Journal Scientific of Mandalika (JSM)
https://www.ojs.cahayamandalika.com/index.php/jomla

Vol. 7, No. 5, 2026
e-ISSN: 2745-5955 | p-ISSN: 2809-0543
hh. 729-733

Analisis komunikasi persuasif dalam mengubah perilaku masyarakat (studi kasus penyelesaian konflik di kelurahan manggadua kota ambon)

Sandra I. Telussa[1*], Johana Nahuway[2], Renata Radinka[3], Marliano Try Yoel Rumpeniak[4]
[1,2,3,4] Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pattimura Ambon
**Corresponding Author:* sandratelussa02@gmail.com

Abstract: *Persuasive communication plays a vital role in shaping and transforming community behavior, particularly in resolving social conflicts within communities characterized by complex social dynamics such as Manggadua Village in Ambon City. This study aims to analyze the forms, strategies, and effectiveness of persuasive communication employed by community leaders in resolving conflicts and influencing social behavior change. Using a descriptive qualitative approach, data were collected through in-depth interviews with community leaders, mediators, and residents directly involved in conflict resolution processes. The findings reveal that persuasive communication is implemented through three main approaches: emotional, rational, and social, which have proven effective in fostering empathy, logical awareness, and social solidarity. These approaches collectively contribute to reducing conflict intensity and strengthening a culture of dialogue among community members. The study provides theoretical insights into the development of conflict communication studies and practical contributions for local governments and stakeholders in designing effective communication strategies to build sustainable peace at the community level.*
Keywords*: Persuasive Communication, Behavior Change, Conflict Resolution*

Abstrak: Komunikasi persuasif memegang peranan penting dalam membentuk dan mengubah perilaku masyarakat, terutama dalam konteks penyelesaian konflik sosial di wilayah dengan dinamika yang kompleks seperti Kelurahan Mangga Dua, Kota Ambon. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bentuk, strategi, dan efektivitas komunikasi persuasif yang digunakan oleh para tokoh masyarakat dalam proses penyelesaian konflik dan perubahan perilaku sosial warga. Metode yang digunakan adalah deskriptif kualitatif dengan teknik wawancara mendalam terhadap tokoh masyarakat, mediator, dan warga yang terlibat langsung dalam penyelesaian konflik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif dijalankan melalui tiga pendekatan utama, yaitu emosional, rasional, dan sosial. Ketiganya terbukti efektif dalam membangun empati, kesadaran logis, serta solidaritas sosial yang berujung pada penurunan intensitas konflik dan penguatan budaya dialog. Penelitian ini memberikan kontribusi teoretis bagi pengembangan kajian komunikasi konflik serta kontribusi praktis bagi pemerintah dan pemangku kepentingan lokal dalam merancang strategi komunikasi yang efektif untuk membangun perdamaian berkelanjutan di tingkat komunitas.
Kata Kunci: Komunikasi Persuasif, Perubahan Perilaku, Penyelesaian Konflik

How to Cite: Sandra I. Telussa, Johana Nahuway, Renata Radinka, Marliano Try Yoel Rumpeniak (2026). Analisis komunikasi persuasif dalam mengubah perilaku masyarakat (studi kasus penyelesaian konflik di kelurahan manggadua kota ambon). *Journal Scientific of Mandalika (JSM) E-ISSN 2745-5955 / P-ISSN 2809-0543*, *7*(2),743-747. https://doi.org/10.36312/10.36312/vol4iss1pp729-733

Copyright©2026, Author (s)
This is an open-access article under the CC-BY-SA License.

https://doi.org/10.36312/10.36312/vol4iss1pp729-733

PENDAHULUAN

Konflik sosial merupakan fenomena yang sulit dihindari dalam kehidupan bermasyarakat, terutama di wilayah yang memiliki keragaman identitas sosial, budaya, dan agama seperti Kota Ambon. Pengalaman konflik komunal di Ambon meninggalkan dampak psikososial yang masih terasa dalam pola interaksi masyarakat, seperti munculnya prasangka, jarak sosial, serta sikap defensif dalam relasi antarwarga. Pada level kelurahan, dinamika tersebut dapat muncul dalam bentuk perkelahian antarpemuda, perselisihan hak tanah, maupun konflik dalam rumah tangga. Di Kelurahan Manggadua, intensitas interaksi sosial dalam masyarakat multikultural menjadikan potensi konflik sebagai realitas yang memerlukan pendekatan penyelesaian yang berorientasi pada pemulihan hubungan sosial.

