

TESIS

**GAYA KOMUNIKASI GENERASI Z DALAM MEMBENTUK CITRA DIRI
DI ERA DIGITAL DI SMA 8 PINRANG**

*GENERATION Z'S COMMUNICATION STYLE ON SHAPING
SELF-IMAGE AT SMAN 8 PINRANG*

**DEWI
E022221006**



**PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

**GAYA KOMUNIKASI GENERASI Z DALAM MEMBENTUK CITRA DIRI
DI ERA DIGITAL DI SMA 8 PINRANG**

Tesis

Sebagai Salah Satu Syarat untuk Mencapai Gelar Magister

Program Studi Ilmu Komunikasi

Disusun dan diajukan oleh

DEWI
E022221006

Kepada

**PROGRAM MAGISTER ILMU KOMUNIKASI
FAKULTAS ILMU SOSIAL DAN ILMU POLITIK UNIVERSITAS
HASANUDDIN
MAKASSAR
2024**

TESIS

**GAYA KOMUNIKASI GENERASI Z DALAM MEMBENTUK CITRA DIRI DI ERA
DIGITAL DI SMA 8 PINRANG**

Disusun dan diajukan oleh

DEWI

E022221006

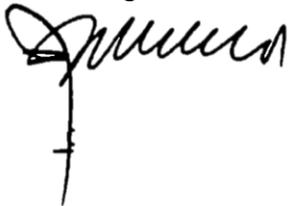
Telah dipertahankan di hadapan Panitia Ujian yang dibentuk dalam
rangka penyelesaian Studi Program Magister Ilmu Komunikasi
Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin

pada tanggal **21 Agustus 2024**

dan dinyatakan telah memenuhi syarat kelulusan

Menyetujui

Pembimbing Utama,



Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde, M.Si
NIP. 196201181987021001

Pembimbing Pendamping,



Dr. H. Aswar Hasan, M.Si
NIP. 196308171992021001

Ketua Program Studi
Magister Ilmu Komunikasi,



Prof. Dr. Muh. Akbar, M.Si
NIP. 196506271991031004



PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan dibawah ini:

Nama : Dewi
NIM : E022221006
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Menyatakan dengan sebenarnya bahwa tesis yang saya tulis ini benar-benar merupakan hasil karya pribadi dan bukan merupakan tulisan atau pemikiran oranglain. Apabila dikemudian hari terbukti atau dapat dibuktikan bahwa sebagian atau keseluruhan tesis ini merupakan hasil karya orang lain, saya bersedia menerima sanksi atau perbuatan tersebut.

Makassar, 21 Agustus 2024

Yang menyatakan,


Dewi

KATA PENGANTAR



Assalamu Alaikum Warahmatullahi Wabarakatuh

Puji Syukur yang sadalam-dalamnya penulis panjatkan kehadiran Allah SWT. atas segala rahmat dan limpahan Rahmat-Nya sehingga penulis dapat menyelesaikan tesis ini dengan judul “**GAYA KOMUNIKASI GENERASI Z DALAM MEMBENTUK CITRA DIRI DI ERADIGITAL DI SMAN 8 PINRANG**”, penulis hadirkan sebagai prasyarat untuk memperoleh gelar Magister Ilmu Komunikasi (M.I.Kom), program studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Hasanuddin Makassar.

Penulis menyampaikan terima kasih kepada semua pihak yang secara langsung maupun tidak langsung memberikan kontribusi dalam penyelesaian tesis ini. Secara khusus pada kesempatan ini penulis menyampaikan rasa hormat dan terima kasih yang sedalam-dalamnya kepada penyemangat terbesar penulis sampai sekarang. Kunci dunia akhiratku yaitu orangtua tercinta **Alm. H. Samsuddin dan Hj. Hajrah**, yang telah senantiasa mendoakan dan memberikan support dari segi materi dan moril. Karena berkat dukungannya sehingga saya bisa berada ditahap ini. Begitupun dengan saudara sejawat saya **Hj. Diana, S.ST, Darmi, S.Kep, Muh. Faizul, Muh. Fadlil, Hikma Ramadhani dan**

tidak lupa pula ponakan moodbooster onty dev Dzaky Adil Wijayah, serta si bayi yang baru lahir Maryam Karimah Saddang yang cukup berperan dalam proses menyelesaikan pendidikan Magister Ilmu Komunikasi yang penulis tempuh.

Penghargaan dan ucapan terima kasih sebesar-besarnya serta sedalam-dalamnya penulis sampaikan pula kepada:

1. Prof. Dr. Andi Alimuddin Unde, M.Si., selaku pembimbing I dan Dr. H. Aswar Hasan, M.Si., selaku pembimbing II yang telah meluangkan waktunya untuk membimbing penulis dan senantiasa memberikan kemudahan dalam interaksi untuk proses penyelesaian serta masukan-masukan yang diberikan menjadi pelengkap untuk tesis ini.
2. Dr. Sudirman Karnay, M.Si., Dr. Arianto, S.Sos., M.Si., Indrayanti, S.Sos., M.Si., selaku tim penguji yang telah bermurah hati dan meluangkan waktunya untuk berbagi ilmu, memberikan arahan serta bantuan dalam penyelesaian tesis ini.
3. Dr. H. Muh. Akbar, M.Si., selaku ketua program studi Magister Komunikasi Universitas Hasanuddin dengan sikap yang sangat ramah senantiasa memberikan motivasi bagi teman-teman mahasiswa terkhusus bagi penulis sendiri.
4. Jajaran pengelola Pascasarjana program Studi Ilmu Komunikasi Fakultas Ilmu Sosial dan Politik Universitas Hasanuddin yang telah memberikan pelayanan maksimal dalam administrasi selama

perkuliahan dan penyelesaian tugas akhir.

5. Sobat serba-serbi selama kurang lebih dua tahun perteman, yang senantiasa memberikan warna dalam proses perkuliahan.
6. Sobat sains tercintaku terima kasih tak terhingga sudah menemani dan selalu semangat mendengarkan keluh kesah penulis tentang pertesisan selama kurang lebih satu tahun ini, kita sangat keren karena sudah sampai tahap ini dan melewati fase ini sehingga bisa selesai tepat waktu walaupun kita menjalaninya sambil istigfar dan YaAllah-yaAllah setiap menit.
7. Serta sobat "ALL ABOUT FOOD" yang senantiasa menemani kejabean penulis yang kadang lupa makan dan selalu menemani penulis untuk mencoba makanan yang viral dikala stuck dalam berfikir. Serta sobat "Peace Keepers" dan "Bidadari Surga" yang sudah memberikan support moril kepada penulis selama proses penulisan tesis ini dan sobat-sobat lainnya, thanks to them for everything.
8. Terkhusus spesial thanks to Wika Harma Wati, S.S yang sudah mendengarkan segala keluh kesah penulis kurang lebih dari tahun 2014 sampai sekarang, I love you more than anything sister.
9. Last but not least terima kasih sebesar-besarnya kepada diri saya sendiri Dedew karena sudah mampu ke tahap yang tidak mudah ini. Terima kasih sekali lagi karena sudah bertahan sampai sejauh ini, kamu hebat kamu keren, walau setiap hari merasa putus asa dan

ingin menyerah. Namun, setiap saat itu juga kamu meneteskan air mata dikala mengingat bahwa seantusias apa alm. papa ketika kamu mau melanjutkan pendidikan magistermu.

Penulis menyadari dalam penulisan tesis ini masih terdapat banyak kekurangan dari segi substansi maupun metodologi. Penulis berharap adanya masukan konstruktif untuk tesis ini agar dapat diperbaiki lebih baik lagi. Semoga Allah SWT, memberikan nikmat kesehatan, perlindungan dan segala kebaikan kepada semua pihak yang mengambil peran dalam penyelesaian tesis ini.

Makassar, 21 Agustus 2024

Penulis,

Dewi

ABSTRAK

DEWI. *Gaya Komunikasi Generasi Z Dalam Membentuk Citra Diri Di Era Digital Di SMAN 8 Pinrang* (dibimbing oleh Andi Alimuddin Unde dan Aswar Hasan).

Setiap generasi memiliki karakteristik tersendiri, salah satu contoh kelompok generasi yaitu Digital Native atau yang sering disebut dengan generasi Z. Karakteristik generasi Z adalah generasi yang sangat akrab dengan teknologi dan internet. Kemudian penelitian ini dilatar belakangi oleh gaya komunikasi generasi z dalam membentuk citra diri di SMAN 8 Pinrang. Dalam penulisan ini, peneliti menggunakan metodologi penelitian kualitatif yaitu dengan pendekatan deskriptif, di mana peneliti memberikan gambaran terhadap subjek dan objek penelitian serta mengelola dan menganalisis secara kualitatif. Penelitian ini adalah penelitian field research atau lapangan, dimana pada penelitian ini peneliti melakukan observasi langsung guna mendapatkan data-data yang akurat mengenai masalah yang sesuai dengan rumusan masalah yaitu (1) Bagaimana gaya komunikasi generasi Z dalam membentuk citra diri di era digital, (2) Bagaimana gaya komunikasi antara sesama generasi Z di era digital. Beberapa generasi z lebih memilih menggunakan gaya komunikasi yang sedang tren di kalangan mereka dengan alasan lebih gaul dan lebih mudah dimengerti. Kemudian gaya komunikasi yang digunakan sesama generasi z adalah gaya komunikasi asertif dan gaya komunikasi dua arah.

Keywords: Generasi Z, Gaya Komunikasi, Era digital



ABSTRAC

DEWI. *Generation Z's Communication Style on Shaping Self-Image In the Digital Era at SMAN 8 Pinrang* (Supervised by Andi Alimuddin Unde dan Aswar Hasan).

Each generation has its own characteristics. One example of a generation group is Digital Native, or what is often called generation Z. The characteristics of Generation Z are that it is a generation that is very familiar with technology and the internet. Then this research was motivated by the communication style of generation Z in forming self-image at SMAN 8 Pinrang. In this writing, the researcher uses a qualitative research methodology, namely a descriptive approach, where the researcher provides an overview of the research subjects and objects and manages and analyzes them qualitatively. This research is field research, where in the researcher carries out direct observations in order to obtain accurate data regarding problems in accordance with the research title. (1) How does generation Z's communication style shape their self-image in the digital era? (2) What are the communication styles of Generation Z in the digital era? Some members of Generation Z are more comfortable using communication styles that are trending among them than the parents communication. The reasons their communication is more popular, because easy for them to understand each other. The assertive communication and two-way communication style are communication style that generation Z's using.

