

Pemanfaatan Media Sosial untuk Quality Time Keluarga pada Pekerja Stayer dan Mover

Adhy Putranto^{1*}, Carolina Dwita Awani²

^{1,2}Universitas Indonesia

^{1,2} Alamat: Jln. Salemba Raya No.4, Jakarta Pusat, DKI Jakarta 10430

*e-mail: puputanmargarana@gmail.com

Utilization of Social Media for Family Quality Time among Stayer and Mover Workers

ABSTRACT

Physical absence due to distance limits quality family time for workers due to job migration. Social media now has become a means of communication to maintain ties, form family identity, and replace physical presence. This research aims to test and prove the existence of differences between stayer and mover (circular) workers in utilizing social media for quality family time. This research uses quantitative methods, explanatory in nature, with comparative analysis. The survey method was used to collect data by filling out a questionnaire via Google Form. The sample was selected using convenience sampling from workers in a number of offices in the Jabodetabek area. Data processing was carried out using SPSS version 29 on 127 questionnaires filled in by respondents. The Mann-Whitney Test was used to determine differences in the use of social media by stayer and mover (circular) workers. The research results show that there are differences between stayer and mover (circular) workers in utilizing social media for family quality time, as measured by perceptions, attitudes, behavior and level of social media use. Behavioral variables have a moderate correlation to perception variables, and strong correlations to attitude variables. The variable level of social media use has a very weak correlation with the variables of perception, attitude and behavior. This proves that compared to stayer workers, mover (circular) workers use social media more to create quality family time and overcome physical absence. It is recommended that further research add qualitative methods (becoming mixed methods) so as to enrich and strengthen the data about the different reasons for using social media through in-depth interviews. Expanding the population, different research areas, and samples involving different community groups can be carried out to determine differences in the use of social media by other community groups.

Keywords: Social Media; Family Communication; Family Quality Time; Stayer Workers; Movers

ABSTRAK

Ketidakhadiran fisik karena jarak membatasi quality time keluarga pada pekerja karena migrasi pekerjaan. Media sosial kini menjadi sarana komunikasi untuk menjaga ikatan, membentuk identitas keluarga, dan menggantikan kehadiran fisik. Penelitian ini bertujuan untuk menguji dan membuktikan adanya perbedaan antara pekerja stayer dan mover (sirkuler) dalam memanfaatkan media sosial untuk quality time keluarga. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif, bersifat eksplanatif, dengan analisis komparatif. Metode survei dilakukan untuk mengumpulkan data dengan mengisi kuesioner melalui Google Form. Sampel dipilih secara convenience sampling terhadap pekerja pada sejumlah kantor di wilayah Jabodetabek. Pengolahan data dilakukan dengan menggunakan SPSS versi 29 atas 127 isian kuesioner oleh responden. Mann-Whitney Test digunakan untuk mengetahui perbedaan pemanfaatan media sosial oleh pekerja stayer dan mover (sirkuler). Hasil penelitian menunjukkan terdapat perbedaan antara pekerja stayer dan mover (sirkuler) dalam memanfaatkan media sosial untuk quality time keluarga, yang diukur dari persepsi, sikap, perilaku, dan tingkat penggunaan media sosial. Variabel perilaku memiliki korelasi yang moderat terhadap variabel persepsi, serta kuat terhadap variabel sikap. Variabel tingkat penggunaan media sosial memiliki korelasi yang sangat lemah terhadap variabel persepsi, sikap, dan perilaku. Hal tersebut membuktikan bahwa dibanding pekerja stayer, pekerja mover (sirkuler) lebih banyak dalam menggunakan media sosial untuk menciptakan quality time keluarga dan mengatasi ketidakhadiran secara fisik. Penelitian selanjutnya disarankan menambahkan metode kualitatif (menjadi mixed method) sehingga memperkaya dan memperkuatkan data tentang perbedaan alasan penggunaan media sosial melalui wawancara mendalam. Perluasan populasi, wilayah penelitian yang berbeda, dan sampel yang melibatkan kelompok masyarakat yang berbeda dapat dilakukan untuk mengetahui perbedaan penggunaan media sosial oleh kelompok masyarakat lainnya.

Kata kunci: Media Sosial; Komunikasi Keluarga; Quality Time Keluarga; Pekerja Stayer; Pekerja Mover.

LATAR BELAKANG

Uses and Gratification Theory telah dimanfaatkan dalam membantu memahami penggunaan media sosial dalam komunikasi keluarga (Barry & Kim, 2024; Farrukh et al., 2022; Olpin et al., 2023; Sharaievskaya & Mirehie, 2023; Stevic & Jorg Matthes, 2021). Asumsi Griffin et al. (2019) tentang teori tersebut, salah satunya, bahwa setiap pengguna media menentukan sendiri waktu yang mereka habiskan dalam penggunaan media dan alasannya. Hal ini juga terjadi pada keluarga, dimana setiap anggota keluarga memiliki pilihan dalam menggunakan media untuk berinteraksi. Keluarga merupakan suatu sistem hubungan yang saling terkoneksi, yang terdiri dari sekumpulan individu dan saling berinteraksi (Galvin et al., 2019). Pola interaksi membantu individu memahami perilaku dan memberikan jalan bagi anggota keluarga untuk berpartisipasi penuh dalam sistem keluarga (Braithwaite et al., 2018). Keluarga mengandalkan komunikasi sebagai cara utama dalam menciptakan, mendefinisikan diri, mengembangkan, memelihara, maupun mengubah identitas diri (Galvin et al., 2019). Fitzpatrick & Badzinski melalui karyanya *Handbook of Interpersonal Communication* (1985) memasukkan komunikasi keluarga ke dalam komunikasi interpersonal, karena di dalamnya terdapat interaksi yang dibangun bersama dengan individu lain dalam upaya mempertahankan atau mengakhiri suatu hubungan (Gamble & Gamble, 2012; Knapp & Daly, 2011). Komunikasi interpersonal yang memiliki fungsi dalam pengembangan hubungan, salah satunya dalam bentuk dukungan sosial, dapat ditemukan di dalam keluarga (Koerner, 2004).

Berdasarkan perspektif komunikasi keluarga, komunikasi dipandang sebagai proses sentral yang menjelaskan proses sebuah keluarga dibangun bersama, dinegosiasikan, dan dilegitimasi dalam suatu wacana tertentu (Braithwaite et al., 2018). Komunikasi keluarga fokus mengamati cara setiap individu menciptakan dan menegosiasikan makna, identitas, dan hubungan dalam interaksi sosial dalam keluarga, yaitu proses individu tersebut membentuk dirinya dan membentuk hubungan dengan keluarga (Baxter, 2008). Memahami yang terjadi dalam suatu keluarga tidak dapat dilakukan hanya dengan berfokus pada salah satu anggotanya, melainkan harus berfokus pada komunikasi yang terjalin dalam sistem keluarga tersebut (Galvin et al., 2019). Dalam upaya mencapai tujuan strategis bersama, orang tua mengajarkan keterampilan komunikasi kepada anak, secara eksplisit dengan mencontohkan perilaku yang sesuai, dan secara implisit melalui pemodelan komunikasi mereka sendiri (Handayani & Husnita, 2021; Kaddi et al., 2020; Koerner, 2004). Burleson et al., (1995) menyampaikan bahwa anak-anak merasakan dukungan sosial dalam keluarga mereka dan belajar bagaimana memberikan dukungan sosial kepada orang lain ketika komunikasi keluarga terbuka, empatik, dan mampu mencerminkan pikiran dan perasaan orang lain (Koerner, 2004).

