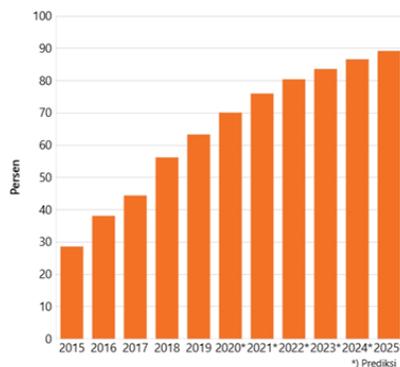


# BAB I

## PENDAHULUAN

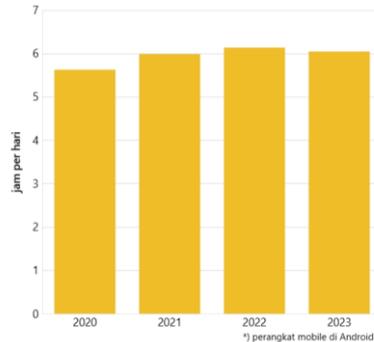
### A. Latar Belakang

Perkembangan zaman, teknologi juga saat ini terus berkembang, salah satu perkembangan teknologi yang sangat pesat ialah *mobile phone*. Kecanggihan dan kepintaran *mobile phone* yang terus dikembangkan saat ini tidak dapat dihindari, sehingga *mobile phone* sering juga disebut dengan *smartphone*. Dengan berbagai macam fitur terbaru yang diberikan oleh *mobile phone* membuat sebagian individu berlomba-lomba untuk memiliki *mobile phone* tersebut agar tidak merasa ketinggalan zaman. Selain itu, dengan kecanggihan dan kepintaran *mobile phone* setiap individu dapat mengakses berbagai hal tanpa adanya batasan waktu dan jarak. Sehingga hal ini membuat sebagian individu merasa tidak dapat lepas dari *mobile phonenya*, baik itu karena alasan pekerjaan, komunikasi maupun sekedar hiburan.



**Gambar 1. 1** Penetrasi ponsel pintar di Indonesia  
(sumber: [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id))

Dilansir dari [databoks.katadata.co.id](http://databoks.katadata.co.id), pengguna *mobile phone* di Indonesia diperkirakan akan terus meningkat. Pada tahun 2015 populasi di Indonesia yang menggunakan *mobile phone* hanya terdapat 28,6%. Seiring perkembangan zaman keberadaan *mobile phone* semakin mudah untuk dijangkau, sehingga penggunaannya terus meningkat. Tahun 2018 lebih dari setengah populasi di Indonesia atau 56,2% telah menggunakan *mobile phone*. Kemudian, tahun 2024 sebanyak 86,6% masyarakat menggunakan *mobile phone*. Hingga 2025, setidaknya terdapat 89,2% populasi di Indonesia telah menggunakan *mobile phone*. Dan dalam kurun waktu enam tahun sejak 2019, penetrasi *mobile phone* di Indonesia tumbuh sebanyak 25,9%. (Pusparisa, 2020)



**Gambar 1. 2** Rata-rata waktu menggunakan ponsel di Indonesia (2020-2023)  
(sumber: *databoks.katadata.co.id*)

Dilansir dari *databoks.katadata.co.id*, berdasarkan laporan *State of Mobile 2024* dari Data.ai, durasi penggunaan perangkat *mobile* atau tablet Android di Indonesia cenderung meningkat setelah pandemi Covid-19. Hasil dari laporan tersebut, peningkatan durasi penggunaan *mobile phone* di Indonesia tercatat dari empat tahun terakhir. Pada tahun 2020, tercatat rata-rata penggunaan perangkat *mobile phone* warga Indonesia selama 5,63 jam per hari. Kemudian, tahun 2021 rata-rata durasi penggunaan perangkat *mobile phone* naik menjadi 5,99 jam per hari. Dan tahun 2022 penggunaan perangkat *mobile phone* mengalami peningkatan yang tinggi, yaitu rata-rata durasi 6,14 jam per hari. Namun demikian, tahun 2023 rata-rata durasi penggunaan perangkat *mobile* warga Indonesia turun menjadi 6,05 jam per hari. (Annur, 2024)

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS), pada tahun 2023 terdapat 67,29% penduduk Indonesia usia 5 tahun ke atas yang memiliki telepon seluler. Presentase ini menurun dibandingkan tahun 2022 yang terdapat 67,88%. (Badan Pusat Statistik, 2024)

Dilansir dari *databoks.katadata.co.id*, berdasarkan data Badan Pusat Statistik (BPS) tahun 2022, Provinsi Sulawesi Selatan masuk ke dalam kepemilikan telepon seluler tertinggi yang berada di urutan ke-10 dengan persentase 71,10%. Dan secara nasional, pada tahun 2022 persentase penduduk laki-laki usia 5 tahun ke atas yang memiliki telepon seluler mencapai 72,76%, sedangkan penduduk perempuan hanya mencapai 62,91%. (Ahdiat, 2023)

Dari data yang ditampilkan di atas, tingginya penggunaan *mobile phone* pastinya memiliki dampak yang positif dan negatif. Dampak positifnya ialah kemudahan dalam berkomunikasi dan mengakses berbagai hal. Dampak negatifnya ialah individu terkadang hanya fokus pada *mobile phonenya* ketika berkumpul. Hal ini akan berdampak pada kesehatan psikologis individu, yaitu ketergantungan dengan *mobile phone* atau hal ini juga dikenal dengan *No Mobile Phone Phobia (Nomophobia)*.

*Nomophobia* atau singkatan dari *no mobile phone phobia* adalah ketakutan dan kecemasan yang dialami seseorang ketika jauh dari ponselnya. *Nomophobia* dapat diartikan juga sebagai penyakit ketergantungan yang dialami oleh individu terhadap *mobile phone* atau ponsel, sehingga bisa membuat individu merasa khawatir yang berlebihan jika ponselnya tidak berada didekatnya.

Istilah *nomophobia* pertama kali digunakan pada tahun 2008 dalam penelitian yang dilakukan oleh Post Office United Kingdom (Inggris) untuk mengetahui kecemasan-kecemasan yang dialami pengguna telepon seluler. (Khairani dkk, 2022). Dalam penelitian tersebut menemukan informasi bahwa sebagian orang merasa takut ketika kehabisan baterai, kehilangan telepon seluler atau ketika tidak dapat menggunakan telepon selulernya.

Sebuah organisasi penelitian bernama YouGov di Inggris pada tahun 2010 menemukan bahwa, sebanyak 53% pengguna ponsel cenderung merasa cemas saat mereka kehilangan ponsel atau berada di luar jaringan internet. Sebanyak 66% populasi manusia telah menderita *nomophobia* dengan kategori 77% remaja usia 18-24 tahun dan 68% orang dewasa usia 25-34 tahun. Serta penderita *nomophobia* di dunia berdasarkan jenis kelamin, yaitu sebanyak 70% wanita dan 66% pria (Iir, 2020).

Penderita *nomophobia* juga lebih banyak menghabiskan waktu dengan *mobile phone* atau ponselnya dibandingkan berinteraksi dengan orang disekitarnya, sehingga komunikasi yang dilakukan secara langsung atau tatap muka sangatlah minim dan menyebabkan kurangnya perhatian serta interaksi terhadap lawan bicara. Hal ini sangat berpengaruh pada interaksi personal atau interaksi antar individu.

Interaksi antar individu merupakan suatu bentuk interaksi sosial yang terjadi antara dua orang atau lebih. Interaksi dapat dilakukan secara langsung maupun tidak langsung. Interaksi langsung merupakan interaksi yang dilakukan secara langsung, seperti bertemu secara tatap muka, sehingga komunikasi yang terjadi dapat berjalan dengan baik. Sedangkan interaksi secara tidak langsung merupakan interaksi yang dilakukan dengan bantuan pihak ketiga atau melalui perantara, seperti komunikasi melalui media sosial yang menjadikan *mobile phone* sebagai pihak ketiga atau perantara.