Keywords: *Generation Z, Communication Style, Digital era*



DAFTAR ISI

HALAMAN SAMBUNG.....	i
HALAMAN JUDUL.....	ii
LEMBAR PENGESAHAN	iii
PERNYATAAN KEASLIAN TESIS	iv
KATA PENGANTAR	v
ABSTRAK	ix
ABSTRACT	x
DAFTAR ISI.....	xi
BAB I PENDAHULUAN	1
A. Latar Belakang	1
B. Rumusan Masalah	10
C. Tujuan Penelitian	10
D. Manfaat Penelitian	11
BAB II TINJAUAN PUSTAKA.....	12
A. Kajian Konsep	12
1. Gaya Komunikasi.....	12
2. Generasi Z	24
3. Era Digital	29
4. Gaya Komunikasi Generasi Z Dalam Membentuk Citra Diri Di Era Digital	33
5. Gaya Komunikasi Sesama Generasi Z Di Era Digital.	42
B. Kajian Teori	44
1. Teori Komunikasi Interpersonal	44

2. Teori New Media	48
C. Penelitian Yang Relevan	50
D. Kerangka Pikir.....	52
BAB III METODE PENELITIAN.....	54
A. Pendekatan Dan Jenis Penelitian	54
B. Pengelolaan Peran Sebagai Peneliti	54
C. Lokasi Penelitian Dan Waktu Penelitian	55
D. Sumber Data.....	55
E. Penentuan Informan	56
F. Teknik Pengumpulan Data	57
G. Teknik Analisis Data.....	59
H. Penarikan Kesimpulan	61
I. Pengecekan Validitas Temuan/Kesimpulan	62
BAB IV PENELITIAN DAN PEMBAHASAN	63
A. Gambaran Umum lokasi	63
1. Sejarah Singkat Kabupaten Pinrang	63
2. Letak Geografis.....	63
3. SMAN 8 Pinrang.....	66
B. Hasil Penelitian.....	69
1. Profil Informan	69
2. Deskripsi Hasil Penelitian	71
a. Gaya Komunikasi Generasi Z dalam Membentuk Citra Diri di Era Digital di SMAN 8 Pinrang	71

b. Gaya Komunikasi Sesama Generasi Z di Era Digital di SMAN 8 Pinrang	79
C. Pembahasan	88
a. Gaya Komunikasi Generasi Z dalam Membentuk Citra Diri di Era Digital di SMAN 8 Pinrang	92
b. Gaya Komunikasi Sesama Generasi Z di Era Digital di SMAN 8 Pinrang	109
BAB V PENUTUP	122
A. Kesimpulan	122
B. Saran	122
DAFTAR PUSTAKA	124
LAMPIRAN	
TABLE	

BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Komunikasi merupakan suatu kebutuhan yang sangat fundamental bagi seseorang dalam hidup bermasyarakat. Komunikasi merupakan hal yang terjadi pada kehidupan manusia sehari-hari. Dengan berkomunikasi manusia akan mencapai kesamaan makna yang terbentuk berdasarkan adanya pengalaman dan pengetahuan. Komunikasi dilakukan minimal oleh dua orang yaitu komunikator dan komunikan. Komunikator merupakan seseorang yang menyampaikan pesan sedangkan komunikan ialah seseorang yang menerima pesan.

Komunikasi merupakan akar dalam terbentuknya sebuah hubungan baik antara individu, individu dengan kelompok dan lain sebagainya. Komunikasi juga merupakan sebuah kunci dalam menjalin hubungan yang erat dengan sesama saat berinteraksi untuk mencapai tujuan yang sangat diharapkan dan diinginkan.

Kata komunikasi berasal dari Bahasa latin yaitu *communication* yang bersumber dari kata *communis* yang artinya membuat kebersamaan atau membangun kebersamaan antara dua orang atau lebih (Cangara 2016:20). Pada dasarnya komunikasi menyentuh segala aspek kehidupan, bahkan sebuah penelitian mengungkapkan bahwa sekitar 70% waktu bangun manusia dipergunakan untuk berkomunikasi baik komunikasi secara verbal maupun non-verbal. Kata-kata yang diucapkan saat berkomunikasi

mempunyai makna tertentu. Bahkan nada suara dan bahasa tubuh yang selalu menyertai setiap kata yang diucapkan tetap mempunyai makna.

Menurut Andriyanti, Darmawan dan Hidayati (2018) komunikasi merupakan salah satu bentuk pertukaran informasi yang akan dilakukan oleh dua orang atau lebih agar bisa saling bertukar pikiran, ide, maupun informasi yang akan disampaikan ke penerima pesan dan dapat mengubah sikap atau perilakunya ketika menerima informasi dari pemberi informasi pesan tersebut. Sedangkan menurut Abdoellah (2019) komunikasi adalah cara menyampaikan informasi, gagasan, dan pandangan atau ide yang sangat penting untuk disampaikan menerima segala informasi yang diterima dengan baik.

Demikian pula dengan kata-kata yang dituliskan, manusia mengucapkan dan menulis kata-kata untuk mengungkapkan pikiran dan perasaan yang memotivasi dan menyatakan belaskasihan, menyatakan kemarahan, menyatakan pesan agar suatu perintah cepat dikerjakan. Semua kombinasi yang dapat dikatakan sebagai "gaya komunikasi", gaya yang berperan untuk menentukan batas-batas tentang kenyataan dunia yang sedang dihadapi tentang relasi dengan sesama tentang hubungan dengan suatu konsep tertentu.

Salah satu perkembangan zaman yang selalu diikuti dengan perubahan gaya hidup yang ada di dalam masyarakat adalah arus globalisasi yang begitu pesat di Indonesia yang menyebabkan adanya

perubahan di segala aspek kehidupan seperti mode informasi dan gaya berkomunikasi. Perkembangan zaman yang berdampak pada munculnya berbagai gaya berkomunikasi dalam masyarakat menyebabkan penerus bangsa mudah terpengaruh dan memiliki keinginan untuk mencoba-coba hal baru. Informasi yang selalu kita lihat bahwa setiap generasi selalu memiliki kegiatan positif yang dapat dijadikan inspirasi bagi generasi penerusnya. (Nurhaidah:2015)

Perubahan budaya komunikasi ini bisa kita lihat pada kebiasaan berkomunikasi pada masyarakat khususnya remaja. Jika pada era komunikasi konvensional kegiatan komunikasi dilakukan dengan mempertimbangkan dan menjaga nilai-nilai dan norma serta etika social menggunakan bahasa Indonesia yang baku sesuai dengan ejaan yang disempurnakan (EYD). Sedangkan di era digital komunikasi yang dulu penuh pertimbangan sekarang menjadi lebih santai dan ringan tidak selalu menggunakan bahasa yang baku atau bahasa yang sesuai dengan ejaan yang disempurnakan bahasa Indonesia dan mengabaikan aspek nilai, norma dan etika berkomunikasi yang menghasilkan sebuah komunikasi yang tidak efektif.

Hal ini juga terjadi pada sekelompok yang tergolong anak-anak remaja saat ini yang memiliki keunikan tersendiri. Mereka berada dalam masa transisi dan pencarian identitas dalam era digital. Realita ini menjadi tantangan tersendiri bagi para orang tua dalam bersikap terhadap anak remaja mereka.

Menurut Kupperschmidt (2000) (Putra, 2016) mengatakan bahwa generasi adalah sekelompok orang yang memiliki kesamaan tahun lahir, umur, lokasi dan juga pengalaman historis atau kejadian-kejadian dalam individu tersebut yang sama yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhan mereka. Perkembangan teknologi komunikasi dan informasi berbasis digital juga memberikan tantangan dan implikasi bagi generasi. Khususnya pada generasi Z yang bereaksi cepat terhadap segala sesuatu pada siklus kehidupan, tidak berfikir lama, mencari hiburan sehingga ada batas yang tumpang tindih antara pekerjaan dan waktu luang, perhatian yang terbagi, tidak ada keinginan untuk mengerti sesuatu, kurang berfikir konsekuensial (Lasti, dkk, 2000).

Hal tersebut menunjukkan bahwa perkembangan teknologi komunikasi dan informasi memberikan dua pengaruh, pertama memberikan kemudahan bagi generasi Z dalam mencari informasi dan melakukan interaksi, sedangkan yang kedua teknologi digital membuat semuanya serba instan sehingga akan memicu sikap egois dan individuals generasi Z yang akan memberikan pengaruh buruk pada lingkungan.

Setiap generasi memiliki karakteristik tersendiri, salah satu contoh kelompok generasi yaitu *Digital Native* atau yang sering disebut dengan generasi Z. Karakteristik generasi Z adalah generasi yang sangat akrab dengan teknologi dan internet, karena pada awal tahun kelahiran ini teknologi sedang berkembang. Generasi Z yang sekarang berada luas di usia pelajar sangat akrab dengan teknologi sejak dini, bahkan sejak usia

sekolah dasar. Generasi Z adalah generasi yang lahir dan dibesarkan pada era digital dengan teknologi yang canggih.

Generasi Z adalah generasi yang lahir dalam rentang tahun 1997 sampai dengan tahun 2012 pada saat penggunaan teknologi dan informasi tersedia dengan luas (Yosi, Lasti dkk, 2020:12). Generasi Z merupakan generasi yang sangat mengandalkan kemajuan teknologi dalam berinteraksi (Hastini, dkk., 2020). Generasi ini selalu bersinggungan dengan teknologi dan akrab dengan gadget, yang setiap hari disibukkan dengan media social yang mereka miliki. Oleh karena itu, media social sangat mempengaruhi generasi ini dalam berkomunikasi dengan komunikasi. Selain itu, Rohman dkk. (2023) mengatakan bahwa generasi Z merupakan generasi yang berada paling akhir setelah generasi Alpha.

Menurut Budiati (2018), generasi dapat diartikan sebagai suatu konstruksi social yang di dalamnya terdapat sekelompok orang dengan usia dan pengalaman sejarah yang sama. Perbedaan generasi ini tidak hanya berdasarkan perbedaan usia dan tahun kelahiran, namun juga didasarkan atas perbedaan pola berpikir, cara berkomunikasi dan cara bersosialisasi. Perbedaan generasi ini terbentuk karena adanya kondisi social ekonomi, sejarah, budaya, dan teknologi yang berbeda. Perbedaan latar belakang dari tiap generasi muncul banyaknya isu social yang mengakibatkan disharmoni dan ketegangan social di dalam organisasi. Perbedaan generasi yang menjadi salah satu subjek yang sering kali muncul dalam kehidupan sehari-hari bahkan sering menjadi isu yang banyak didiskusikan oleh

masyarakat. Dengan adanya perubahan globalisasi yang mempengaruhi perkembangan teknologi yang terjadi begitu semakin pesat seperti saat ini terus mendorong tiap generasi untuk terus beradaptasi menghadapi perkembangan teknologi dan globalisasi.

Sehingga muncul stereotip masyarakat tentang pengelompokan generasi yang memiliki karakteristik tertentu. Penelitian pertama kali tentang generasi dilakukan oleh Mannheim pada tahun 1952. Mannheim menyebutkan bahwa generasi muda akan sulit untuk bersosialisasi sempurna dengan generasi tua atau sebelumnya dikarenakan perbedaan antara nilai yang diajarkan dan realitas yang ada.

Menurut Alyulistin (2022) karakter komunikasi dari generasi Z adalah bebas dan selalu senang dengan fleksibilitas. Hal ini berbeda dengan generasi sebelumnya dan lebih berani dalam memberikan pendapatnya. Generasi Z lebih cenderung berkomunikasi dengan santai, terbuka dan bersahabat sehingga diperlukan persiapan dalam perubahan perilaku untuk bisa berkomunikasi lebih baik di era digital.