Bagi keluarga yang terpisah secara geografis, dimana kesempatan untuk berinteraksi secara tatap muka sangat terbatas, media sosial dapat menjadi sarana komunikasi yang dinilai penting untuk menjaga ikatan, membentuk identitas keluarga itu sendiri, serta dalam penyelesaian tugas bersama di dalam keluarga (Abel et al., 2021). Hadirnya media sosial memberikan kemudahan dan memungkinkan setiap anggota keluarga untuk tetap terhubung satu sama lain (Dewi, 2023). Komunikasi *online* menjadi bagian penting dalam kehidupan sosial, jumlah penggunaannya pun terus meningkat secara eksponensial (Corak & Hains, 2022). Dalam konteks ini, kemajuan teknologi komunikasi digital berupa telepon seluler (ponsel) dan internet, maupun kemudahan penggunaan media sosial, baik dalam bentuk audio, visual, *platform* digital, atau *video streaming*, memberikan akses yang luas dan fleksibel bagi para tenaga kerja yang melakukan migrasi untuk tetap menjaga hubungan antar anggota keluarga, maupun menjalin komunikasi dengan teman dan komunitas di tempat asal mereka (Badrol & Wok, 2020; Ghaddar et al., 2019; Nistor, 2019; Romdiati & Noveria, 2020).

Tenaga kerja melakukan migrasi (perpindahan) ke kota-kota besar, khususnya kawasan metropolitan yang menjadi pusat pertumbuhan, aktivitas ekonomi, pemukiman, dan aktivitas sosial-budaya, dalam jangka waktu yang lama karena adanya penawaran upah yang tinggi (Bjerke & Mellander, 2022; Gaffar et al., 2019). Daerah perkotaan menawarkan berbagai pekerjaan dan peluang untuk memperoleh penghasilan yang lebih tinggi dibandingkan daerah pedesaan. Selain itu, akses memperoleh barang (sumber daya) dan layanan di daerah perkotaan juga lebih mudah dibandingkan daerah pedesaan (Aparicio et al., 2020). Pekerja bersedia untuk bekerja keras karena loyalitas dan kepuasan pada perusahaan (Egenius et al., 2020). Loyalitas dan kepuasan pada perusahaan dipengaruhi oleh kepuasan akan penghasilan yang diterima (Dingyang, 2022). Siklus antara kerja keras, loyalitas, dan penghasilan akan berdampak pada motivasi lanjutan yaitu pengembangan karir (Dong & Loang, 2023). Harapan selanjutnya yang ingin diperoleh adalah promosi (Miklosevic et al., 2022). Siklus bekerja tersebut merubah pandangan tentang keseimbangan antara pekerjaan dan keluarga.

Ketidakhadiran fisik karena jarak membatasi kepedulian, mempersulit orang tua untuk mengunjungi atau berkumpul kembali dengan anak-anak mereka yang sudah dewasa (Sampaio, 2020). Ketidakseimbangan antara pekerjaan dan keluarga berimplikasi terhadap sulitnya menciptakan *quality time* keluarga sebagai waktu yang berharga dan berarti untuk dijalani bersama orang penting dalam hidup. *Quality time* keluarga juga berfungsi

untuk menciptakan hubungan yang harmonis karena menjadikan setiap anggota keluarga lebih dekat dan lebih saling mengenal (Badrol & Wok, 2020; Wong et al., 2021; Zaki, 2020).

Penelitian yang dilakukan oleh Whiting dan Williams (2013) menunjukkan bahwa secara global, motivasi utama sebagian besar orang menggunakan media sosial adalah untuk tetap terhubung dengan keluarga (Abel et al., 2021). Aktivitas pada jejaring sosial dianggap berkontribusi terhadap ikatan modal sosial individu, menjalin hubungan dengan teman dan keluarga dapat memperkuat individu dalam menghadapi masalah (Haslam et al., 2017). Stacy Dobbs (2020), dalam jurnal berjudul *Connected: Social Media Use and Quality Family Time*, menyatakan bahwa penggunaan konsumsi waktu akan sosial media yang tinggi dapat berakibat menurunkan *quality time* keluarga. Badrol & Wok (2020) dalam penelitiannya memperlihatkan adanya hubungan antara persepsi, sikap, dan perilaku penggunaan media sosial dan *quality time* keluarga oleh mahasiswa di Malaysia. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media sosial memberikan dampak positif terhadap *quality time* keluarga. Hassan & Marzouk (2020) meneliti pengaruh penggunaan media sosial terhadap cara anggota keluarga berkomunikasi dan efek dari penggunaan internet dalam membentuk hubungan anggota keluarga. Hasil penelitian tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media sosial oleh penduduk Kota Kairo berpengaruh terhadap komunikasi keluarga mereka. Penggunaan media sosial menimbulkan jarak dengan anggota keluarga. Hal ini terjadi karena interaksi dalam penggunaan media sosial lebih banyak dilakukan dengan teman. Komunikasi keluarga dianggap lebih efektif secara tatap muka daripada online. Penelitian-penelitian tersebut termasuk dalam lingkup penelitian komunikasi karena meneliti media sebagai bagian dari 7 (tujuh) elemen proses komunikasi (Eke, 2020; Kapur, 2020).

Penelitian yang sudah ada sebelumnya hanya membuktikan bahwa terdapat hubungan antara penggunaan media sosial dengan *quality time* keluarga (Badrol & Wok, 2020; Dobbs, 2020; Shaaban, 2023). Peneliti belum menemukan penelitian yang berfokus pada pekerja, dalam konteks ini *stayer* dan *mover* (yang pada penelitian ini dibatasi hanya sirkuler) sebagai unit analisisnya. Berangkat dari hal tersebut, penelitian ini dikembangkan dengan menggunakan tiga konsep, yakni: kategori pekerja berdasarkan mobilitasnya, media sosial, dan *quality time* keluarga.

Menurut Gaffar et al. (2019), pekerja berdasarkan mobilitasnya dikategorikan menjadi tiga. Pertama, pekerja tetap (*stayer*), yaitu pekerja yang memiliki tempat kerja dan tempat tinggal tetap di wilayah kota yang sama. Kedua, pekerja komuter, yaitu pekerja yang tinggal di tempat yang berbeda dari tempat kerjanya tetapi masih dapat pulang-pergi setiap hari. Terakhir, pekerja sirkuler, yang tempat tinggal dan tempat kerjanya berbeda, hanya dapat melakukan pulang-pergi pada waktu tertentu seperti mingguan atau bulanan.

Istilah media sosial pertama kali digunakan pada tahun 1994 di komunitas toko online Kota Tokyo dan mulai digunakan dalam penelitian pada tahun 2011 (Aichner et al., 2021). Media sosial adalah alat atau *platform* online yang membantu pengguna untuk interaksi sekaligus meningkatkan kemampuan interaksi antarindividu (Hashim et al., 2020; Jaya et al., 2022). Interaksi tersebut berupa berbagi atau berdiskusi tentang perspektif, pendapat, pengalaman, dan wawasan (Jaya et al., 2022). Bentuk dari media sosial dengan lebih dari seratus juta pengguna terdaftar adalah Facebook, Instagram, WhatsApp, Telegram, Twitter (Badrol & Wok, 2020; Corak & Hains, 2022; Hashim et al., 2020). Media sosial dapat diakses melalui *handphone*, tablet, dan laptop (Jaya et al., 2022). Dengan banyaknya pilihan bentuk dan cara mengakses menjadikan media sosial disebut sebagai alat yang mudah digunakan (Hashim et al., 2020).