Salah satu syarat untuk terjadinya interaksi diperlukan sebuah komunikasi. Karena komunikasi dan interaksi merupakan bagian yang tidak bisa dipisahkan dari kehidupan manusia.

Salah satu jenis komunikasi yang berpengaruh dalam interaksi personal, yaitu komunikasi interpersonal. Komunikasi Interpersonal adalah proses interaksi melalui pertukaran makna yang dilakukan antara dua orang atau lebih dengan menggunakan bahasa verbal dan nonverbal. Komunikasi interpersonal juga dianggap efektif dalam hal mengubah sikap, perilaku maupun pendapat seseorang.



**Gambar 1. 3** Hasil Sensus Penduduk 2020  
(sumber: pskp.kemdikbud.go.id)

Berdasarkan hasil sensus penduduk tahun 2020 yang telah dirilis Badan Pusat Statistik pada akhir bulan Januari dan memberikan gambaran demografi Indonesia yang mengalami perubahan. Dan yang menarik dari hasil sensus 2020 menunjukkan komposisi penduduk Indonesia yang sebagian besar berasal dari Generasi Z, yaitu sebanyak 27,94%. Genarasi Z adalah generasi yang lahir antara tahun 1997 - 2012. (Rakhmah, 2021).

Berdasarkan data Badan Pusat Statistik Kota Makassar pada tahun 2023 terdapat 518.377 penduduk yang berusia 10-29 tahun, dengan jumlah penduduk laki-laki sebanyak 265.401 dan jumlah penduduk perempuan sebanyak 252.976 (Badan Pusat Statistik Kota Makassar, 2022).

Dikutip dari Gramedia Blog, Gen Z merupakan generasi yang lahir usai era generasi milenial, gen z adalah peralihan dari generasi milenial dengan teknologi-teknologi yang makin berkembang. (Rifda, 2022). Generasi Z disebut juga dengan iGeneration, yaitu generasi internet atau generasi net. Generasi Z dianggap mampu melakukan *multitasking* atau mampu melakukan beberapa kegiatan sekaligus dalam satu waktu. Selain itu, Generasi Z sejak kecil telah mengenal teknologi dan dinilai memiliki hubungan yang sangat dekat dengan dunia maya, karena hampir semua aktivitasnya dilakukan di dunia maya, sehingga hal ini secara tidak langsung mempengaruhi kepribadian Generasi Z.

Adapun penelitian terdahulu dilakukan oleh Tri Hadi Saputro dkk. (2023) dengan judul “*Nomophobia* pada Mahasiswa Generasi Z: Bagaimana peranan loneliness?”. Penelitian ini berfokus pada hubungan antara loneliness atau kesepian dengan *nomophobia* pada mahasiswa gen z di Fakultas Psikologi 17 Agustus 1945 Surabaya, yang di asumsikan jika semakin tinggi tingkat loneliness maka akan semakin tinggi pula tingkat *nomophobia*, begitu pun sebaliknya.

Penelitian serupa juga dilakukan oleh Khairani dkk. (2022) dengan judul “*Nomophobia* pada Generasi X, Y, dan Z”. Penelitian ini membahas perbedaan *nomophobia* antara generasi X, Y, dan Z di Aceh, yang perbedaan ini dapat dilihat dari bagaimana kemampuan manajemen diri dan kecenderungan menjadi candu gawai jika tidak dikelola dengan baik.

Penelitian lainnya dilakukan oleh Hardianti (2016) dengan judul “Komunikasi Interpersonal Penderita *Nomophobia* dalam Menjalinkan Hubungan Persahabatan”. Penelitian ini membahas tentang bagaimana komunikasi interpersonal yang terjadi pada saat tahap-tahap menjalin suatu hubungan persahabatan dengan penderita *nomophobia*.

Dari hasil penelitian yang mengaitkan *nomophobia* dengan interaksi personal dan generasi z, membuat peneliti tertarik untuk mengungkapkan fenomena tersebut dari sudut pandang yang berbeda. Penelitian ini menjadi menarik untuk diteliti karena mengingat besarnya potensi ketergantungan Gen Z terhadap *mobile phone*. Selain itu, peneliti juga ingin melihat seberapa besar pengaruh *nomophobia* dan interaksi personal terhadap Gen Z. Hal ini, melihat semakin berkembangnya teknologi dan besarnya pengaruh media sosial dalam kehidupan sehari-hari yang secara perlahan mengubah cara individu berinteraksi dalam kehidupan sehari-hari.

Perbedaan penelitian ini dengan penelitian-penelitian sebelumnya, yaitu penelitian ini berfokus pada generasi z di Kota Makassar dan interaksi personal yang dilakukan secara langsung, kemudian seberapa besar tingkat pengaruh dari *nomophobia* dan interaksi personal terhadap generasi z dan seberapa besar pengaruh *nomophobia* dan interaksi personal berdasarkan jenis kelamin.

Berdasarkan penjelasan di atas maka peneliti merasa penelitian ini penting untuk dilakukan dan penelitian ini fokus pada pengaruh *nomophobia* terhadap interaksi personal generasi Z. Adapun judul penelitian ini, yaitu “**Pengaruh *Nomophobia* (*No Mobile Phone Phobia*) Terhadap Interaksi Personal Generasi Z Di Kota Makassar**”.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dipaparkan di atas, maka rumusan masalah dalam penelitian ini sebagai berikut:

1. Bagaimana tingkat *nomophobia* (*no mobile phone phobia*) generasi z di Kota Makassar?
2. Bagaimana tingkat interaksi personal generasi z di Kota Makassar?
3. Bagaimana pengaruh *nomophobia* (*no mobile phone phobia*) terhadap interaksi personal generasi z di Kota Makassar?

## **C. Tujuan dan Kegunaan Penelitian**

### **1. Tujuan Penelitian**

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dibuat, maka tujuan penelitian ini sebagai berikut:

- a. Untuk mengetahui tingkat *nomophobia* (*no mobile phone phobia*) generasi z di Kota Makassar.
- b. Untuk mengetahui tingkat interaksi personal generasi z di Kota Makassar.
- c. Untuk mengetahui pengaruh *nomophobia* (*no mobile phone phobia*) terhadap interaksi personal generasi z di Kota Makassar.

## 2. Kegunaan Penelitian

Berdasarkan tujuan yang ingin dicapai, maka penelitian ini diharapkan dapat berguna secara teoritis maupun praktis. Adapun kegunaan penelitian ini sebagai berikut:

### a. Secara Teoritis

1. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menambah wawasan bagi khalayak terkait dengan *nomophobia* (*no mobile phone phobia*) dan interaksi personal.
2. Hasil penelitian ini diharapkan dapat menjadi referensi bagi semua pihak yang membutuhkan bahan bacaan yang berhubungan dengan pengaruh *nomophobia* (*no mobile phone phobia*) terhadap interaksi personal generasi z.

### b. Secara Praktis

Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan informasi yang bermanfaat bagi pembaca mengenai pengaruh *nomophobia* (*no mobile phone phobia*) terhadap interaksi personal generasi z di Kota Makassar.

## D. Kerangka Konseptual

### 1. *Computer Mediated Communication* (CMC)

*Computer Mediated Communication* atau Komunikasi Bermedia Komputer merupakan segala bentuk komunikasi yang menggunakan teknologi komputer sebagai media penghubung antara individu atau kelompok yang berkomunikasi (Yasmin, 2021). Di era digital yang semakin maju ini, CMC telah menjadi bagian yang melekat dalam kehidupan sehari-hari, seperti penggunaan media sosial.

