to determine the relationship between the variables studied. The results show a significant positive influence of similarity in music references on interpersonal communication closeness. The higher the similarity of musical preferences individuals have, the easier it is for them to build interaction, closeness, and a sense of comfort in communication. Thus, similarity in music references can be one of the supporting factors in building effective interpersonal communication among university students.*

**Keywords:** *communication, interpersonal, music, reference, similarity attraction theory*

## **Abstrak**

Komunikasi interpersonal penting untuk membangun kedekatan dan kualitas hubungan sosial di kalangan mahasiswa. Salah satu faktor yang dapat memengaruhi efektivitas komunikasi tersebut adalah kesamaan ketertarikan terhadap referensi musik, karena musik sering digunakan sebagai simbol identitas serta sarana untuk mengekspresikan diri. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh kesamaan ketertarikan terhadap referensi musik terhadap kedekatan komunikasi interpersonal pada mahasiswa. Penelitian menggunakan teori Similarity Attraction Theory yang menjelaskan bahwa kesamaan preferensi dapat menumbuhkan ketertarikan interpersonal dan mempermudah terciptanya komunikasi yang lebih akrab. Metode yang digunakan yaitu kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada mahasiswa sebagai responden. Data hasil survei kemudian dianalisis secara statistik untuk mengetahui hubungan antara variabel yang diteliti. Hasil penelitian menunjukkan adanya pengaruh positif yang signifikan antara kesamaan ketertarikan terhadap referensi musik dan kedekatan komunikasi interpersonal. Semakin tinggi kesamaan preferensi musik yang dimiliki individu, semakin mudah mereka membangun interaksi, kedekatan, serta rasa nyaman dalam berkomunikasi. Dengan demikian, kesamaan ketertarikan terhadap referensi musik dapat

menjadi salah satu faktor pendukung dalam membangun komunikasi interpersonal yang efektif pada mahasiswa.

**Kata Kunci:** interpersonal, komunikasi, musik, referensi, teori kesamaan ketertarikan

## 1. Pendahuluan

Perkembangan teknologi digital dan media sosial sudah mengubah bagaimana Generasi Z berkomunikasi dan membangun hubungan sosial. Sebagai penduduk asli digital yang lahir pada tahun 1995–2010, mereka sejak kecil sudah terbiasa dengan internet dan perangkat seluler (Zis et al., 2021). Salah satu bentuk ekspresi identitas diri Generasi Z adalah melalui musik, yang menjadi sarana komunikasi interpersonal dan refleksi emosi.

Komunikasi interpersonal merupakan proses pertukaran pesan yang berlangsung antara dua individu atau lebih secara timbal balik. Proses ini dipengaruhi oleh beberapa unsur pendukung seperti cara individu memaknai orang lain, pandangan terhadap diri sendiri, ketertarikan individu, serta kualitas relasi yang terjalin (Juliana & Erdiansyah, 2020). Mutu komunikasi interpersonal, dapat tercapai secara optimal apabila interaksi antarindividu dibentuk melalui sejumlah unsur utama yaitu (1) keterbukaan, (2) empati, (3) dukungan, (4) Sikap positif dan (5) kesamaan (Islami, 2025).

Musik berfungsi sebagai sarana penyampaian perasaan dan gagasan, dimana pencipta lagu menuangkan imajinasi serta kemampuan artistiknya melalui pemilihan dan pengolahan bahasa, sehingga lagu yang dihasilkan memiliki pesona sendiri (Cahya & Sukendro, 2022). Musik mampu menciptakan ruang kesamaan di tengah keberagaman latar belakang. Lagu lintas genre dan budaya semakin populer di kalangan anak muda, menunjukkan bahwa musik menjadi media solidaritas sosial dan memperkuat interaksi interpersonal. Sebagaimana gaya hidup pada umumnya, musik sangat dekat dengan kalangan remaja. Tidak dapat dihindari bahwa kalangan remaja adalah pasar terbesar yang disasar oleh industri musik dari dulu hingga sekarang (De Fretes & Bonggaminanga, 2021). Ditambah dengan kemudahan akses melalui platform digital seperti *Spotify*, *Soundcloud*, *Apple Music*, *TikTok*, dan *Instagram*, musik menjadi sarana berbagi emosi, membangun citra diri, serta menunjukkan identitas dalam pergaulan.