Quality time keluarga merupakan konsep jumlah waktu yang digunakan untuk aktivitas orang tua dalam mengasuh, menumbuhkembangkan, dan memperkaya anak (Kutrov'atz, 2022). Anak dengan pemenuhan *quality time* yang cukup mengalami perkembangan spiritual yang positif, sebaliknya, pemenuhan *quality time* yang kurang menimbulkan jarak antara anak dengan orang tuanya (Günay et al., 2023). *Quality time* keluarga diartikan tidak hanya sekadar kegiatan bersama, tetapi juga menekankan pada interaksi dan pengungkapan kasih sayang (Kaiser, 2020). Bermain bola bersama pada konsep *quality time* adalah fokus ayah pada anaknya, bukan pada bolanya, menonton TV bersama tidak menjadi *quality time* jika fokus dari masing-masing hanya tentang apa yang ditampilkan di TV, dalam konteks ini, *quality time* adalah aktivitas yang melibatkan interaksi dan menimbulkan kedekatan baik secara fisik maupun psikologis (Chapman, 2004). Berkaitan dengan *quality time* bersama keluarga, Snyder (2007) mengemukakan tiga poin berikut: (1) orang tua melihat *quality time* sebagai kegiatan keluarga yang direncanakan secara struktural; (2) orangtua yang berfokus pada anak melihatnya sebagai momentum pembicaraan dari hati ke hati; (3) orangtua yang memiliki ketersediaan waktu melihat bahwa semua waktu yang mereka habiskan bersama keluarga di rumah adalah *quality time* (Segrin & Flora, 2018).

Dengan menggunakan tiga konsep tersebut, penelitian ini menguji dan membandingkan apakah terdapat perbedaan antara pekerja *stayer* dan *mover* (sirkuler) dalam memanfaatkan media sosial untuk *quality time* keluarga. Penelitian dilakukan dengan membandingkan pengaruh pemanfaatan media sosial terhadap *quality time* keluarga antara pekerja *stayer* (keluarga inti yang tinggal serumah) dengan *mover* (sirkuler) (keluarga inti

yang tidak tinggal serumah karena pekerjaan). Adapun tujuannya adalah untuk menguji dan membuktikan hipotesis bahwa terdapat perbedaan antara pekerja *stayer* dan *mover* (sirkuler) dalam memanfaatkan media sosial untuk *quality time* keluarga.

METODE

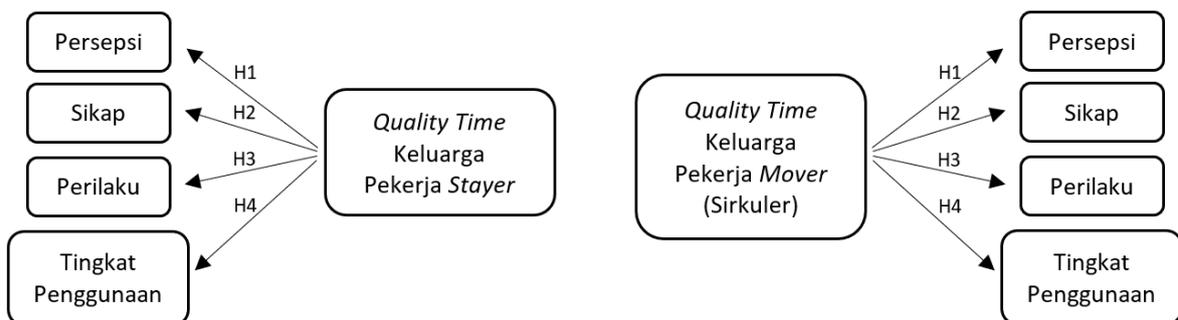
Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Populasi pada penelitian ini adalah pekerja di wilayah Jabodetabek. Pekerja *stayer* didefinisikan sebagai pekerja yang setiap hari bertemu dengan keluarga inti karena tinggal bersama; sementara pekerja *mover* adalah pekerja yang pada hari kerja (Senin s.d. Jumat) tidak tinggal bersama keluarga inti (Gaffar et al., 2019). Pekerja yang dipilih menjadi sampel pada penelitian ini ditetapkan secara *convenience sampling*, yakni siapa saja yang bersedia mengisi *survey* secara *online* (Etikan et al., 2016).

Penelitian dilakukan menggunakan metode survei dengan menyebarkan kuesioner melalui Google Forms. Tidak ada perbedaan kuesioner untuk pekerja *stayer* maupun *mover*. Pekerja diminta untuk menentukan sendiri, termasuk dalam pekerja *stayer* atau *mover*, berdasarkan penjelasan singkat konsep pengkategorian jenis pekerja tersebut pada bagian awal kuesioner. Pengumpulan data pada pekerja *stayer* dan *mover* dilakukan pada waktu yang bersamaan atau *cross-sectional* (Neuman, 2014).

Penelitian ini bersifat eksplanatif, dengan menggunakan analisis komparatif, yakni untuk mencari dan melihat perbedaan antarunit analisis (Drobnič, 2014). Penelitian Badrol & Wok (2020) yang menjelaskan pengaruh penggunaan media sosial terhadap *quality time* keluarga oleh mahasiswa, diakhir penelitiannya mendorong dilakukannya penelitian sejenis pada keluarga yang tinggal terpisah sebagai objek penelitian. Berdasar penelitian tersebut, penelitian ini menjelaskan perbandingan penggunaan media sosial untuk *quality time* keluarga oleh pekerja *stayer* dan *mover* (sirkuler), dengan menggunakan variabel sebagai berikut:

Tabel 1 Operasionalisasi Variabel/Konsep

No.	Variabel/Konsep	Nilai	Sumber
1	Pekerja berdasarkan Mobilitasnya	1. <i>Stayer</i> 2. <i>Mover</i> (Sirkuler)	(Gaffar et al., 2019)
2	Media Sosial	1. Platform (Facebook, Instagram, WhatsApp, Telegram, Twitter, Line) 2. Akses (melalui <i>handphone</i> , tablet, dan laptop) 3. Persepsi, sikap, dan perilaku 4. Tingkat penggunaan (durasi persepsi, frekuensi perhari, banyak hari perminggu)	(Badrol & Wok, 2020; Corak & Hains, 2022; Hashim et al., 2020; Jaya et al., 2022)
3	<i>Quality Time</i> Keluarga	1. Kegiatan/aktivitas yang dilakukan bersama 2. Momentum pembicaraan (komunikasi) 3. Waktu yang dihabiskan bersama	(Snyder (2007) dalam Segrin & Flora, 2011)



Gambar 1 Operasionalisasi Variabel
Sumber: Badrol & Wok (2020)

Untuk melihat hubungan antar variabel, peneliti mengukur persepsi, sikap, perilaku, dan tingkat penggunaan media sosial untuk *quality time* keluarga oleh pekerja *stayer* dan *mover* (sirkuler). Pengukuran

menggunakan skala *likert* dengan rentang nilai 1 sampai 5. Angka 1 (satu) untuk menyatakan sangat tidak setuju, angka 2 (dua) tidak setuju, angka 3 (tiga) agak setuju, angka 4 (empat) setuju, dan angka 5 (lima) sangat setuju.

Pengolahan data diawali dengan proses *data coding*, kemudian dianalisis dengan menggunakan SPSS versi 29. Tahap kedua adalah uji validitas dan reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach's Alpha*. Data dikatakan *reliable* apabila menyentuh atau lebih besar dari angka 0.7 (Ngulube, 2021). Sementara untuk validitas, semakin besar keterkaitan antara definisi konseptual dengan indikator secara empiris, maka semakin tinggi pula tingkat validitas pengukurannya.