Menurut John December (dalam Liana, 2018) *Computer Mediated Communication* adalah proses manusia berkomunikasi dengan menggunakan via komputer dengan melibatkan seseorang dalam situasi konteks tertentu, dengan terlibat dalam proses untuk membentuk media sebagai tujuan.

*Computer Mediated Communication* dalam hal ini mempelajari bagaimana perilaku manusia dapat dibentuk melalui pertukaran informasi dengan perantara media komputer serta internet. Dengan adanya internet, komunikasi dapat terjadi secara bebas dan seseorang bisa terhubung dengan banyak orang diberbagai tempat.

*Computer Mediated Communication* menjelaskan bahwa komunikasi yang dilakukan melalui media atau yang dilakukan secara tidak langsung dirasakan sangat berbeda pada tingkat kehadiran sosial, karena tidak dapat berinteraksi secara langsung dan melihat komunikasi yang dilakukan baik secara verbal maupun nonverbal (Khotimah, 2021).

## 2. **Nomophobia (No Mobile Phone Phobia)**

*Nomophobia* atau dikenal dengan singkatan "*No Mobile Phone Phobia*" atau penyakit yang tidak bisa jauh dari *mobile phone*. Penyakit ini merupakan suatu penyakit ketergantungan yang dialami seorang individu terhadap *mobile phone*, sehingga bisa mendatangkan kekhawatiran yang berlebihan jika *mobile phone* nya tidak ada didekatnya (Hestia dkk, 2021).

Yildirim (dalam Mawardi, 2018) berpendapat bahwa *nomophobia* merupakan rasa takut berada jauh dari ponsel dan dianggap sebagai fobia modern atau efek samping dari interaksi antara manusia dan teknologi informasi, khususnya *smarthphone*.

Beers (2016) menjelaskan bahwa terdapat 5 tanda-tanda seseorang mengalami *nomophobia*:

- 1) Merasa cemas saat baterai ponsel lemah, diluar jaringan atau kehabisan pulsa.
- 2) Tidak nyaman saat keluar tanpa membawa ponsel.
- 3) Merasa tidak nyaman saat tidak bisa mengakses ponsel.
- 4) Sering mengecek ponsel di tengah-tengah obrolan.
- 5) Kerap mengecek ponsel hanya untuk melihat sesuatu yang update di media sosial.

Menurut Bragazzi dan Del Puente (dalam Mawardi, 2018) menjelaskan beberapa ciri-ciri orang yang mengidap *nomophobia*, yaitu:

- 1) Menghabiskan waktu menggunakan telepon genggam, mempunyai satu atau lebih gadget dan selalu membawa charger.
- 2) Merasa cemas dan gugup ketika telepon genggam tidak tersedia dekat atau tidak pada tempatnya. Dan merasa tidak nyaman jika terjadi gangguan atau tidak ada jaringan, serta saat baterai lemah.
- 3) Selalu melihat dan mengecek layar telepon genggam untuk mencari tahu pesan atau panggilan masuk.
- 4) Tidak mematikan telepon genggam dan selalu sedia 24 jam, serta saat tidur telepon genggam diletakkan di kasur.
- 5) Kurang nyaman berkomunikasi secara tatap muka dan lebih memilih berkomunikasi menggunakan teknologi baru.
- 6) Biaya yang dikeluarkan untuk telepon genggam besar.

Menurut Bianchi & Philip (dalam Sari dkk, 2020) menyatakan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi *nomophobia*, yaitu:

- 1) Jenis kelamin  
Secara historis tampaknya ada perbedaan jenis kelamin dalam kaitannya dengan serapan teknologi baru. Penelitian sebelumnya yang dilakukan Bianchi & Philip telah menemukan bahwa laki-laki lebih mungkin dibandingkan wanita untuk memiliki sikap positif terhadap computer. Secara logis ini menunjukkan bahwa laki-laki akan lebih banyak dari perempuan yang bermasalah dalam penggunaan teknologi. Perbedaan gender adalah fungsi sosialisasi dan akses terhadap teknologi.
- 2) Harga diri  
Harga diri adalah evaluasi yang relative stabil yang membuat seseorang mempertahankan dirinya sendiri dan cenderung menjadi penilaian diri. Orang-orang dengan pandangan diri buruk atau negatif memiliki kecenderungan yang besar untuk mencari kepastia, telepon genggam memberikan kesempatan setiap orang untuk bisa dihubungi kapan saja dari sinilah tidak mengherankan jika orang-orang dalam menggunakan telepon genggam secara tidak tepat atau berlebihan.
- 3) Usia  
Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa orang tua kurang memungkinkan dibanding orang muda dalam penggunaan teknologi baru. Sehingga faktor usia ini mempengaruhi kecenderungan *nomophobia*.
- 4) Ekstraversi  
Ekstraversi umumnya suka mengambil risiko, impulsif, dan sangat membutuhkan kegembiraan. Ekstraversi lebih rentan terhadap masalah penggunaan telepon genggam dengan alasan bahwa mereka lebih cenderung mencari situasi sosial. Dan ekstraversi lebih rentan terhadap pengaruh teman sebaya.
- 5) Neurotisme  
Neurotisme tinggi ditandai dengan kecemasan, mengkhawatirkan, kemurungan dan sering depresi. Individu neurotisme terlalu emosional, bereaksi kuat terhadap banyak rangsangan.

Menurut Yuwanto (Riadi, 2021) faktor-faktor yang dapat mempengaruhi munculnya *nomophobia* yaitu:

- 1) Faktor internal  
Faktor yang paling beresiko menyebabkan individu menjadi ketergantungan *mobile phone* di antaranya tingkat *sensation seeking* yang tinggi (*sensation seeking* adalah kebutuhan untuk suatu perubahan, pengalaman baru, kesediaan mengambil risiko fisik, risiko sosial dan hanya untuk mendapatkan sebuah pengalaman atau dapat diartikan juga sebagai proses merasakan

ataupun menghayati suatu sensasi yang muncul apabila ada rangsangan yang membangkitkan reseptor), kontrol diri yang rendah, kebiasaan menggunakan *mobile phone* yang tinggi, *expentay effect*, kesenangan pribadi dan kepribadian dan kepribadian ekstraversi yang tinggi.

2) Faktor situasional

Faktor yang menyebabkan individu menjadi ketergantungan *mobile phone* dan mengarahkan pada penggunaan *mobile phone* sebagai media coping. Hal ini menggambarkan tentang situasi psikologis individu yang mengarah pada keadaan pengguna *mobile phone* seperti stress, merasa sedih, kesepian, kecemasan, kejenuhan belajar, *leisure boredom* (kebosanan waktu luang) yang menyebabkan perasaan nyaman ketika menggunakan *mobile phone*.

3) Faktor eksternal

Faktor yang terjadi akibat pengaruh media teknologi yang menyediakan kecanggihan *mobile phone* dan tersedianya beragam fasilitas *mobile phone* seperti di iklan, sehingga mempengaruhi individu untuk memiliki dan menggunakannya.

4) Faktor sosial seperti kebutuhan berinteraksi.

Faktor yang menjadikan *mobile phone* sebagai sarana dan kebutuhan untuk berinteraksi dan menjaga hubungan dengan orang lain yang hal ini dapat mempengaruhi individu menjadi sering menggunakan *mobile phone*.

### 3. Interaksi Personal

Interaksi personal adalah proses interaksi yang terjadi ketika individu memberikan sebuah tanggapan, pengaruh atau stimulus kepada individu lainnya. Begitu pula dengan sebaliknya, ketika seorang individu terkena pengaruh maka ia akan memberikan sebuah tanggapan, respon atau sebuah reaksi (Aris, 2020).

Menurut Soekanto (dalam Istiqomah, 2015) terdapat dua syarat terjadinya interaksi, yaitu:

1) Kontak sosial

Kontak sosial merupakan hubungan sosial antara individu dengan individu yang lain yang bersifat langsung, seperti sentuhan, percakapan, maupun tatap muka sebagai wujud dan reaksi.