Di Indonesia tidak hanya ada generasi Z namun juga memiliki generasi senior seperti:

1. Gen-X (lahir pada 1965-1980) adalah generasi yang lahir di era awal perkembangan teknologi yaitu dengan penemuan PC, video games, internet, dan TV kabel. Generasi X juga terkenal lebih cenderung sebagai pekerja keras. Generasi X mampu beradaptasi dan mampu menerima perubahan dengan cukup baik sehingga dapat dikatakan

sebagai generasi yang tanggung yang memiliki karakter. Generasi X juga memiliki karakter seperti banyak akal, independent, butuh kenyamanan emosional, lebih suka sesuatu yang informal.

2. Gen-Y atau Millennial (lahir pada 1981-1996) adalah generasi yang terkenal sebagai generasi yang semakin canggih dan komunikasi mulai terbuka karena sudah muncul media social seperti SMS, Email, Telepon, Telegram, Instagram, Whatsapp, Twitter dan sebagainya. Hal ini dikarenakan generasi Y yang tumbuh pada era internet booming (Lyons, 2004) (dalam putra, 2016) tidak hanya itu generasi Y juga terkenal dengan generasi yang lebih terbuka dalam pandangan politik dan ekonomi, sehingga mereka terlihat sangat reaktif terhadap perubahan lingkungan yang terjadi di sekelilingnya. Generasi Y ini memiliki karakter yang menjunjung tinggi komitmen terhadap apa yang sedang dijalannya. Generasi Y juga terkenal dengan sifat yang tidak menyukai peraturan yang berbelit-belit dan lebih menyukai hal-hal berhubungan dengan keterbukaan dan transparansi dalam hal yang menjadi orientasi fokusnya
3. Gen-Z (lahir pada 1997-2012) adalah generasi yang sudah sangat terpapar dengan teknologi yang canggih sejak boomingnya internet dengan smartphone yang dikategorikan sebagai generasi yang sangat kreatif. Generasi ini biasanya disebut dengan generasi internet atau Igeneration yang kebanyakan berhubungan social melalui dunia maya.

4. Gen Alpha (lahir pada 2013- 2028) adalah generasi yang lahir di abad 21 dan lebih dekat lagi dengan teknologi. Generasi ini lahir dan berdampingan dengan teknologi yang sudah sangat berkembang.

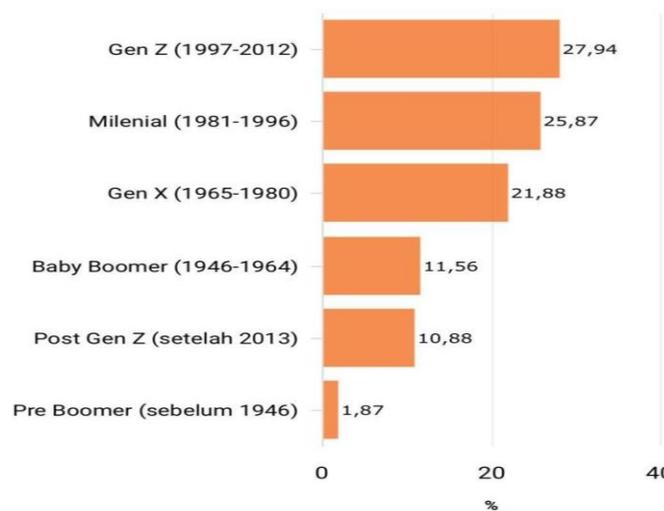
Setiap generasi memiliki karakteristik, sifat, serta perilaku yang berbeda-beda yang disebabkan oleh globalisasi dan perkembangan teknologi. Hal ini menyebabkan kesulitan dalam berkomunikasi, sehingga munculah stereotip mengenai generasi Z yang dikenal sebagai generasi yang serba instan, sulit berkomunikasi dan anti sosial. Namun generasi Z juga berasumsi bahwa generasi senior terlalu banyak basa-basi, kaku, tidak up to date dan gengsi. Sedangkan komunikasi paling efektif yang dilakukan oleh kebanyakan generasi adalah komunikasi tatap muka atau face to face communication. Dari hal tersebut maka akan muncul kedekatan sehingga efektivitas komunikasi antarpribadi yang dapat meningkatkan jarak publik menuju intim.

Faktanya dampak dari perubahan ini dapat membuat perubahan di kehidupan setiap generasi terutama di generasi Z. Dampak positifnya dapat memudahkan anak dalam belajar serta sebagai sarana berdiskusi, sedangkan dampak negatifnya menggunakan social media bukan sebagai sarana belajar tetapi untuk kesibukan di jaringan social mereka (Khairuni, 2016).

Salah satu dari kelemahan dari generasi Z adalah kurangnya ketahanan mental dalam mengatasi stres dan tekanan. BBC melaporkan bahwa generasi Z mungkin memiliki ketahanan mental yang lebih rendah

dibandingkan dengan generasi sebelumnya karena tekanan yang datang dari ekspektasi social, sekolah yang kompetitif dan penggunaan media social yang terus-menerus. Kecenderungan penyimpangan perilaku yang mengganggu Kesehatan mental generasi Z adalah isu bullying, flexing, narsis berlebihan, tindak kekerasan, bahkan fenomena bunuh diri di kalangan remaja yang sering terjadi.berdasarkan survei Indonesia-National Adolescent tahun 2022 menyebutkan bahwa salah satu dari tiga remaja di Indonesia memiliki satu masalah Kesehatan mental.

Perbedaan generasi merupakan hal yang banyak ditemukan dalam kelompok maupun organisasi. Diantara generasi dominan yang aktif adalah generasi Z yang paling mendominasi di Indonesia. Badan pusat Statistik Indonesia (2022) memberikan hasil populasi yang didominasi oleh Perbedaan generasi merupakan hal yang banyak ditemukan dalam kelompok maupun organisasi. Diantara generasi dominan yang aktif adalah generasi Z yang mendominasi di Indonesia. Badan pusat Statistik Indonesia (2022) memberikan hasil populasi yang didominasi oleh generasi Z sekitar 27.94% penduduk di dalam negeri berasal dari generasi kelahiran 1997-2012 dan di publikasikan oleh kementrian dalam Negeri melalui <https://dataindonesia.id/>.



Sumber: Data sekunder, Diagram jumlah generasi Z di Indonesia.

B. RUMUSAN MASALAH

Berdasarkan latar belakang masalah diatas, maka tujuan yang hendak dicapai dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Bagaimana gaya komunikasi generasi Z dalam membentuk citra diri di era digital di SMA 8 Pinrang?
2. Bagaimana gaya komunikasi sesama generasi Z di era digital di SMA 8 Pinrang?

C. TUJUAN PENELITIAN

Berdasarkan latar belakang dan perumusan masalah di atas maka penelitian bertujuan untuk mengetahui:

1. Untuk mengalisis bagaimana gaya komunikasi generasi Z dalam membentuk citra diri di era digital.
2. Untuk menganalisis gaya komunikasi antara sesama generasi Z di era digital.

D. MANFAAT PENELITIAN

1. Secara teoritis

Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat memberikan sumbangan pemikiran dan informasi. Serta dapat dijadikan pijakan dan referensi bagi pihak-pihak yang berkepentingan dalam rangka menyelesaikan permasalahan serupa yang sesuai dengan gaya komunikasi di era teknologi digital khususnya pada generasi Z.

2. Manfaat praktis

Penelitian ini diharapkan memberikan kontribusi positif bagi generasi selanjutnya dalam berkomunikasi, serta membantu setiap generasi dalam menyikapi setiap perubahan gaya komunikasi yang terjadi seiring berkembangnya teknologi yang begitu sangat pesat di era digital.

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

A. KAJIAN KONSEP

Dalam sub bab ini peneliti akan menguraikan beberapa konsep-konsep yang berkaitan dengan penelitian yang akan dilakukan. Adapun konsep-konsep yang akan dibahas adalah sebagai berikut:

1. Gaya Komunikasi

Gaya komunikasi adalah jendela untuk memahami bagaimana dunia memandang seseorang sepenuhnya sebagai suatu kepribadian yang unik. Menurut Norton (Allen, dkk: 2006) gaya komunikasi dapat didefinisikan sebagai cara seseorang dapat berinteraksi dengan cara verbal dan para verbal untuk memberikan tanda bagaimana arti yang sebenarnya harus dipahami atau dimengerti. Stephen W. Littlejohn mengatakan bahwa *“Communication is difficult to define. The word is abstract and like most terms, posses numerous meanings”*. Komunikasi sulit untuk didefinisikan. Kata komunikasi bersifat abstrak, seperti kebanyakan istilah dan memiliki banyak banyak arti (Littlejohn, 2022:8).

Frank Dance (1970:201) melakukan terobosan penting dalam upayanya memberikan klarifikasi terhadap pengertian komunikasi.ia mengklarifikasi teori komunikasi yang banyak itu berdasarkan sifat-sifatnya. Joseph Devito dalam bukunya menggambarkan proses

komunikasi terjadi ketika satu orang atau lebih mengirim dan menerima pesan yang terdistorsi oleh gangguan, terjadi dalam konteks, memiliki beberapa efek dan memberikan beberapa kesempatan untuk umpan balik.

Widjaja (2000) menyatakan bahwa gaya komunikasi dipengaruhi oleh situasi, bukan tipe seseorang. Gaya komunikasi juga bukan tergantung pada tipe seseorang melainkan kepada situasi yang dihadapi. Setiap orang akan menggunakan gaya komunikasi yang berbeda-beda ketika marah, gembira, sedih, tertarik dan bosan. Selain itu gaya komunikasi juga dapat dipengaruhi oleh banyak factor seperti gaya komunikasi yang dinamis dan sangat sulit untuk ditebak sebagaimana budaya komunikasi adalah yang relatif. Komunikasi verbal dengan sifat-sifatnya merupakan sebuah bentuk komunikasi yang di antara (*Mediated form of communication*). Kita coba mengambil kesimpulan terhadap makna yang diterapkan pada suatu pilihan kata. Kata-kata yang kita gunakan adalah abstraksi yang telah disepakati maknanya, sehingga komunikasi verbal bersifat intensional dan harus 'dibagi' di antara orang-orang yang terlibat dalam tindak komunikasi. Sebaliknya, komunikasi non-verbal lebih alami, yang saling berkaitan dengan kekuatan observasi komunikasi yang harus berada dalam posisi untuk melihat, mendengar, dan bahkan merasakan komunikator. Komunikator harus dapat melihat, dengan jelas, isyarat, nada, pakaian, penampilan dan juga mendengar suara komunikator.

Teori diatas dapat disimpulkan bahwa gaya komunikasi adalah perangkat perilaku antarpribadi yang terspesialisasi dalam suatu situasi yang tertentu. Tubbs dan Moss (2008) menjelaskan tentang macam-macam gaya komunikasi seperti berikut:

1. *The controlling style*

Gaya komunikasi yang bersifat mengendalikan yang ditandai dengan adanya satu kehendak atau maksud untuk membatasi atau memaksa dan mengatur perilaku, pikiran dan tanggapan orang lain. Orang-orang yang menggunakan gaya komunikasi ini dikenal dengan nama komunikator satu arah atau *one-way communications*. Biasanya yang memakai *controlling style of communication* ini, lebih memusatkan perhatian kepada pengiriman pesan dibanding upaya mereka untuk berharap pesan. Mereka tidak mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian untuk nagh pesan. Mereka tidak mempunyai rasa ketertarikan dan perhatian pada umpan balik, kecuali jika umpan balik atau *feedback* tersebut digunakan untuk kepentingan pribadi mereka. Para komunikator satu arah tersebut tidak khawatir dengan pandangan negatif orang lain, tetapi justru berusaha menggunakan kewenangan dan kekuasaan untuk memaksa orang lain mematuhi pandangan- pandangannya. Komunikator satu arah juga ini tidak berusaha untuk menjual gagasan agar yang dibicarakan bersama namun lebih pada usaha menjelaskan kepada orang lain apa yang dilakukannya, kemudian

style ini juga sering dipakai untuk mempersuasi orang lain supaya bekerja dan bertindak secara efektif.