Tahap ketiga adalah uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov*. Ketika menyentuh atau lebih besar dari angka 0.05, maka data dikatakan terdistribusi dengan normal dan (H0) diterima (Corder & Foreman, 2014). Tahap keempat adalah uji beda dengan Uji-T untuk data apabila terdistribusi normal. Apabila distribusi data tidak normal, maka untuk selanjutnya digunakan teknik uji beda untuk data non-parametrik. Adapun uji beda non-parametrik yang setara dengan Uji-T untuk membandingkan 2 kelompok independen adalah *Mann-Whitney Test* (Schober & Vetter, 2020). Pada penelitian ini, uji beda dan penarikan kesimpulan dilakukan dengan menggunakan uji non-parametrik *Mann-Whitney*, yakni untuk membuktikan hipotesis bahwa terdapat perbedaan persepsi (H1), sikap (H2), perilaku (H3), dan tingkat penggunaan media sosial (H4) antara pekerja *stayer* dan *mover* (sirkuler) untuk *quality time* keluarga. Untuk menjawab hipotesis tersebut, maka hasil perhitungan pada pekerja *mover* (sirkuler) seharusnya lebih tinggi dibandingkan *stayer*.

Terakhir, dilakukan uji korelasi untuk mengukur kekuatan hubungan antar variabel dan membuktikan hipotesis (H5) bahwa terdapat korelasi antara persepsi, sikap, dan perilaku dengan tingkat penggunaan media sosial antara pekerja *stayer* dan *mover* (sirkuler) untuk *quality time* keluarga. Rentang nilai korelasi adalah pada angka -1.0 hingga 1.0 (IBM, 2022). Angka 0-0.199 menginterpretasikan bahwa korelasi antar variabel sangat lemah, 0.20-0.399 untuk korelasi lemah, 0.4-0.599 untuk korelasi moderat, 0.60-0.799 untuk korelasi kuat, dan 0.80-1.0 untuk korelasi sangat kuat (Byzanthi & Ermawati, 2021).

HASIL DAN DISKUSI

HASIL

Dari kegiatan pengumpulan data didapat 134 isian responden, 7 diantaranya tidak tinggal atau berdomisili di wilayah Jabodetabek, sehingga menyisakan 127 data untuk dapat digunakan sebagai sampel penelitian.

Karakteristik Demografi Responden

Tabel 2 Karakteristik Demografi Responden

Karakteristik Demografi	Kategori	Stayer	Mover	Frekuensi (N=127)	Persentase
Jenis Kelamin	Laki-Laki	41	20	61	48.0
	Perempuan	41	25	66	52.0
Usia (Tahun)	21-25	17	13	30	23.6
	26-30	8	14	22	17.3
	31-35	14	6	20	15.7
	36-40	17	7	24	18.9
	41-45	10	2	12	9.4
	46-50	12	2	14	11.0
Domisili Responden	51 ke atas	4	1	5	3.9
	Bodetabek	53	10	63	49.6
Domisili Keluarga Inti	Jakarta	29	35	64	50.4
	Bodetabek	53	5	58	45.7
	Jakarta	29	7	36	28.3
	Luar Kota (pulau Jawa)		27	26	21.3
Mobilitas Pekerja	Luar Pulau Jawa		6	7	4.7
	Stayer			82	64.6
	Mover			45	35.4

Berdasarkan Tabel 2, dapat dilihat bahwa komposisi responden berdasarkan jenis kelamin dapat dikatakan berimbang, dengan 52% perempuan dan 48% laki-laki. Usia responden berkisar dari antara 21 sampai dengan lebih dari 51 tahun. Mayoritas mayoritas berada pada rentang usia 21-25 tahun yakni sebanyak 23.6%. Berdasarkan mobilitas bekerjanya, jumlah responden *stayer* lebih banyak yakni sebesar 64.6% sedangkan jumlah responden *mover* (sirkuler) sebesar 35.4%.

Tabel 3 Jenis Perangkat untuk Mengakses Media Sosial/Aplikasi Pesan

Jenis Perangkat yang Digunakan untuk Mengakses Media Sosial/Aplikasi Pesan	Stayer	Mover	Frekuensi (N=127)	Persentase
Laptop/Komputer saja	1		1	0.8
Smartphone saja	49	23	72	56.7
Smartphone dan Laptop/Komputer	24	17	41	32.3
Smartphone dan Tablet	4	3	7	5.5
Smartphone, Tablet, dan Laptop/Komputer	4	2	6	4.7

Berdasarkan Tabel 3, diketahui bahwa mayoritas responden, yakni sebesar 56.7% cenderung mengakses media sosial/aplikasi pesan menggunakan perangkat tunggal dari *smartphone* saja. Terbanyak kedua adalah penggunaan secara bersamaan *smartphone* dan laptop/komputer yakni sebesar 32.3%. Ada pula responden lainnya yang mengakses dari *tablet*. Adapun *platform* media sosial yang digunakan sangat beragam, diantaranya Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, Whatsapp, Line Messenger, Email (Gmail, Yahoo, dsb.), Twitter (X), Telegram, dan Snapchat.

Tabel 4 Intensitas Penggunaan Media Sosial/Aplikasi Pesan

Intensitas Penggunaan Media Sosial /Aplikasi Pesan	Kategori	Stayer	Mover	Frekuensi (N=127)	Persentase
Durasi setiap membuka media sosial/aplikasi pesan per- <i>sitting</i>	< 15 menit	32	10	42	33.1
	16 – 30 menit	33	18	51	40.2
	31 – 45 menit	6	6	12	9.4
	46 – 60 menit	5	3	8	6.3
	> 61 menit	6	8	14	11.0
Frekuensi mengakses media sosial/aplikasi pesan dalam seminggu	1x seminggu	1	1	2	1.6
	2x seminggu			0	0
	3x seminggu	1		1	0.8
	4x seminggu	1		1	0.8
	5x seminggu	1		1	0.8
	6x seminggu			0	0
Frekuensi mengakses media sosial/aplikasi pesan dalam sehari	Setiap hari	78	44	122	96.1
	1x sehari	2	1	3	2.4
	2x sehari	1		1	0.8
	3x sehari	3		3	2.4
	4x sehari	1	2	3	2.4
	5x sehari	2		2	1.6
Durasi di media sosial/aplikasi pesan untuk berkomunikasi dengan Keluarga Inti per sesi	> 5x sehari	73	42	115	90.6
	< 15 menit	47	11	58	45.7
	16 – 30 menit	20	13	33	26.0
	31 – 45 menit	7	9	16	12.6
	46 – 60 menit	4	5	9	7.1
Seberapa penting dan bermanfaat penggunaan media sosial/aplikasi pesan untuk berkomunikasi dengan Keluarga Inti	> 61 menit	4	7	11	8.7
	Sangat Penting	35	13	78	61.4
	Penting	46	32	48	37.8
	Tidak penting	1		1	0.8

Selain jenis perangkat elektronik dan *platform* yang digunakan, diperoleh juga data mengenai intensitas penggunaan media sosial/aplikasi pesan itu sendiri. Berdasarkan Tabel 4, diketahui bahwa mayoritas responden menghabiskan 16-30 menit setiap kali membuka media sosial/aplikasi pesan per-*sitting*. Hampir seluruh responden yakni sebesar 96.1% mengakses media sosial/aplikasi pesan setiap hari dalam seminggu, dan 90.6% diketahui mengakses media sosial/aplikasi pesan >5x sehari. Intensitas penggunaan media sosial/aplikasi pesan terhitung tinggi, meskipun demikian, waktu yang dihabiskan di media sosial/aplikasi pesan untuk berkomunikasi dengan keluarga inti cenderung rendah. Setengah dari responden yakni sebesar 58% diketahui hanya menghabiskan <15 menit per sesi. Secara keseluruhan, 61.4% responden merasa penggunaan media

sosial/aplikasi pesan penting dan bermanfaat untuk berkomunikasi dengan keluarga inti, 37.8% lainnya merasa penting, dan 0.8% merasa tidak penting.