2) Komunikasi

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari individu kepada individu lain yang dilakukan secara langsung maupun menggunakan alat bantu sehingga orang lain dapat memberikan tanggapan atau reaksi tertentu.

Maka dari itu, interaksi merupakan kegiatan yang memungkinkan terjadinya sebuah hubungan antara individu dengan individu lainnya,

yang kemudian diaktualisasikan dengan praktek komunikasi, karena dua hal ini memiliki hubungan yang terikat. Dan salah satu jenis komunikasi yang berpengaruh dalam interaksi personal, yaitu komunikasi interpersonal.

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi yang terjadi antara individu dengan individu lainnya yang dilakukan secara tatap muka. Dan salah satu sifat komunikasi interpersonal adalah *irreversible* atau pesan yang sudah disampaikan tidak dapat ditarik kembali atau tidak dapat diubah.

Menurut Brooks dan Heath (dalam Tuti Bahfiarti, 2012) komunikasi interpersonal merupakan suatu proses yang melibatkan pertukaran informasi, makna dan perasaan yang dibagikan pada orang lain melalui pesan verbal dan nonverbal.

Komunikasi interpersonal juga dianggap paling efektif dalam hal upaya mengubah sikap, perilaku, atau pendapat seseorang, karena sifatnya berupa percakapan (Mukarom, 2020). Bentuk komunikasi diadik yang diterapkan oleh komunikasi interpersonal hanya melibatkan dua orang secara tatap muka, yang memungkinkan seseorang menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal maupun nonverbal, seperti suami-istri, dua sejawat, dua sahabat dekat, seorang guru dengan seorang muridnya, dan sebagainya (Hariyanto, 2021).

Dikutip dalam Buku Teori-Teori Komunikasi (Mukarom, 2020), proses komunikasi interpersonal memiliki beberapa ciri khas, yaitu:

- *Feedback* yang bersifat langsung
- Tanggapan komunikasi dapat segera diketahui
- Terkait dengan aspek hubungan
- Pesan biasanya lebih pribadi
- *Face to face* (tatap muka)

#### 4. **Generasi Z**

Generasi Z atau biasa disebut generasi yang akrab dengan teknologi. Menurut Ryan Jeknis (dalam Rakhmah, 2021) menyatakan bahwa Gen Z memiliki harapan, profesi dan perspektif kerja yang berbeda serta dinilai menantang bagi organisasi. Karakter Gen Z lebih beragam, bersifat global, serta memberikan pengaruh pada budaya dan sikap masyarakat kebanyakan.

Menurut Bruce Tulgan dan Rainmarker Thinking (dalam Rakhmah, 2021) terdapat lima karakteristik utama Gen Z yang membedakan dengan generasi sebelumnya, yaitu:

- 1) Media sosial adalah gambaran tentang masa depan Gen Z. Karena generasi ini mengenal media sosial sebagai jembatan untuk dapat terhubung, berkomunikasi dan berinteraksi dengan semua orang.

- 2) Keterhubungan Gen Z dengan orang lain adalah hal yang terpenting.
- 3) Kesenjangan keterampilan dimungkinkan terjadi dalam generasi ini. Hal ini menyebabkan usaha mentransfer keterampilan dari generasi sebelumnya, seperti komunikasi interpersonal, budaya kerja, keterampilan teknis dan berpikir kritis harus intensif dilakukan.
- 4) Kemudahan Gen Z dalam menjelajah dan terkoneksi dengan banyak orang di berbagai tempat secara virtual melalui koneksi internet, hal ini menyebabkan pengalaman mereka menjelajah secara geografis menjadi terbatas. Namun demikian, kemudahan generasi ini terhubung dengan banyak orang dari beragam belahan dunia menyebabkan generasi ini memiliki pola pikir global.
- 5) Keterbukaan Gen Z dalam menerima berbagai pandangan dan pola pikir, menyebabkan mereka mudah menerima keragaman dan perbedaan pandangan akan satu hal. Namun hal ini dapat berdampak pada kesulitan dalam mendefinisikan identitas diri sendiri. Karena identitas diri yang terbentuk dapat berubah berdasarkan berbagai hal yang mempengaruhi pola berpikir dan bersikap terhadap sesuatu.

## 5. Teori S-O-R

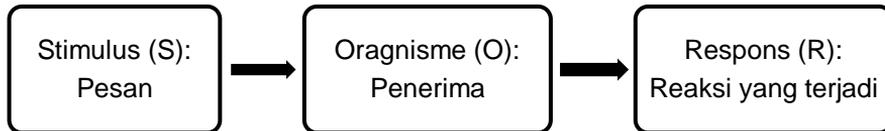
Teori S-O-R (*Stimulus Organism Respons*) yang dikemukakan oleh Hovland pada tahun 1953. Teori ini berasal dari psikologi yang kemudian diterapkan dalam ilmu komunikasi, karena psikologi dan komunikasi memiliki objek yang sama, yaitu manusia yang terdiri dari komponen sikap, pendapat dan persepsi (sikap yang berhubungan dengan wawasan atau pemahaman), afeksi (sikap yang berhubungan dengan perasaan) dan konasi (sikap yang berhubungan dengan kecenderungan berbuat). Asumsi dasar dari teori S-O-R ini adalah penyebab terjadinya perubahan perilaku bergantung pada kualitas rangsangan (stimulus) yang berkomunikasi dengan organism (komunikasikan) (Rahmat abidin & Abidin, 2021)

Komunikasi dianggap sebagai suatu proses aksi-reaksi yang sangat sederhana. Misalnya, ketika saya tersenyum pada anda dan anda membalas senyuman saya, saat itulah model komunikasi ini terjadi. Model komunikasi S-O-R mengasumsikan bahwa kata-kata verbal (lisan-tulisan), isyarat-isyarat nonverbal, gambar-gambar dan tindakan-tindakan tertentu akan merangsang orang lain untuk memberikan respon dengan cara tertentu. Model ini juga menganggap bahwa komunikasi bersifat statis, karena manusia selalu berperilaku sesuai dengan adanya stimulus atau rangsangan dari luar, bukan

berdasarkan kehendak, keinginan atau kemauan bebasnya. (Hariyanto, 2021).

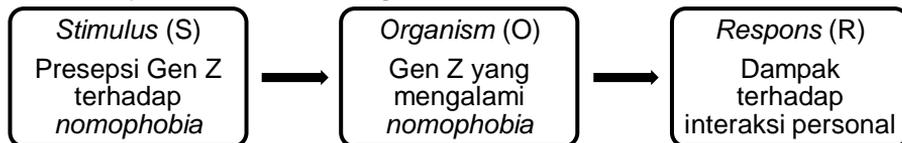
Menurut Effendy (dalam Rahmat abidin & Abidin, 2021), titik penekanan dalam model komunikasi S-O-R (*Stimulus Organism Response*) ini lebih menekankan kepada pesan yang disampaikan dapat menumbuhkan gairah kepada penerima pesan (komunikasikan) sehingga penerima pesan tersebut dengan cepat dapat menerima pesan yang diterima, kemudian terjadi perubahan perilaku sikap.