2. *The Equalitarian Style*

Aspek penting dari gaya komunikasi ini ialah adanya landasan kesamaan. *The equalitarian style of communication* ini ditandai dengan berlakunya arus penyebaran pesan-pesan verbal secara lisan maupun tertulis yang bersifat dua arah (*two-way traffic of communication*). Orang yang menggunakan gaya komunikasi yang bermakna kesamaan ini adalah orang-orang yang memiliki sikap kepedulian yang tinggi serta kemampuan membina hubungan yang baik dengan orang lain baik dalam konteks pribadi maupun dalam lingkup yang lainnya. *The equalitarian style* ini akan memudahkan tindak komunikasi dalam kelompok atau antara satu dengan yang lainnya.

3. *The Structuring Style*

Gaya komunikasi yang berstruktur ini memanfaatkan pesan-pesan verbal secara tertulis maupun lisan guna memantapkan perintah yang harus dilaksanakan. Pengirim pesan lebih memberi perhatian kepada keinginan untuk memengaruhi orang lain. Pada gaya komunikasi ini adalah seseorang yang mampu merencanakan pesan-pesan verbal guna lebih memantapkan tujuannya, memberikan penegasan atau mempunyai jawaban setiap pertanyaan-pertanyaan yang muncul.

4. *The Dinamic Style*

Gaya komunikasi yang dinamis memiliki kecenderungan agresif, karena pengirim pesan atau sender memahami bahwa lingkungannya berorientasi pada tindakan. Tujuan utama gaya komunikasi ini adalah komunikasi yang agresif, komunikasi yang agresif ini bertujuan untuk merangsang penerima pesan agar melakukan sesuatu dengan lebih baik. Gaya komunikasi ini cukup efektif jika digunakan dalam mengatasi persoalan. Namun biasanya penerima pesan tidak mengerti apa yang dimaksud dari pemberi pesan.

5. *The Relinquishing Style*

Gaya komunikasi ini lebih mencerminkan kesediaan menerima saran, pendapat ataupun gagasan orang lain, dari pada keinginan untuk perintah, meskipun pengirim pesan mempunyai hak untuk memberi perintah dan mengontrol orang lain. Maksud dari gaya komunikasi ini adalah pengirim pesan atau *sender* bekerja sama dengan orang lain. Gaya komunikasi lebih efektif, untuk orang-orang dalam suatu kelompok atau organisasi yang melibatkan banyak orang. Karena apa yang disampaikan oleh pengirim pesan dapat dipertanggung jawabkan.

6. *The Withdrawal Style*

Yang muncul jika gaya komunikasi ini digunakan adalah melemahnya tindak komunikasi, artinya tidak ada keinginan dari

orang-orang yang memaknai gaya ini untuk berkomunikasi dengan orang lain, karena ada beberapa persoalan ataupun kesulitan antar pribadi karena ada beberapa persoalan ataupun kesulitan antarpribadi yang dihadapi oleh orang-orang tersebut. Gaya komunikasi ini dapat dikatakan sebagai pengalihan persoalan. Misalnya “saya tidak ingin ikut campur dengan urusan ini” pernyataan ini bermakna bahwa ia mencoba melepaskan diri dari tanggung jawab, tetapi juga mengindikasikan suatu keinginan untuk menghindar dalam berkomunikasi dengan orang lain.

Menurut Norton Aspek-aspek Gaya Komunikasi dibagi menjadi sepuluh yaitu:

1. *Dominan*, komunikator yang dominan dalam berinteraksi adalah orang yang cenderung lebih ingin menguasai pembicaraannya.
2. *Dramatic*, dalam hal berkomunikasi cenderung berlebihan dalam hal ini komunikator menggunakan hal-hal yang mengandung kiasan, metaphora, cerita fantasi dan permainan suara.
3. *Animated expressive*, dalam aspek gaya komunikasi ini komunikator menggunakan warna dalam berkomunikasi, seperti kontak mata, ekspresi wajah, gesture dan gerak badan.
4. *Open*, komunikator yang mempunyai sifat terbuka biasanya tidak memiliki rahasia sehingga muncul rasa percaya dan terbentuk komunikasi dua arah.
5. *Argumentative*, komunikator cenderung lebih suka berargumen dan

agresif dalam berargumen.

6. *Relaxed*, komunikator mampu bersikap positif dan saling mendukung terhadap orang lain.
7. *Attentive*, komunikator berinteraksi dengan orang lain dengan menjadi pendengar yang aktif, empati dan sensitive.
8. *Impression leaving*, kemampuan yang dimiliki oleh komunikator dalam membentuk kesan pada pendengarnya.
9. *Friendly*, komunikator bersikap ramah tamah dan sopan saat sedang menyampaikan pesan pada penerima pesan.
10. *Precise*, gaya komunikasi ini yang tepat digunakan oleh komunikator untuk meminta pembicaraan suatu konten yang tepat dan akurat dalam komunikasi lisan.

Pada Umumnya ciri khas gaya komunikasi dari diri seseorang yang mewakili kepribadianya yang di dalamnya terdapat beberapa karakteristik dari gaya tersebut yaitu penggunaan gerak tubuh, lamanya kontak mata, pola bicara, adanya interaksi, ekspresi wajah, dan tingkat ketegasan orang lain. Menurut Herwan Parwiyanto dalam buku Modul Kajian Komunikasi AN/FISIP, mengatakan bahwa "Gaya komunikasi (Communication Style) didefinisikan sebagai seperangkat perilaku antar pribadi yang terspesialisasikan yang digunakan dalam suatu situasi tertentu (a spezialized set of interpersonal behaviors that are used in a given situation). Gaya komunikasi merupakan cara penyampaian dan gaya Bahasa yang baik. Gaya yang dimaksud

sendiri dapat bertipe verbal yang berupa kata- kata atau nonverbal berupa vokalik, Bahasa badan, intonasi suara, penggunaan waktu dan penggunaan ruang dan jarak”. (2011:17)

Gaya komunikasi itu sendiri terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan *Respons* atau tanggapan tertentu dalam situasi yang tertentu pula. Kesesuaian dari gaya komunikasi yang digunakan bergantung pada maksud dari pengirim (Sender) dan harapan dari penerima (Receiver). Manusia mengungkapkan pikiran dan keinginan yang memiliki tujuan tertentu, menyatakan belas kasihan, menyatakan kemarahan, menyatakan pesan, agar suatu perintah cepat dikerjakan. Semua dari ungkapan tersebut disebut dengan “Gaya Komunikasi”, gaya yang berperan untuk menentukan batas-batas tentang kenyataan dunia yang sedang dihadapi, tentang relasi hubungan dengan suatu konsep tertentu. Setiap orang mempunyai gaya komunikasi yang bersifat personal, dimana hal tersebut merupakan gaya ciri khas kepribadian seseorang didalam berkomunikasi.

Definisi lain dari gaya komunikasi menurut Thoha yang berpendapat bahwa gaya komunikasi pada diri seseorang adalah “Norma perilaku yang digunakan untuk seseorang pada saat orang tersebut mencoba mempengaruhi perilaku orang lain seperti yang dilihat. Dalam hal ini usaha untuk menselaraskan persepsi diantara orang yang akan mempengaruhi perilaku dengan orang yang akan

dipengaruhi menjadi amat penting kedudukannya (2012: 57)".

Sehingga gaya komunikasi dapat dikatakan sebagai suatu kepribadian yang terdapat didalam diri setiap manusia yang sukar untuk diubah. Seseorang harus berusaha menciptakan dan mempertahankan gaya komunikasi secara personal sebagai ciri khas pribadinya yang dapat mempengaruhi orang lain dan menselaraskan persepsi dengan seseorang. Gaya itu sendiri merupakan suatu kepribadian yang terdapat pada setiap diri manusia, sehingga kata sulit sangatlah pas ketika dihadapkan untuk mengubah gaya komunikasi seseorang. Karena memaksa seseorang untuk mengubah gaya komunikasi yang dimilikinya tidaklah gampang karena gaya komunikasi itu sendiri telah melekat pada kepribadian seseorang.

Menurut Kaplan gaya komunikasi dari sudut pandang lain adalah "Gaya komunikasi adalah interaksi yang dilakukan oleh seseorang secara verbal maupun nonverbal atau ciri khas dari seseorang dalam mempersepsikan dirinya Ketika berinteraksi dengan orang lain (2000:154)". Bukan hanya Kaplan, Raynes juga mengemukakan bahwa gaya komunikasi yang dikutip dari buku Alo Liliweri yaitu, "Gaya komunikasi dapat dipandang sebagai campuran dari unsur-unsur komunikasi lisan maupun ilustratif. Pesan-pesan verbal individu yang digunakan untuk berkomunikasi diungkapkan dalam kata-kata tertentu yang mencirikan gaya komunikasi. Ini juga termasuk nada, volume dari komunikasi non-verbal atas semua pesan

yang diucapkan (2011:309)".

Setiap individu memiliki gaya komunikasi serta cara berinteraksi dan bertukar informasi dengan individu lainnya secara unik. Sangat penting untuk memahami setiap gaya komunikasi ini serta mengapa setiap individu menggunakannya. Namun pada dasarnya terdapat empat gaya komunikasi dalam berkomunikasi yaitu sebagai berikut:

1. Gaya komunikasi pasif

Individu yang menggunakan gaya komunikasi pasif sering bertindak acuh tak acuh serta mengalah pada orang lain. Komunikator pasif biasanya gagal mengungkapkan perasaan atau kebutuhan mereka, serta memilih untuk mengacuhkan orang lain dalam mengekspresikan diri. Komunikasi luar dari komunikator pasif dapat menyebabkan kesalahpahaman, memicuh amarah atau kebencian. Pada saat bersamaan, komunikator ini dapat lebih aman untuk diajak bicara. Ketika muncul konflik. Karena kemungkinan besar komunikator pasif akan menghindari dari konfrontasi dengan orang lain.

Ciri dari komunikator pasif adalah kurangnya kontak mata, Gesture, tubuh yang buruk serta ketidakmampuan untuk mengatakan "Tidak". Komunikator pasif juga bertindak dengan cara yang menyatakan "orang tidak mempertimbangkan perasaan saya", namun komunikator pasif mudah bergaul karena mereka adalah tipe

yang mengikuti orang lain serta mengikuti arus. Beberapa frasa yang digunakan oleh komunikator pasif dalam menyampaikan argumennya adalah “Hal ini tidaklah penting”, “sebaliknya aku menghindari dari konflik”, dan “akuhanya ingin hidup damai”.