Uji Reliabilitas terhadap Persepsi, Sikap, dan Perilaku

Uji reliabilitas dengan menggunakan *Cronbach's Alpha* bertujuan untuk mengetahui konsistensi keterkaitan (keandalan) antara persepsi, sikap dan perilaku masing-masing terhadap penggunaan media sosial. Selain itu juga untuk mengetahui konsistensi keterkaitan (keandalan) setiap butir pertanyaan dalam kelompok persepsi, sikap, dan perilaku. Pada uji reliabilitas, data dikatakan *reliable* apabila menyentuh atau lebih besar dari angka 0.7 (Ngulube, 2021). Hasilnya, nilai uji persepsi berada pada angka .950 dengan nilai uji setiap butir pertanyaan persepsi pada rentang angka .722 - 1.127. Nilai uji sikap adalah .919 dengan hasil uji setiap butir pertanyaan sikap pada rentang angka .805-1.153. Nilai uji perilaku menunjukkan angka .942 dengan nilai uji setiap butir pertanyaan perilaku pada rentang angka .723-1.293. Berdasar hasil pengujian *Cronbach's Alpha*, seluruh data yang terkumpul telah *reliable*.

Uji Validitas terhadap Persepsi, Sikap, dan Perilaku

Penelitian ini merupakan penelitian replikasi, merujuk penelitian acuan validitas yang digunakan adalah *face validity*, dimana item-item pertanyaan telah dikembangkan dan diperiksa sebelumnya oleh ahli pengukuran dan komunikasi keluarga (Badrol & Wok, 2020). Meskipun demikian, peneliti tetap mencoba menguji validitas data dengan *Pearson Correlation*. Hasilnya, nilai *Sig. (2-tailed)* keseluruhan item <.001, yang berarti setiap item pertanyaan dari persepsi, sikap, dan perilaku telah valid.

Uji Normalitas terhadap Persepsi, Sikap, dan Perilaku

Tabel 5 Hasil Uji Normalitas terhadap Persepsi, Sikap, dan Perilaku

Variable	Kolmogorov-Smirnov		
	Statistic	df	Sig.
Persepsi terhadap penggunaan media sosial/aplikasi pesan	.147	127	<.001
Sikap terhadap penggunaan media sosial/aplikasi pesan	.087	127	.020
Perilaku terhadap penggunaan media sosial/aplikasi pesan	.064	127	.200*

Peneliti melakukan uji normalitas menggunakan *Kolmogorov-Smirnov* untuk melihat apakah data terdistribusi secara normal atau tidak, ketika menyentuh atau lebih besar dari angka 0.05, maka data dikatakan terdistribusi dengan normal, (H_0) diterima (Corder & Foreman, 2014). Hasil uji normalitas dengan *Kolmogorov-Smirnov* menunjukkan dua variabel nilainya tidak signifikan, yaitu Persepsi dan Sikap (*sig.* < .05), sementara variabel Perilaku memiliki sebaran himpunan yang terdistribusi normal (*sig.* > .05). Karena terdapat variabel yang tidak terdistribusi normal, maka untuk selanjutnya digunakan teknik uji beda untuk data non-parametrik.

Uji beda non-parametrik yang setara dengan Uji-T untuk membandingkan 2 kelompok independen adalah *Mann-Whitney Test* (Schober & Vetter, 2020). Uji non-parametrik *Mann-Whitney* dilakukan untuk membuktikan hipotesis (**H1**), (**H2**), (**H3**), (**H4**), bahwa terdapat perbedaan persepsi, sikap, perilaku, dan tingkat penggunaan media sosial antara pekerja *stayer* dan *mover* (sirkuler) untuk *quality time* keluarga, dimana hasil perhitungan pada pekerja *mover* (sirkuler) seharusnya lebih tinggi dibandingkan *stayer*.

Uji Beda terhadap Persepsi

Tabel 6 Hasil Uji Beda terhadap Persepsi

No.	Persepsi terhadap Penggunaan Media Sosial/Aplikasi Pesan	M*		p
		Stayer	Mover	
1	Saya merasa media sosial/aplikasi pesan bermanfaat dalam menjaga hubungan saya dengan keluarga inti	59.62	71.99	.037
2	Saya merasa mudah untuk berkomunikasi dengan keluarga melalui media sosial/aplikasi pesan	62.48	66.78	.454
3	Saya merasa penggunaan media sosial/aplikasi pesan memberi saya informasi yang berguna mengenai aktivitas keluarga saya sehari-hari	60.71	70.00	.125

4	Saya berpikir bahwa penggunaan media sosial/aplikasi pesan memperkuat ikatan antar anggota keluarga saya	60.19	70.94	.090
5	Saya yakin menggunakan media sosial/aplikasi pesan memberikan keuntungan bagi saya dalam berkomunikasi dengan keluarga	59.80	71.66	.054
6	Saya percaya bahwa menggunakan media sosial/aplikasi pesan meningkatkan interaksi sosial saya dengan keluarga	59.95	71.38	.072
7	Saya merasa bersedia menggunakan media sosial/aplikasi pesan sebagai media komunikasi saya sehari-hari dengan keluarga	58.96	73.18	.023
8	Saya percaya bahwa menggunakan media sosial/aplikasi pesan meningkatkan keterampilan komunikasi saya dengan keluarga	60.59	70.21	.139
9	Saya pikir media sosial/aplikasi pesan memberikan informasi yang akurat dan dapat dipercaya kepada saya dan keluarga	64.23	63.59	.922
10	Saya merasa penggunaan media sosial/aplikasi pesan memberikan semangat bagi saya untuk mengenal keluarga lebih baik lagi	59.56	72.09	.055

Berdasarkan Tabel 6, (H1) dapat dibuktikan, sebagaimana terlihat bahwa terdapat perbedaan persepsi antara pekerja *stayer* dan *mover* (sirkuler) dalam memanfaatkan media sosial untuk *quality time* keluarga, dimana persepsi pekerja *mover* (sirkuler) lebih tinggi dibandingkan *stayer*. Dari 10 (sepuluh) item pertanyaan untuk mengukur persepsi, pekerja *mover* (sirkuler) menunjukkan angka persepsi yang lebih tinggi dibandingkan pekerja *stayer*. Hanya pada pertanyaan ke-9 saja angka persepsi pekerja *mover* (sirkuler) lebih rendah dibandingkan pekerja *stayer*. Hal ini dapat disebabkan karena banyaknya informasi palsu (*hoax*) dan tidak akurat yang tersebar di media sosial/aplikasi pesan, seperti misalnya di grup *whatsapp* keluarga (Pinardi & Darmawanti, 2023; Tutiasri & Kusuma, 2020).