Teori S-O-R mengandung tiga elemen unsur, yaitu stimulus (S) merupakan pesan yang disampaikan, organisme (O) merupakan pihak yang menerima pesan dan respon (R) merupakan pengaruh yang terjadi yang dinyatakan dengan perasaan menyukai atau tidak terhadap suatu pesan setelah melalui proses perhatian, pengertian dan penerimaan oleh receiver. (Ohorella dkk, 2022)



**Gambar 1. 4 Model Komunikasi S-O-R**

Berdasarkan pemaparan konsep di atas, maka kerangka penelitian ini dapat dirumuskan sebagai berikut:



**Gambar 1. 5 Model Penelitian Teori S-O-R**

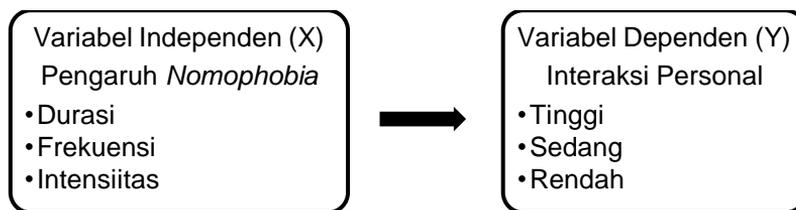
Kerangka konsep penelitian ini dijelaskan dalam 2 variabel. Variabel penelitian adalah segala sesuatu yang berbentuk apa saja yang ditetapkan oleh peneliti untuk dipelajari sehingga diperoleh informasi, kemudian ditarik kesimpulan.

- Variabel Independen (Bebas)  
Variabel independen merupakan variabel yang mempengaruhi atau yang menjadi sebab perubahan atau timbulnya variabel dependen (terikat). Variabel independen dalam penelitian ini, yaitu:

**X = Pengaruh Nomophobia**

- Variabel Dependen (Terikat)  
Variabel dependen merupakan variabel yang dipengaruhi atau yang menjadi akibat, karena adanya variabel independen. Variabel dependen dalam penelitian ini, yaitu:

**Y = Dampak terhadap Interaksi Personal**



**Gambar 1. 6 Kerangka Konseptual Penelitian**

## E. Hipotesis

Adapun hipotesis pada penelitian ini sebagai berikut:

1.  $H_0$ : Tidak terdapat pengaruh *nomophobia* (*no mobile phone phobia*) terhadap interaksi personal generasi z di Kota Makassar.
2.  $H_1$ : Terdapat pengaruh *nomophobia* (*no mobile phone phobia*) terhadap interaksi personal generasi z di Kota Makassar.

## F. Definisi Operasional

Untuk menghindari multitafsir dalam penelitian dan membatasi fokus penelitian, maka peneliti memberikan batasan melalui definisi operasional sebagai berikut:

### 1. *Nomophobia*

*Nomophobia* merupakan kecemasan yang dialami seseorang ketika jauh dari ponselnya atau dapat diartikan juga sebagai ketergantungan yang dialami oleh seseorang terhadap ponselnya, sehingga bisa membuat individu merasa khawatir yang berlebihan jika ponselnya tidak berada didekatnya.

### 2. Pengaruh

Pengaruh yang dimaksud dalam penelitian ini, yaitu pengaruh *nomophobia* terhadap interaksi personal generasi z. Adapun indikator dari kecenderungan ini, yaitu:

#### 1) Durasi

Durasi mengarah pada seberapa lama seseorang menggunakan *mobile phone* dalam sehari-hari. Hal ini dapat dinyatakan dalam satuan waktu tertentu, misalnya permenit atau perjam.

- $\leq 1$  jam/hari masuk ke dalam kategori rendah
- 2 s/d 3 jam/hari masuk ke dalam kategori sedang
- $\geq 4$  jam/hari masuk ke dalam kategori tinggi

#### 2) Frekuensi

Frekuensi mengarah pada seberapa kali atau sering seseorang mengecek *mobile phone* dalam sehari-hari. Hal ini dapat dinyatakan dalam waktu tertentu, misalnya perhari, perminggu atau perbulan.

- Jarang masuk ke dalam kategori rendah.
- Kadang-kadang masuk ke dalam kategori sedang.
- Sering masuk ke dalam kategori tinggi.

3) Intensitas

Intensitas dalam hal ini mengarah pada tingkatan seberapa seringnya interaksi personal tanpa menggunakan *mobile phone*, hal ini berdasarkan pada durasi dan frekuensi.

### 3. Interaksi Personal

Interaksi personal adalah proses pertukaran pesan, ide, perasaan dan informasi antara dua atau lebih individu melalui berbagai cara seperti bahasa lisan, tulisan, isyarat maupun bahasa tubuh.

## G. Metode Penelitian

### 1. Waktu dan Objek Penelitian

Proses penelitian ini berlangsung selama 2 bulan, mulai dari Juli hingga Agustus 2024. Objek penelitian ini adalah generasi Z yaitu individu kelahiran 1997-2012 di Kota Makassar dan memiliki *mobile phone* pribadi.

### 2. Tipe Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif. Metode kuantitatif dapat diartikan sebagai metode penelitian yang berlandaskan pada filsafat positivism yang digunakan untuk meneliti populasi dan sampel tertentu, pengumpulan data yang menggunakan instrument penelitian, analisis data bersifat statistik dengan tujuan untuk menguji hipotesis yang telah ditetapkan (Sugiyono, 2013).

### 3. Jenis dan Teknik Pengumpulan Data

#### 1) Jenis Data

##### 1) Data Primer

Peneliti memperoleh data primer melalui pengisian kuesioner menggunakan Google Form yang akan dibagikan secara online kepada responden yang berisi beberapa pertanyaan.

##### 2) Data Sekunder

Peneliti memperoleh data sekunder dari referensi buku, jurnal, internet dan lain sebagainya yang sesuai dengan penelitian ini.

#### 2) Teknik Pengumpulan Data

##### 1) Kuesioner

Menurut (Sugiyono, 2013), kuesioner merupakan teknik pengumpulan data yang dilakukan dengan cara memberi seperangkat pertanyaan atau pernyataan tertulis kepada responden untuk dijawab. Peneliti menggunakan teknik

pengumpulan data ini karena jumlah responden yang cukup besar dan tersebar di beberapa tempat. Penyebaran kuesioner dilakukan untuk mendapatkan data yang tepat mengenai pengaruh *nomophobia* terhadap interaksi personal generasi z di Kota Makassar.

## 2) Studi Pustaka

Studi pustaka merupakan salah satu metode yang dilakukan dengan cara mengumpulkan, mempelajari dan menganalisis referensi yang didapatkan dari berbagai sumber, seperti jurnal, buku, artikel dan sumber lainnya yang sesuai dengan judul penelitian.

## 4. Teknik Penentuan Populasi dan Sampel

### a. Populasi

Populasi dalam penelitian ini merupakan generasi Z di Kota Makassar, yaitu individu kelahiran tahun 1997-2012 atau saat ini berusia 27-12 tahun, memiliki ponsel pribadi dan memiliki hubungan yang mendalam atau melakukan interaksi yang terus menerus terhadap teman, sahabat, pacar maupun keluarga.

### b. Sampel

Sampel adalah bagian dari jumlah dan karakteristik yang dimiliki oleh populasi (Sugiyono). Untuk menentukan sampel, peneliti menggunakan teknik *probability sampling*, yaitu teknik pengambilan sampel yang memberikan peluang yang sama bagi setiap anggota populasi untuk dijadikan sebagai anggota sampel.

Adapun teknik *probability sampling* yang digunakan ialah *simple random sampling*, yaitu pengambilan anggota sampel dari populasi dilakukan secara acak tanpa memperhatikan kedudukan yang ada dalam populasi tersebut atau populasi dianggap homogen. Pada penelitian ini jumlah sampel tidak dapat diketahui jumlah pastinya, maka untuk menghitung jumlah sampel digunakan rumus Lemeshow:

$$n = \frac{z^2 P(1 - P)}{d^2}$$

Keterangan:

n = jumlah sampel

Z = Skor Z pada kepercayaan 95% = 1,96

P = maksimal estimasi, data sebelumnya belum tersedia, maka ketepatan sebesar 50% = 0,5

d = tingkat kesalahan sampel (*sampling error*) sebesar 5% = 0,05

Dengan rumus di atas, maka hasil perhitungan yang diperoleh sebagai berikut:

$$n = \frac{(1,96)^2 \cdot (0,5) \cdot (1 - 0,5)}{(0,05)^2}$$

$$n = \frac{3,8416 \times 0,25}{0,0025}$$

$$n = 384,16 = 384$$

Berdasarkan hasil perhitungan rumus di atas, maka jumlah sampel yang dihasilkan sebesar 384,16. Akan tetapi, untuk mendapatkan perhitungan statistik yang maksimal maka sampel penelitian ini dibulatkan menjadi 384 responden.