2. Gaya Komunikasi Agresif

Gaya komunikasi agresif sering terlihat Ketika seseorang berkomunikasi dengan cara yang agresif. Gaya komunikasi ini dapat terdengar, terlihat, dan bahkan mungkin dirasakan. Gaya komunikasi agresif di tentukan dengan berbicara secara keras dan menuntut. Menggunakan kontak mata yang intens dan mendominasi atau mengendalikan orang lain dengan menyalahkan, mengintimidasi, mengkritik, mengancam dan menyerang adalah beberapa cara yang digunakan komunikator agresif saat berkomunikasi. Komunikasi agresif sering mengeluarkan perintah, mengajukan pertanyaan dengank kasar dan gagal dalam mendengarkan orang lain. Namun, seorang komunikator agresif pun dalam beberapa momen tertentu dapat dianggap sebagai seorang pemimpin dan mendapatkan rasahormat dari orang-orang di sekitar mereka.

3. Gaya Komunikasi Pasif-Agresif

Gaya komunikasi pasif-agresif seringkali tampak pasif di permukaan namun secara internal merasa tidak berdaya atau terjebak sehingga membangun kebencian yang mengarah pada

tindakan yang secara halus dan tidak langsung. Komunikator pasif-agresif akan bergumam pada diri mereka sendiri daripada menghadapi seseorang atau masalah. Mereka kesulitan mengakui kemarahannya, menggunakan ekspresi wajah yang tidak sesuai dengan perasaannya dan bahkan menyangkal bila terjadi suatu masalah.

Komunikasi pasif-agresif kemungkinan besar berkomunikasi dengan Bahasa atau kurang terbuka saat berkomunikasi dengan orang lain. Komunikator pasif-agresif pun dapat terlihat kooperatif, namun melakukan hal yang sebaliknya secara diam- diam. Pada akhirnya komunikator pasif-agresif gagal untuk menyadari kebutuhan mereka meskipun terkadang tetap berjuang menyarakannya.

4. Gaya Komunikasi Asertif

Gaya komunikasi asertif dianggap sebagai bentuk komunikasi yang paling efektif. Gaya komunikasi ini menampilkan hubungan komunikasi yang terbuka tanpa bersikap sombong. Komunikator asertif dapat mengekspresikan kebutuhan, keinginan, ide dan perasaan mereka yang mempertimbangkan kebutuhan orang lain. Komunikator asertif bertujuan agar kedua belah pihak menang dalam situasi yang menyeimbangkan hak seseorang dengan hak lainnya. Salah satu ciri komunikator asertif adalah pada penggunaan pertanyaan “saya”. Contoh frasa, “saya merasa

frustasi Ketika anda terlambat”, “saya tidak suka harus menjelaskan hal ini secara berulang-ulang”. Hal ini menunjukkan kepemilikan perasaan dan perilaku tanpa menyalahkan orang lain.

2. Generasi Z (Lahir pada 1997-2012)

Generasi Z adalah orang-orang yang lahir di generasi internet, generasi yang sudah menikmati keajaiban teknologi usai kelahiran internet, pada umumnya generasi Z lahir antara 1997-2012 yang disebut juga sebagai i-generation. Generasi yang hampir sama dengan generasi Y, namun sudah memulai aktifitas multitasking yakni melakukan aktifitas dalam satu waktu. Kegiatan memposting, browsing, mendengarkan music, dilakukan dengan dunia maya dalam sekali waktu. Generasi ini lahir dengan kondisi lingkungan yang sangat kompleks sehingga berpengaruh dalam pandangannya mengenai pekerjaan, belajar dan dunia. Generasi ini juga memiliki kemampuan teknis yang tinggi, pandangan yang berbeda dalam tempat kerja, serta penguasaan Bahasa yang tinggi. Selain itu, generasi Z sering dianggap sebagai generasi yang terhubung secara digital, cenderung memiliki pandangan yang lebih inklusif dan memiliki kecenderungan untuk mengutamakan nilai-nilai seperti keragaman, keberlanjutan dan kesejahteraan. Namun, generasi Z sama dengan generasi pada umumnya memiliki beragam pengalaman, nilai, dan karakteristik masing-masing.

Menurut Oktifa (2022) menyatakan bahwa generasi Z lebih

cenderung menyukai gaya komunikasi dengan dunia maya atau secara virtual dengan menggunakan jejaring internet. Maka dari itu, generasi Z diperlukan adanya perubahan terhadap perilaku mereka dalam berkomunikasi agar bisa dilakukan secara langsung atau tatap muka dan memahami bahwa komunikasi tidak hanya bergantung pada internet tetapi juga bisa dilakukan dengan metode apa saja.

Schmidt (2000) mengatakan bahwa generasi adalah sekelompok individu yang mengidentifikasi kelompok berdasarkan pada tahun lahir, usia, lokasi, dan peristiwa dalam kehidupan kelompok individu yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhan. Stillman (2007) dalam penelitiannya mengatakan bahwa generasi Z adalah generasi kerja terbaru, yang lahir antara tahun 1997-2012 yang disebut juga sebagai generasi net atau generasi internet. Berdasarkan penelitian tersebut, generasi Z ini berbeda dengan generasi Y atau millennial yang dalam bukunya Stillman (2017) *“How the next generation is transforming the Workplace”*, yang menjelaskan perbedaan salah satu dari perbedaan gen Y dan Gen Z, generasi Z menguasai teknologi dengan lebih maju, pikiran lebih terbuka dan tidak terlalu peduli dengan norma.

Akses yang semakin mudah yang membuat semua generasi Z dengan mudah menjelajah di era digital yang kurang menyukai proses, pada umumnya kurang sabar dan lebih menyukai hal-hal yang sifatnya instan (Rini & Sukanti, 2016). Noordiono (2016), generasi Z adalah

generasi yang sedini mungkin telah mengenal teknologi dan internet. Generasi yang hausakan teknologi, teknologi yang baru merupakan air segar yang harus segera diteguk agar bisa merasakan manfaatnya. Generasi Z atau yang lebih dikenal sebagai generasi digital tumbuh dan berkembang dengan ketergantungan terhadap teknologi dan berbagai macam alat teknologi lainnya.

Generasi Z yang terkenal dengan julukan Igeneration atau generasiinternet (Wijoyo, 2000). Generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi sebelumnya, yaitu (Seemiler dan Meghan Grace 2019), sebagai berikut:

- a. Fasih Teknologi atau *Tech-savvy, appfriendly generation*, maupun kepentingan hidup kesehariannya. Menurut David and Jonah Stilman, Gez mengatakan bahwa generasi Z merupakan “generasi digital” yang berpengatahuan luas dan memiliki passion di bidang teknologi informasi serta beragam aplikasi computer. Kemudian David juga mengatakan bahwa generasi Z dunia nyata dan dunia virtual saling tumpang tindih dan virtual adalah bagian dari realitas mereka.
- b. Memiliki sifat sosial. Generasi Z ini cukup mudah bergaul, mereka sangat intens berkomunikasi dan berinteraksi dengan semua kalangan, khususnya dengan teman sebaya memalalui situs jejaring media social. Mereka menegaskan bahwa media social membantu mereka merasa otentik dan membuat mereka percaya diri. Media

social bukanlah musuh dari keaslian tetapi dapat memberikan ruang untuk berkembang. Bagi stillman salah satu sifat utama dari generasi Z adalah Hiper-kustomisasi, generasi atau penyesuaian identitas mereka sendiri agar dikenal dunia melalui media social.

- c. Ekspresif. Mereka cenderung toleran dengan perbedaan kultur dan sangat peduli dengan lingkungan. Tiga dari empat Generasi Z di Amerika Serikat menunjukkan bahwa mereka memiliki teman dari latar belakang, ras dan kepercayaan yang berbeda.
- d. Multitasking. Generasi Z terbiasa dengan berbagai aktivitas dalam satu waktu yang bersamaan. Mereka bisa membaca, berbicara, menonton, atau mendengarkan musik dalam 2 waktu yang bersamaan. Mereka menginginkan segala sesuatunya dapat dilakukan dan berjalan serba cepat. Mereka tidak menginginkan hal-hal yang berteletele dan berbelit-belit.
- e. Generasi Z cepat berpindah dari satu pemikiran/pekerjaan ke pemikiran/pekerjaan lain (fast switcher).
- f. Senang berbagi.

Adapun kekurangan yang terjadi pada generasi Z adalah sebagai berikut:

1) Ketergantungan Pada Teknologi

Generasi yang tumbuh dengan teknologi digital yang begitu canggih dan menjadi ketergantungan yang tinggi pada teknologi seperti penggunaan pada media social yang berlebihan atau

kurangnya keterampilan komunikasi interpersonal secara langsung.

2) Kurangnya Ketahanan Emosional

Beberapa penelitian menunjukkan bahwa generasi Z mungkin memiliki tingkat kecemasan dan stress yang lebih tinggi dibandingkan dengan generasi sebelumnya. Hal ini dapat disebabkan oleh tekanan social, tuntutan akademik, atau ketidakpastian masa depan. Ketahanan emosional dan keterampilan mengatasi stress bisa menjadi area yang perlu diperhatikan.

3) Minat yang Singkat

Karena terbiasa dengan teknologi yang memberikan informasi dengan cepat maka generasi Z lebih cenderung memiliki minat yang singkat atau kurangnya kesabaran dalam menjalani proses yang lebih Panjang. Ini bisa berdampak pada kemampuan untuk bertahan dalam proyek jangka Panjang atau ketekunan dalam mencapaitujuan.

4) Ketergantungan pada Validasi Sosial

Sebagai yang tumbuh di era digital media social, Generasi Z mungkin memiliki kecenderungan untuk mencari validasi atau pengakuan dari orang lain melalui jumlah "Like" atau "Komentar" di platform sosial. Ketergantungan pada validasi social ini dapat mempengaruhi harga diri dan persepsi diri.

5) Kurangnya Pengalaman Langsung

Ketergantungan pada teknologi digital dapat membatasi pengalaman langsung dan keterlibatan dalam kegiatan di dunia nyata. Generasi Z mungkin kurang terlibat dalam aktivitas fisik atau interaksi social yang melibatkan kontak langsung dengan orang lain.

6) Tantangan dalam Konsentrasi

Dalam era informasi yang begitu sangat pesat dan banyak gangguan di era digital, generasi Z mungkin akan menghadapi kesulitan dalam mempertahankan konsentrasi dan focus. Kemampuan ini dapat mempengaruhi proses pembelajaran dengan mendalam atau menyelesaikan tugas dengan efisien. Untuk mengenali kekurangan yang sering terjadi pada generasi Z ini akan menjadi peluang untuk pertumbuhan dan perkembangan. Selain itu, penting juga untuk melihat kelebihan dan keunikan yang dimiliki oleh setiap anggota generasi Z serta memberikan dukungan dan bimbingan yang tepat untuk membantu mereka mengatasi tantangan tersebut dan mencapai potensi penuh mereka.

3. Era Digital

Perkembangan teknologi di bidang digital semakin pesat setiap harinya. Era digital yang sedang terjadi saat ini membawa efek perubahan baru dalam kehidupan manusia. teknologi elektronik

khususnya ponsel maupun computer mengatasi kesulitan manusia dalam menjalankan tugas sehari-hari, peran itulah yang menyebabkan teknologi sebagai akar dari adanya era digital. Menurut Aji (2016:44) digital adalah sebuah metode yang kompleks dan fleksibel yang membuatnya menjadi sesuatu yang pokok dalam kehidupan manusia. Digital merupakan sebuah metode yang sederhana dan mudah disebabkan karena telah menyatu dengan kehidupan manusia.