Zaman sekarang, musik tidak hanya sekadar hiburan bagi Generasi Z, tetapi juga berperan sebagai sarana komunikasi yang dapat membangun kedekatan emosional antarindividu. Dalam konteks komunikasi interpersonal, referensi musik kerap digunakan sebagai jembatan untuk memulai suatu percakapan, menunjukkan minat yang sama, dan membentuk koneksi sosial. Komunikasi Interpersonal pada dasarnya merupakan interaksi langsung antarindividu, dimana setiap pihak yang terlibat berupaya membentuk serta mempengaruhi cara pandang pihak lain dalam proses penyampaian pesan (Anggraini et al., 2022).

Konsep diri adalah representasi individu tentang siapa dirinya, yang terbentuk dari perpaduan penilaian terhadap kondisi jasmani, aspek mental, hubungan sosial, keadaan perasaan, harapan pribadi, serta capaian yang telah diraih (Alpian et al., 2020). Dalam konteks penelitian ini, konsep diri relevan karena mampu menjelaskan mengapa kesamaan ketertarikan terhadap referensi musik berpengaruh terhadap kedekatan komunikasi interpersonal.

Teori ketertarikan menurut Byrne dan Griffitt menyatakan bahwa ketertarikan interpersonal muncul karena adanya kesamaan antara individu, di mana semakin besar

tingkat kesamaan, semakin tinggi pula kemungkinan terjadinya ketertarikan (Saekoko & Syahputra, 2025). Kesamaan tersebut, termasuk dalam hal minat dan preferensi, dapat menumbuhkan evaluasi positif, rasa kompatibilitas, serta meningkatkan kedekatan melalui interaksi yang positif dan berulang. Dalam konteks penelitian ini, kesamaan ketertarikan terhadap referensi musik di kalangan mahasiswa Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara tahun 2025 dipandang sebagai bentuk kesamaan minat yang mampu memunculkan rasa keterhubungan, kenyamanan, dan kedekatan dalam hubungan interpersonal.

Dalam kerangka identitas sosial yang dikemukakan Tajfel (1972), identitas sosial dipahami sebagai pemahaman seseorang terhadap posisinya sebagai bagian dari suatu kelompok sosial, yang disertai dengan adanya ikatan perasaan serta anggapan bahwa keberadaan dalam kelompok tersebut memiliki makna signifikan bagi dirinya (Hasanah et al., 2023). Musik dapat dijadikan simbol identitas kelompok, di mana kesamaan ketertarikan referensi musik menciptakan kebersamaan dan solidaritas antar Generasi Z. Sebagaimana musik merupakan bagian dari identitas bagi kebanyakan orang (Wigati et al., 2023).

Aktivitas seperti membagikan lagu di media sosial, membuat *playlist* untuk orang tertentu, hingga menggunakan potongan audio dalam konten digital juga menunjukkan bahwa musik tidak hanya dikonsumsi secara pribadi, tetapi juga digunakan sebagai simbol komunikasi yang menyampaikan pesan dan membentuk kedekatan sosial. Dalam situasi tatap muka, kesamaan ketertarikan terhadap referensi musik menjadi pemicu percakapan yang menciptakan rasa nyaman dan pemahaman emosional antarindividu.

Fenomena ini tidak hanya terjadi di ranah digital, tetapi juga di ruang offline seperti konser musik yang menjadi arena pembentukan relasi sosial dan komunitas. Kesamaan preferensi musik dapat memperkuat interaksi interpersonal baik secara online maupun offline.

Namun demikian, penelitian akademis yang membahas musik sebagai sarana komunikasi interpersonal pada Generasi Z masih terbatas. Sebagian besar riset masih berfokus pada aspek hiburan atau psikologis. Padahal, bagi Generasi Z, musik memiliki peranan penting dalam pembentukan relasi sosial dan identitas diri. Oleh karena itu, penelitian ini dilakukan untuk mengkaji bagaimana kesamaan ketertarikan terhadap referensi musik digunakan untuk membangun kedekatan komunikasi interpersonal di kalangan mahasiswa Generasi Z. Hasil penelitian diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi, khususnya dalam konteks komunikasi interpersonal di era digital.

## 2. Metode Penelitian

Menurut Johnson & Christensen, penelitian kuantitatif merupakan pendekatan ilmiah yang memanfaatkan data sebagai alat untuk menilai suatu gejala. Data yang berbentuk angka ini menjadi karakter utama dalam metode kuantitatif, terutama pada penelitian survei (Waruwu et al., 2025).