## 5. Teknik Analisis Data

Penelitian ini menggunakan teknik analisis data kuantitatif deskriptif. Penelitian deskriptif merupakan metode yang digunakan untuk mendeskripsikan sebuah gambaran terhadap objek yang diteliti, data atau sampel yang telah terkumpul sebagaimana adanya, tanpa melakukan analisis dan membuat kesimpulan (Ohorella dkk, 2022). Penelitian ini mengumpulkan data melalui kuesioner yang dibagikan secara online kepada responden.

Menurut Sugiyono (2013) skala likert digunakan untuk mengukur sikap, pendapat, dan persepsi seseorang atau sekelompok orang tentang fenomena sosial. Dengan jawaban skala tertinggi Sangat Setuju (SS) bernilai 5 poin dan skala terendah Sangat Tidak Setuju (STS) bernilai 1 poin.

**Tabel 1. 1 Pengukuran Skala Likert**

Pernyataan	Skor
Sangat Setuju (SS)	5
Setuju (S)	4
Kurang Setuju (KS)	3
Tidak Setuju (TS)	2
Sangat Tidak Setuju (STS)	1

### a. Uji Validitas

Uji validitas adalah ketepatan atau kecermatan suatu instrument dalam pengukuran. Pengukuran validitas dilakukan dengan cara mengkorelasikan antara skor item dengan skor total item. Perhitungan korelasi digunakan untuk mengukur tingkat validitas dan menentukan layak atau tidaknya suatu item digunakan. Hal ini untuk menghindari kesalahan dalam pengukuran, teknik pengujian SPSS sering digunakan untuk uji validitas agar menghasilkan hasil yang akurat.

### b. Uji Reliabelitas

Uji reliabilitas dapat dilakukan dengan secara eksternal maupun internal. Uji eksternal dapat dilakukan dengan *test-retest (stability)*, ekuivalen, dan gabungan keduanya dan uji internal dapat dilakukan dengan menganalisis konsistensi butir-butir yang ada pada instrument dengan teknik tertentu. Jika hasil uji reliabilitas memberikan hasil yang konsisten dalam pengukuran yang sama, maka hasilnya dianggap dapat diandalkan.

c. Regresi Linear Sederhana

Regresi linear sederhana berfungsi untuk mengetahui sejauh mana hubungan sebab dan akibat antara variabel independen (x) dan variabel dependen (y).

Adapun rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:

Y = Variabel dependen (Interaksi Personal)

a = Konstanta

b = Koefisien regresi

X = Variabel independen (Pengaruh *Nomophobia*)

d. Uji Korelasi

Uji korelasi digunakan untuk menguji hubungan antara dua variabel penelitian, yang disimbolkan dengan huruf "r". Uji korelasi bertujuan untuk melihat hubungan dari dua hasil pengukuran atau dua variabel yang diteliti untuk mengetahui derajat hubungan antara variabel X (Presepsi Gen Z terhadap *Nomophobia*) dengan variabel Y (Pengaruh terhadap Interaksi Personal).

e. Uji-t

Uji-t digunakan untuk menghitung signifikansi statistik dengan membandingkan nilai rata-rata yang diperoleh. Hal ini untuk mengetahui signifikansi pengaruh dari variabel independen (X) terhadap variabel dependen (Y).

Perhitungan data penelitian ini menggunakan program IBM SPSS. Hal ini perlu mencari nilai *t*-hitung untuk dibandingkan dengan nilai *t*-tabel dengan toleransi kesalahan 5% atau 0,05 dan derajat kebebasan dirumuskan sebagai  $df = (n-k)$  dengan ketentuan sebagai berikut:

- Jika *t*-hitung > *t*-tabel maka  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima.
- Jika *t*-hitung < *t*-tabel maka  $H_0$  diterima dan  $H_1$  ditolak.

## BAB II

### TINJAUAN PUSTAKA

#### A. Nomophobia

##### 1. Defenisi Nomophobia

*Nomophobia* adalah ketakutan dan kecemasan yang dialami seseorang saat jauh dari *mobile phone*. Kata *nomophobia* berasal dari singkatan *no mobile phone phobia*. Hal ini terdapat dua istilah dalam penyebutannya, yaitu *nomophobe* dan *nomophobic*. *Nomophobe* adalah kata benda yang mengarah pada seseorang yang menderita *nomophobia*, sedangkan *nomophobic* adalah kata sifat yang digunakan untuk menggambarkan karakteristik atau perilaku yang berhubungan dengan *nomophobia*.

Menurut Yildirim (dalam Riadi, 2021) *nomophobia* adalah rasa takut berada di luar kontak ponsel dan dianggap sebagai fobia modern sebagai efek samping dari interaksi antara manusia, teknologi informasi dan komunikasi khususnya *mobile phone*.

Menurut Yildirim (dalam Alkalah, 2016) *nomophobia (no mobile phone phobia)* merupakan fobia baru di era modern yang merupakan hasil interaksi dari individu dengan *smartphone* mereka, ketakutan berlebihan jika tidak menggunakan *smartphone* atau tidak bisa dihubungi melalui *smartphone*-nya dan munculnya perasaan gelisah atau panik ketika individu jauh dari *smartphone*-nya.

Menurut King, Valencia & Nardi (dalam Yildirim & Correia, 2015) salah satu studi tentang *nomophobia*, mengatakan *nomophobia* dianggap sebagai kelainan abad ke-21 yang diakibatkan oleh teknologi baru. Selain itu, menurut Shambare (dalam Bhattacharya dkk., 2019) *mobile phone* merupakan kecanduan non-narkoba terbesar di abad ke-21. Mahasiswa kini menghabiskan lebih dari 9 jam per hari dengan *mobile phone* mereka, yang menyebabkan kecanduan, hal ini adalah contoh "paradoks teknologi" yang memiliki sifat membebaskan dan memperbudak. Membebaskan dari dunia nyata dan memperbudak dunia virtual.

Menurut Kalaskar (dalam Widyastuti & Mulyana, 2018) mengemukakan bahwa, faktor-faktor yang mempengaruhi terjadinya *nomophobia*, yaitu tingkat penggunaan, kebiasaan dan ketergantungan yang berdampak terhadap kecemasan dalam penggunaan *smartphone*. Penggunaan *smartphone* yang berlebihan dapat menimbulkan perilaku adiksi, sehingga dapat menimbulkan gangguan pada individu, seperti kecemasan dan panik (Widyastuti & Mulyana, 2018).

Berdasarkan uraian tentang *nomophobia* yang telah diungkapkan oleh beberapa ahli, dapat disimpulkan bahwa kecenderungan *nomophobia* adalah fobia yang dialami oleh individu dengan perasaan yang cemas dan takut ketika jauh dari *smartphone*,

## 2. Dimensi-Dimensi Nomophobia

Menurut Yildirim (dalam Alkalah, 2016), terdapat beberapa kriteria tentang *nomophobia*, yaitu:

- a. Tidak dapat berkomunikasi, hal ini mengarah kepada dimana perasaan individu tidak dapat menghubungi dan dihubungi orang lain, serta tidak dapat menggunakan layanan yang memungkinkan untuk berkomunikasi dengan orang lain.
- b. Kehilangan konektivitas, perasaan ini menyebabkan individu tidak dapat terhubung secara *online* dengan orang lain terutama di media sosial.
- c. Tidak dapat mengakses informasi, hal ini menggambarkan ketidaknyamanan individu ketika tidak dapat mengakses informasi melalui *smartphone*.
- d. Memberi kenyamanan, hal ini keadaan individu secara sadar telah menggunakan *smartphone* secara berlebihan, tetapi hal tersebut tidak membuatnya khawatir karena merasa mendapat manfaat yang diberikan oleh *smartphone*.