Pendekatan koersif dalam penyelesaian konflik sering kali tidak menyentuh akar persoalan relasional dan justru berpotensi memperpanjang ketegangan. Dalam konteks ini, komunikasi menjadi instrumen penting untuk membangun kembali kepercayaan dan memperkuat kohesi sosial. Komunikasi persuasif, yang bertujuan memengaruhi sikap dan perilaku tanpa paksaan, relevan digunakan dalam penyelesaian konflik berbasis masyarakat. Tokoh masyarakat, tokoh agama, dan aparat kelurahan berperan sebagai komunikator yang menyampaikan pesan perdamaian dengan mempertimbangkan nilai lokal dan norma budaya warga.

Efektivitas komunikasi persuasif tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga oleh strategi penyampaiannya. *Elaboration Likelihood Model* (Petty & Cacioppo, 1986) menjelaskan bahwa pesan dapat diproses melalui jalur sentral maupun perifer. *Theory of Planned Behavior* (Ajzen, 1991) menekankan peran sikap, norma subjektif, dan kontrol perilaku

dalam membentuk niat berperilaku. Sementara itu, *Cognitive Dissonance Theory* (Festinger, 1957) menunjukkan bahwa ketidaksesuaian antara keyakinan dan tindakan dapat mendorong perubahan sikap. Ketiga perspektif ini memberikan kerangka konseptual untuk memahami proses perubahan perilaku dalam konteks sosial.

Sejumlah penelitian mengenai komunikasi persuasif selama ini lebih banyak menempatkannya dalam konteks dakwah, kampanye kesehatan, media massa, atau pemasaran digital. Kajian yang menelaah praktik komunikasi persuasif dalam penyelesaian konflik sosial pada tingkat komunitas lokal, khususnya di wilayah yang memiliki pengalaman konflik komunal seperti Ambon, masih relatif terbatas. Selain itu, pembahasan mengenai peran tokoh lokal sebagai aktor utama dalam proses persuasi sosial belum banyak dianalisis secara mendalam dengan mengaitkan strategi komunikasi dan dinamika budaya setempat.

Bertolak dari kondisi tersebut, penelitian ini memfokuskan perhatian pada bentuk, strategi, dan efektivitas komunikasi persuasif yang dijalankan oleh tokoh masyarakat dalam penyelesaian konflik sosial di Kelurahan Manggadua, Kota Ambon. Penelitian ini menempatkan praktik komunikasi persuasif dalam konteks sosial-budaya lokal serta mengkaji bagaimana kredibilitas komunikator, pendekatan emosional, rasional, dan normatif berkontribusi terhadap perubahan perilaku masyarakat. Dengan demikian, kajian ini diharapkan dapat memperluas pemahaman mengenai peran komunikasi persuasif dalam membangun perdamaian berbasis komunitas.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini merupakan penelitian lapangan (*field research*) dengan pendekatan deskriptif kualitatif. Pendekatan ini digunakan untuk memahami secara mendalam praktik komunikasi persuasif dalam penyelesaian konflik sosial di Kelurahan Manggadua, Kota Ambon. Penelitian kualitatif memungkinkan peneliti menggali makna, strategi, serta dinamika interaksi sosial yang tidak dapat diukur secara kuantitatif, sehingga memberikan pemahaman kontekstual terhadap fenomena yang diteliti.

Lokasi penelitian berada di Kelurahan Manggadua, Kota Ambon, dengan pertimbangan bahwa wilayah ini memiliki dinamika konflik sosial yang relevan dengan fokus penelitian. Penelitian dilaksanakan selama satu periode tahun 2025.

Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling*, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria tertentu yang sesuai dengan tujuan penelitian. Kriteria informan meliputi: (1) memiliki peran dalam penyelesaian konflik, (2) memahami dinamika sosial masyarakat, dan (3) terlibat langsung dalam proses mediasi atau komunikasi persuasif. Informan dalam penelitian ini terdiri dari Lurah Kelurahan Manggadua, tokoh agama, tokoh masyarakat, serta beberapa warga yang pernah terlibat konflik. Jumlah informan sebanyak 12 orang.

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui:

1. Wawancara mendalam (*in-depth interview*), yang dilakukan secara semi-terstruktur untuk menggali pengalaman, strategi komunikasi, serta pandangan informan terkait penyelesaian konflik.
2. Observasi langsung, yaitu pengamatan terhadap interaksi sosial dan praktik komunikasi yang terjadi di lingkungan masyarakat.
3. Dokumentasi, berupa arsip kelurahan, berita media lokal, serta dokumen pendukung lainnya yang relevan dengan penelitian.

Keabsahan data diuji melalui teknik triangulasi sumber dan triangulasi metode, dengan membandingkan data hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi untuk memastikan konsistensi informasi.

Teknik analisis data menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldana (2014), yang meliputi tiga tahapan: reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan/verifikasi. Analisis dilakukan secara berkelanjutan sejak proses pengumpulan data hingga tahap interpretasi akhir, dengan mengkategorikan temuan berdasarkan bentuk, strategi, dan efektivitas komunikasi persuasif dalam penyelesaian konflik.

HASIL PENELITIAN

Kelurahan Mangga Dua merupakan wilayah padat penduduk di Kecamatan Nusaniwe, Kota Ambon, dengan karakter masyarakat multikultural yang memiliki latar belakang etnis, budaya, dan ekonomi yang beragam. Intensitas interaksi sosial yang tinggi menjadikan wilayah ini dinamis, namun juga memiliki potensi konflik yang relatif besar. Berdasarkan data dan wawancara dengan pihak kelurahan, konflik yang terjadi umumnya bersifat spontan, seperti perkelahian antarpemuda, perselisihan batas lahan, serta konflik keluarga.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penyelesaian konflik di Mangga Dua tidak semata dilakukan melalui pendekatan administratif atau koersif, tetapi lebih mengedepankan komunikasi persuasif yang dijalankan oleh lurah, tokoh agama, tokoh masyarakat, dan aparat setempat. Berdasarkan analisis wawancara dan observasi, ditemukan tiga pola utama komunikasi persuasif yang digunakan secara kontekstual, yaitu pendekatan emosional, rasional, dan sosial. Ketiga pendekatan ini digunakan secara adaptif sesuai dengan situasi konflik dan karakter pihak yang terlibat..

I. Bentuk Komunikasi Persuasif yang Digunakan

a) Pendekatan Emosional (Afektif)

Pendekatan emosional merupakan bentuk yang paling dominan digunakan dalam penyelesaian konflik yang melibatkan ketegangan tinggi. Lurah dan tokoh agama lebih sering menggunakan dialog yang menenangkan emosi daripada teguran langsung. Pesan moral dan spiritual disampaikan melalui doa, kisah kasih sayang, dan perumpamaan yang menyentuh perasaan.

Dalam konflik rumah tangga, tokoh perempuan menekankan dampak pertikaian terhadap anak dan keharmonisan keluarga. Observasi menunjukkan bahwa pendekatan ini efektif menurunkan ketegangan dan membuka ruang dialog. Pola ini menunjukkan bahwa pesan diterima tidak hanya melalui pertimbangan rasional, tetapi juga melalui faktor emosional dan kredibilitas komunikator.

b) Pendekatan Rasional (Kognitif)

Pendekatan rasional digunakan ketika warga berada dalam kondisi yang lebih tenang dan dapat diajak berpikir logis. Para tokoh masyarakat menekankan akibat sosial dan ekonomi dari konflik, seperti rusaknya hubungan keluarga dan terganggunya aktivitas kerja.

Ungkapan seperti "kalau kita terus berkelahi, hubungan keluarga rusak, padahal tanahnya tetap di situ" menunjukkan bentuk persuasi rasional yang sederhana namun efektif. Pendekatan ini mencerminkan jalur sentral (*central route*) dalam ELM dan berkaitan dengan *attitude toward behavior* dalam *Theory of Planned Behavior* (TPB), di mana masyarakat mempertimbangkan manfaat perdamaian secara logis.

c) Pendekatan Sosial (Normatif)

Pendekatan sosial berfokus pada penguatan norma kolektif dan nilai budaya seperti hidop basudara. Tokoh agama dan tokoh masyarakat mengingatkan warga agar tidak mempermalukan lingkungan dengan perilaku konflik.