Penelitian eksplanatori dilakukan untuk menguraikan keterkaitan antara dua variabel atau lebih. Kajian ini menitikberatkan pada isu fundamental seputar alasan dan mekanisme, sehingga membantu memperoleh pemahaman (Sari et al., 2022). Melalui pendekatan kuantitatif eksplanatori, penelitian ini berupaya mengukur sejauh mana pengaruh variabel X terhadap variabel Y menggunakan data numerik yang dapat diolah secara statistik.

Menurut Engel dan Schutt, Jackson, Marlow, Pierson dan Thomas, penelitian eksplanatori bertujuan untuk menelusuri faktor-faktor pemicu, menegaskan hubungan sebab-akibat, serta mengkaji dampak terhadap pola perilaku dalam fenomena sosial, sekaligus meramalkan perubahan atau variasi suatu gejala berdasarkan keterkaitannya dengan variabel lain (Sari et al., 2022).

Metode yang dipakai dalam penelitian ini adalah metode survei dengan penyebaran kuesioner untuk memperoleh data secara efisien dan dapat digeneralisasikan pada populasi penelitian yang dituju. Metode ini dipilih karena mampu mengukur hubungan antara variabel secara kuantitatif dan memberikan gambaran statistik terkait fenomena penelitian.

Subjek populasi pada penelitian ini mencakup seluruh mahasiswa angkatan baru Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara tahun 2025. Sampel ditentukan dengan metode *purposive sampling*, dengan kriteria responden: mahasiswa baru FSRD Untar tahun 2025, berusia 18–20 tahun, aktif mendengarkan musik, serta memiliki pengalaman berinteraksi dalam lingkungan sosial. *Purposive Sampling* adalah teknik pengambilan sampel nonrandom dimana peneliti secara sengaja memilih subjek penelitian berdasarkan karakteristik tertentu yang selaras dengan tujuan penelitian, sehingga sampel tersebut diharapkan mampu memberikan informasi yang relevan untuk menjawab permasalahan penelitian (Rizky & Aguspriyani, 2023).

Rumus Slovin merupakan salah satu pendekatan penentuan ukuran sampel yang banyak diterapkan dalam penelitian kuantitatif. Formula ini digunakan untuk menetapkan jumlah responden yang mewakili populasi sehingga temuan penelitian dapat diberlakukan secara umum, serta proses penghitungannya dapat dilakukan secara langsung tanpa mengacu pada tabel ukuran sampel (Husen, 2023).

Jumlah sampel dihitung menggunakan Rumus Slovin dengan tingkat kesalahan 10% untuk memastikan keterwakilan populasi dalam penelitian. Dengan demikian, data yang diperoleh dianggap cukup representatif untuk dianalisis lebih lanjut guna mengetahui pengaruh kesamaan ketertarikan terhadap referensi musik terhadap kedekatan komunikasi interpersonal pada mahasiswa.

Menurut Bahrin et al., Skala Likert merupakan alat ukur yang dimanfaatkan untuk menilai cara pandang, individu maupun kolektif terhadap suatu kejadian atau gejala dalam kehidupan sosial (Pranatawijaya et al., 2019). Skala likert terdiri dari sejumlah pernyataan, umumnya empat atau lebih, yang disatukan untuk menghasilkan skor tertentu sebagai gambaran karakteristik seseorang, seperti tingkat pemahaman, kecenderungan sikap, maupun tindakan yang ditunjukkan (Setyawan & Walter, 2018).

### 3. Hasil Temuan dan Diskusi

Berdasarkan pengumpulan data, diperoleh 70 responden yang seluruhnya memenuhi kriteria penelitian sehingga dapat digunakan untuk analisis. Responden merupakan mahasiswa baru FSRD Universitas Tarumanagara tahun 2025 yang berusia 18–20 tahun, aktif mendengarkan musik, serta memiliki intensitas interaksi sosial yang baik. Mayoritas responden berjenis kelamin perempuan (68%) dan berada dalam kelompok usia Generasi Z (93%).

Hasil kuesioner menyimpulkan bahwa sebagian besar responden mempunyai pengalaman kedekatan sosial yang dipengaruhi oleh kesamaan ketertarikan terhadap referensi musik. Persentase tinggi pada pernyataan terkait kenyamanan, penerimaan diri, hingga hubungan emosional menunjukkan bahwa kesamaan selera musik berperan dalam memperkuat keakraban dan kualitas komunikasi sosial mereka. Selain

itu, responden juga memperlihatkan kemampuan komunikasi interpersonal yang baik, ditunjukkan melalui sikap terbuka, dukungan sosial, kesetaraan dalam percakapan, empati, serta usaha menjaga suasana interaksi yang positif.

Berdasarkan uji validitas terhadap 70 responden, semua pernyataan dinilai valid karena nilai  $r$  hitung pada setiap item melebihi  $r$  tabel (0,238). Dengan demikian, instrumen yang digunakan dalam penelitian ini dinilai mampu mengukur variabel kesamaan ketertarikan referensi musik dan komunikasi interpersonal secara akurat dan dinilai baik untuk digunakan pada analisis lebih lanjut.

Menurut (Valencia et al., 2025) analisis deskriptif variabel digunakan untuk memberikan gambaran umum karakteristik data melalui perhitungan mean, median, dan modus dari tiap pernyataan. Untuk memudahkan interpretasi, nilai mean diklasifikasikan berdasarkan skala Likert 1-4. Interval dihitung dengan rumus berikut.

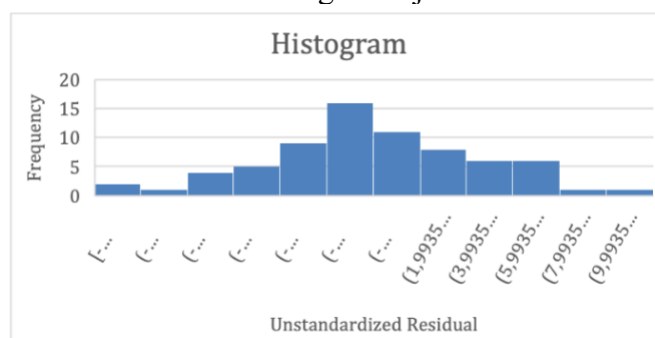
$$Interval = \frac{(Skor\ tertinggi - Skor\ terendah)}{Jumlah\ Poin}$$

$$Interval = \frac{(4 - 1)}{4}$$

$$Interval = \frac{3}{4} = 0,75$$

Berdasarkan hasil analisis deskriptif pada seluruh dimensi yang diukur, diperoleh nilai mean yang berada pada rentang 3,12 hingga 3,41. Jika dibandingkan dengan klasifikasi kategori skala Likert 1–4, nilai tersebut berada pada posisi kategori tinggi, yang menunjukkan bahwa responden cenderung setuju terhadap pernyataan-pernyataan pada setiap indikator. Dimensi dari variabel X, yaitu KM (Kesamaan Minat), VP (Validasi & Pengakuan), dan EK (Efek Kesamaan), masing-masing memiliki mean 3,15; 3,17; dan 3,12, yang mencerminkan persepsi positif terhadap aspek-aspek kesamaan dalam interaksi. Demikian pula dimensi dari variabel Y, yaitu Keterbukaan, Dukungan, Kesamaan, Empati, dan Sikap Positif, juga memperoleh nilai mean di atas 3,00 dengan nilai tertinggi pada dimensi Kesamaan (3,41) yang menunjukkan bahwa responden merasakan adanya keterbukaan, dukungan emosional, sikap positif, serta empati yang kuat dalam hubungan atau konteks yang diteliti. Secara keseluruhan, seluruh dimensi berada pada kategori tinggi, sehingga dapat disimpulkan bahwa responden memberikan penilaian positif dan memiliki kecenderungan persetujuan yang kuat terhadap variabel yang diukur pada penelitian ini.

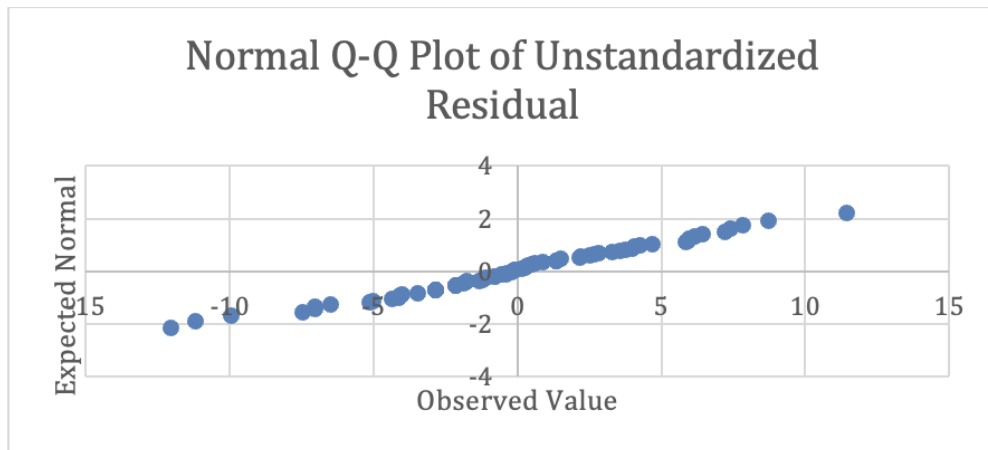
**Gambar 1.** Histogram Uji Normalitas



Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2025)

Berdasarkan hasil uji normalitas melalui histogram residual, distribusi data terlihat mendekati bentuk kurva lonceng, sehingga dapat disimpulkan bahwa residu dalam model regresi berdistribusi normal. Hal ini menunjukkan bahwa asumsi normalitas sudah dipenuhi, serta analisis regresi pada pengaruh kesamaan ketertarikan referensi musik terhadap kedekatan komunikasi interpersonal Generasi Z dapat dinilai valid dan dapat diinterpretasikan secara lebih akurat.

**Gambar 2.** Normal Q-Q Plot



Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2025)

Berdasarkan hasil normal Q-Q Plot Unstandardized Residual, titik-titik data tampak tersusun mengikuti garis diagonal secara stabil dari sisi kiri hingga sisi kanan. Pola ini menyimpulkan bahwa distribusi residual cenderung normal, karena tidak terlihat adanya penyimpangan yang signifikan maupun bentuk lengkungan yang jauh dari garis diagonal. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa asumsi normalitas dalam model regresi telah terpenuhi, sehingga data dinilai memenuhi syarat untuk dilanjutkan ke tahap analisis regresi berikutnya dalam penelitian yang mengkaji pengaruh kesamaan ketertarikan referensi musik terhadap kedekatan komunikasi interpersonal pada mahasiswa Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara.

**Tabel 1.** Hasil Uji Normalitas

Variabel	Kolmogorov-Smirnov	Shapiro-Wilk
Unstandardized Residual	.200	.763

Sumber: Hasil Olah Data Peneliti (2025)

Hasil pengujian normalitas yang diperoleh melalui nilai Kolmogorov-Smirnov sebesar 0,200 dan Shapiro-Wilk sebesar 0,763, menunjukkan bahwa kedua nilai signifikansi tersebut berada di atas tingkat  $\alpha = 0,05$ . Kondisi tersebut menunjukkan bahwa residu data pada penelitian ini memiliki sebaran yang normal. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa model regresi yang diterapkan telah memenuhi kriteria asumsi normalitas dan layak digunakan untuk tahap analisis selanjutnya.

**Tabel 2. Coefficients**

<i>Model</i>	<i>Unstandardized Coefficients</i>		<i>Standardize Coefficients</i>	<i>t</i>	<i>Sig.</i>
	<i>B</i>	<i>Std. Error</i>	<i>Beta</i>		
<i>1 (Constant)</i>	15.360	3.140	.890	4.892	<.001
<i>X_Total</i>	1.318	.082		16.135	<.001

Sumber: Dokumentasi Peneliti (2025)

Berdasarkan nilai koefisien regresi, model regresi linear sederhana yang digunakan dalam penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:

$$Y = 15.360 + 1.318X$$

Konstanta sebesar 15.360 menunjukkan bahwa apabila variabel X (Kesamaan ketertarikan referensi musik) bernilai 0, maka variabel Y (Kedekatan Komunikasi Interpersonal) tetap berada pada nilai dasar 15.360. Artinya, tanpa pengaruh musik sekalipun, mahasiswa tetap memiliki tingkat kedekatan komunikasi tertentu.

Koefisien regresi sebesar 1.318 menyatakan bahwa setiap kenaikan satu unit pada variabel X akan menyebabkan bertambahnya nilai variabel Y sebesar 1.318 poin. Hal ini menegaskan bahwa semakin tinggi tingkat kesamaan ketertarikan terhadap referensi musik yang dimiliki, maka semakin tinggi pula kedekatan komunikasi interpersonal yang terbentuk.

Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa variabel X berpengaruh positif terhadap variabel Y. Kesamaan ketertarikan terhadap referensi musik berperan dalam meningkatkan interaksi dan kedekatan komunikasi interpersonal pada mahasiswa Fakultas Seni Rupa dan Desain Universitas Tarumanagara.

Berdasarkan hasil temuan, penelitian ini menunjukkan bahwa kesamaan ketertarikan terhadap referensi musik memiliki pengaruh yang signifikan terhadap komunikasi interpersonal pada Generasi Z. Kesamaan minat pada *genre*, artis, maupun pengalaman bermusik mampu menciptakan rasa nyaman, memperkuat penerimaan sosial, serta memfasilitasi keterbukaan dalam berkomunikasi dengan baik. Temuan ini sejalan dengan teori *Similarity-Attraction* dan Identitas Sosial yang menegaskan bahwa kesamaan referensi berperan sebagai penanda identitas kelompok dan jembatan emosional. Musik tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai medium ekspresi diri dan simbol identitas yang membantu individu membangun konsep diri yang lebih positif melalui dukungan, validasi, dan empati dalam komunikasi interpersonal. Dengan demikian, kesamaan ketertarikan terhadap referensi musik berperan penting dalam memperkuat kedekatan hubungan, pembentukan identitas pada Generasi Z.

#### 4. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa kesamaan ketertarikan terhadap referensi musik berperan penting dalam memperkuat hubungan interpersonal pada Generasi Z. Individu yang memiliki kesamaan jenis musik, artis favorit, atau pengalaman bermusik lebih mudah merasa dekat, nyaman, dan terhubung dalam komunikasi. Musik menjadi simbol identitas sosial yang menumbuhkan rasa kebersamaan dan mengurangi jarak psikologis.

Penelitian ini juga menunjukkan bahwa komunikasi interpersonal berkembang lebih efektif ketika Generasi Z berbagi referensi musik yang sama. Kesamaan tersebut

memicu keterbukaan, responsivitas, serta pemahaman emosional sebagaimana dijelaskan oleh DeVito (Islami, 2025), mengenai unsur komunikasi interpersonal yang membangun kedekatan. Musik menjadi entry point yang mempermudah proses pertukaran pesan, memperluas topik percakapan, dan menciptakan kenyamanan yang mendorong hubungan menjadi lebih akrab.

Hasil analisis regresi menegaskan bahwa kesamaan ketertarikan terhadap referensi musik memiliki pengaruh signifikan terhadap kedekatan komunikasi interpersonal. Oleh sebab itu, musik tidak hanya sekadar berperan sebagai sarana hiburan, melainkan juga sebagai elemen simbolik yang memperkuat hubungan sosial Generasi Z dalam pertemanan dan interaksi sehari-hari.

Penelitian ini merekomendasikan agar peneliti selanjutnya memperluas kajian dengan menambahkan variabel lain serta menggunakan pendekatan kualitatif atau metode campuran guna memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai proses terbentuknya kedekatan komunikasi interpersonal. Selain itu, bagi praktisi, khususnya Generasi Z, kesamaan ketertarikan terhadap referensi musik dapat dimanfaatkan sebagai media untuk membangun komunikasi yang lebih terbuka dan hangat sehingga mendukung terciptanya hubungan interpersonal yang lebih dekat dan bermakna.

## 5. Ucapan Terima Kasih

Peneliti mengucapkan terima kasih kepada Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Tarumanagara, responden, serta pihak-pihak yang terlibat sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

## 6. Daftar Pustaka

- Alpian, Y., Anggraeni, S. W., & Priatin, S. (2020). Konsep diri dengan kepercayaan diri siswa sekolah dasar. *Jurnal Elementaria Edukasia*, 3 (Volume 3 No. 2 Tahun 2020). <https://doi.org/10.31949/jee.v3i2.2532>
- Anggraini, C., Denny, Ritonga, H., Kristina, L., Syam, M., & Kustiawan, W. (2022). Komunikasi interpersonal. *Jurnal Multidisiplin Dehasen*, 1(3), 337–342. <https://doi.org/https://doi.org/10.37676/mude.v1i3.2611>
- Cahya, S. L. A., & Sukendro, G. G. (2022). *Musik sebagai media komunikasi ekspresi cinta (analisis semiotika lirik lagu “rumah ke rumah” karya hindia)*. 6(Vol. 6 No. 2 (2022): Koneksi). <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/kn.v6i2.15565>
- De Fretes, D., & Bonggaminanga, P. I. (2021). Menakar preferensi musik di kalangan remaja: antara musik populer dan musik klasik. *Tamumatra : Jurnal Seni Pertunjukan*, 4(1). <https://doi.org/10.29408/tmmt.v4i1.4365>
- Hasanah, I., Muslimah, P., Rosalina, A., Khairani, A., Desiderawi, M., Loviona, L., & Sari, L. (2023). *Identitas sosial dan perilaku proposial pada anggota fandom k-pop*. 3(Vol 3, No 1 (2023)). <https://doi.org/https://doi.org/10.18860/jips.v3i1.21061>
- Husen, A. (2023). Strategi pemasaran melalui digital marketing campaign di toko mebel Sakinah Karawang. *JURNAL ECONOMINA*, 2(6), 1356–1362. <https://doi.org/10.55681/economina.v2i6.608>
- Islami, F. N. R. (2025). Komunikasi interpersonal berbasis lima konsep Joseph Devito pada toko buah All Fresh Bogor dalam meningkatkan loyalitas pelanggan.

- Jurnal Ilmu Sosial Humaniora Indonesia*, 4(2), 273–283. <https://doi.org/10.52436/1.jishi.202>
- Juliana, K., & Erdiansyah, R. (2020). *Pengaruh konsep diri dan self-disclosure terhadap kemampuan komunikasi interpersonal mahasiswa*. <https://doi.org/https://doi.org/10.24912/kn.v4i1.6500>
- Pranatawijaya, V. H., Widiatry, Priskila, R., & Putra, P. B. A. A. (2019). Penerapan skala Likert dan skala dikotomi pada kuesioner online. *Jurnal Sains Dan Informatika*, 5(2), 128–137. <https://doi.org/10.34128/jsi.v5i2.185>
- Rizky, M. S., & Aguspriyani, Y. (2023). Teknik pengambilan sampel purposive dalam mengatasi kepercayaan masyarakat pada Bank Syariah Indonesia. *Jurnal Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi*, 3(Vol. 3 No. 2 (2024): Musytari : Neraca Manajemen, Akuntansi, dan Ekonomi). <https://doi.org/10.8734/mnmae.v1i2.359>
- Saekoko, N., & Syahputra, A. W. (2025). Teori ketertarikan Byrne dan Griffith: dampak gadget pada dinamika interaksi manusia modern. *Harmoni Pendidikan : Jurnal Ilmu Pendidikan*, 2(2), 98–112. <https://doi.org/10.62383/hardik.v2i2.1275>
- Sari, M., Rachman, H., Astuti, N. J., Afgani, M. W., & Siroj, R. A. (2022). Explanatory survey dalam metode penelitian deskriptif kuantitatif. *Jurnal Pendidikan Sains Dan Komputer*, 3(01), 10–16. <https://doi.org/10.47709/jpsk.v3i01.1953>
- Setyawan, R. A., & Walter, F. (2018). *Pengukuran usability website E-Commerce Sambal Nyoss menggunakan metode skala Likert*. 7 (Vol. 7, No. 1 (2018)). <https://doi.org/http://dx.doi.org/10.28989/compiler.v7i1.254>
- Valencia, P., Soegiarto, A., Sari, W. P., Fatimah, A. N., & Rizki, M. F. (2025). Pengaruh konten soft selling Instagram @gramediadigital terhadap minat beli produk Gramedia Digital. *Jurnal Komputer, Informasi Dan Teknologi*, 5(1), 17. <https://doi.org/10.53697/jkomitek.v5i1.2499>
- Waruwu, M., Pu`at, S. N., Utami, P. R., Yanti, E., & Rusydiana, M. (2025). Metode penelitian kuantitatif: konsep, jenis, tahapan dan kelebihan. *Jurnal Ilmiah Profesi Pendidikan*, 10(1), 917–932. <https://doi.org/10.29303/jipp.v10i1.3057>
- Wigati, O. T. N., Mulyadi, R. M., & Nugrahanto, W. (2023). Identitas musik: studi netnografi rilisan musik di Bandung. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 7(1), 153–166. <https://doi.org/10.22219/satwika.v7i1.25253>
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan perilaku komunikasi generasi milenial dan generasi Z di era digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>