## 3. Faktor yang Mempengaruhi terjadinya Nomophobia

Menurut Yildirim (dalam Nissa'adah dkk., 2019) faktor yang dapat mempengaruhi seseorang mengalami *nomophobia*, yaitu jenis kelamin, harga diri, usia, ekstraversi dan *neurotisme*.

Penelitian yang dilakukan oleh Choliz (dalam Nissa'adah dkk., 2019) menunjukkan bahwa wanita lebih memiliki ketergantungan terhadap *smartphone* dari pada laki-laki. Hal ini ditunjang berdasarkan riset perbedaan jenis kelamin dalam menggunakan *smartphone* yang dilakukan oleh Park dan Lee. Dalam riset tersebut menemukan bahwa ada perbedaan gaya pemakaian *smartphone* antara laki-laki dan perempuan. Perempuan dinilai lebih sering menggunakan kamera pada *smartphone*-nya dan berkomunikasi dengan tujuan untuk mempererat interaksi sosial dengan teman maupun kerabat, sedangkan laki-laki lebih sering menggunakan *smartphone*-nya untuk menelpon atau berkomunikasi dan mengakses aplikasi yang sesuai dengan kebutuhannya.

## 4. Penyebab Nomophobia

Penyebab seseorang mengalami *nomophobia* belum diketahui secara pasti. Namun, kemungkinan besar kondisi ini terjadi karena meningkatnya ketergantungan terhadap teknologi di masa sekarang.

Hal ini *nomophobia* bisa muncul karena adanya keinginan untuk selalu memeriksa perkembangan pekerjaan dari *smartphone* atau merasa khawatir secara berlebihan ketika tidak dapat mengetahui informasi terkini (Siloam Hospitals, 2024). Maka, terdapat beberapa faktor yang dapat meningkatkan risiko seseorang mengalami *nomophobia*, yaitu:

- a. Memiliki keluarga dengan riwayat fobia atau gangguan kecemasan lainnya.
- b. Memiliki sifat antisosial yang membuat seseorang lebih bisa berlama-lama menatap layar *smartphone* dibandingkan harus berinteraksi dengan orang lain.
- c. Memiliki teman yang juga aktif di media sosial
- d. Takut kesepian atau kehilangan orang lain jika tidak saling terhubung dan berkomunikasi melalui *smartphone*.
- e. Mengalami kejadian traumatis yang berkaitan dengan kehilangan *smartphone*.
- f. Memiliki waktu luang terlalu banyak.

## **B. Interaksi Personal**

### **1. Pengertian Interaksi Personal**

Menurut Armen (dalam Putri, 2022), interaksi personal adalah hubungan sosial yang terjadi diantara dua orang. Interaksi personal atau interaksi antar individu merupakan salah satu contoh interaksi sosial. Menurut Bonner (dalam Rahayu, 2018) interaksi sosial merupakan suatu hubungan antara dua individu atau lebih, dimana tingkah laku individu saling mempengaruhi dan mengubah tingkah laku individu lainnya, begitupun sebaliknya. Dan menurut Gillin, interaksi sosial adalah suatu hubungan sosial yang dinamis antar individu dengan individu lain atau kelompok atau hubungan antar kelompok. Hubungan ini dapat terjadi karena pada dasarnya manusia adalah makhluk sosial yang tidak dapat hidup tanpa orang lain (Abdillah, 2023).

Interaksi personal adalah sebuah proses interaksi yang terjadi ketika satu individu memberikan sebuah pengaruh atau stimulus kepada individu lainnya. Sebaliknya, ketika individu mendapat pengaruh maka ia akan memberikan sebuah tanggapan, respon atau sebuah reaksi. Interaksi personal diartikan juga sebagai komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih yang dilakukan secara tatap muka dan biasanya memiliki kedekatan atau hubungan yang terkait. Bentuk komunikasi ini selalu dilakukan oleh setiap orang dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini mencakup pertukaran informasi, ide, pendapat dan perasaan antar individu atau kelompok.

Interaksi personal merupakan komunikasi dan keterlibatan langsung antar individu yang melibatkan unsur emosional dan sosial.

Interaksi personal menekankan pentingnya komunikasi tatap muka atau personal dalam membentuk suatu hubungan, memahami berbagai sudut pandang dan membangun kerjasama dengan orang-orang. Dalam hal ini interaksi personal dapat mempengaruhi dinamika sosial, pertukaran budaya dan pembangunan komunitas.

Interaksi personal memiliki sifat yang dinamis. Artinya berubah-ubah, perubahan yang dimaksud tersebut akan menyesuaikan dengan keadaan dan kondisi yang terjadi pada masyarakat. Tujuan dari interaksi personal adalah untuk membantu mencapai kesepakatan bersama. Hal ini jika interaksi memberikan reaksi yang positif, maka individu tersebut mengarah ke pertemanan. Namun jika interaksi memberikan reaksi negatif, maka dapat menimbulkan konflik atau pertentangan diantara keduanya.

## 2. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Interaksi Personal

Interaksi personal dapat terjadi karena dipengaruhi oleh beberapa faktor, yaitu sebagai berikut:

### a. Simpati

Simpati adalah sebuah perasaan yang pada dasarnya dimiliki setiap individu. Perasaan ini ada karena bentuk kesetaraan dalam kehidupan manusia. Sikap simpati dapat diartikan juga sebagai perasaan senang atau kagum pada seseorang ketika ada interaksi yang terjadi diantara orang tersebut dengan orang lain.

### b. Antipati

Antipati adalah munculnya sebuah perasaan yang bertentangan atau ada yang berbeda dengan individu lain yang memiliki kasus yang sama. Antipati dapat diartikan juga sebagai sikap yang muncul karena adanya perbedaan dalam memaknai hal tertentu. (Arli, 2023)

Menurut Soerjono Soekanto (dalam Sudarmi & Indriyanto, 2009) terdapat enam faktor yang mempengaruhi interaksi sosial, baik interaksi antar individu maupun kelompok, yaitu:

### a. Imitasi

Imitasi adalah proses meniru atau mengikuti perilaku orang lain. Hal ini bisa berdampak positif ataupun berdampak negatif, tergantung dari karakter individu yang akan ditirunya.

### b. Sugesti

Sugesti adalah pemberian pengaruh terhadap pandangan seseorang kepada orang lain dengan cara tertentu, sehingga orang tersebut mengikuti pandangan tersebut tanpa berpikir panjang. Sugesti biasanya dilakukan oleh orang-orang yang memiliki pengaruh yang besar. Hal ini dapat berupa berbagai bentuk tindakan seperti perilaku, pendapat, saran dan pertanyaan.

### c. Identifikasi

Identifikasi adalah keinginan dalam diri seseorang untuk menjadi sama dengan orang yang ditirunya. Identifikasi merupakan proses lanjutan dari imitasi dan sugesti yang lebih dalam.

d. Simpati

Simpati adalah perasaan tertarik yang timbul dalam diri seseorang dan membuatnya merasa seolah-olah berada dalam keadaan orang lain. Hal ini dapat terjadi jika adanya saling pengertian diantara kedua belah pihak.

e. Motivasi

Motivasi adalah dorongan dan rangsangan yang diberikan seseorang kepada orang lain, sehingga orang yang diberi motivasi dapat melaksanakan apa yang dimotivasi secara kritis, rasional dan tanggung jawab. Motivasi dapat berupa sikap, perilaku, pendapat dan saran.

f. Empati

Empati adalah proses kejiwaan seseorang untuk ikut larut dalam perasaan orang lain baik suka maupun duka.