Digital berasal dari Bahasa Yunani, yaitu digitus berarti jari jemari. Perkembangan teknologi dengan system digital membuat tujuh perkembangan di segala bidang seperti ekonomi, bisnis, olahraga, maupun komunikasi sehingga memicu timbulnya era digital. Era digital terlahir dengan adanya jaringan internet khususnya teknologi informasi.

Nuryadin (2017:209) mengatakan bahwa era digital merupakan suatu keadaan dimana penggunaan perangkat komunikasi dan informasi berbasis digital (Internet) semakin massif dan komunikasi berbagai aktivitas keseharian manusia, mulai dari kegiatan ekonomi, kesenian, olahraga, pemerintahan, Pendidikan, social, dan sebagainya. Era digital merupakan suatu keadaan dimana perangkat komunikasi menjadi semakin dominan di kehidupan manusia yang mempengaruhi aktivitas sehari-hari.

Era digital yang semakin berkembang seiring dengan pesatnya pertumbuhan teknologi membuat berbagai bidang kehidupan ikut berubah. Perubahan tersebut tentunya berdampak negatif maupun

positif.

Setiawan (2017: 4) terdapat enam dampak positif dari era digital sebagai berikut:

- a. Informasi yang dibutuhkan dapat lebih cepat dan lebih mudah dalam mengaksesnya.
- b. Tumbuhnya inovasi dalam berbagai bidang yang berinteraksi pada teknologi digital yang memudahkan proses dalam pekerjaan.
- c. Munculnya media massa berbasis digital, khususnya media elektronik sebagai sumber pengetahuan dan informasi masyarakat.
- d. Meningkatkan kualitas sumber daya manusia melalui pengembangan dan pemanfaatan teknologi informasi dan komunikasi.
- e. Munculnya berbagai sumber belajar seperti perpustakaan online, media pembelajaran online, diskusi online yang dapat meningkatkan kualitas Pendidikan.

Era Digital menimbulkan berbagai dampak baik bagi masyarakat seperti mudahnya akses segala informasi, tumbuhnya inovasi dan kreativitas di berbagai bidang yang memudahkan aktivitas manusia. Komunikasi di era digital pun semakin berkembang, di mana dahulu yang hanya aktivitasnya secara tatap muka kini telah ada ponsel yang memudahkan komunikasi jarak jauh antara komunikator dan komunikan. Sedangkan seiring berkembangnya kecanggihan teknologi, informasi, komunikasi di era digital telah menciptakan

berbagai perubahan yang dirasakan oleh masyarakat, sehingga memberikan dampak positif maupun dampak negative. Terdapat lima dampak negative, sebagai berikut:

- a. Adanya pelanggaran hak cipta atau hak kekayaan Intelektual (HKI), banyak sekali karya-karya cipta yang sudah ada di dalam internet, diperjual belikan tanpa meminta izin ke pencipta karya tersebut. misalnya, pembajakan music, pembajakan film, pembajakan buku cetak, juga merupakan pelanggaran hak cipta dan dapat merugikan para pencipta karya.
- b. Rendahnya ketersediaan lapangan pekerjaan karena sumber daya manusia (SDM) telah digantikan oleh teknologi digital. Ketersediaan lapangan pekerjaan non digital yang rendah, hal ini karena kemajuan teknologi digital semakin canggih. Beberapa perusahaan/organisasi memanfaatkan teknologi digital yang memudahkan pekerjaan tersebut secara efisien.
- c. Munculnya informasi digital yang tidak sesuai dengan fakta (Hoax). Munculnya informasi yang tidak benar adanya merupakan dampak negative di era digital karena kurangnya literasi informasi digital di masyarakat.
- d. Adanya budaya malas gerak (mager) karena pengaruh penggunaan teknologi digital. Adanya budaya mager yang terjadi karena pengaruh penggunaan teknologi digital yang semakin canggih masyarakat tidak pernah lepas dari alat teknologi digital

seperti gadget.

e. Adanya penipuan digital yang mengatas namakan orang lain.

Penipuan digital terjadi karena adanya penyalahgunaan data pribadi yang dilakukan oleh oknum dengan kecanggihan teknologi.

4. Gaya Komunikasi Generasi Z Dalam Membentuk Citra Diri di Era Digital

Dahulu manusia lebih mengandalkan komunikasi tatap muka dalam menyampaikan pesan kepada komunikan dalam kehidupan social. Seiring berkembangnya teknologi di era digital yang begitu sangat pesat telah membawa perubahan pada gaya komunikasi dan tatanan gaya komunikasi antar generasi yang tadinya lebih mengandalkan komunikasi tatap muka kini bergeser kearah pengguna teknologi modern. Aspek terbesar dari teknologi adalah lahirnya era digital di mana penggunaan teks dan dalam bentuk kode dapat terbagi dalam proses produksi, distribusi, dan penyimpanan dalam waktu bersamaan sekaligus (Syahputra, 2017).

Gaya komunikasi generasi Z yang memiliki karakter bebas dan selalu senang dengan fleksibilitas dan berani menyuarakan pendapat yang mereka anggap benar. Dalam komunikasi yang penting untuk diperhatikan adalah mengenai gaya komunikasi menurut Alo Liliweri dapat didefinisikan sebagai interaksi yang dilakukan oleh seorang secara verbal maupun non-verbal atau ciri khas seseorang dalam mempersepsikan dirinya ketika berinteraksi dengan orang lain.

Menurut Becky dan Erwin dalam Literasi Umat, Republika.id mengatakan bahwa generasi Z memiliki karakter pesimistis melihat kondisi diluar diri mereka, namun mereka sangat optimistis melihat diri mereka sendiri. "*Me, my self and I*. itulah generasi Z jelas Erwin. Generasi Z merupakan generasi yang biasa mengoprasikan lima gawai dalam sekali waktu. Sehingga kebanyakan dari mereka adalah orang-orang yang sangat multitasking. Generasi Z sering menggunakan pesan teks, pesan instan dan media social untuk berkomunikasi. Generasi ini cenderung menggunakan komunikasi dengan singkat dan jelas yang lebih efektif, serta mencari autentisitas dalam berkomunikasi.

Generasi Z biasa membentuk citra diri menggunakan komunikasi untuk menyampaikan pesan kepada seseorang yang dapat mencerminkan citra dirinya di hadapan orang lain. Citra diri (*Self-image*) adalah perilaku individu secara fisik pada dirinya sendiri baik didasari maupun tidak. Citra diri juga mencakup persepsi atau tanggapan baik di masa lalu maupun sekarang terkait dengan ukuran dan bentuk tubuh serta kemampuan pada dirinya sendiri. Citra diri juga di deskripsikan pada karakteristik yang dimiliki oleh diri sendiri termasuk peran yang bisa dilakukan dan kata-kata yang digunakan saat menggambarkan diri sendiri.

Kenyataan yang terjadi saat ini adalah orang sering memilih untuk berkomunikasi secara online dengan orang-orang yang termasuk dalam lingkaran interaksi sehari-hari mereka. Akibatnya, frekuensi dan

kualitas interaksi pribadi menurun, memungkinkan untuk berbicara tentang semacam pengganti dalam kaitannya dengan komunikasi online dan tatap muka. Fokus orang-orang pada komunikasi online daripada komunikasi tatap muka menjadi ancaman utama terhadap kualitas interaksi orang dan keadaan emosional mereka meskipun komunikasi online dapat menambah kontak pribadi secara signifikan. Terhalangnya komunikasi dan kontak pribadi memiliki dampak destruktif pada keterampilan social sebagian besar individu, termasuk orang dewasa, remaja dan anak-anak.

Generasi Z berusaha keras dalam mengidentifikasi dan melakukan kostumisasi atau penyesuaian identitas mereka sendiri agar dikenal dunia. *Pertama*, Kemampuan mereka mengostumusasi segala sesuatu menimbulkan ekspektasi bahwa perilaku dan keinginan mereka sudah sangat akrab untuk dipahami. Dengan munculnya tekanan dalam penyesuaian menjadikan mereka sulit fokus dalam bersikap adil dan memberikan perlakuan yang sama bagi semua orang. *Kedua*, Fomo (Fear of Missing out) generasi Z sangat takut dalam melewatkan sesuatu. Mereka selalu berada pada barisan terdepan dalam tren dan kompetisi. Kemudian muncul kekhawatiran yang dirasakan oleh Generasi Z yaitu mereka menganggap dirinya kurang cepat dalam bergerak dan tidak maju ke arah yang benar. *Ketiga*, generasi Z merupakan generasi “do it yourself atau lakukan sendiri. Bertumbuh beriringan dengan perkembangan teknologi

generasi Z dapat belajar apa saja yang mereka ingin pelajari dan hal ini membuat mereka melakukan apa saja sendiri.

Norton (Ri'aeni, 2014) mengatakan bahwa gaya komunikasi tersebut mengarah pada ketenangan dan kesenangan serta dukungan kepada orang lain yang menjadi umpan balik yang positif. Mereka yang lahir dan tumbuh besar di era digital yang semakin mapan, yang membuat hal ini kemudian membuat mereka juga disebut sebagai *igeneration*, generasi net atau generasi internet. Hal tersebut semakin memperjelas bahwa adanya fenomena komunikasi baru yang terbangun pada generasi z sehingga menarik berbagai pihak untuk melirik fenomenologi komunikasi ini.

Keith Brooks (1967) dalam bukunya *The Communicative Arts and Science of Speech* Menyatakan bahwa yang dimaksud dengan komunikasi adalah integrasi prinsip-prinsip komunikasi yang diketengahkan oleh para ahli dari berbagai disiplin ilmu. Dalam kehidupan berkomunikasi generasi Z memperlihatkan fenomena bahwa tidak ada jurang pemisah antara diri mereka di dunia maya dan dunia nyata. Yang menjadikan intensitas pertemuan fisik dengan orang lain berkurang dan bahkan jika dalam pertemuan gadget tetap tidak terlepas dari genggam tangan, sehingga mereka berbagai focus antara dunia maya dan dunia nyata dengan orang yang sedang berada dihadapannya. Dr. Miryam A. Sigarlaki, M.Psi juga menambahkan bahwa generasi Z bersifat skeptis dan sinis,

menjunjung tinggi privasi yang mereka miliki dengan kemampuan multi-tasking yang hebat. Memiliki kemampuan multi-tasking yang hebat mengalami ketergantungan terhadap teknologi serta memiliki pola pikir yang sangat luas dan penuh kewaspadaan.