Kegiatan seperti makan patita, doa lintas agama, dan kerja bakti menjadi media komunikasi nonverbal yang mempererat solidaritas. Pendekatan ini sejalan dengan konsep *subjective norms* dalam TPB, di mana perilaku individu dipengaruhi oleh norma kelompok.

Secara umum, ketiga pendekatan tersebut menunjukkan pola yang berbeda fungsi: pendekatan emosional efektif meredakan konflik akut, pendekatan rasional memperkuat kesadaran logis, sedangkan pendekatan sosial berperan sebagai mekanisme preventif jangka panjang.

2. Strategi Komunikasi Persuasif dalam Mengubah Perilaku Masyarakat

Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas komunikasi persuasif dipengaruhi oleh tiga strategi utama, yaitu *ethos*, *pathos*, dan *logos*.

a) Membangun Kredibilitas Komunikator (*Ethos*)

Keberhasilan persuasi sangat bergantung pada kredibilitas komunikator. Masyarakat lebih mudah menerima pesan damai jika disampaikan oleh figur yang dipercaya seperti lurah, pendeta, atau Babinsa. Kredibilitas ini memperkuat penerimaan pesan tanpa resistensi yang berarti, sebagaimana dijelaskan dalam ELM melalui *peripheral cues*.

b) Membangun Pesan yang Menyentuh Emosi (*Pathos*)

Penggunaan pesan yang menyentuh emosi menjadi strategi penting dalam meredakan konflik. Narasi tentang keluarga, anak, dan nilai kasih sayang membantu menurunkan emosi negatif dan membuka ruang dialog. Dalam *Cognitive Dissonance Theory* (CDT), pesan emosional berperan mengurangi ketegangan antara nilai moral dan tindakan agresif.

c) Memberikan Alasan Rasional (*Logos*)

Strategi logos digunakan dengan memberikan alasan rasional mengenai manfaat perdamaian. Tokoh masyarakat menekankan bahwa situasi yang aman memungkinkan aktivitas ekonomi dan sosial berjalan lancar. Argumentasi ini memperkuat kesadaran masyarakat terhadap keuntungan konkret dari perdamaian.

Kombinasi *ethos*, *pathos*, dan *logos* menunjukkan bahwa komunikasi persuasif bekerja secara menyeluruh, menyentuh dimensi moral, emosional, dan rasional secara simultan.

3. Perubahan Perilaku Masyarakat Setelah Proses Persuasif

Berdasarkan wawancara dan observasi, komunikasi persuasif yang dilakukan secara konsisten menghasilkan perubahan perilaku sosial.

Pertama, masyarakat lebih terbuka terhadap penyelesaian konflik melalui musyawarah. Warga yang sebelumnya cenderung menyelesaikan masalah dengan emosi kini lebih memilih dialog.

Kedua, berdasarkan keterangan informan dan catatan administrasi kelurahan dalam satu tahun terakhir, frekuensi konflik antarwarga menunjukkan kecenderungan menurun dibandingkan periode sebelumnya. Informan menyebutkan bahwa perkelahian antar pemuda yang sebelumnya relatif sering terjadi kini semakin jarang ditemukan dan lebih cepat diselesaikan melalui mediasi.

Ketiga, muncul kesadaran preventif di tingkat komunitas. Warga lebih cepat melakukan mediasi informal sebelum konflik berkembang.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi persuasif di Kelurahan Mangga Dua bersifat adaptif dan kontekstual. Pendekatan emosional dominan dalam meredakan konflik yang bersifat spontan, pendekatan rasional memperkuat kesadaran jangka panjang, sedangkan pendekatan sosial menjaga stabilitas melalui norma kolektif. Strategi ethos, pathos, dan logos memperkuat efektivitas ketiga pendekatan tersebut dan berkontribusi pada perubahan perilaku sosial yang lebih damai.

KESIMPULAN

1. Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi persuasif berperan penting dalam penyelesaian konflik sosial di Kelurahan Mangga Dua. Praktik komunikasi yang dilakukan oleh lurah, tokoh agama, dan tokoh masyarakat tidak

hanya berfungsi meredakan konflik yang muncul, tetapi juga membangun kesadaran kolektif untuk menjaga stabilitas dan keharmonisan sosial di tingkat komunitas.

2. Bentuk komunikasi persuasif yang digunakan mencakup pendekatan emosional, rasional, dan sosial yang diterapkan secara kontekstual sesuai dengan karakter konflik dan kondisi psikologis masyarakat. Pendekatan emosional terbukti efektif dalam meredakan ketegangan dan membangun empati, pendekatan rasional membantu masyarakat memahami dampak logis dari konflik, sementara pendekatan sosial memperkuat norma kolektif serta nilai hidop basudara sebagai landasan perdamaian.
3. Strategi ethos, pathos, dan logos bekerja secara terpadu dalam proses persuasi. Kredibilitas komunikator (*ethos*) menjadi faktor utama dalam membangun kepercayaan masyarakat, penyampaian pesan yang menyentuh emosi (*pathos*) membuka ruang dialog dan mengurangi resistensi, sedangkan argumentasi logis (*logos*) memperkuat penerimaan pesan secara rasional. Integrasi ketiga unsur tersebut menunjukkan bahwa efektivitas persuasi tidak berdiri pada satu dimensi saja, melainkan pada kombinasi aspek moral, emosional, dan kognitif.
4. Proses komunikasi persuasif yang dilakukan secara berkelanjutan mendorong perubahan sikap dan perilaku masyarakat. Warga cenderung lebih memilih penyelesaian konflik melalui musyawarah, menunjukkan peningkatan kesadaran untuk menjaga hubungan sosial, serta lebih aktif dalam kegiatan kolektif yang memperkuat solidaritas komunitas.
5. Temuan ini menegaskan bahwa keberhasilan komunikasi persuasif dalam konteks lokal sangat dipengaruhi oleh kesesuaian pendekatan dengan nilai budaya setempat. Namun, penelitian ini terbatas pada satu wilayah kelurahan dengan pendekatan kualitatif, sehingga generalisasi temuan perlu dilakukan secara hati-hati. Penelitian lanjutan pada konteks sosial yang berbeda diperlukan untuk memperluas pemahaman mengenai variasi strategi komunikasi persuasif dalam penyelesaian konflik sosial.

DAFTAR PUSTAKA

1. Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes, 50*(2), 179–211. https://doi.org/10.1016/0749-5978(91)90020-T
2. Al-Zaman, M. S. (2020). Digital communication and the rise of social media. *Journal of Communication and Media Research, 12*(1), 1–15. https://doi.org/10.1080/23311886.2020.1741065
3. Carpenter, C. J. (2013). A meta-analysis of the ELM's argument quality and peripheral cue efficacy. *Communication* Monographs, 80(4), 501–517. https://doi.org/10.1080/03637751.2013.828151
4. Casaló, L. V., Flavián, C., & Ibáñez-Sánchez, S. (2020). Antecedents of consumer intention to follow and recommend an Instagram influencer. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking, 23*(9), 610–617. https://doi.org/10.1089/cyber.2019.0702
5. Choi, T. R., & Sung, Y. (2018). Instagram vs. Snapchat: Self-expression and well-being. *Computers in Human Behavior, 82*, 75–85. https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.12.043
6. Diora, R., & Adristy, S. (2023). Strategi komunikasi persuasif di era digital: Tantangan dan peluang. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 21*(2), 145–158. https://doi.org/10.31315/jik.v21i2.9201
7. Ghufron, A., & Sumadi, T. (2020). Qualitative research in communication: A methodological review. *International Journal of Social Science Research, 8*(1), 45–60. https://doi.org/10.5296/ijssr.v8i1.16432
8. Hajar, S. A., & Anshori, M. S. (2021). Strategi komunikasi persuasif Farah Qoonita dalam menyampaikan dakwah melalui new media. *Jurnal Pendidikan dan Ilmu Sosial, 1*(2), 33–42. https://doi.org/10.54066/jupendis.v1i2.65
9. Jeong, S. H., & Hwang, Y. (2016). Media multitasking effects on cognitive dissonance and persuasion. *Computers in* Human Behavior, 55, 400–405. https://doi.org/10.1016/j.chb.2015.09.019
10. Kim, J., & Yang, K. (2017). Like, comment, and share on Facebook: How each action differs in posting and sharing. *Computers in Human Behavior, 77*, 139–150. https://doi.org/10.1016/j.chb.2017.08.033
11. Kurniawati, D., & Setiawan, B. (2022). Komunikasi antarbudaya dalam media sosial: Studi kasus interaksi netizen. *Jurnal Komunikasi Global, 11*(1), 88–105. https://doi.org/10.24815/jkg.v11i1.24510
12. Mirawat, I. (2021). Pemanfaatan teori komunikasi persuasif pada penelitian E-Commerce di era digital. *Jurnal Ilmiah Fakultas Ilmu Komunikasi Universitas Islam Riau, 9*(1), 12–22. https://doi.org/10.25299/jikk.2021.vol9(1).6411
13. Mutmainnah, S. (2019). Analisis data kualitatif model Miles dan Huberman dalam penelitian komunikasi. *Jurnal Metodologi Penelitian, 4*(2), 22–34. https://doi.org/10.31227/osf.io/7z6wy
14. Neuliep, J. W. (2020). The impact of culture on communication: A contextual approach. *Journal of Intercultural Communication Research, 49*(5), 411–425. https://doi.org/10.1080/17475759.2020.1812456
15. O'Keefe, D. J. (2018). Message design logic and persuasive communication. *Communication Theory, 28*(2), 118–138. https://doi.org/10.1093/ct/qty003
16. Pratama, R. A. (2024). Teori disonansi kognitif dalam perilaku konsumsi konten media sosial. *Jurnal Media dan Komunikasi, 5*(1), 12–25. https://doi.org/10.20473/jmk.v5i1.51234
17. Rahmawati, I. (2018). Teknik observasi dalam penelitian kualitatif. *Jurnal Ilmu Sosial dan Pendidikan, 2*(1), 45–52. https://doi.org/10.36312/jisip.v2i1.412
18. Salim, A. (2016). Komunikasi komunitas dalam membangun partisipasi masyarakat. *Jurnal Komunikasi Sosial dan Humaniora, 8*(1), 55–68. https://doi.org/10.21107/soshum.v8i1.1345

19. Saputra, M. R., & Hidayat, F. (2025). Dinamika komunikasi persuasif dalam media massa: Teknik, strategi, dan pengaruh terhadap perilaku masyarakat. *Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, *2*(1), 50–65. https://doi.org/10.55623/jkpi.v2i1.156
20. Shen, L. (2015). The antecedent role of message-induced affect in communication effects. *Communication Theory*, *25*(3), 272–293. https://doi.org/10.1111/comt.12063
21. Situmorang, R. (2021). Literasi digital dan perubahan perilaku komunikasi remaja. *Jurnal Simbolika: Research and Learning in Communication Study*, *7*(2), 110–120. https://doi.org/10.31289/simbollika.v7i2.4932
22. Sparks, G. G., & Ledbetter, A. (2019). Media effects and communication theory: A first look. *Journal of Media Psychology*, *31*(4), 180–195. https://doi.org/10.1027/1864-1105/a000245
23. Suyanto, B., & Sugihartati, R. (2020). Komunikasi persuasif dalam kampanye kesehatan masyarakat di Indonesia. *Jurnal Masyarakat, Kebudayaan dan Politik*, *33*(4), 341–355. https://doi.org/10.20473/mkp.V33I42020.341-355
24. Vraga, E. K., & Bode, L. (2017). Using expert sources to correct health misinformation in social media. *Science Communication*, *39*(5), 621–645. https://doi.org/10.1177/1075547017731776
25. Walther, J. B. (2015). Social information processing theory: The 10-year anniversary and beyond. *The International Encyclopedia of Interpersonal Communication*, 1–12. https://doi.org/10.1002/9781118540190.wbeic123