### 3. Fakta Tentang Interaksi Personal

- a. Interaksi personal dapat mengarah pada ikatan komunitas yang lebih kuat dengan dukungan dan pengertian timbal balik individu.
- b. Komunikasi nonverbal, seperti ekspresi dan bahasa tubuh memiliki peran yang penting dalam interaksi personal dan dapat menyampaikan emosi lebih efektif dibandingkan hanya dengan kata-kata.
- c. Komunikasi digital telah mengubah sudut pandang interaksi personal, tetapi percakapan secara langsung atau tatap muka masih memiliki nilai yang penting dalam membangun kepercayaan dan hubungan yang baik.
- d. Dalam konteks sejarah interaksi personal sangat penting untuk diplomasi dan negosiasi antara berbagai kelompok atau negara.
- e. Interaksi personal dapat dipengaruhi oleh perbedaan budaya. Karena masyarakat yang berbeda, memiliki norma yang berbeda-beda tentang gaya komunikasi, sapaan dan ekspresi.

## C. Generasi Z

### 1. Pengertian Generasi Z

Generasi Z adalah kepanjangan dari Generasi Zoomer. Generasi Z merupakan generasi peralihan dari generasi Y saat teknologi mulai berkembang. Generasi ini termasuk generasi *up to date* terhadap isu yang tersebar di media masa atau internet, karena generasi ini tidak lepas dari internet dan mereka lahir dan tumbuh di tengah perkembangan teknologi. Selain itu, Gen Z ini dikenal sebagai

generasi yang mahir dalam mengoperasikan internet baik untuk hiburan, belajar, maupun bekerja.

## 2. Ciri-ciri Generasi Z

Generasi Z memiliki beberapa ciri khusus sehingga hal ini membuat generasi z mudah dikenali, berikut ciri-cirinya (Aeni, 2023).

- 1) Tidak bisa terlepas dari ponsel pintar dan internet

Gen Z lahir dan hidup di era teknologi yang mulai berkembang, maka generasi ini sangat akrab dengan internet dan *smarthphone*, serta sangat mahir dalam menggunakan sosial media, hal ini untuk mempermudah komunikasi, berkarya, bekerja dan sebagainya.

- 2) Umumnya memiliki orang tua dari generasi X

Generasi Z umumnya lahir dari generasi X atau generasi yang lahir di tahun 1965-1980. Generasi ini lahir sebelum teknologi tercipta. Namun generasi ini tetap mampu beradaptasi dengan perkembangan teknologi yang ada.

## 3. Karakteristik Generasi Z

Menurut Grail Research (dalam Rastati, 2018), karakteristik generasi Z adalah generasi pertama yang sebenar-benarnya generasi internet, karena generasi ini lahir saat teknologi tersebut sudah ada. Hal inilah yang membuat generasi z memiliki karakter menyukai teknologi, fleksibel, lebih cerdas dan toleran pada budaya. Selain itu, generasi ini juga terhubung secara global dan berjejaring di dunia virtual. Namun demikian, generasi z ini menyukai budaya instan dan kurang peka terhadap pentingnya privasi karena secara konstan mengunggah tentang hidupnya di media sosial.

Menurut survey yang dilakukan Parent Survey (dalam Rastati, 2018), terdapat 34% generasi z berhubungan dengan berbagai kenalan di kota lain dan 13% di negara yang berbeda. Hal yang mereka lakukan adalah saling berbagi foto, video maupun pesan. Mereka menyampaikan berbagai situasi yang sedang terjadi disekitarnya ke seluruh dunia, hal ini menjadi suatu kekhawatiran berbagai pihak karena generasi z ini dianggap rentan terhadap kejahatan *cyber*.

## 4. Kunci yang Membentuk Generasi Z

Berdasarkan penelitian yang dilakukan oleh Tulgan (dalam Rastati, 2018), agar generasi z bisa memberikan peran yang baik, maka terdapat lima kunci yang membentuk generasi z, yaitu:

- 1) Media sosial adalah masa depan

Generasi Z merupakan generasi yang sangat kuat dalam menggunakan sosial media. Meskipun sosial media memiliki manfaat, namun media sosial juga memberikan dampak yang negatif. Maka dari itu, untuk Gen Z yang usianya masih dibawah umur perlu pengawasan dari orang tua dalam penggunaan media sosial agar Gen Z ini tidak terkena dampak negatif dari internet.

- 2) Menjaga koneksi dengan orang lain  
Koneksi dengan orang lain menjadi hal yang penting untuk membentuk Gen Z yang unggul. Namun, hubungan dengan orang lain dan interaksi sosial secara langsung tetap diperlukan.
- 3) Mencegah kesenjangan keterampilan  
Membentuk Gen Z yang unggul diperlukan adanya usaha untuk berbagi keterampilan, seperti komunikasi interpersonal, berpikir kritis dan keterampilan teknis lainnya. Sehingga, Gen Z tidak hanya paham menggunakan teknologi, tetapi juga memiliki keterampilan atau skill penting lainnya.
- 4) Mendukung pola pikir global dan realitas lokal  
Memiliki pemikiran global merupakan salah satu karakteristik dari Gen Z, karena Gen Z selalu menggunakan internet dalam kehidupan sehari-harinya, sehingga hal ini mampu menghubungkan dirinya dengan orang lain di seluruh dunia dan mengetahui hal yang *trending* saat itu. Meskipun memiliki pemikiran global, Gen Z juga harus didukung untuk memahami realitas lokal.
- 5) Keragaman yang tidak terbatas  
Gen Z memiliki pola pikir yang terbuka dan menerima perbedaan dari berbagai sisi membuat generasi ini sulit mendefinisikan dirinya. Hal ini membuat Gen Z mencari jati dirinya dari berbagai sudut. Sehingga untuk membentuk Gen Z yang unggul diperlukan dukungan kepada Gen Z untuk mendapatkan identitas diri dan *passion*-nya, dengan berbagai cara seperti mengikuti kursus online, mengikuti kompetisi dan acara berbasis kreativitas, serta melibatkan diri dalam kegiatan sosial.

#### **D. Teori S-O-R**

Teori S-O-R (stimulus, organism dan respon) merupakan teori yang dipengaruhi oleh disiplin psikologi, khususnya pada behavioristik. Hal ini terjadi karena psikologi dan komunikasi memiliki objek kajian yang sama mengenai jiwa manusia, yang terdiri atas sikap, opini, perilaku, kognisi, afeksi dan konasi. Berdasarkan teori S-O-R ini bahwa penyebab terjadinya perubahan suatu perilaku bergantung pada kualitas dari rangsangan atau stimulus yang berkomunikasi dengan organism (Ivony, 2017). Teori ini dapat diterapkan sebagai strategi untuk melakukan penyuluhan atau penyadaran masyarakat

mengenai suatu hal, seperti kesadaran pentingnya makanan atau jajanan sehat yang dilakukan oleh pemerintah pada anak sekolah.

Menurut teori S-O-R ini dalam proses komunikasi, ketika menyangkut mengenai perubahan sikap hal itu merupakan aspek dari bagaimana (*how*), bukan aspek apa (*what*) dan kenapa (*why*). Hal ini bagaimana berkomunikasi, bagaimana mengubah sikap dan bagaimana mengubah sikap komunikan. Dalam teori ini ada tiga variabel penting, yaitu perhatian, pemahaman dan penerimaan. Pemahaman dari variabel ini ialah ketika komunikan memperhatikan stimulus atau pesan yang diterima, maka proses komunikasi sedang berlangsung. Dan jika komunikator dapat memahami stimulus atau pesan, kemudian menerima dan memprosesnya, maka mereka akan lebih bersedia untuk mengubah sikap (Rahmat abidin & Abidin, 2021).