Komunikasi generasi terlebih dahulu, baby boomer, generasi X, generasi Y harus memahami karakteristik generasi Z serta mengambil peran penting sebagai contoh baik dalam praktek komunikasi. Significant other, orang tua, dan para pendidik harus menciptakan suasana yang kondusif untuk berkomunikasi, memiliki perasaan positif dimana mendorong para generasi Z untuk lebih aktif untuk berpartisipasi. Alangkah baiknya jika generasi sebelumnya menepatkan diri mereka sebagai sahabat mereka, terutama dalam memberikan kritik dan saran yang disertai dengan gaya kekinian sehingga mudah diterima oleh generasi mereka. Hal tersebut bukan tanpa alasan melainkan karena pada masa era digital saat ini generasi Z selalu terhubung dengan media social, cuek dan antisocial bahkan menikmati kesendirian dan kehilangan kemampuan dalam bersosialisasi. Berdasarkan kondisi tersebut kesuksesan komunikasi mereka harus distimulus oleh pandangan dan perasaan positif yang akan menimbulkan gaya komunikasi antarpribadi yang positif pula. Komunikasi paling efektif yang dapat dilakukan oleh significant others generasi Z adalah face to face communication melalui penciptaan waktu untuk berkumpul dan berkomunikasi secara tatap muka bersama

mereka. Dari hal tersebut, maka akan muncul kedekatan sehingga efektivitas komunikasi interpersonal dapat meningkatkan jarak public menuju jarak intim. Dengan memberikan treatment yang tepat kepada generasi Z diharapkan mereka dapat menjadi generasi bangsa yang unggul secara digital sejak dini, sekaligus lengkap dengan kualitas komunikasi yang penuh dengan tata krama dan empati. Generasi Z juga ditandai mereka yang dengan mudahnya dapat mengakses ribuan informasi dengan satu hari ini yang mengakibatkan generasi tersebut terbiasa dengan hal yang instan dan tidak mengenal proses. Selain itu, generasi Z sangat berbeda dengan generasi sebelumnya dikarenakan generasi Z memiliki pemikiran yang lebih kritis karena mendapat berbagai macam informasi pada masanya dengan sangat mudah.

Khofifah Indar Parawansa juga berkomentar bahwa dengan kemajuan teknologi yang sedang terjadi akan menyebabkan generasi Z tumbuh secara individualistis atau antisosial. Generasi Z tentu berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya kecanggihan teknologi yang membuat era sebelumnya sesuatu yang 'mustahil' namun benar-benar terjadi di era-nya. Perbedaan yang tampak antar generasi ini adalah selayaknya disikapi dengan bijak oleh generasi yang lahir sebelumnya. Cara generasi Z bersosialisasi yang dipraktikkan dalam keseharian juga tidak dengan mendikte, menganggap generasi Z sebagai miniature orang dewasa atau menerapkan ukuran kebenaran yang sesuai pandangan pribadi (orang dewasa). Maka dari itu,

generasi z memerlukan sikap yang arif dari orang dewasa atas perubahan yang begitu cepat dan kecanggihan teknologi, sehingga mereka menjadi generasi yang mampu memanfaatkan kecanggihan tersebut sebagai suatu hal yang positif bukan sebaliknya menjadi sosok yang individual dan jauh dari keramahan social dan humanistik.

Menurut Santoso (2017) mengatakan bahwa efek dari digitalisasi dalam social media akan sebagai ajang menunjukkan identitasnya sendiri dan identitas baru yang mungkin saja terjadi akan meleburkan kontruksi budaya dan bahkan akan menghilangkan bahasa baku dalam berkomunikasi baik secara lisan maupun secara tulisan tentu hal ini menjadikan komunikasi sebagai kontestasi identitas yang membawa dampak buruk bagi perkembangan gaya komunikasi.

Menurut (Brown, 1998) mengungkapkan bahwa ada tiga aspek dalam pengetahuan akan diri sendiri yaitu sebagai berikut:

a. Dunia Fisik (Physical World)

Realitas fisik dapat memberikan suatu arti yang mana kita dapat belajar mengenai diri kita sendiri. Sumber pengetahuan dari dunia fisik memberikan pengetahuan diri sendiri. Akan tetapi pengetahuan dari dunia fisik terbatas pada atribut yang bisa diukur dengan yang mudah terlihat dan bersifat subjektif dan kurang bermakna jika tidak dibandingkan dengan individu lainnya.

b. Dunia Sosial (Social World)

Untuk mencapai pemahaman akan citra diri generasi Z adalah dengan masukan lingkungan sosial individu. Proses pencapaian pemahaman diri melalui lingkungan sosial tersebut ada dua macam, yaitu sebagai berikut:

1. Perbandingan Sosial (social comparison) Serupa dengan dunia fisik, dunia sosial juga membantu memberi gambaran diri melalui perbandingan dengan orang lain. Pada umumnya individu memang cenderung membandingkan dengan individu lain yang dianggap sama dengannya untuk memperoleh gambaran yang menurut mereka adil. Akan tetapi tidak jarang individu membandingkan dirinya dengan individu yang lebih baik (disebut upward comparison) atau yang lebih buruk (downward comparison) sesuai dengan tujuan mereka masing-masing.
 2. Penilaian yang tercerminkan (reflected appraisal) Pengetahuan akan diri individu tercapai dengan cara melihat tanggapan orang lain terhadap perilaku individu. Misalnya jika individu melontarkan gurauan dan individu lain tertawa, hal tersebut dapat menjadi sumber untuk mengetahui bawa individu lucu.
- c. Dunia dalam atau psikologis (Inner or psychological world)
- Penilaian dari dalam diri individu, dipengaruhi oleh tiga pemahaman akan citra diri individu, yaitu sebagai berikut:
1. Introspeksi (introspection) Introspeksi dilakukan agar

individu melihat kepada dirinya untuk mencari hal-hal yang menunjang dirinya. Misalnya seseorang yang merasa dirinya pandai, bila berintrospeksi akan melihat berbagai kejadian dalam hidupnya, misalnya bagaimana dirinya menyelesaikan masalah, menjawab pertanyaan, dan sebagainya.

2. Proses mempersepsi diri (self perception process) Proses ini memiliki kesamaan dengan introspeksi, namun bedanya adalah bahwa proses mempersepsi diri dilakukan dengan melihat kembali dan menyimpulkan seperti apa dirinya setelah mengingat-ingat ada tidaknya atribut yang dicarinya di dalam kejadian-kejadian di hidupnya. Sedangkan introspeksi dilakukan sebaliknya.
3. Atribusi kausal (causal attributions) Cara ini dilakukan dengan mencari tahu alasan dibalik perilaku. Weiner (dalam Brown, 1998) mengatakan bahwa atribusi kausal adalah dimana individu menjawab pertanyaan mengapa dalam melakukan berbagai hal dalam hidupnya. Atribusi kausal ini juga dapat dilakukan kepada perilaku orang lain yang berhubungan dengan individu. Dengan mengetahui apa alasan orang lain melakukan suatu perbuatan yang berhubungan dengan individu, sehingga individu tahu bagaimana gambaran diri sebenarnya. Atribusi yang dibuat mempengaruhi pandangan individu terhadap dirinya.

5. Gaya Komunikasi Sesama Generasi Z di Era Digital di SMAN 8

Pinrang

Oktifa (2022) menyebutkan jika Generasi Z lebih cenderung menyukai gaya berkomunikasi dengan dunia maya atau secara virtual dengan menggunakan jejaring internet. Maka dari itu, generasi Z diperlukan adanya perubahan terhadap perilaku mereka dalam berkomunikasi agar bisa dilakukan secara langsung atau tatap muka dan memahami bahwa komunikasi tidak hanya bergantung pada dunia internet akan tetapi juga bisa dilakukan dengan metode apa saja. Menurut Alyulistin (2022) karakter komunikasi dari generasi Z adalah bebas dan selalu senang dengan fleksibilitas. Hal ini berbeda dengan generasi sebelumnya dan lebih berani dalam memberikan pendapatnya. Seiring dengan perkembangan teknologi komunikasi dan informasi juga berdampak pada aspek budaya masyarakat khususnya pada generasi Z yaitu yang lahir di era teknologi informasi. Perkembangan media social menyebabkan tatanan Bahasa baru yang sering disebut dengan Bahasa “gaul”. Generasi Z merupakan remaja yang terbentuk oleh kesamaan usia dan memiliki pengaruh paling besar dalam mengembangkan sarana komunikasinya sendiri berdasarkan nilai-nilai, prinsip, dan pola pikir yang unik sehingga dapat berfungsi lebih efektif.

Bahasa gaul disebut juga dengan Bahasa prokem yaitu Bahasa pergaulan yang hanya dimengerti oleh kalangan tertentu saja. Bahasa gaul sangat populer di kalangan generasi Z dikarenakan sering dipakai sebagai media komunikasi dalam percakapan sehari-hari. Bahasa tersebut sering digunakan untuk menyampaikan suatu informasi yang dianggap rahasia bagi kalangan usia tertentu agar tidak mengerti apa yang sedang dibicarakan. Populernya penggunaan bahasa gaul di kalangan generasi Z dapat ditandai dengan gaya komunikasi sangat sering mereka gunakan baik secara verbal maupun nonverbal. Mereka saat ini mengalami perubahan pengucapan dan tulisan bahasa Indonesia karena munculnya gaya bahasa baru, sehingga ketika mereka menggunakan bahasa gaul membuat mereka merasa lebih percaya diri dan jelas hal ini dapat menghilangkan standar penggunaan bahasa Indonesia yang sebenarnya. Sedangkan, dari hal estetika ataupun sopan santun, bahasa ini sering dianggap kurang baik.

Generasi Z juga terkenal dengan kebiasaan yang lebih sering menghabiskan waktu mereka dengan bermain game dan internet daripada bermain di luar rumah (Qurniawati dan Nurohman, 2018). Menurut Qurniawati dan Nurohman (2018), saat ini banyak Generasi Z yang lebih cenderung kurang peduli dan lebih fokus menghabiskan waktu mereka untuk bermain game dan internet yang membuatnya Generasi Z tersebut kurang memperdulikan pentingnya peran

berkomunikasi.

B. KAJIAN TEORI

1. Teori Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal menurut Devito adalah penyampaian pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh satu orang dan penerimaan pesan oleh orang lain atau sekelompok kecil orang dengan berbagai dampaknya dan dengan peluang untuk memberikan umpan balik segera (AW, 2011). Pesan disampaikan oleh komunikator (penyampaian pesan) kepada komunikan (penerima pesan) dengan adanya umpan balik yang diterima oleh komunikan. Komunikasi interpersonal biasa digunakan dalam kehidupan sehari-hari oleh manusia, baik kepada keluarga, rekan kerja, maupun masyarakat umum.

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara orang-orang secara tatap muka yang memungkinkan setiap pesertanya menangkap reaksi orang lain secara langsung, baik secara verbal ataupun nonverbal. Kedekatan hubungan dengan pihak-pihak yang berkomunikasi akan tercermin pada jenis-jenis pesan atau respon nonverbal mereka seperti sentuhan, tatapan mata yang ekspresif, dan jarak fisik yang sangat dekat. Komunikasi yang paling lengkap dan sempurna adalah komunikasi antarpribadi yang berperan penting hingga kapanpun selama manusia masih mempunyai emosi.

Konteks interpersonal banyak membahas tentang bagaimana suatu hubungan dimulai, bagaimana mempertahankansuatu hubungan dan keretakan suatu hubungan. Para peneliti dan teoretikus mempelajari hubungan adalah karena hubungan merupakan hal yang sangat kompleks dan beragam. Setiap saat setiap orang pasti melakukan banyak relasi dengan orang lain, seperti hubungan dosen dengan mahasiswa, pasien dengan dokter, pengacara dengan klien, orangtua dengan anak, supervisor dengan karyawan dan sebagainya.