Uji Beda terhadap Perilaku

Tabel 8 Hasil Uji Beda terhadap Perilaku

No.	Perilaku terhadap Penggunaan Media Sosial/Aplikasi Pesan	M*		p
		Stayer	Mover	
1	Saya menggunakan media sosial/aplikasi pesan untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan keluarga	61.44	68.67	.241
2	Saya selalu mengikuti informasi tentang keluarga saya melalui media sosial/aplikasi pesan	58.96	73.19	.026
3	Saya memperoleh informasi tambahan dan relevan tentang keluarga saya di media sosial/aplikasi pesan	59.87	71.53	.068
4	Saya selalu menggunakan media sosial/aplikasi pesan sebagai media untuk berdiskusi mengenai berita dan permasalahan apa pun dengan keluarga saya	58.84	73.41	.026
5	Saya menggunakan media sosial/aplikasi pesan untuk berkomunikasi, memobilisasi dan mengatur acara keluarga	61.68	68.23	.307
6	Saya mengungkapkan rasa cinta kepada anggota keluarga saya dengan menggunakan media sosial/aplikasi pesan	60.70	70.02	.146
7	Saya membicarakan ide, keyakinan, nilai-nilai yang saya miliki dengan keluarga melalui media sosial/aplikasi pesan	60.02	71.26	.089
8	Saya menyarankan keluarga saya untuk selalu meng-update media sosial/aplikasi pesan mereka dan melihat/mengikuti kehidupan saya melalui media sosial/aplikasi pesan tersebut	61.01	69.44	.205
9	Saya mengandalkan media sosial/aplikasi pesan hampir dalam semua hal ketika berkaitan dengan keluarga	58.73	73.60	.025

10	Saya menceritakan permasalahan saya kepada keluarga melalui media sosial/aplikasi pesan	58.42	74.17	.018
----	---	-------	-------	------

Berdasarkan Tabel 8, (H3) dapat dibuktikan, sebagaimana terlihat bahwa terdapat perbedaan perilaku antara pekerja *stayer* dan *mover* (sirkuler) dalam memanfaatkan media sosial untuk *quality time* keluarga, dimana perilaku pekerja *mover* (sirkuler) lebih tinggi dibandingkan *stayer*. Dari 10 (sepuluh) item pertanyaan untuk mengukur perilaku, pekerja *mover* (sirkuler) menunjukkan angka perilaku yang lebih tinggi dibandingkan pekerja *stayer*.

Uji Beda terhadap Rata-rata Persepsi, Sikap, dan Perilaku

Tabel 9 Hasil Uji Beda terhadap Rata-rata Persepsi, Sikap, dan Perilaku

No.	Rata-Rata	M*		p
		Stayer	Mover	
1	Rata-Rata Persepsi terhadap Penggunaan Media Sosial/Aplikasi Pesan	59.74	71.77	.076
2	Rata-Rata Sikap terhadap Penggunaan Media Sosial/Aplikasi Pesan	58.15	74.67	.015
3	Rata-Rata Perilaku terhadap Penggunaan Media Sosial/Aplikasi Pesan	58.72	73.62	.029
4	Tingkat Penggunaan Media Sosial/Aplikasi Pesan	54.45	81.41	<.001

Berdasarkan Tabel 9, (H4) juga dapat dibuktikan, sebagaimana terlihat bahwa terdapat perbedaan tingkat penggunaan media sosial/aplikasi pesan untuk *quality time* keluarga pada pekerja *stayer* dan *mover* (sirkuler), dimana pekerja *mover* (sirkuler) menunjukkan angka yang lebih tinggi dibandingkan *stayer*. Mengingat data tingkat penggunaan media sosial/aplikasi pesan bentuknya adalah interval, pengukuran dilakukan dengan *data coding* terlebih dahulu. Setiap kategori data (pada item pertanyaan mengenai waktu yang dihabiskan setiap membuka media sosial/aplikasi pesan *per-sitting*, frekuensi mengakses media sosial/aplikasi pesan dalam seminggu, frekuensi mengakses media sosial/aplikasi pesan dalam sehari, dan waktu yang dihabiskan di media sosial/aplikasi pesan untuk berkomunikasi dengan keluarga inti per sesi), diberikan kode angka 1, 2, 3, dst., semakin tinggi menunjukkan tingkat/intensitas penggunaan media sosial/aplikasi pesan yang semakin besar. Selanjutnya dilakukan perkalian atas kode-kode angka tersebut untuk mencari totalnya, agar kemudian bisa dicari nilai *mean-rank* nya.

Uji Korelasi (Kendall's tau-b)

Tabel 10 Hasil Uji Korelasi terhadap Rata-rata Persepsi, Sikap, dan Perilaku

Variabel (N = 127)	Persepsi	Sikap	Perilaku	Tingkat Penggunaan
Persepsi	1			
Sikap	$r = .679^{**}$ $\rho = <.001$	1		
Perilaku	$r = .548^{**}$ $\rho = <.001$	$r = .682^{**}$ $\rho = <.001$	1	
Tingkat Penggunaan	$r = .074$ $\rho = .276$	$r = .087$ $\rho = .197$	$r = .093$ $\rho = .165$	1

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

Peneliti melakukan uji korelasi untuk mengukur kekuatan hubungan antar variabel dan membuktikan (H5) bahwa terdapat korelasi antara persepsi, sikap, dan perilaku dengan tingkat penggunaan media sosial antara pekerja *stayer* dan *mover* (sirkuler) untuk *quality time* keluarga. Berdasarkan Tabel 10, dapat dilihat bahwa variabel sikap memiliki korelasi yang kuat ($r = .679$) terhadap variabel persepsi. Variabel perilaku memiliki korelasi yang moderat terhadap variabel persepsi ($r = .548$), serta kuat terhadap variabel sikap ($r = .682$). Variabel tingkat penggunaan media sosial memiliki korelasi yang sangat lemah terhadap variabel persepsi ($r = .074$), sikap

($r = .087$), dan perilaku ($r = .093$). Dengan demikian, (H5) dapat dibuktikan, sebagaimana terlihat bahwa benar terdapat korelasi antara persepsi, sikap, perilaku, dan tingkat penggunaan media sosial antara pekerja *stayer* dan *mover* (sirkuler) untuk *quality time* keluarga, meskipun korelasinya bervariasi, ada yang sangat lemah, moderat, dan ada juga yang kuat.

Hasil ini sejalan dengan salah satu asumsi Griffin et al. (2019) dalam membahas *User and Gratification Theory*, bahwa setiap pengguna media menentukan sendiri waktu yang mereka habiskan dalam penggunaan media dan alasannya. Pekerja *Stayer* dan *Mover* (Sirkuler) sebagai pengguna media sosial memiliki alasan yang tergambar dalam persepsi, sikap, dan perilaku dalam memilih penggunaan media sosial untuk *quality time* keluarga. Diantara persepsi, sikap, dan perilaku dari penggunaan media sosial oleh pekerja *stayer* dan *mover* (sirkuler) terdapat korelasi yang moderat hingga tinggi dalam alasan atau tujuan untuk *quality time* keluarga. Selain itu, lamanya waktu penggunaan media sosial untuk *quality time* keluarga juga berkorelasi terhadap persepsi, sikap, dan perilaku meskipun nilainya sangat lemah.

SIMPULAN DAN SARAN

SIMPULAN

Peneliti berkesimpulan, bahwa terdapat perbedaan antara pekerja *stayer* dan *mover* (sirkuler) dalam memanfaatkan media sosial untuk *quality time* keluarga, yang diukur dari persepsi, sikap, perilaku, dan tingkat penggunaan media sosial itu sendiri, hal ini sekaligus menjawab pertanyaan penelitian. Selain itu, terdapat pula korelasi antara persepsi, sikap, perilaku, dan tingkat penggunaan media sosial pada pekerja *stayer* dan *mover* (sirkuler) untuk *quality time* keluarga. Seluruh hipotesis (H1), (H2), (H3), (H4), dan (H5) dapat dibuktikan.

SARAN

Hasil dari penelitian diharapkan mampu memberikan kontribusi bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang ilmu komunikasi, yang dalam konteks ini peneliti membatasi penelitiannya pada komunikasi interpersonal dalam lingkup keluarga. Selain itu, hasil dari penelitian juga diharapkan mampu memberikan gambaran kepada para peneliti yang akan melakukan penelitian dengan topik serupa di kemudian hari. Peneliti menyarankan peneliti di masa mendatang untuk mereplikasi penelitian ini dengan menambahkan metode kualitatif (menjadi mixed method), dapat berupa wawancara mendalam, untuk semakin memperkaya dan memperkuat data tentang perbedaan alasan penggunaan media sosial. Penelitian replikasi juga dapat dilakukan dengan menentukan populasi dan sampel penelitian yang berbeda, tidak sebatas pada mahasiswa seperti dalam penelitian Badrol & Wok (2020), atau pekerja *stayer* atau *mover* (sirkuler) pada kantor di wilayah Jabodetabek pada penelitian ini, namun dapat pula memperbesar populasi menjadi mahasiswa di universitas lain, pekerja di wilayah lain, jenis pekerjaan yang berbeda, atau kelompok masyarakat lainnya untuk mengetahui perbedaan penggunaan media sosial oleh kelompok masyarakat dengan latar belakang yang berbeda.

REFERENSI

- Abel, S., Machin, T., & Brownlow, C. (2021). Social media , rituals , and long-distance family relationship maintenance : A mixed-methods systematic review. <https://doi.org/10.1177/1461444820958717>
- Aichner, T., Grünfelder, M., Maurer, O., & Jegeni, D. (2021). Twenty-Five Years of Social Media: A Review of Social Media Applications and Definitions from 1994 to 2019. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 24(4), 215–222. <https://doi.org/10.1089/cyber.2020.0134>
- Aparicio, S., Turro, A., & Noguera, M. (2020). Entrepreneurship and Intrapreneurship in Social , Sustainable , and Economic Development : Opportunities and Challenges for Future Research. *Sustainability*, 12, 1–11. <https://doi.org/doi:10.3390/su12218958>
- Badrol, S. H. M., & Wok, S. (2020). the Influence of Social Media Usage on Quality Time Spent With Family Among Iium Students. *International Journal of Modern Trends in Social Sciences*, 3(14), 01–20. <https://doi.org/10.35631/ijmtss.314001>
- Barry, C. T., & Kim, H. (2024). Parental monitoring of adolescent social media use : relations with adolescent mental health and self-perception. *Current Psychology*, 43, 2473–2485. <https://doi.org//doi.org/10.1007/s12144-023-04434-2>
- Baxter, L. A. (2008). *Engaging Theories in Interpersonal Communication*. SAGE Publications.
- Bjerke, L., & Mellander, C. (2022). Mover stayer winner loser A study of income effects from rural migration. *Cities*, 130(July), 103850. <https://doi.org/10.1016/j.cities.2022.103850>

- Braithwaite, D. O., Suter, E. A., & Floyd, K. (2018). The Landscape of Meta-Theory and Theory in Family Communication Research. In *Engaging Theories in Family Communication* (2nd ed., pp. 1–14). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315204321>
- Byzzanthi, V., & Ermawati, W. J. (2021). Green Accounting, Financial Literacy, and Financial Performance : A Case Study on Sukaregang Tannery Industrial Center in Garut, West Java Indonesia. *Proceedings of the 1st International Conference on Sustainable Management and Innovation, ICoSMI 2020*. <https://doi.org/10.4108/eai.14-9-2020.2304661>
- Chapman, G. (2004). The Five Love Languages. In *Lecture Notes in Computer Science (including subseries Lecture Notes in Artificial Intelligence and Lecture Notes in Bioinformatics): Vol. 8564 LNCS (Issue May)*. <http://youth-portal.com/wp-content/uploads/2014/10/the-5-love-languages-the-secret-to-love-that-lasts.pdf%0Ahttps://coanalytics.co>
- Corak, M., & Hains, V. V. (2022). The Role of Social Networks and Internet Communication among High School Students. *79th International Scientific Conference on Economic and Social Development*, 188–194. <https://www.researchgate.net/publication/367204235>
- Corder, G. W., & Foreman, D. I. (2014). *No Title Nonparametric Statistics: A Step-by-Step Approach* (2nd ed.). Wiley.
- Dewi, A. R. (2023). Kajian Literatur Manajemen Privasi dalam Konteks Hubungan Keluarga di Facebook. *Komunikatif: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 12(2), 171–180. <https://doi.org/10.33508/jk.v12i2.4749>
- Dingyang, Z. (2022). Analysis on The Influence of Salary Level and Employee Satisfaction. *CMU Academy Journal of Management and Business Education*, 1, 7–9. <https://www.journalcmu.com/index.php/cjmbe/article/view/2%0Ahttps://www.journalcmu.com/index.php/cjmbe/article/download/2/28>
- Dobbs, S. (2020). Connected : Social Media Use and Quality Family Time. May.
- Dong, W. X., & Loang, O. K. (2023). The Influence of Salary Compensation on Employee Performance in Shengshitongda: A Qualitative Investigation. 100–113. <https://doi.org/10.55573/JISED.085310>
- Drobnič, S. (2014). *Encyclopedia of Quality of Life and Well-Being Research* (A. C. Mich). Springer Netherlands. https://doi.org/10.1007/978-94-007-0753-5_492
- Egenius, S., Triatanto, B., & Natsir, M. (2020). International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding The Effect of Job Satisfaction on Employee Performance Through Loyalty at Credit Union (CU) Corporation of East Kutai District , East Kalimantan. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding*, 7(10), 480–489.
- Eke, G. J. (2020). Effective Communication Processes : A Peanacea for Organizations ' Success. *IOSR Journal of Business and Management (IOSR-JBM)*, 22(8), 42–54. <https://doi.org/10.9790/487X-2208024254>
- Etikan, I., Musa, S. A., & Alkassim, R. S. (2016). Comparison of Convenience Sampling and Purposive Sampling. *American Journal of Theoretical and Applied Statistics*, 5(1), 1–4. <https://doi.org/10.11648/j.ajtas.20160501.11>
- Farrukh, M., Rizvi, W. R., & Ameen, M. (2022). Impact of Virtual Selves on Familial Cohesion and Amity. *Journal of Media & Communication (JMC)*, 03(02), 115–128. <https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/>
- Gaffar, H., Maharani Raijaya, I. G. A. A. K., & Chotib, C. (2019). Pattern of Labor Mobility Study Case: Fourteen Metropolitan Areas in Indonesia. 158–168. <https://doi.org/10.4108/eai.6-11-2019.2297266>
- Galvin, K. M., Braithwaite, D. O., Schrodt, P., & Bylund, C. L. (2019). *Family Communication: Cohesion and Change* (10th ed.). Routledge. <https://doi.org/10.4324/9781315228846>
- Gamble, T. K., & Gamble, M. (2012). *Communication Works*. McGraw-Hill Education.
- Ghaddar, A., Hamadani, M., & Yamout, F. (2019). Effects of social media on relationships in Lebanon: A study case for Lebanon. *2019(July 2019)*, 48–53. <https://doi.org/10.14236/ewic/pom19.8>
- Griffin, E., Ledbetter, A., & Sparks, G. (2019). *A First Look at Communication Theory* (10th ed.). McGraw-Hill Education.
- Günay, U., Sarman, A., Yayan, E. H., Salman, U., & Polat, S. (2023). The Spiritual State of Children with Academic Mothers. *International Journal of Children's Spirituality*, 28(2), 45–60. <https://doi.org/10.1080/1364436X.2023.2166466>
- Handayani, A. P., & Husnita. (2021). Pengaruh Perilaku Phubbing terhadap Berkurangnya Intensitas Komunikasi Keluarga pada Masa Pandemi Covid-19 Communication during the Covid-19 Pandemic. *Komunikatif: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 167–184. <https://doi.org/10.33508/jk.v10i2.3370>
- Hashim, S., Masek, A., Abdullah, N. S., Paimin, A. N., & Muda, W. H. N. W. (2020). Students' intention to share information via social media: A case study of COVID-19 pandemic. *Indonesian Journal of Science and Technology*, 5(2), 236–245. <https://doi.org/10.17509/ijost.v5i2.24586>

- Haslam, D. M., Tee, A., & Baker, S. (2017). The Use of Social Media as a Mechanism of Social Support in Parents. *Journal of Child and Family Studies*, 2026–2037. <https://doi.org/10.1007/s10826-017-0716-6>
- Hassan, E., & Marzouk, E. (2020). Social Media and Its Impact on Family Relationship in Cairo, Egypt. *International Journal of Creative Research Thoughts*, 8(10), 3144–3169. <https://www.ijcrt.org/papers/IJCRT2010428.pdf>
- IBM. (2022). Correlation Settings. IBM. <https://www.ibm.com/docs/en/spss-modeler/18.3.0?topic=tab-correlation-settings>
- Jaya, H. P., Dari, T. R. W., Zuraida, Z., & Wijaya, A. (2022). A Survey on High School Students' Preferences toward the Use of Social Media as Online Learning Tools. *ENGLISH FRANCA : Academic Journal of English Language and Education*, 6(2), 243. <https://doi.org/10.29240/ef.v6i2.5438>
- Kaddi, S. M., Lestari, P., & Adrian, D. (2020). Komunikasi Keluarga Dalam Pencegahan Coronavirus Disease 2019. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18(1), 63–74.
- Kaiser, M. (2020). Parents' Attitudes and Actions Toward the Use of Technology in Early and Middle Childhood. William Paterson University of New Jersey.
- Kapur, R. (2020). The Elements of Communication. *International Journal of Development in Social Sciences and Humanities*, 10, 15–21. <https://www.ijdsch.com/description.php?id=83>
- Knapp, M. L., & Daly, J. A. (2011). *The Sage handbook of interpersonal communication* (4th edition). SAGE Publications.
- Koerner, A. F. (2004). Family Communication Patterns and Social Support in Families of Origin and Adult Children's Subsequent Intimate Relationships. The International Association for Relationship Research Conference. <https://www.researchgate.net/publication/237239956>
- Kutrov'atz, K. (2022). Quality Time as Focused Time ? The Role of Focused Parental Time on the Wellbeing of Adolescents. 0(0), 1–25. <https://doi.org/10.1177/0192513X221113857>
- Miklosevic, I., Cobovic, M. V., & Ana Markuz. (2022). Comparison of Employee Salary as a Material Factor of Workplace Satisfaction with Other Intangible Factors of Workplace Satisfaction. 79th International Scientific Conference on Economic and Social Development Book of Proceedings, 25–34. <https://www.researchgate.net/publication/367204235>
- Neuman, W. L. (2014). *Social Research Methods: Qualitative and Quantitative Approaches* (7th ed.). Pearson Education Limited. <https://doi.org/10.2307/3211488>
- Ngulube, P. (2021). *No Handbook of Research on Mixed Methods Research in Information Science*. IGI Global.
- Nistor, G. C. (2019). An Extended Technology Acceptance Model For Marketing Strategies In Social Media Book of Abstract. *Review of Economic and Business Studies*, 12(1), 127–136. <https://doi.org/10.1515/rebs-2019-0086>
- Olpin, E., Hanson, C. L., & Crandall, A. (2023). Influence of Social Media Uses and Gratifications on Family Health among U . S . Parents : A Cross-Sectional Study. *International Journal of Environmental Research and Public Health Article*, 20. <https://doi.org/https://doi.org/10.3390/ijerph20031910>
- Pinardi, P., & Darmawanti, I. (2023). Post-Truth Era : Ancaman Polarisasi Melalui Grup Whatsapp Keluarga. *Jurnal Psikologi Teori Dan Terapan*, 14(1), 60–78. <https://doi.org/doi.org/10.26740/jptt.v14n1.p60-78>
- Romdiati, H., & Noveria, M. (2020). Dimensi Mobilitas Penduduk: Berpindah, Bukan Untuk Menetap. *Jurnal Kependudukan Indonesia*, 14(2), 185. <https://doi.org/10.14203/jki.v14i2.476>
- Sampaio, D. (2020). Caring by Silence : How (Un) documented Brazilian Migrants Enact Silence as a Care Practice for Aging Parents Caring by Silence : How (Un) documented Brazilian Migrants Enact Silence as a Care Practice for Aging Parents. *Journal of Intergenerational Relationships*, 18(3), 281–300. <https://doi.org/10.1080/15350770.2020.1787038>
- Schober, P., & Vetter, T. R. (2020). Nonparametric Statistical Methods in Medical Research. *Anesthesia & Analgesia*, 131(6), 1862–1863. <https://doi.org/10.1213/ANE.00000000000005101>
- Segrin, C., & Flora, J. (2018). Defining Family Communication and Family Functioning. In *Family communication* (3rd ed., pp. 1–88). Routledge. <https://doi.org/doi.org/10.4324/9781351132596>
- Shaaban, R. (2023). The Effects of the Social Media Platforms on the Couple Relationships in the Egyptian Society (A Survey Study). *Journal of Media and Interdisciplinary Studies*, 2(3), 33–78. <https://doi.org/10.21608/jmis.2023.205087.1003>
- Sharaievska, I., & Mirehie, M. (2023). Use of social media before , during and after family trips. *Journal of Leisure Research*, 54(5), 624–645. <https://doi.org/10.1080/00222216.2023.2182165>
- Stevic, A., & Jorg Matthes. (2021). Telematics and Informatics A vicious circle between children's non-communicative smartphone use and loneliness : Parents cannot do much about it. *Telematics and Informatics*, 64(December 2020). <https://doi.org/10.1016/j.tele.2021.101677>

- Tutiasri, R. P., & Kusuma, A. (2020). Millennial generation and family literacy within the dissemination of hoax in Whatsapp group. *50(2)*, 153–164. <https://doi.org/http://doi.org/10.21831/informasi.v50i2.28463>
- Wong, K. P., Lee, F. C. H., Teh, P. L., & Chan, A. H. S. (2021). The interplay of Socioecological Determinants of Work–Life Balance, Subjective Wellbeing and Employee Wellbeing. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, *18(9)*. <https://doi.org/10.3390/ijerph18094525>
- Zaki, G. (2020). A Study to Comprehend Quality Time Management of Working Women for the Family. *BSSS Journal of Commerce*, *XII(I)*, 80–90. <https://doi.org/doi.org/10.51767/joc1206>