Pentingnya situasi komunikasi interpersonal ialah karena prosesnya yang diaogis. Komunikasi yang berlangsung secara dialogis selalu lebih baik daripada secara manologis. Dalam monologis yang aktif adalah komunikator, sehingga tidak terjadi interaksi dengan lawan bicara. Sedangkan dialog adalah bentuk komunikasi antarpribadi yang menunjukkan terjadinya interkasi. Mereka yang terlibat dalam komunikasi bentuk ini berfungsi ganda, masing-masing menjadi pembicaraan dan pendengar secara bergantian.

Menurut Manning (2020), komunikasi interpersonal melibatkan interaksi antara dua orang atau lebih, biasanya dengan koneksi langsung dan hubungan yang direncanakan. Sementara itu, Solomon & Theiss (2013) menyebutkan bahwa komunikasi interpersonal adalah jenis komunikasi tertentu. Menurutny dalam komunikasi interpersonal adalah tindakan seseorang akan memengaruhi dan mencerminkan tindakan orang lain. Komunikasi interpersonal sering terjadi dalam

interaksi tatap muka, interaksi tatap muka yang memungkinkan dua orang atau lebih untuk berkomunikasi baik secara verbal maupun nonverbal serta baik dengan kata-kata dengan gerak tubuh, maupun dengan bahasa tubuh. Komunikasi interpersonal juga bersifat pribadi. Namun, tidak berarti komunikasi interpersonal selalu melibatkan topik pribadi atau hanya terjadi dalam hubungan dekat.

Menurut Julia T Wood (2010) mengatakan bahwa tiga model komunikasi interpersonal yang dibagi berdasarkan prosesnya, yaitu sebagai berikut:

1. Model Linear

Komunikasi interpersonal adalah merupakan model linear yang proses komunikasi dimana satu orang bertindak pada orang lainnya. Model verbal ini terdiri dari lima pertanyaan yang menggambarkan urutan tindakan yang membentuk komunikasi pada model ini yakni : siapa?, mengatakan apa?, menggunakan saluran apa? , kepada siapa?, dengan efek seperti apa?. Model komunikasi linier menggambarkan komunikasi mengalir hanya dalam satu arah dari pengirim ke penerima pasif. Hal ini menggambarkan bahwa pendengar tidak mengirim pesan dan hanya menyerap secara pasif apa yang dikatakan pembicara.

2. Model Interaktif

Model interaktif ini menggambarkan komunikasi sebagai suatu proses di mana pendengar memberikan umpan balik, yang

merupakan respons terhadap pesan. Selain itu, model interaktif mempercayai bahwa komunikator membuat dan menafsirkan pesan berdasarkan pengalaman pribadi individu di sebelumnya. Ketika semakin banyak pengalaman yang dimiliki komunikator, semakin baik komunikasi yang terjalin dan dapat saling memahami. Ketika bidang pengalaman tidak cukup atau kurang, kesalahpahaman sangat mungkin terjadi diantara keduanya.

3. Model Transaksional

Dalam komunikasi interpersonal model ini adalah transaksional tidak seperti model – model pada sebelumnya yang memberi label satu orang sebagai pengirim pesan dan yang lainnya adalah penerima pesan. Sebaliknya, kedua orang didefinisikan sebagai komunikator yang berpartisipasi secara setara dan sering dalam komunikasi proses.

Muhammad (2009:159) mengartikan komunikasi antarpribadi sebagai “proses pertukaran informasi di antara seseorang dengan paling kurang seorang dengan paling kurang seorang lainnya atau biasanya di antara dua orang yang dapat langsung diketahui balikkannya”. Menurut Barnlund (Johanessen, 1986) menjabarkan “komunikasi antarpribadi merupakan orang-orang yang bertemu secara bertatap muka dalam situasi social informal yang melakukan interaksi terfokus melalui pertukaran isyarat verbal dan nonverbal yang

saling berbalasan. Dengan kata lain, komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang dilakukan antara komunikator dengan komunikan secara tatap muka dan dianggap paling efektif dalam mengubah sikap, perilaku, atau pendapat melalui komunikasi lisan yang dilakukan tersebut.

Uraian di atas dapat disimpulkan bahwa komunikasi interpersonal adalah komunikasi antar pribadi dengan pribadi lain yang terjadi antara dua orang atau lebih secara langsung atau tatap muka dalam memberi dan menerima informasi atau pesan, gagasan atau ide-ide yang dilakukan secara timbal balik dan menimbulkan efek.

2. Teori New Media

Komunikasi yang telah digunakan sejak tahun 1960-an dan telah mencakup seperangkat teknologi komunikasi terapan yang semakin berkembang dan beragam (Mcquail, 2011). Komunikasi massa tradisional pada intinya bersifat satu arah, sementara bentuk baru komunikasi secara pokok adalah interaktif (Mcquail, 2011) perbedaan mendasar tersebut yang mengantarkan kepada proses berpikir bahwa media baru punya kekuatan interaktif yang bisa memberikan opini tentang suatu hal. Pada media baru, siapapun yang terhubung ke jaringan internet dapat membuat konten yang mereka inginkan.

Media adalah alat atau sarana yang digunakan untuk menyampaikan pesan dari komunikator kepada khalayak (Cangara 2016:137). Media memungkinkan kita dapat melihat lingkungan yang

lebih jauh. Media baru berasal dari Bahasa Inggris “New Media”. New media (noun) “meand of mass communication using digital technologies such as the internet” (adalah bagian dari komunikasi massa yang menggunakan teknologi digital seperti internet). Menurut Ruben Stewart (2013) media berfungsi untuk memperluas kemampuan kita memproduksi dan mendistribusi informasi dalam jarak yang sangat jauh dalam ruang dan waktu dari sumbernya.

Beberapa ahli menggambarkan bahwa new media sebagai sebuah transisi media yang menggunakan teknologi analog ke media yang menggunakan teknologi digital. Media baru mendukung lahirnya varian baru dari media komunikasi karena adanya inovasi baru dalam teknologi informasi dan komunikasi yang terus berkembang dengan sangat cepat.

Alloliliweri dalam buku komunikasi Antarpribadi mengungkapkan makna media baru dalam berkomunikasi, yakni “Media baru adalah konsep yang menjelaskan kemampuan media yang dengan dukungan perangkat digital dapat mengakses konten kapan saja, dimana saja sehingga memberikan kesempatan bagi siapa saja, baik sebagai penerima/ pengguna, untuk berpartisipasi aktif, interaktif dan kreatif terhadap umpan balik pesan yang pada gilirannya membentuk komunitas/ masyarakat “baru” melalui isimedia (Liliweri, 2015:284).

New media merupakan media yang menggunakan internet, media online berbasis teknologi, berkarakter fleksibel, berpotensi

interkatif dan dapat berfungsi secara privat maupun secara public (Mondry, 2008:13). Definisi lain yang mengemukakan tentang media baru merupakan digitalisasi yang mana sebuah konsep pemahaman dari perkembangan zaman mengenai teknologi dan sains, dari semua yang bersifat manual menjadi otomatis dan dari semua yang bersifat rumit menjadi menjadi ringkas.

Pada perkembangan media baru, salah satu produk yang ditawarkan dalam berhubungan satu sama lain adalah media social, media social menjadi sarana interaksi sejumlah orang melalui “sharing” informasi dan ide melalui jaringan online internet.

C. PENELITIAN YANG RELEVAN

Beberapa penelitian sebelumnya yang relevan dengan penelitian adalah sebagai berikut:

1. Perubahan perilaku komunikasi generasi milenial dan generasi Z di era digital oleh Sirajul Fuad Zis, Nursyirwan Effendi dan Elva Ronaning Roem pada tahun 2021 dengan berdasarkan hasil penelitian yang telah dibahas Bersama teori yang digunakan dalam penelitian ini dapat ditarik beberapa kesimpulan. Perilaku milenial dan generasi Z yang semula interaktif sebelum menggunakan gawai dan setelah menggunakan gawai proses komunikasinya menjadi pasif, tidak terjadi komunikasi efektif. Berbekal pengalaman milenial dan generasi Z di era digital mengurangi komunikasi tatap muka.

Kesibukan yang ada di dunia digital, milenial dan generasi Z

mendapatkan hambatan berkomunikasi sehingga tidak fokus dalam berkomunikasi. perilaku komunikasi *online* juga menunjukkan perilaku komunikasi yang tidak jujur kepada lawan bicara yang tidak terlihat alias hanya berkomunikasi lewat dunia maya sehingga menimbulkan banyak konflik. Perlu ada kontrol yang lebih baik diri pribadi milenial dan generasi Z yakni membatasi penggunaan gawai akan sangat berarti untuk perkembangan diri milenial dan generasi Z.

2. Analisis Gaya Komunikasi Dan Kemampuan Adaptasi Permata Gereja Batak Karo Protestan Di Samarinda. Oleh Ingrid Emegia Bukit, Sugandi dan Sabiruddin pada tahun 2020 dengan hasil kesimpulan bahwa berdasarkan pada hasil wawancara dan pembahasan yang telah diuraikan, maka penulis dapat menarik kesimpulan dari hasil penelitian pada anggota Permata Gereja Batak Karo Protestan di Samarinda dengan judul Gaya Komunikasi dan Kemampuan adaptasi Permata Gereja Batak Karo Protestan di Samarinda adalah *pertama* Dapat disimpulkan bahwa gaya komunikasi yang dilakukan oleh anggota permata GBKP Samarinda ini dominan menggunakan komunikasi yang berkonteks-rendah. *Kedua*, adapun komunikasi konteks-tinggi digunakan hanya bersifat sementara, sebagai suatu proses memulai menjalin hubungan dengan orang lain dengan maksud dapat memberikan kesan yang baik. *Ketiga*, adanya problematika yang dirasakan oleh individu ini yaitu kendala Bahasa, perbedaan nilai dan kesalahpahaman memang tidak dapat dihindari. *Keempat*, adapun dalam proses adaptasi yang dilakukan, ditemukan bahwa adanya proses negosiasi yang berupa pengalaman bagi suku ini

dan suku yang lain untuk dapat menenal perbedaan kebudayaan yang dimiliki tanpa harus menghilangkan budaya yang ada pada diri individu. Yang terakhir adalah anggota Permata yang berstatus bekerja memiliki peluang lebih besar terkait cepat beradaptasi dengan sekitar. Berbeda dengan anggota yang masih berstatus kuliah. Proses dalam beradaptasi tersebut lebih memakan waktu karena masih berada di zona nyaman dan sulit untuk menerima budaya baru.

D. KERANGKA PIKIR

Generasi dapat didefinisikan sebagai kelompok orang yang lahir dalam rentang waktu yang sama dan berbagai pemikiran mengenai pengalaman hidup seperti peristiwa, sejarah, pahlawan, hiburan. Mereka mempunyai minat, tata nilai, dan karakter yang sama karena faktor zaman yang sama yang dilaluinya. Tidak heran jika munculnya gaya komunikasi generasi Z beriringan dengan kecanggihan teknologi di era digital berdasarkan dengan perspektif yang berbeda dari setiap peer generation. Perspektif ini adalah gaya komunikasi, teknologi, karakter, budaya organisasi yang seperti dikatakan oleh Irving Luntungan (2014: 27). Oleh karena itu, berdasarkan tinjauan teori dan penelitian terdahulu yang relevan maka kerangka pemikiran yang digunakan dalam penelitian ini digambarkan sebagai berikut:

