

PENELITIAN UNIVERSITAS BAKRIE TAHUN 2021

**PERAN KOMUNIKASI ANTARPRIBADI SEBAGAI STRATEGI
KOMUNIKASI DALAM ASPEK HUBUNGAN ANTARPRIBADI**

Ilmu Komunikasi

**DIANINGTYAS M. PUTRI
0302128402**



**Universitas Bakrie
Kampus Kuningan Kawasan Epicentrum
Jl. HR Rasuna Said Kavv. C-22, Jakarta,
12920**

LEMBAR PENGESAHAN PROPOSAL

PENELITIAN TAHUN 2021

1. **Judul Penelitian** : Peran Komunikasi Antarpribadi Sebagai Strategi Komunikasi Dalam Aspek Hubungan Antarpribadi
2. **Bidang Penelitian** : Komunikasi
3. **Peneliti Utama**
 - a. **Nama Lengkap** : Dianingtyas M. Putri
 - b. **Jenis Kelamin** : Perempuan
 - c. **Pangkat/Gol./NIRD** : Lektor/IIIC/0302128402
 - d. **Bidang Keahlian** : Psikologi Komunikasi, Resepsi Khalayak, Kampanye Komunikasi
 - e. **Program Studi** : Ilmu Komunikasi
 - f. **Alamat/Telp.** : JL. Syarpa No. 114 rt:009/001, Ciganjur-Jakarta Selatan
 - g. **Alamat Email** : dianingtyas.putri@bakrie.ac.id
4. **No. Telepon Seluler** : +62811967006
5. **Lama Penelitian** : 6 (enam) Bulan
6. **Usulan Penelitian Tahun** : 2021
7. **Total Biaya** : -

Menyetujui,
Ketua Lembaga Penelitian
Utama dan Pengembangan

Deffi Ayu Puspito Sari, Ph.D.
NIDN. 0308078203

Jakarta, September 2021

Peneliti



Dianingtyas M. Putri
NIDN. 0302128402

Mengetahui,
Rektor Universitas Bakrie

Prof. Ir. Sofia W. Alisjahbana, M.Sc.
NIDN. 0321096201

SURAT PENGANTAR PROPOSAL

No. :
Hal : Surat Pengantar Proposal Penelitian Tahun 2021
Lampiran :

Kepada
Yth., Ketua Lembaga Penelitian dan Pengembangan
Universitas Bakrie
Kampus Kuningan Kawasan Epicentrum
Jl. HR Rasuna Said Kav. C-22 Jakarta 12920

Dengan hormat,

Bersama ini kami sampaikan proposal penelitian tahun 2021 sejumlah 1 judul dan masing-masing judul proposal terdiri dari 2 (dua) rangkap.

1. Judul : Peran Komunikasi Antarpribadi Sebagai Strategi Komunikasi Dalam Aspek Hubungan Antarpribadi
Nama Pengusul : Dianingtyas M. Putri
2. Judul : -
Nama Pengusul : -
3. Judul : -
Nama Pengusul : -

Demikian surat pengantar proposal penelitian tersebut di atas disampaikan agar dapat diproses lebih lanjut.

Jakarta, Oktober 2021
Ketua Program Studi

(Dra. Suharyanti, M.S.M)
NIDN. 0003016403

PERNYATAAN PENELITI UTAMA

Yang bertandatangan di bawah ini:

Nama : Dianingtyas M. Putri
Tempat/Tanggal Lahir : Jember, 2 Desember 1984
NIRD : 302128402
Program Studi : Ilmu Komunikasi

Dengan ini menyatakan bahwa benar saya yang mengajukan proposal penelitian tahun 2021 dengan judul “**Peran Komunikasi Antarpribadi Sebagai Strategi Komunikasi Dalam Aspek Hubungan Antarpribadi**” dan proposal ini belum pernah dibiayai dan tidak sedang diajukan untuk dibiayai oleh instansi/badan lain. Saya bersedia menjadi peneliti utama dan mendedikasikan waktu untuk penelitian selama 6 bulan dalam penelitian yang saya usulkan dengan judul tersebut di atas.

Demikian pernyataan ini dibuat dalam keadaan sadar dan tanpa ada unsur paksaan dari siapapun untuk keperluan pengajuan proposal penelitian di UB.

Jakarta, September 2021

Yang membuat pernyataan



(Dianingtyas M. Putri)
NIDN. 0302128402

DAFTAR ISI

HALAMAN PENGESAHAN	I
SURAT PERNYATAAN PENELITIAN	II
PERNYATAAN PENELITI	III
DAFTAR ISI	IV
DAFTAR GAMBAR	V
DAFTAR TABEL	V
ABSTRAK	VII
BAB 1 PENDAHULUAN	1
1.1. Latar Belakang Masalah	1
1.2. Tujuan Penelitian	10
1.3. Urgensi dan Manfaat Penelitian.....	10
BAB 2 TINJAUAN KEPUSTAKAAN	12
2.1. Komunikasi Antarpribadi	12
2.2. Konsep Diri.....	15
2.3. Generasi Z.....	18
2.4. Kerangka Pemikiran	20
BAB 3 METODELOGI PENELITIAN	22
3.1. Metode Pengumpulan Data	22
3.2. Subjek Penelitian	23
3.3. Analisis Data.....	24
BAB 4 HASIL PEMBAHASAN	25
4.1. Keterkaitan Generasi Z dengan Komunikasi Antarpribadi.....	25
4.2. Keterkaitan Komunikasi Antarpribadi dengan Strategi Komunikasi	30
BAB 5 KESIMPULAN	39
5.1. Kesimpulan	39
5.2. Saran	40
5.3. Keterbatasan.....	40
DAFTAR PUSTAKA	41
LAMPIRAN	42

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 <i>A Five-Stage Model of Conversation</i>	5
Gambar 1.2 <i>Communication Patterns in Couples and Families</i>	9
Gambar 2.1 Model Komunikasi Interpersonal	14
Gambar 4.1 <i>A Model of the Emotions</i>	27
Gambar 4.2 <i>Emotional Contagion</i>	30

DAFTAR TABEL

Tabel 2.1 Tabel Pembagian Generasi X, Y, dan Z.....	19
Tabel 3.1 Kriteria Informan.....	23

ABSTRAK

Komunikasi memiliki peranan yang sangat penting dalam kehidupan manusia, agar pesan yang disampaikan dari pengirim pesan terhadap penerima pesannya dibutuhkan komunikasi. Keberadaan komunikasi bukan saja sebagai alat atau *tools* ketika manusia melakukan interaksi sosialnya, namun komunikasi mengajarkan manusia untuk dapat mengenal serta memahami prinsip-prinsip komunikasi baik secara verbal dan nonverbal saat interaksi sedang berlangsung. Komunikasi dilakukan ketika kita membuka mata sampai dengan aktivitas kita berakhir sebelum istirahat. Dalam berkomunikasi ketika pertukaran simbol terjadi, beragam aspek dilibatkan yakni sebagai komunikator perlu memilah dengan siapa, dimana, mengapa, menggunakan apa ketika pesan ingin disampaikan kepada komunikannya, dan bagaimana menyampaikannya. Hal ini dimaksudkan, agar meminimalisir adanya hambatan-hambatan komunikasi salah satunya adalah salah menginterpretasikan pesan tersebut. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana peran komunikasi antarpribadi sebagai strategi komunikasi dalam menciptakan hubungan serta iklim komunikasi yang kondusif dalam berbagai aspek kehidupan. Metode yang digunakan adalah metode kualitatif dengan studi kasus dengan *in-depth interview* pada beberapa informan yang terdiri dari mahasiswa yang sedang menyelesaikan Tugas Akhir (TA) dan mahasiswa *fresh graduate*. Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi antarpribadi bukan saja komunikasi yang hanya dilakukan oleh satu orang dengan satu orang lainnya. Akan tetapi, peran komunikasi antarpribadi memiliki dampak yang signifikan ketika manusia berada di hubungan keluarga, hubungan personal, dan hubungan profesional. Dalam komunikasi antarpribadi ini, kita akan diperkenalkan dengan memahami terlebih dahulu arti komunikasi antarpribadi di bagian awal lalu berlanjut pada model-model komunikasi antarpribadi, sampai dengan bagaimana komunikator memahami pesan emosional atau yang dikenal dengan *emotional messages*.

Kata kunci: Komunikasi Antarpribadi, *Emotional Messages*, Iklim Komunikasi, Simbol Verbal dan Nonverbal.

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang Masalah

Peran komunikasi antarpribadi dalam membentuk persepsi diri dan orang lain, konsep yang diterapkan dengan melihat cara-cara yang bentuknya mengenai kesan orang lain dan bagaimana mengelola kesan diri yang menyampaikan kepada orang lain. Sehingga terciptalah pengertian dari konsep tentang diri (*self*), yakni segala sesuatu yang dapat dikatakan orang tentang dirinya sendiri; bukan hanya tentang tubuh dan keadaan psikisnya sendiri saja, melainkan juga tentang anak istrinya, rumahnya, pekerjaannya, nenek moyangnya, teman-temannya, miliknya, uangnya. Sehingga berkaitan sikap dan perasaan seseorang terhadap dirinya sendiri dan suatu keseluruhan proses psikologis yang menguasai tingkah laku dan penyesuaian diri. Perspektif pertama yang mempengaruhi kita adalah orang lain tertentu, yang merupakan orang-orang tertentu yang penting dalam hidup kita. Untuk bayi dan anak-anak, yang lain biasanya termasuk anggota keluarga dan pengasuh. Di kemudian hari, khususnya lainnya termasuk teman sebaya, guru, teman, pelatih, pasangan romantis, rekan kerja, dan orang lain yang sangat penting dalam hidup kita. Ketika bayi berinteraksi dengan khususnya orang lain di dunia mereka, mereka belajar bagaimana orang lain melihat mereka. Ini adalah awal dari sebuah konsep diri. Perhatikan bahwa diri dimulai dari luar—dengan pandangan dan komunikasi orang lain tertentu dengan kita.

Bagi kebanyakan dari kita, anggota keluarga adalah pengaruh besar pertama pada bagaimana kita melihat salah satu. Ibu, ayah, saudara kandung, dan seringkali penyedia penitipan anak adalah orang lain yang penting. Dalam proses persepsi manusia dimana proses aktif untuk menciptakan makna dengan memilih, mengatur, dan menafsirkan orang, objek, peristiwa, situasi, dan fenomena lainnya. Persepsi didefinisikan sebagai proses aktif. Kami tidak secara pasif menerima apa yang "keluar" di sana" di dunia luar. Sebaliknya, kita secara aktif bekerja untuk memahami diri kita sendiri, lainnya, dan interaksi (T Wood, 2016). Pembentukan kesan (kadang-kadang disebut sebagai persepsi orang) terdiri dari berbagai proses yang Anda lalui dalam membentuk kesan orang lain. Setiap proses persepsi ini memiliki jebakan dan potensi bahaya.

Dalam proses komunikasi juga perlu memahami komunikasi verbal dan nonverbal. Komunikasi verbal sendiri merupakan cara pandang individu terhadap dunia. Bahasa juga

menjadi sarana utama individu dalam membangun hubungan dan merepresentasikan diri. Kata-kata adalah simbol yang bersifat arbitrer, ambigu, serta representasi abstrak dari berbagai fenomena. Sebagai salah satu contoh sederhana, nama merupakan salah satu contoh simbol yang mencerminkan seseorang. Sedangkan Komunikasi nonverbal menurut Josep A. Devito (DeVito, 2016, p. 131) (DeVito, 2016, p. 131) adalah komunikasi yang dilakukan tanpa kata-kata, seperti menggunakan gestur tubuh, tersenyum atau sedih, mendekatkan kursi ke orang lain, menggunakan perhiasan, menyentuh seseorang bahkan diam. Sedangkan Julia T. Wood (2016, p. 135) menjelaskan komunikasi nonverbal merupakan seluruh aspek komunikasi selain menggunakan kata-kata. Tidak hanya gestur dan bahasa tubuh, tetapi juga bagaimana kita mengucapkan kata-kata yaitu infleksi, jeda, nada, volume, dan aksen.

Perilaku nonverbal mengatur aliran komunikasi antara orang-orang (Guerrero & Floyd, 2006) melebihi isyarat verbal. Seperti contoh yang dapat dilihat adalah ketika dalam satu keluarga sedang bertukar pikiran mengenai hal yang sangat penting. Orang tua sedang menyampaikan pendapatnya, maka sang anak dapat mengetahui kapan dia mendapat giliran berbicara dan kapan ia harus diam. Orang tua dapat memberi isyarat agar tidak diinterupsi dengan mengalihkan pandangan dan mempertahankan volume suaranya serta kecepatan berbicara. Jadi secara tidak sadar kita telah diatur oleh tindakan nonverbal agar mengetahui waktu-waktu yang tepat untuk berbicara dan diam. Dalam melakukan komunikasi nonverbal dibutuhkan skill untuk menerima dan memberikannya. Sebelum melakukan komunikasi nonverbal, ada baiknya mengobservasi apa perilaku nonverbal yang efektif dilakukan dan tidak efektif dilakukan.

Terdapat dua tipe yakni yang pertama, *decoding nonverbal messages* yakni kita harus mempertimbangkan beberapa aspek seperti ketika membuat keputusan harus melihat alternatif lainnya yang kiranya terpakai. Menjadi tentatif lawan keinginan untuk mengambil kesimpulan berdasarkan tingkah laku nonverbal. Buat hipotesis tentang apa yang terjadi dan cek apa benar atau tidak hipotesisnya. Menyadari kalau pesan bisa datang dari mana saja. Menyadari kemungkinan adanya kesalahan dan jangan menilai pesan nonverbal seseorang berdasarkan budaya yang kita anut tapi berdasarkan budaya orang lain karena ada faktor-faktor yang mempengaruhi pesan non verbal, dan yang kedua yakni *encoding nonverbal messages* yang merupakan mempertimbangkan pilihan kita untuk berkomunikasi secara verbal seperti kita melakukan komunikasi nonverbal. Gunakan bahasa verbal dan nonverbal secara konsisten. Memantau pesan nonverbal kita agar sama

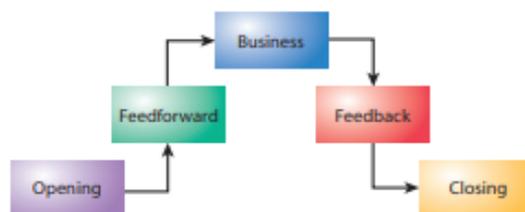
dengan pesan verbal kita. Jangan berlebihan dan monoton ketika menggunakan komunikasi nonverbal. Komunikasi nonverbal di satu tempat atau di satu waktu mungkin tidak cocok dilakukan di tempat atau waktu yang berbeda. Atur kontak mata kita dengan si pembicara, hindari melakukan hal yang menjijikan di depan umum, jangan menggunakan wewangian yang berlebihan bila bertemu orang baru dan hindari menyentuh atau bersentuhan dengan lawan bicara kita karena belum tentu sama budayanya.

Dalam proses komunikasi yang dilakukan oleh dua orang manusia atau lebih, juga berkaitan erat dengan pesan emosional, dimana tentang sifat emosi dan ekspresi emosional dan hambatan untuk mengkomunikasikan emosi, dan menyajikan saran untuk berkomunikasi emosi dan untuk menanggapi emosi dari yang lain. Seorang psikolog bernama Daniel Golman mengatakan bahwa terdapat jenis kecerdasan yang berbeda dari jenis yang diukur dalam test IQ yaitu *Emotional Intelligence* atau EQ. Dalam melakukan sebuah komunikasi penting untuk kita melibatkan sebuah emosi yang akan mengarahkan kepada enam hasil komunikasi, baik positif maupun negatif. Oleh karenanya, dalam proses komunikasi harus memperhatikan ekspresi emosional yang fleksibel mengingat bahwa situasi emosi yang digunakan dalam suatu situasi tertentu, tidak akan berhasil di situasi yang lain. Dalam berkomunikasi melalui berbagai channel, harus melibatkan perasaan yang berbeda juga misal anda ingin mengirimkan pesan melalui surat, perasaan dalam surat tersebut akan berbeda dengan pesan yang anda akan kirimkan melalui telepon. Dalam pembahasan ini akan membantu anda mengidentifikasi alasan kenapa harus berkomunikasi dengan emosi, misal saat menyampaikan kabar gembira atau menyampaikan berita sedih (Dean, 2011; Rime, 2007). Mengkomunikasikan sebuah emosi merupakan hal yang tidak mudah, karena tidak ada suatu ajaran yang konkrit dalam mengomunikasikan sebuah emosi. Akan tetapi, mengkomunikasikan emosi menjadi sesuatu yang sangat penting karena emosi atau perasaan memiliki peran yang sangat besar dalam makna pesan yang ingin anda berikan. Sebagai contoh anda ingin menyampaikan berita bahagia (memenangkan undian) tetapi perasaan yang kamu berikan adalah perasaan sedih, maka pesan yang diterima orang lain bukan bahagia melainkan kesedihan tersebut. Orang yang merupakan pengirim dan penerima emosi yang buruk kemungkinan memiliki masalah dalam mengembangkan dan memelihara suatu hubungan karena saat berinteraksi dengan orang semacam itu, akan terasa tidak nyaman karena komunikasi emosional yang tidak tepat (Goleman, 1995a).

Selain itu juga terdapat hambatan dalam komunikasi emosional yakni dalam *Societal*

and Cultural Customs, dimana kita sebagai manusia tentunya wajar jika mengekspresikan emosi seperti bahagia, jatuh cinta, kecewa, sedih, dan lain-lain. Akan tetapi, di Amerika terdapat sebuah fenomena sosial budaya yang dibentuk oleh masyarakat yang mencegah para lelaki di Amerika untuk berekspresi dan mengeluarkan emosinya. Anak laki-laki di sana diajarkan sejak dini untuk tidak menangis saat terluka. Hal ini terjadi dikarenakan adanya anggapan bahwa laki-laki yang menangis dan mengungkapkan emosinya dinilai tidak jantan. Lalu, *fear* yakni berbagai ketakutan menghalangi seseorang untuk berekspresi secara emosional. Hal ini berlaku untuk pria & wanita, akan tetapi lebih untuk pria yang memiliki kesulitan lebih besar untuk mengekspresikan emosi (Zakowski et al., 2001). Terakhir ada *Inadequate Interpersonal Skills*, merupakan hambatan terpenting untuk melakukan komunikasi emosional yang efektif adalah kurangnya keterampilan interpersonal. Banyak orang yang tidak memahami bagaimana mengungkapkan perasaan, orang yang mengungkapkan kemarahan cenderung melalui kekerasan atau penghindaran. Adapula orang dalam mengatasi kemarahan dengan menyalahkan dan menuduh orang lain.

Percakapan adalah esensi Komunikasi Antarpribadi. Dalam hal ini mahasiswa bagian akan lebih memahami sifat dan prinsip-prinsip pesan percakapan. Dimana memahami pesan dalam percakapan, seperti Memahami aturan dan prinsip yang mengatur berbagai macam interaksi sehari-hari. Belajarlah untuk mengungkapkan diri dan menanggapi pengungkapan orang lain dengan tepat. Belajarlah untuk terlibat dalam berbagai macam setiap hari percakapan dengan kenyamanan dan kepuasan. Seperti dalam “*the Principle of Process*” saat memahami tentang proses percakapan, perlu diingat bahwa setiap orang memiliki cara berbicara yang berbeda-beda, sehingga hal tersebut dapat menjadi gangguan dalam proses percakapan.



Gambar 1.1 *A Five-Stage Model of Conversation*

1. *Opening*

Langkah pertama dalam sebuah proses percakapan yakni membuka obrolan dengan kata-kata pembuka. Di Indonesia, biasanya membuka pembicaraan dengan salam dari

kepercayaan masing-masing atau sekedar mengucap “Selamat pagi/siang/sore/malam” atau “Halo”. Terdapat beberapa pendekatan dari elemen komunikasi antarpribadi yang dapat digunakan untuk membuka pembicaraan:

- *Self-references*: Mengatakan sesuatu tentang diri sendiri seperti memperkenalkan diri
- *Other-references*: Mengatakan sesuatu tentang lawan bicara seperti memberikan pertanyaan atau sekedar memberi apresiasi
- *Relational references*: Mengatakan sesuatu yang berhubungan dengan diri sendiri dan lawan bicara seperti menawarkan tempat yang lebih nyaman untuk berbincang
- *Context references*: Mengatakan sesuatu yang berkaitan dengan fisik, psikologi sosial, budaya, atau hal yang bersifat sementara seperti membahas cuaca atau lingkungan sekitar

2. *Feedforward*

Tahap kedua, individu akan memberikan umpan untuk menuju ke inti pembicaraan. Rasa canggung juga dapat muncul apabila umpan maju terlalu bertele-tele, sehingga lebih baik singkat namun sopan. Pemberian umpan maju juga harus melihat situasi. Misalnya, saat pembicaraan serius dengan kalimat “Aku perlu ngomong sesuatu ke kamu” atau pada pembicaraan informal seperti “Aku mau bantuin kamu”. Pada beberapa kasus, umpan maju juga dapat digabungkan dengan kata pembuka seperti “Eh hai Eri! Kamu dengerin lagu exo yang baru deh”.

3. *Business*

Selanjutnya yakni keperluan, substansi, atau fokus pembicaraan yang mengarah pada tujuan dari percakapan tersebut. Artinya, individu berbicara untuk memenuhi beberapa tujuan umum dalam interaksi komunikasi interpersonal antara lain, untuk belajar, menjalin hubungan, mempengaruhi seseorang, bermain, atau membantu orang lain.

4. *Feedback*

Langkah keempat yakni adanya umpan balik dari lawan bicara untuk menunjukkan adanya interaksi komunikasi interpersonal yang terjadi. Setiap umpan balik atau respon yang diberikan oleh lawan bicara sangat beragam, tergantung dari pribadi individu masing-masing.

5. *Closing*

Tahap terakhir yakni penutupan dari sebuah percakapan yang akan menunjukkan kualitas pembicaraan. Seringkali menutup pembicaraan akan menimbulkan rasa canggung dan membingungkan. Maka, ketika menutup sebuah percakapan, lebih baik

memberikan respon puas atas interaksi yang terjadi. Contohnya, dengan mengatakan “Wah senang berbicara denganmu, sayang sekali aku harus pergi sekarang. Sampai jumpa lagi ya!” atau dengan mengucapkan terima kasih.

Ciri khas dari sebuah percakapan adalah pembicara dan pendengar saling bertukar peran selama interaksi terjadi. Hal ini memungkinkan adanya kontribusi dari komunikasi verbal maupun nonverbal untuk menandakan adanya pergantian peran. Self-disclosure atau pengungkapan diri merupakan proses individu dalam memperkenalkan diri kepada individu lainnya. Informasi tentang diri dapat berupa informasi personal atau rahasia, maupun informasi umum. Beberapa contoh informasi seputar diri yakni: (1) kepercayaan; (2) perilaku; (3) karakteristik; dan sebagainya. Pengungkapan diri atas perasaan emosional dari sebuah pengalaman yang dirasakan seseorang juga merupakan bentuk dari self-disclosure. Acara televisi yang melibatkan seseorang untuk membuka diri juga merupakan contoh dari proses terjadinya pengungkapan diri seperti acara “Brownis” - Trans TV atau “Tonight Show” - NET TV. Seseorang bahkan dapat mengungkapkan diri tanpa adanya paksaan atau rangsangan secara sadar melalui media sosial. Individu membuka diri karena banyak alasan, ketika individu merasa perlu untuk menjelaskan sesuatu yang penting kepada individu lain agar memahami tujuan sebuah komunikasi. Maka dari itu, pengungkapan diri atau self-disclosure dapat membangun maupun merusak sebuah hubungan.

Beberapa pedoman ini dapat membantu individu sebelum membuat keputusan untuk membuka diri kepada orang lain.

- *Disclose out of appropriate motivation* → sebaiknya pembukaan diri dimotivasi oleh kepedulian serta kepentingan sebuah hubungan, individu terkait, dan untuk diri sendiri.
- *Disclose in the appropriate context* → memperhatikan konteks, mempertimbangkan waktu dan tempat yang tepat saat melakukan pembukaan diri.
- *Disclose gradually* → memberikan pendengar kesempatan yang sama untuk melakukan pembukaan diri.
- *Disclose without imposing burdens on yourself or others* → ini dapat dilakukan dengan memperhitungkan masalah atau respon yang akan muncul setelah individu melakukan pembukaan diri.

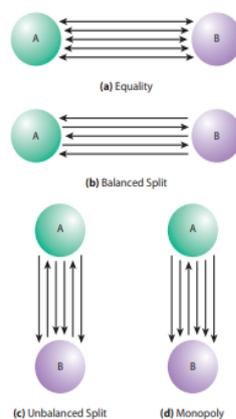
Dari sini lah kita dapat memahami terkait dengan tipe-tipe hubungan yang dilakukan antara manusia, yakni tipe hubungan pertemanan, personal, profesional, dan juga

keluarga. Pemahaman tentang tipe-tipe pertemanan akan membantu individu dalam membangun hubungan interpersonal yang efektif. Interaksi komunikasi yang terjadi dapat berupa komunikasi langsung, tidak langsung, atau kombinasi keduanya. Pernyataan Cornwell & Lundgren (2001; DeVito, 2016, p. 274) tentang *online relationship* dan *face-to-face relationship* menggambarkan bagaimana perbedaan keduanya. Secara singkat, individu yang berada di dalam *online relationship* akan lebih mudah melakukan kesalahan yang tidak terdeteksi. Sedangkan secara *face-to-face relationship*, kesalahan lebih mudah terdeteksi dan terlihat. Artinya, pada era digitalisasi yang serba online ini, banyak orang mudah tertipu karena jenis hubungan yang terjalin yakni *online relationship*. Pada konteks ini, persahabatan adalah hubungan interpersonal antara dua orang yang saling bergantung, saling produktif, dan saling menghargai. Hubungan pertemanan tidak langsung disebut sebagai teman atau sahabat melainkan dimulai dengan sebuah pertemuan. Individu akan saling memperkenalkan diri dan berinteraksi satu sama lain tanpa adanya keterbukaan yang luas. Tahapan tersebut dimana individu saling menunjukkan tendensi pada pentingnya nilai sosial dalam berperilaku. Interaksi antar keduanya akan penuh dengan rasa canggung dan ketidakpastian karena belum menemukan pola komunikasi yang tepat. Menurut Weinstock & Bond (2000; Wood, 2016, p. 290) memaparkan bahwa dalam hubungan pertemanan awal, individu akan saling memeriksa apakah ada kesamaan nilai atau kepentingan. Setelah melihat adanya kesamaan daya tarik, individu akan semakin terbuka dan merasa nyaman. Pada tahap ini, hubungan pertemanan menjadi intens dan mengembangkan kepercayaan satu sama lain. Kepercayaan tersebut menjadikan individu saling bergantung dan memberikan keuntungan, sehingga pertukaran informasi tentang kenalan satu sama lain pun terjadi. Pada sebuah hubungan pertemanan yang intim akan melahirkan peraturan yang tidak tertulis. Hal tersebut terjadi karena individu telah saling memahami dan mengenal kebiasaan yang dilakukan.

Dalam hubungan keluarga, dimana di Indonesia, keluarga berdiri karena adanya pernikahan antara seorang pria dan wanita. Kemudian dipercaya bahwa pria yang memegang kendali rumah tangga dan menafkahi keluarga. Sementara wanita mengurus segala urusan rumah tangga termasuk anak. Namun, dewasa ini, peran tersebut mulai menjadi bias karena adanya gerakan wanita. Saat ini tidak sedikit ibu rumah tangga yang memiliki karir dan pekerjaan layaknya seorang suami dan hal tersebut mulai diterima oleh masyarakat sosial. Sebagai anggota keluarga, individu akan saling mengemban tanggung jawab dan kewajiban masing-masing. Kesadaran akan tanggung jawab, akan

mempengaruhi jalannya hubungan keluarga. Anggota keluarga akan saling terbuka akan masalah kehidupan yang terjadi. Misalnya, sebagai seorang Ibu menjadi tempat berkeluh kesah dari anaknya. Keluarga inti memiliki sejarah dan membentuk masa depan bersama-sama. Seperti seorang Ayah dan Ibu menceritakan tentang asal usul keluarga kepada sang anak. Kisah tersebut meliputi perbedaan budaya, permasalahan yang timbul, hingga pelajaran yang dapat diambil oleh anak untuk bekal masa depan.

Mayoritas keluarga di Indonesia tinggal di satu atap dan berbagi segala sesuatu bersama merupakan hal yang wajar. Seorang ayah, ibu dan anak yang merupakan keluarga inti akan tinggal bersama. Biasanya, anak perempuan akan keluar dari rumah keluarganya dan tinggal mengikuti suaminya. Hal ini akan berbeda-beda mengikuti budaya yang dianut pada setiap keluarga di negara berbeda. Bahkan di India, satu rumah dapat ditempati oleh beberapa generasi. Keluarga dapat diklasifikasikan berdasarkan banyak aspek, salah satunya melalui kesesuaian (*conformity*) dan percakapan (*conversation*) yang terjalin. *Conformity orientation* menyangkut pada sejauh mana anggota keluarga mengekspresikan sikap, nilai, dan kepercayaan. Keluarga dengan tingkat konformitas yang tinggi akan menjadi harmonis dibandingkan dengan keluarga konformitas rendah. *Conversation orientation* mengacu pada sejauh mana anggota keluarga dapat berbicara tentang pemikiran mereka. Sehingga apabila tingkat percakapan tinggi dapat mendorong individu untuk berani berpendapat dan sebaliknya. Pola komunikasi menjadi landasan yang mendominasi hubungan keluarga.



Gambar 1.2 Communication Patterns in Couples and Families

Sama halnya dengan hubungan profesional atau dalam tempat kerja, Ketika individu masuk ke dalam sebuah organisasi atau perusahaan, maka ia harus mempelajari nilai-nilai

dan norma yang dianut agar hubungan interpersonal terjalin dengan baik. Mengingat bahwa setiap individu menganut perbedaan budaya dan perspektif. Sehingga relasi menjadi penting dalam hubungan di dunia kerja karena dapat mempermudah beberapa pekerjaan. Hubungan yang terjalin baik akan berdampak baik. Relasi terbagi menjadi dua yakni informal dan formal. Relasi informal yakni ketika individu bertemu dengan individu baru dan melakukan interaksi secara tidak sengaja. Pada relasi formal, individu juga akan bertemu dengan individu baru, namun interaksi yang terjalin lebih sistematis dan strategis. Namun pada praktiknya, tidak menutup kemungkinan seseorang bertemu kembali dengan relasi lama atau saling mengenal. Relasi memungkinkan setiap individu untuk menguntungkan satu sama lain. Dalam kasus lain juga terdapat sisi buruk dari komunikasi antarpribadi, yakni *jealousy* atau kecemburuan yakni emosi negatif yang mana individu satu menginginkan sesuatu dari kepemilikan individu dua. Perasaan ini akan timbul apabila individu merasakan adanya ancaman dalam sebuah hubungan. Menurut Erber & Erber (2011; (DeVito, 2016, p. 300). Pada beberapa kasus, terdapat beberapa hal yang dapat dilakukan untuk mengekspresikan perasaan cemburu diantaranya:

- Mengungkapkan rasa sakit hati secara nonverbal, seperti menangis.
- Memiliki tendensi untuk melakukan kekerasan.
- Agresif secara verbal, seperti mengeluarkan kata-kata sarkas.
- Mencabut rasa kepercayaan dan kasih sayang dalam diam, atau terkadang menyangkal bahwa ada sesuatu yang salah.

Kita mengalami konflik ketika merasa bahwa apa yang diinginkan tidak sesuai dengan apa yang oleh seseorang yang kita saling bergantung. Kata kuncinya adalah persepsi. Jika kita mengunci diri dalam skenario konflik terlalu sering, maka kita tidak melihat hasil yang dapat diterima bersama. Seperti pasangan yang sedang mempersiapkan pernikahan, pihak laki-laki ingin menggunakan konsep tradisional sedangkan pihak wanita menginginkan konsep pernikahan seperti orang luar negeri karena menganggap lebih praktis.

1.2 Tujuan Penelitian

Berdasarkan latar belakang masalah yang telah dijabarkan di atas, maka tujuan penelitian ini adalah:

1. Untuk mengetahui bagaimana kesiapan generasi Z dalam menjalani Era *New Normal*.

2. Untuk mengetahui kendala apa saja yang dihadapi oleh Generasi Z di Era *New Normal*.
3. Untuk mengetahui secara mendalam mengenai bagaimana perubahan perilaku generasi Z yang akhirnya menjadi gaya hidup khususnya yang memiliki peran sebagai mahasiswa tingkat akhir dan *fresh graduate*.

1.3 Urgensi dan Manfaat Penelitian

Kondisi *new normal* yang saat ini masih berlangsung di tengah pandemi Covid- 19 di Indonesia menyebabkan aktivitas sehari-hari masyarakat khususnya generasi Z merasa terbatas dan terganggu, khususnya yang berperan sebagai mahasiswa tingkat akhir, dan yang berstatus *fresh graduate*. Adapun kecemasan yang dirasakan oleh generasi Z terdiri dari berbagai macam seperti cemas dan khawatir akan adanya kendala serta hambatan yang lebih sulit untuk bisa menyelesaikan tugas akhirnya mengingat pelaksanaan bimbingan dengan dosen pembimbing, pengumpulan data, serta sidang dilakukan secara daring. Selain itu, bagi generasi Z yang berstatus *fresh graduate* pun demikian merasakan kecemasan untuk mendapatkan pekerjaan baru, yang mana seperti kita ketahui adanya pandemi Covid-19 ini mengakibatkan ratusan ribu pekerja dirumahkan. Secara tidak langsung, kondisi seperti tersebut dapat membuat kecemasannya semakin tinggi, sehingga jika tidak ditindaklanjuti, maka akan mempengaruhi pada proses pembentukan konsep diri serta pembentukan kepercayaan dirinya, serta penghargaan atas dirinya sendiri.

Disamping itu, hasil ini juga dapat menyinggung sebagai pengajaran Psikologi Lintas Budaya, Sistem Komunikasi Antarpribadi, Psikologi Komunikasi, Karakteristik Manusia Komunikan yang terdiri dari faktor-faktor personal dan situasional, Sistem Komunikasi Intrapersonal yang terdiri dari beberapa bagian seperti sensasi, persepsi, memori, dan kognitif, selanjutnya ialah Komunikasi Interpersonal yang terdiri dari proses pembentukan konsep diri, dan faktor-faktor yang dapat mempengaruhi pada pola hubungan interpersonal.

BAB II

TINJAUAN KEPUSTAKAAN

2.1 Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi antarpribadi sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Dimana kita melihat orang lain untuk peduli tentang apa yang terjadi dalam hidup kita dan membantu menangani masalah atau bahkan merayakan saat-saat yang menyenangkan. Selain itu, kita membutuhkan orang lain untuk mendorong pertumbuhan pribadi dan profesional kita. Mulai dari teman, pasangan, atau keluarga yang percaya pada kita dapat memungkinkan mengatasi permasalahan-permasalahan yang sedang dialami sebagai *support system* dalam membantu kita menjadi orang yang kita inginkan. Sehingga terkadang kita hanya ingin bergaul dengan orang-orang yang kita suka dan percaya.

Di tempat kerja, komunikasi interpersonal sangat penting. Sebuah Survei nasional pengusaha tahun 2010 melaporkan bahwa 89% pengusaha mempertimbangkan bahwa mahasiswa harus fokus pada belajar berkomunikasi secara efektif secara lisan dan tertulis untuk menjadi sukses secara profesional. Demikian pula, pada tahun 2012 pengusaha mengatakan bahwa kualitas utama untuk pelamar kerja adalah keterampilan *interpersonal*, keterampilan komunikasi lisan, dan kemampuan beradaptasi. Sebuah jajak pendapat yang sangat baru menemukan bahwa 93% pengusaha berpikir kapasitas yang ditunjukkan kandidat pekerjaan untuk berpikir kritis dan berkomunikasi jelas lebih penting daripada jurusan sarjana mereka. Pemimpin organisasi seperti FedEx dan GlaxoSmithKline mencantumkan komunikasi sebagai keterampilan penting bagi karyawan mereka (DeVito, 2016).

Kenapa Mempelajari Komunikasi Antarpribadi

Mengidentifikasi potensi manfaat pribadi dan profesional dalam mempelajari komunikasi antarpribadi, sama halnya dengan belajar memahami sejarah, sains, geografi, dan matematika, kita juga dituntut untuk perlu memahami bagaimana berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain secara interpersonal. Kita akan mengenali situasi yang akan didiskusikan dan keterampilan yang disarankan sebagai bagian yang penting. Dimana kita akan mengenali situasi yang dibahas dan keterampilan yang disarankan sebagai kesuksesan secara personal dan secara profesional.

Kesuksesan Secara Personal

Kesuksesan dan kebahagiaan pribadi sangat bergantung pada efektivitas dalam komunikasi interpersonal. Dimana pertemanan, keluarga, dan hubungan romantis yang dikembangkan, dipelihara, dan kadang-kadang dihancurkan melalui interpersonal dalam diri sendiri dan interaksi. Demikian juga, kesuksesan Anda dalam berinteraksi dengan tetangga, kenalan, dan orang-orang. Dimana kita bertemu setiap hari tergantung pada kemampuan diri sendiri untuk terlibat dalam percakapan yang memuaskan percakapan yang nyaman dan menyenangkan.

Kesuksesan Secara Profesional

Kemampuan untuk berkomunikasi secara interpersonal secara luas yang diakui sebagai kesuksesan profesional. Sehingga dimana keterampilan dalam komunikasi interpersonal sebagian besar akan menentukan kesuksesan. Jelas, keterampilan interpersonal sangat penting untuk kesuksesan pribadi dan profesional. Memahami teori dan penelitian dalam komunikasi interpersonal dan menguasai keterampilannya dengan berjalan beriringan. Semakin banyak yang diketahui tentang komunikasi interpersonal, semakin banyak wawasan dan pengetahuan yang akan diperoleh. Untuk saat ini, dan singkatnya, berikut adalah beberapa alasan masing-masing pernyataan yang umumnya tidak benar:

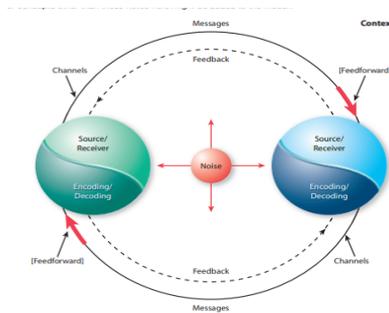
1. Komunikasi yang efektif adalah keterampilan yang dipelajari; Meskipun beberapa orang dilahirkan lebih terang atau lebih ekstrovert, semua dapat meningkatkan kemampuan mereka dan menjadi komunikator yang lebih efektif.
2. Bukan seberapa banyak komunikasi yang dilakukan tetapi seberapa kualitas komunikasi yang dilakukan agar dapat efektif.
3. Setiap situasi interpersonal adalah unik, dan oleh karena itu jenis komunikasi yang tepat dalam satu situasi mungkin tidak sesuai dalam situasi tertentu.
4. Budaya yang berbeda dapat mempengaruhi penyampaian makna pesan tersebut.
5. Banyak orang gugup bertemu orang baru, terutama jika orang tersebut memiliki wewenang atau berpengaruh.
6. Semua hubungan yang bermakna mengalami konflik, tetapi bagaimana kita menyelesaikan konflik tersebut.

Elemen-elemen Dalam Komunikasi Antarpribadi

Tentukan elemen penting dari komunikasi interpersonal termasuk sumber, *encoding* *decoding*, pesan, saluran, gangguan, konteks, dan etika.

1. Source *Receiver* (Penerima),

Komunikasi interpersonal melibatkan setidaknya dua orang. Setiap individu melakukan fungsi sumber (merumuskan dan mengirim pesan) dan juga melakukan penerima. Fungsi (memahami dan memahami pesan). Istilah *source-receiver* menekankan bahwa kedua fungsi dilakukan oleh setiap individu dalam komunikasi.



Gambar 2.1 Model Komunikasi Interpersonal

Kemampuan untuk berkomunikasi secara efektif (sebagai sumber dan penerima) adalah kompetensi interpersonal yang dimiliki, sehingga kompetensi Anda meliputi, misalnya, pengetahuan bahwa, dalam konteks tertentu dan dengan pendengar tertentu, satu topik sesuai dan yang lain.

2. *Encoding-Decoding*,

Encoding mengacu pada tindakan memproduksi pesan. Misalnya, berbicara atau menulis. Decoding adalah kebalikannya dan mengacu pada tindakan memahami messages encoding mengacu pada tindakan memproduksi pesan. Misalnya, mendengarkan atau membaca. Dengan mengirimkan ide-ide melalui gelombang suara (dalam kasus pidato) atau gelombang cahaya (dalam kasus penulisan).

3. *Message* (Pesan),

Pesan adalah sinyal yang berfungsi sebagai rangsangan bagi penerima dan diterima oleh salah satu indera kita pendengaran, visual (melihat), taktil (menyentuh), penciuman (berbau), *gustatory* (mencicipi), atau kombinasi dari indra ini. Anda berkomunikasi secara interpersonal dengan gerakan dan sentuhan serta dengan kata-kata dan kalimat.

4. *Channel* (Saluran),

Saluran komunikasi adalah media di mana pesan lewat. Ini adalah semacam jembatan yang menghubungkan sumber dan penerima. Komunikasi jarang terjadi hanya dalam satu saluran; dua tiga, atau empat saluran sering digunakan secara bersamaan.

Misalnya, secara tatap muka interaksi, Anda berbicara dan mendengarkan (saluran vokal-pendengaran), tetapi Anda juga memberi isyarat dan menerima sinyal secara visual (saluran gestural-visual), dan Anda memancarkan bau dan mencium bau tersebut yang lain (saluran kimia-penciuman).

5. *Noise* (Gangguan),

Secara teknis, kebisingan adalah sesuatu yang mendistorsi pesan apa pun yang mencegah penerima menerima pesan. Pada satu ekstrem, kebisingan dapat mencegah pesan dari mulai dari sumber ke penerima. Suara menderu atau garis statis dapat dengan mudah mencegah seluruh pesan dari masuk ke penerima telepon Anda. Ada empat jenis kebisingan yang sangat relevan. Sangat penting untuk mengidentifikasi jenis kebisingan dan, jika mungkin, untuk mengurangi efeknya:

- *physical noise*
- *physiological noise*
- *psychological noise*
- *Semantic noise*

6. *Context*,

Komunikasi selalu terjadi dalam konteks atau lingkungan yang mempengaruhi bentuk dan isi pesan Anda. Kadang-kadang konteks ini tidak jelas atau mengganggu; tampaknya sangat alami sehingga diabaikan-seperti musik latar belakang. Di lain waktu konteks mendominasi, dan cara-cara di mana ia membatasi atau merangsang pesan Anda jelas. Bandingkan, misalnya, perbedaan antara berkomunikasi dalam pemukiman rumah, stadion sepak bola, restoran formal, dan konser rock.

7. *Ethics* (Etika),

Komunikasi interpersonal juga melibatkan pertanyaan etika, studi tentang yang baik dan buruk, benar dan salah, moral dan tidak bermoral. Etika berkaitan dengan tindakan, dengan perilaku; Berkaitan dengan membedakan antara perilaku yang moral (etis, baik, dan benar) dan yang tidak bermoral (tidak etis, buruk, dan salah).

2.2 Konsep Diri

Psikologi meneliti kesadaran dan pengalaman manusia. Hal tersebut diarahkan pada pusat perhatian perilaku manusia dan mencoba menyimpulkan proses kesadaran yang menyebabkan terjadinya perilaku manusia itu. Psikologi pada perilaku individu

komunikasikan. Ketika akan melakukan komunikasi, tak bisa dipungkiri membutuhkan pihak lain sebagai pendengar atau komunikasikan untuk merespon pesan yang disampaikan. Psikologi komunikasi juga melihat bagaimana respon yang terjadi pada masa lalu dapat meramalkan respon yang terjadi pada masa yang akan datang. George A. Miller membuat definisi psikologi yang mencakup semuanya: *Psychology is the science that attempts to describe, predict, and control mental and behavioral event*. Dengan demikian, psikologi komunikasi adalah ilmu yang berusaha menguraikan, meramalkan, dan mengendalikan peristiwa mental dan *behavioral* dalam komunikasi. Peristiwa mental adalah "*internal meditation of stimuli*", sebagai akibat berlangsungnya komunikasi. Komunikasi adalah peristiwa sosial, peristiwa yang terjadi ketika manusia berinteraksi dengan manusia yang lain. Peristiwa sosial secara psikologis membawa kita pada psikologi sosial. Pendekatan psikologi sosial adalah juga pendekatan psikologi komunikasi. Konsep ini menunjukkan bahwa psikologi komunikasi sangat berperan dalam perubahan perilaku manusia, terutama saat manusia berkomunikasi dengan manusia lain, baik yang sifatnya interpersonal, kelompok, maupun massa. Ketika seseorang memahami dan mengerti psikologi komunikasi, saat komunikasi berlangsung antara komunikator dan komunikasikan, orang mampu melihat dan menganalisis gerak dan tingkah kedua komponen tersebut, yang berbicara dan yang mendengar. Dengan menganalisis pandangan ini, maka peran ilmu psikologi komunikasi dalam perkembangan masyarakat dan pengetahuan cukup besar.

Sebelum masuk pada konsep diri, pemahaman diri (self) dulu. Menurut Tangney, dkk dalam buku "Psikologi Sosial" yang ditulis oleh Rahman (2017) disebutkan ada lima cara bagaimana para pakar dalam bidang sosial dan perilaku memahami self dan unsur-unsurnya. Pertama, self dipandang sebagai total person. Kedua, self dipandang sebagai kepribadian. Ketiga, self dipandang sebagai subjek yang mengalami (as experiencing subject). Keempat, self dipandang sebagai executive agent. Selanjutnya yang kelima, self dipandang sebagai persepsi, pikiran, dan perasaan terhadap diri sendiri. Dalam prosesnya pengenalan diri ini membutuhkan waktu yang tidak singkat, usaha diri untuk memahami diri kita sendiri menghasilkan konsep kita mengenai diri kita sendiri, yang disebut sebagai konsep diri. Branden (1983) pada bukunya "*Honoring The- Self*" dalam Rahman (2017:62) mendefinisikan konsep diri sebagai pikiran, keyakinan, dan kesan seseorang tentang sifat dan karakteristik dirinya, keterbatasan dan kapabilitasnya, serta kewajiban dan asset-aset yang dimilikinya. Selanjutnya, Campbell (1981, dalam Kernis & Goldman, 2003) dalam buku "Psikologi Sosial" yang dituliskan oleh Rahman (2017: 63)

menyebutkan *self- concept clarity*, adalah satu faktor penting yang memiliki pengaruh besar terhadap perubahan konsep diri, yakni sejauh mana konsep diri seseorang itu secara internal konsisten, stabil, dan dipegang dengan penuh keyakinan.

Selanjutnya, hasil penelitian Campbell menunjukkan hubungan antara rendahnya *self- concept clarity* dengan rendahnya *self-esteem*, akan menyebabkan tingginya tingkat depresi, serta tingginya tingkat kecemasan dirinya. Konsep diri yang kita miliki ini, memiliki beberapa komponen yang sifatnya stabil disebut *self- verification theory* dari Swann, yang menyatakan konsep diri seseorang terbentuk secara pasti, dan individu tersebut akan mengusahakan beberapa strategi kognitif dan behavioral untuk mempertahankannya. Selaras juga yang disampaikan oleh Akhyadi dan Mulyono (2018) mengatakan parenting adalah penguatan dalam kehidupan masyarakat, terutama pada perkembangan anak usia dini, diperlukan metode pengasuhan dan pola interaksi komunikasi dua arah disini. DeVito (2013) menyebutkan konsep diri kita berkembang dari empat sumber yakni (1) citra diri kita yang dimiliki orang lain terhadap kita, dan yang mereka ungkapkan kepada diri kita (*others image*) (2) perbandingan yang diri kita buat antara diri sendiri dan orang lain, yang disebut dengan perbandingan sosial (*social comparasions*) (3) ajaran budaya kita (*cultural teachings*), dan (4) cara kita menafsirkan dan mengevaluasi pikiran dan perilaku diri sendiri (*self- eavluations*). Rakhmat (2018) dalam bukunya yang berjudul “Psikologi Komunikasi edisi Revisi” menyebutkan ada faktor-faktor yang memengaruhi konsep diri yakni:

1. Orang Lain,

Cara kita mengenal diri sendiri adalah kita mengenal diri kita dengan mengenal orang lain lebih dahulu. Tidak semua orang lain mempunyai pengaruh yang sama terhadap diri kita, namun ada yang paling berpengaruh yaitu orang-orang terdekat disebut *significant others*. Dewey, dkk (1966:105) dalam Rakhmat (2018) menamainya *affective others*, yakni orang lain yang memiliki ikatan emosional dengan kita, dan dari mereka inilah secara perlahan-lahan kita membentuk konsep diri. Mead (1863-1931) dalam Rakhmat (2018) juga menambahkan pandangan diri kita tentang keseluruhan pandangan orang lain terhadap diri, disebut *generalize others*. Misalnya, mengambil peran sebagai ibu, sebagai ayah, atau sebagai *generalize others* disebut dengan *role taking*, dimana *role taking* ini juga berperan penting dalam proses pembentukan konsep diri seseorang.

2. Kelompok Rujukan (*Reference Group*),

Dalam proses pembentukan konsep diri kelompok rujukan juga turut berperan. Ketika, individu beranjak usia, ruang lingkungannya bukan hanya keluarga saja namun seorang individu juga turut memperluas ruang lingkungannya untuk mengikuti suatu komunitas atau kelompok, sebagai representative dirinya. Setiap kelompok mempunyai norma- norma tertentu, ada kelompok yang secara emosional mengikat dan berpengaruh terhadap pembentukan konsep diri kita. Inilah yang disebut sebagai kelompok rujukan.

2.3 Generasi Z

Teori generasi pertama kali dikemukakan oleh Karl Mannheim pada esainya yang berjudul “*The Problem of Generations*” pada tahun 1923. Selanjutnya berbagai ahli mulai mengembangkan teori mengenai generasi ini. Karl Mannheim mendefinisikan bahwa generasi merupakan kumpulan dari individu yang memiliki rentang usia serta memiliki pengalaman mengikuti peristiwa penting yang terjadi dalam sejarah. Kopperschmidt’s (Putra, 2016:124) mendefinisikan bahwa generasi adalah sekelompok individu yang mengidentifikasi kelompoknya berdasarkan kesamaan tahun kelahiran, umur, lokasi, dan kejadian-kejadian dalam kehidupan kelompok individu tersebut yang memiliki pengaruh signifikan dalam fase pertumbuhan.

Generasi Z lahir pada rentang tahun 1995 hingga 2012 (Stillman, 2018, h.1). Generasi ini merupakan generasi yang lahir dan tumbuh pada saat teknologi digital berkembang dengan cepat. Bisa dibayangkan teknologi sudah mulai menjadi 7 bagian dari kehidupan sehari-hari, oleh karena itu generasi Z merupakan generasi digital native yang tumbuh dan besar bersama teknologi. Sejak kecil generasi Z sudah akrab dengan perangkat- perangkat canggih, contohnya ponsel pintar.

Tabel 2.1 Tabel Pembagian Generasi X, Y, dan Z menurut David Stillman dan Jonah Stillman.

(Sumber: Buku Generasi Z oleh David Stillman dan Jonah Stillman)

Generasi	X	Y	Z
Rentang Tahun	1965-1979	1980-1994	1995-2012

Menurut Miryam A. Sigarlaki seorang psikolog, akan baik jika generasi pendahulu (orang tua, kakek, nenek) bisa menempatkan diri sebagai teman dalam membangun

jalinan komunikasi khususnya saat memberi kritik dan saran (Husna, 2018). Perlunya sebuah tempat bagi para anggota generasi Z yang masih muda untuk menampung segala macam bentuk pesan dan komunikasi sangat penting. Saat seseorang merasa bisa dan dapat memahami serta menerima orang lain merupakan salah satu faktor penting untuk menjalin suatu hubungan, orang lain dapat tumbuh, berkembang, serta membuat perubahan-perubahan yang membangun, secara psikologis semakin sehat, kreatif dan produktif (Thomas Gordon, 1993:27). Maka dari itu peran orang tua sangat penting untuk menjadi tempat mencurahkan segala bentuk pesan dan komunikasi bagi anak akan menjadikan anak memiliki tempat. Jangan sampai hanya karena orang tua tidak mau mendengarkan keluh kesah anak sehingga anak mencari tempat pelarian lain, seperti mengunggah semua pesan dan keluhan di jejaring sosial. Generasi Z sangat mahir menggunakan internet, gawai, komputer, dan perangkat digital lainnya. Semua perangkat yang digunakan telah terhubung dengan fasilitas internet. Berbagai macam informasi yang dibutuhkan hanya perlu mengetikkan jari dan kata kunci pada mesin pencari.

Kebiasaan melihat layar ponsel membuat generasi Z lebih terbiasa dengan stimulus-stimulus visual. Google dan Youtube adalah tempat sekaligus sumber untuk menggali informasi. Selain itu tren jejaring sosial juga menjadi hal yang sangat populer di kalangan remaja generasi Z. Anggota generasi Z saat ini diisi oleh anak-anak yang sedang berada dalam masa pertumbuhan baik secara fisik dan psikologis, selain itu anggota tertua generasi Z saat ini masih berada pada fase remaja, fase di mana seseorang mulai menunjukkan perkembangan psikologi dan juga perkembangan fisik. Sa'id (seperti dikutip megawati, 2015) membagi fase remaja menjadi tiga tahapan yaitu fase remaja awal, remaja pertengahan, dan remaja akhir. Fase remaja awal (*early adolescence*) fase ini berada pada rentang usia remaja 12-15 tahun fase remaja awal adalah fase di mana seseorang mengalami perubahan fisik dalam waktu yang relatif cepat. Pada fase remaja awal juga seorang remaja mulai menunjukkan ketertarikan terhadap lawan jenis. Fase selanjutnya adalah remaja pertengahan (*middle adolescence*) yang ada pada rentang usia 15-18 tahun. Pada fase remaja pertengahan mulai menunjukkan perubahan fisik yang sempurna hampir mendekati orang dewasa pada umumnya. Pada fase remaja pertengahan kehadiran teman-teman sangat berpengaruh. Fase terakhir dari masa remaja adalah remaja akhir (*late adolescence*) yang berada pada rentang usia 18-21 tahun. Pada fase ini selain fisik yang sudah mendekati orang dewasa, remaja juga sudah mulai menunjukkan kematangan psikologis dan nilai-nilai kedewasaan. Jadi terdapat beberapa hal yang

berbeda antar generasi X, Y, Z dan hal tersebut bisa difahami oleh setiap generasi agar bisa mendatangkan manfaat yang baik di kemudian hari. Generasi Z sebagai generasi muda saat ini diharapkan akan menjadi generasi yang siap menyongsong masa depan di dunia digital, dengan 10 kemampuan teknologi telekomunikasi ditambah dengan kemampuan sosial yang baik tentu generasi Z bisa menjadi generasi yang unggul.

2.4 Kerangka Pemikiran

Interaksi komunikasi merupakan suatu proses penyampaian pesan, dimana untuk memahami isi pesan tersebut dibutuhkan pengalaman dari pelaku komunikasi baik komunikator maupun komunikannya, sebab pengalaman merupakan pengetahuan agar bisa memahami atau menginterpretasikan isi pesan yang mereka terima. Dalam interaksi komunikasi antarpribadi juga dibutuhkan pemahaman terkait tahapan-tahapan apa saja yang perlu dipahami oleh komunikator sebagai pengirim pesan maupun komunikan yang menerima pesannya.

Generasi Z adalah generasi yang memiliki karakteristik perlu adaptasi dan pendekatan yang berbeda ketika melakukan komunikasi antarpribadi. Cara mereka berkomunikasi tentunya berbeda dengan generasi-generasi sebelumnya. Prinsip-prinsip komunikasi verbal maupun non-verbal membahas bagaimana tata cara pelaksanaan komunikasi berlangsung. Tata cara tersebut adalah prinsip-prinsip komunikasi antarpribadi berlangsung. Hal ini merupakan tantangan bagi pelaku komunikasi untuk bisa menguasai kemampuan mereka dalam melakukan komunikasi antarpribadi, khususnya generasi Z. Selain itu, terjadinya pertukaran simbol selama interaksi komunikasi antarpribadi berlangsung, agar meminimalisir adanya salah interpretasi maka perlu dilakukan konfirmasi antara kedua belah pihak, tidak hanya itu ketika interaksi berlangsung informasi yang diterima oleh pelaku komunikasi menjadi suatu insight dalam proses konsep dirinya. Riset ini akan mengeksplorasi tidak hanya mengenai bagaimana persepsi Generasi Z terhadap pemahaman informasi tentang komunikasi antarpribadi saja.





Bagan 2.1 Kerangka Pemikiran
(Sumber: Olahan Peneliti)

BAB III

METODOLOGI PENELITIAN

3.1 Metode Pengumpulan Data

Penelitian yang dilakukan dengan judul “Peran Komunikasi Antarpribadi Sebagai Strategi Komunikasi Dalam Aspek Hubungan Antarpribadi” menggunakan metode studi kasus kualitatif. Menurut Moleong (2011, p. 6) menyatakan bahwa “Penelitian Kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami sebuah fenomena mengenai apa yang dialami oleh subjek penelitian, misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan sebagainya secara holistik dan dengan cara dideskripsikan dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah”.

Sementara itu, menurut Sukmadinata (2011, p. 72) bahwa penelitian deskriptif tidak hanya memberikan perlakuan, manipulasi ataupun perubahan pada variabel - variabel yang diteliti, melainkan menggambarkan suatu kondisi yang apa adanya. Satu-satunya sebuah perlakuan yang diberikan hanyalah peneliti itu sendiri yang dilakukan melalui observasi, wawancara, serta dokumentasi. Penelitian kualitatif ditujukan untuk mendeskripsikan dan menggambarkan fenomena-fenomena yang ada, baik bersifat alamiah maupun rekayasa manusia yang lebih memperhatikan mengenai karakteristik, kualitas, keterkaitan antar kegiatan.

Berdasarkan penjelasan tersebut, maka dapat disimpulkan bahwa penelitian kualitatif deskriptif ialah sebuah jenis penelitian yang dalam prosesnya melakukan pengkajian atas fenomena yang dialami oleh subjek dengan fenomena yang bersifat alamiah ataupun rekayasa manusia, dalam penggunaan metode kualitatif dengan pendekatan studi kasus ini diharapkan dapat menjelaskan penelitian yang sedang diteliti.

3.2 Subjek Penelitian

Dalam hal ini, peneliti akan menggunakan metode wawancara mendalam (*indepth interview*). Adapun informan yang dibutuhkan untuk mendukung penelitian ini ialah 3 generasi Z yang berperan sebagai mahasiswa tingkat akhir, dan 3 generasi Z yang berstatus *fresh graduate*. Penetapan informan berdasarkan informasi yang ingin diperoleh dalam penelitian ini dapat dilihat pada tabel 3.1, yang meliputi:

Tabel 3.1 Informan
(Sumber : Olahan Peneliti)

Informasi Yang Dicari	Informan	Informan
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemahaman informasi mengenai peran komunikasi antarpribadi sebagai strategi komunikasi. 2. Kendala apa saja yang dihadapi oleh generasi Z ketika interaksi komunikasi antarpribadi sedang berlangsung. 3. Bagaimana perubahan perilaku generasi Z usai menjalani interaksi komunikasi antarpribadi dalam berbagai hubungan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generasi Z • Usia 20-22 tahun • Sedang menyelesaikan tugas akhir 	Mahasiswa tingkat akhir: <ul style="list-style-type: none"> • AF • SP • NY
<ol style="list-style-type: none"> 1. Pemahaman informasi mengenai peran komunikasi antarpribadi sebagai strategi komunikasi. 2. Kendala apa saja yang dihadapi oleh generasi Z ketika interaksi komunikasi antarpribadi sedang berlangsung. 3. Bagaimana perubahan perilaku generasi Z usai menjalani interaksi komunikasi antarpribadi dalam berbagai hubungan. 	<ul style="list-style-type: none"> • Generasi Z • Usia 21 – 22 tahun • Berstatus sebagai <i>fresh graduate</i> 	Mahasiswa berstatus <i>fresh graduate</i> : <ul style="list-style-type: none"> • VN • NA • HS

3.3 Analisis Data

Dalam hal ini, aktivitas pada melakukan analisis data kualitatif, peneliti menggunakan *Analysis Interactive Model* dari Miles dan Huberman tahun 2007, diantaranya ialah:

a) Pengumpulan Data (*Data Collection*)

Dalam pengumpulan data ini, dalam melakukan analisis data, maka hal yang pertama yang harus dilakukan ialah melakukan pengumpulan data dari sumber data yang sudah didapat melalui wawancara, observasi, dokumen resmi maupun pribadi dan sebagainya.

b) Reduksi Data

Reduksi data merupakan suatu penyederhanaan yang dilakukan oleh peneliti terkait dengan cara menyeleksi, memfokuskan, melakukan keabsahan data mentah yang diolah menjadi sebuah informasi yang bermakna sehingga memudahkan peneliti dalam menarik kesimpulan.

c) Penyajian Data

Penyajian data dalam hal ini ialah menarik kesimpulan yang dilakukan oleh peneliti terkait untuk menemukan sebuah makna dari data yang didapatkan, untuk kemudian data tersebut diolah menjadi sebuah data berupa teks atau kalimat, sehingga nantinya data yang sudah diolah tersebut akan disajikan dalam bentuk uraian naratif..

d) Penarikan Kesimpulan (*Concluting Drawing*)

Pada tahap terakhir ini, penulis akan melakukan sebuah implementasi mengenai prinsip induktif dengan cara melakukan beberapa pertimbangan dari pola data yang ada atau kecenderungan dari penyajian data yang sudah dibuat sebelumnya.

BAB IV

HASIL DAN PEMBAHASAN

4.1 Keterkaitan Generasi Z dengan Komunikasi Antarpribadi

Kecemasan yang dirasakan oleh generasi Z terdiri dari berbagai macam seperti cemas dan khawatir akan adanya kendala serta hambatan yang lebih sulit untuk bisa menyelesaikan tugas akhirnya mengingat pelaksanaan bimbingan dengan dosen pembimbing, pengumpulan data, serta sidang dilakukan secara daring. Perlunya sebuah tempat bagi para anggota generasi Z yang masih muda untuk menampung segala macam bentuk pesan dan komunikasi sangat penting. Saat seseorang merasa bisa dan dapat memahami serta menerima orang lain merupakan salah satu faktor penting untuk menjalin suatu hubungan, orang lain dapat tumbuh, berkembang, serta membuat perubahan-perubahan yang membangun, secara psikologis semakin sehat, kreatif dan produktif. Komunikasi antarpribadi sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Dimana kita melihat orang lain untuk peduli tentang apa yang terjadi dalam hidup kita dan membantu menangani masalah atau bahkan merayakan saat-saat yang menyenangkan. Selain itu, kita membutuhkan orang lain untuk mendorong pertumbuhan pribadi dan profesional kita. Mulai dari teman, pasangan, atau keluarga yang percaya pada kita dapat memungkinkan mengatasi permasalahan-permasalahan yang sedang dialami sebagai support system dalam membantu kita menjadi orang yang kita inginkan. Sehingga terkadang kita hanya ingin bergaul dengan orang-orang yang kita suka dan percaya.

Menurut Gentner & Boroditsky (2009; T Wood, 2016, p. 104), bahasa atau komunikasi verbal merupakan cara pandang individu terhadap dunia. Bahasa juga menjadi sarana utama individu dalam membangun hubungan dan merepresentasikan diri. Kata-kata adalah simbol yang bersifat arbitrer, ambigu, serta representasi abstrak dari berbagai fenomena. Sebagai salah satu contoh sederhana, nama merupakan salah satu contoh simbol yang mencerminkan seseorang. Dalam penelitiannya, Andersen (1999; Guerrero & Floyd, 2006) mengidentifikasi bahwa terdapat lima interaksi perilaku nonverbal.

- Pertama, perilaku nonverbal yang mengulang pesan verbal. Misalnya, ketika murid ditanyakan oleh gurunya apakah dia lapar, murid tersebut menjawab "ya" sambil menganggukkan kepala.
- Kedua, perilaku nonverbal yang melihatkan komunikasi verbal. Misalnya, ketika

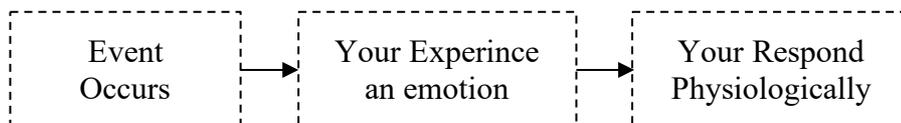
orangtua menekankan kata-kata tertentu kepada anaknya dengan meningkatkan volume berbicara.

- Ketiga, kita menggunakan perilaku nonverbal untuk melengkapi atau menambah kata-kata. Contohnya, seorang anak yang sudah lama tidak bertemu dengan orangtuanya karena terpaut pendidikan akhirnya bertemu dan mengatakan “Kami senang melihat kamu sehat” seraya memeluk anaknya.
- Keempat, perilaku nonverbal bertentangan dengan pesan verbal. Seperti ketika seseorang berkata, “Tidak ada yang salah!” dengan nada suara yang bermusuhan.
- Kelima, menggantikan perilaku nonverbal dengan perilaku verbal. Misalnya, saat seorang teman yang sedang bermain ke rumah Anda dan bertanya dimana letak toilet, mungkin Anda menunjuk ke kiri saat diminta memberikan petunjuk arah.

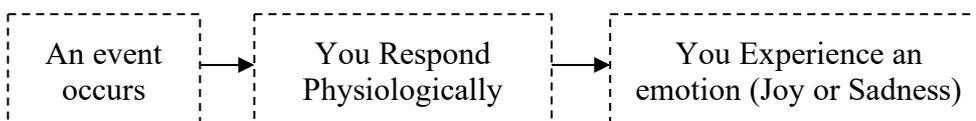
Pola nonverbal seperti komunikasi verbal yang mencerminkan budaya tertentu (Guerrero et al., 2009). Hal ini menjelaskan bahwa sebagian besar perilaku nonverbal tidak naluri tetapi dipelajari dalam proses sosialisasi budaya tertentu. Contohnya adalah orang Brazil ketika berdiri terlalu dekat di toko, bus dan lift, jika mereka bertabrakan yang tidak disengaja maka mereka tidak minta maaf atau menabrak kembali. Di negara Timur Tengah, laki-laki dengan sesama temannya berjalan bergandengan tangan adalah hal yang biasa, tetapi di negara Amerika jika hal itu terjadi terlihat aneh dan hanya dilakukan saat acara olahraga saja. beberapa prinsip umum ekspresi emosi untuk membangun landasan tentang keterampilan emosional:

- ***Emotions Occur in Stages***

Emosi terjadi secara bertahap karena setiap orang menerima sebuah pesan emosional, orang akan mengidentifikasi hal berikut:

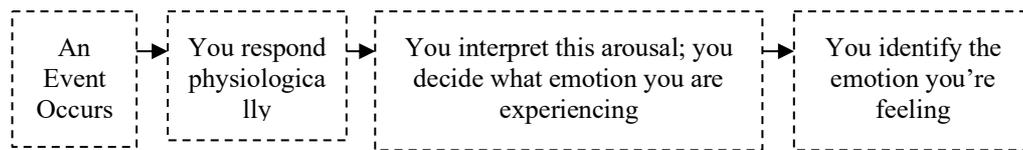


Psikolog William James memiliki penjelasan berbeda dari pernyataan di atas. Di mana William menempatkan *physiological response* sebelum *Experience the emotion* yang dinamakan **James-Lange Theory**.



Menurut **The Cognitive Labeling Theory**, anda akan menafsirkan gairah fisiologi

terlebih dahulu yang atas dasar ini, mengalami emosi kegembiraan, kesedihan, dan lain-lain (Reisenzein, 1983; Schachter, 1971).



Gairah yang anda alami bergantung kepada situasi yang anda hadapi. Contoh, anda akan merasa denyut nadi yang berdegup kencang menandakan sukacita saat orang yang anda kagumi tersenyum terhadap anda, akan tetapi jika orang yang tersenyum tersebut adalah orang asing, anda akan merasakan degup jantung yang sama tetapi menggambarkan ketakutan karena kecurigaan.

- ***Emotions May Be Primary or Blended***

Salah satu peneliti telah mengidentifikasi macam-macam emosi dasar atau primer (Havlena, Holbrook, & Lehmann, 1989; Plutchik, 1980): kegembiraan, kepercayaan, ketakutan, kejutan, kesedihan, jijik, kemarahan, dan antisipasi. Dari model-model emosi ini akan bermanfaat untuk melihat skala emosi yang lebih luas, hubungan antar satu sama lain, dan kombinasi yang bervariasi.



Gambar 4.1 *A Model of the Emotions*

Blended Emotions merupakan kombinasi dari emosi-emosi dasar. Sebagai contohnya cinta timbul karena adanya kombinasi antara kebahagiaan dengan kepercayaan. Selain itu, perasaan kagum akan timbul dari kombinasi kejutan dengan ketakutan.

- ***Emotions Involve Both Body and Mind***

Emosi sangat melibatkan tubuh dan pikiran; saat anda sedang merasakan gejala emosi, ini akan kamu rasakan secara fisik dan mental juga. Tubuh kita akan bereaksi seperti pipi memerah saat kita merasa malu begitu juga dengan mental yang akan melakukan evaluasi dan interpretasi saat berinteraksi.

1. *The Body*

Reaksi tubuh kita saat sedang merasakan emosi adalah satu hal yang sangat mudah terlihat. Contoh pipi memerah saat merasa malu, tangan yang berkeringat saat gugup, dan gerakan-gerakan tubuh saat merasa ketidaknyamanan. Saat anda sedang memperhatikan emosi seseorang, anda kerap kali akan melihat perilaku-perilaku nonverbal.

2. *The Mind*

Mental atau kognitif kita bekerja dalam mengevaluasi dan interpretasi emosi yang kita buat atas dasar sesuatu yang kita alami. Sebagai contoh anda memiliki sahabat yang mengabaikan anda saat bertemu di kampus. Anda mungkin saja memiliki beberapa interpretasi emosi sesuai dengan yang sedang dirasakan.

- Anda bisa marah karena merasa sahabat anda memiliki masalah dengan anda
- Anda bisa sedih karena sahabat anda tidak tertarik lagi berteman dengan anda
- Anda bisa iba atau kasihan karena merasa sahabat anda sedang memiliki masalah yang mungkin tidak bisa diceritakan. Sehingga, pikiran kita sangat mempengaruhi emosi apa yang kita pilih sesuai dengan apa yang kita rasakan.

• ***Emotions are Influenced by a Variety of Factors***

1. *Culture* → budaya tempat anda tinggal dan dibesarkan berpengaruh terhadap pembentukan kerangka dalam mengekspresikan sebuah perasaan dan menafsirkan emosi orang lain. Contoh; seorang guru dari Indonesia mengajar kepada sekelompok mahasiswa China. Para siswa mendengarkan dengan sopan tetapi hingga akhir sesi tidak ada komentar, serta tidak ada satupun yang mengajukan pertanyaan. Guru ini mengira bahwa sekelompok siswa tersebut bosan dan tidak tertarik. Ternyata setelah diketahui, siswa di China menunjukkan rasa hormat dengan diam dan tampak pasif. Mereka berpikir bahwa mengajukan pertanyaan berarti menyiratkan bahwa penjelasan dari guru tersebut tidak jelas.
2. *Gender* → para peneliti setuju bahwa perempuan & laki-laki merasakan emosi yang sama (Cherulnik, 1979; Oatley & Duncan, 1994; Wade & Tavris, 2007). Yang berbeda dari sini ialah cara mereka mengekspresikan emosi tersebut. Contoh saat perempuan merasakan sedih akan cenderung nangis, berbeda dengan laki-laki yang hanya memendam rasa kesedihan tersebut.

3. *Personality* → Kepribadian juga berpengaruh dalam hal mengekspresikan sebuah emosi. Orang dengan kepribadian *extrovert* cenderung lebih mudah mengekspresikan emosinya jika dibandingkan dengan mereka yang memiliki kepribadian *introvert*.
4. *Relationships* → Hubungan misalnya pertemanan, keluarga, kekasih dapat berpengaruh juga dalam pengolahan emosi kita. Contohnya memiliki pertemanan di Facebook dapat mengurangi stress, *a great sense of wellbeing*, jarang sakit (Nabi et al., 2013). Akan tetapi, tentu ada beberapa tipe hubungan juga yang berpengaruh menambah stress.

- ***Emotional Expression Uses Multiple Channels***

Emosi dapat dikodekan secara verbal maupun nonverbal. Dalam mengekspresikan emosi ini contohnya pesan teks, paling efektif saat disampaikan secara verbal, dan pesan nonverbal akan memperkuat pesan tersebut. Contoh dalam sebuah pesan, anda akan menggunakan kata-kata untuk mengungkapkan perasaan anda kemudian anda bisa menambahkan pesan nonverbal berupa emoticon untuk memperkuat pesan anda. Selain itu, sebagai contoh saat anda sedang berpidato, anda ingin memberikan pesan secara lisan, kemudian anda kuatkan pesan anda dengan *gesture* tubuh.

- ***Emotional Expression is Governed by Display Rules***

Budaya mengatur seseorang dalam menentukan aturan dalam mengekspresikan emosinya. Sebagai contoh, pada dasarnya saat seorang individu bertemu dengan lelucon, akan mengekspresikannya dengan tertawa. Akan tetapi, bagi orang Jawa di kalangan keraton, tertawa terbahak-bahak merupakan suatu hal yang tidak baik, tidak pantas, dan akan menimbulkan bencana.

- ***Emotions May Be Adaptive and Maladaptive***

The important point is that emotions sometimes can work for you and sometimes can work against you. Contohnya adalah saat anda merasakan panik berlebih saat akan menghadapi ujian, emosi anda bisa menuntun anda untuk belajar lebih giat lagi untuk meyakinkan diri anda bahwa anda mampu. Di lain sisi, emosi juga bisa menghantarkan anda kepada kegagalan di mana saat anda merasakan panik berlebih, justru anda memilih untuk tidak memikirkan solusi apapun karena yang dipikirkan anda hanya kegagalan karena anda merasa tidak mampu.

- ***Emotions Can Be Used Strategically***

Pada dasarnya di pembahasan ini, seseorang menggunakan emosinya untuk suatu

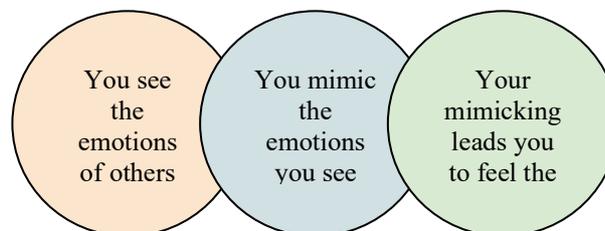
tujuan tertentu. Tahapan ini merupakan sebuah contoh manipulasi. Contohnya adalah saat bertemu dengan individu yang mengatakan “saya akan bunuh diri kalo kamu meninggalkan saya”, ancaman ini tentu tidak akan pernah benar-benar terjadi, tetapi individu tersebut ingin menyampaikan emosinya bahwa dia tidak mau kehilangan kekasihnya tersebut dengan ancaman yang bertujuan agar kekasihnya tersebut tidak meninggalkannya.

- ***Emotions Have Consequences***

Seperti hal lainnya, segala sesuatu pasti memiliki konsekuensi. Dengan menyampaikan emosi kita pun memiliki konsekuensi, di mana dengan mengeluarkan emosi yang kita rasakan, bisa saja kita justru menciptakan ikatan yang erat dengan orang lain, namun bisa juga kita menakuti orang lain dengan informasi yang terlalu banyak kita sampaikan dan informasi yang terlalu intim.

- ***Emotions are Contagious***

Emotional messages are often contagious (Cappella & Schreiber, 2006). Dalam penularan emosional, emosi berpindah dari satu orang ke orang lainnya. Penelitian menunjukkan bahwa perempuan rentan terhadap proses ini (Cappella & Schreiber, 2006; Doherty, Orimoto, Singelis, Hatfield, & Hebb, 1995). Contohnya adalah saat kita berinteraksi dengan orang yang *happy*, otomatis kita juga akan tertular kebahagiaan.



Gambar 4.2 *Emotional Contagion*

4.2 Keterkaitan Komunikasi Antarpribadi dengan Strategi Komunikasi

Peran komunikasi antarpribadi sebagai strategi komunikasi dalam menciptakan hubungan serta iklim komunikasi yang kondusif dalam berbagai aspek kehidupan. McLaughlin (1984; DeVito, 2016, p. 214) berpendapat tentang definisi dari percakapan, yakni interaksi sosial yang bersifat informal. Mengulas sebuah percakapan dapat memberikan kesempatan individu dalam mempelajari penggunaan komunikasi verbal dan nonverbal di kehidupan sehari-hari. Hal ini mempengaruhi bagaimana kita berinteraksi dengan orang lain serta orang banyak.

Percakapan Setiap Hari

- ***Making Small Talk***

Small talk biasa digunakan dalam interaksi komunikasi sehari-hari sebagai kata pengantar untuk pembicaraan besar. Hal ini merupakan strategi yang sopan dan lebih pantas digunakan daripada sekedar memberikan kata pembuka biasa seperti “Halo”.

- ***The Topics and Contexts of Small Talk***

Topik utama dalam *small talk* merupakan topik yang tidak kontroversial serta dapat disetujui oleh kedua belah pihak. Penggunaan strategi ini juga biasanya terjadi dalam durasi yang singkat, mengingat sifatnya sebagai jembatan untuk obrolan yang lebih serius. Namun, pada beberapa kasus, *small talk* juga dapat digunakan sebagai pembukaan diri terutama kepada individu yang baru saling bertemu. Contoh penggunaan *small talk* di Indonesia yakni menanyakan kabar.

- ***Guidelines for Effective Small Talk***

Mengingat *small talk* relatif singkat dan digunakan sebagai kata pengantar, berikut beberapa pedoman agar strategi ini efektif:

1. Berpikir positif dan sensitif dalam menangkap pesan tersirat dari lawan bicara.
2. Berusaha untuk menggunakan topik yang tidak kontroversial untuk meminimalisir kesalahpahaman.
3. Menjawab pertanyaan dengan penjelasan yang cukup.

- ***Introducing People***

Salah satu interaksi komunikasi interpersonal yang seringkali sulit dilakukan yakni memperkenalkan individu satu dengan lainnya. Terkadang, kita perlu memperkenalkan orang lain untuk kepentingan bersama. Hal tersebut mengharuskan kita untuk membuka topik pembicaraan dan menceritakan sedikit tentang seseorang yang ingin diperkenalkan. Contohnya, Aeri berteman dengan Kai yang saat itu sedang membutuhkan pekerjaan sebagai *graphic designer*. Teman Aeri yang lain, yakni Cahyono sedang mencari karyawan baru untuk posisi *graphic designer*. Otomatis, Aeri yang merasa harus membantu teman dekatnya, memperkenalkan mereka satu sama lain dan menceritakan hal-hal penting tentang Kai dan Cahyono. Salah satu gestur khas orang Indonesia ketika berkenalan yakni dengan berjabat tangan.

- ***Making Excuses***

Alasan adalah sebuah penjelasan yang dirancang seseorang untuk mengurangi reaksi negatif terhadap sesuatu yang dilakukan atau dikatakan (Snyder, 1984; Snyder, Higgins, & Stucky, 1983; Devito, 2016, p. 236-237). Motif utama membuat alasan yakni untuk menjaga *self-esteem* atau harga diri dan memproyeksikan citra positif.

- ***Types of Excuses***

1. *I didn't do it*: Membantah bahwa individu melakukan apa yang dituduhkan kepadanya.
2. *It wasn't so bad*: Mengakui kesalahan tetapi memberikan konfirmasi bahwa pelanggaran tersebut tidak sangat buruk dan memiliki kelebihan apabila ditinjau dari sudut pandang lain.
3. *Yes, but*: Mengakui kesalahan secara penuh dengan penjelasan mengapa melakukan kesalahan tersebut.

- ***Good and Bad Excuses***

Alasan dikatakan baik apabila seseorang membuat alasan secukupnya dan tetap bertanggung jawab atas perbuatannya tanpa menyalahkan pihak lain. Sedangkan alasan yang buruk yakni seseorang sering menggunakan alasan sebagai tameng dan tidak menyadari kesalahannya serta memiliki tendensi untuk menyalahkan orang lain. Seorang pembuat alasan yang bertanggung jawab akan dianggap lebih kredibel, kompeten, dan disukai (Dunn & Cody, 2000; DeVito, 2016, p. 236).

- ***Apologizing***

Permintaan maaf merupakan ekspresi dari penyesalan atas perbuatan yang dilakukan. Biasanya, permintaan maaf juga diikuti dengan alasan dan harapan untuk pengampunan dari individu terkait.

- ***Some Dos for Effective Apologies***

1. Mengakui kesalahan dan bertanggung jawab.
2. Mengungkapkan permintaan maaf dengan tulus.
3. Memberikan penjelasan yang jelas atas kesalahan tersebut.
4. Mengekspresikan pemahaman tentang perasaan orang yang tersakiti oleh kesalahan yang diperbuat.

5. Meyakinkan individu terkait dengan adanya penyesalan diri seperti berjanji untuk memperbaiki keadaan dan memastikan kesalahan tidak akan terulang di kemudian hari.

- ***Some Don'ts for Effective Apologies***

1. Meminta maaf saat tidak melakukan kesalahan atau di waktu yang tidak tepat.
2. Memberikan alasan yang tidak jelas dan menyalahkan orang lain atas kesalahan yang diperbuat.
3. Menganggap perlakuan yang dilakukan hanya sebuah kesalahan kecil.
4. Mengungkapkan permintaan maaf melalui medium yang salah dan tidak sopan.

- ***Complimenting***

Pujian adalah sebuah pesan untuk menyanjung atau memberikan selamat kepada seseorang. Fungsi dari pujian yakni untuk mempererat sebuah hubungan interpersonal secara positif. Seringkali seseorang yang menerima pujian, merasa malu atau tidak nyaman, sehingga sulit untuk memberikan respon kepada pemberi pujian.

- ***Giving a Compliment***

1. Memberikan pujian yang nyata dan jujur
2. Jangan memuji seseorang terlalu berlebihan.
3. Menghindari memuji seseorang dengan alasan dan kritik.
4. Memuji seseorang secara spesifik dan menunjukkan perasaan personal yang positif seperti "suara kamu bikin adem deh".

- ***Receiving a Compliment***

Saat mendapatkan pujian, seseorang mungkin menerima atau menolak, tergantung konteks dan situasi. Beberapa contoh penerimaan sebuah pujian yakni dengan kontak mata, mengungkapkan rasa terima kasih, atau memberikan respon positif singkat lainnya.

- ***Advising***

Nasihat merupakan pesan untuk memberi informasi kepada orang lain tentang saran dari hasil pemikiran personal individu. Memberikan nasihat kepada orang lain dapat menimbulkan rasa kompeten dan wibawa dalam diri. Nasihat positif dilihat sebagai proses

memberikan saran kepada orang lain untuk berpikir atau berperilaku dalam mempengaruhi sebuah perubahan.

- ***Giving Advice***

1. Mendengarkan, memberikan simpati
2. Memberikan kualifikasi atas saran yang diberikan
3. Mengajukan pilihan atas gambaran pro dan kontra
4. Berusaha meminta respon dari individu terkait
5. Menjaga kerahasiaan diantara kedua belah pihak
6. Menghindari menuntut seseorang untuk melakukan apa yang disarankan, mengingat segala keputusan kembali lagi kepada individu masing-masing

- ***Receiving Advice***

1. Apabila meminta saran, lebih baik menerima saran tersebut atau memberikan respon positif untuk mempertimbangkannya
2. Hindari merespon negatif dan berusaha untuk lebih interaktif
3. Memberikan apresiasi atas saran yang diberikan.

- ***Responding to Advice***

1. Berusaha untuk mendengarkan saran dengan baik dan menerima saran tersebut walaupun pada akhirnya tidak akan dijalankan
2. Hindari memberikan kritik balik atau menyangkal
3. Saling berinteraksi dan bertukar pikiran
4. Berterima kasih kepada pihak pemberi saran

Reisman (1979, 1981; Devito, 2016, p. 276) menyatakan terdapat tiga jenis pertemanan yang utama dalam *face-to-face* dan *online relationships*.

1. ***Friendship of reciprocity*** adalah tipe ideal yang ditandai dengan kesetiaan, pengorbanan diri, ketertarikan, dan kemurahan hati. *Reciprocity* atau timbal balik merupakan hubungan yang berlandaskan kesetaraan antara kedua belah pihak seperti persahabatan.
2. ***Friendship of receptivity*** merupakan tipe pertemanan yang memiliki ketidakseimbangan dalam memberi dan menerima. Namun, tipe ini masih dalam bentuk positif, karena sejatinya, setiap orang akan memperoleh sesuatu dari sebuah hubungan. Contohnya pada hubungan mahasiswa dan dosen atau guru dan pasien.

3. ***Friendship of association*** yakni hubungan pertemanan sementara dan memiliki batasan atau berlaku sewajarnya. Misalnya hubungan dengan rekan kerja atau teman sekelas.

Seseorang memilih teman untuk membantu memenuhi kebutuhan dasar sebagai makhluk sosial. Berdasarkan kebutuhan tersebut, individu akan mencari teman dengan berbagai karakteristik (Reiner & Blanton, 1997; Wright, 1978, 1984; Wood, 2016, p. 276).

1. ***Utility***: Seseorang yang mungkin memiliki bakat spesial, kemampuan, atau sumber daya yang terbukti bermanfaat. Seperti orang yang dapat membantu ketika membutuhkan informan dalam sebuah penelitian.
2. ***Affirmation***: Seseorang yang dapat membantu menegaskan kelebihan pribadi individu terkait agar mendapatkan kredibilitas.
3. ***Ego support***: Seseorang yang suportif, mendorong, serta membantu individu dalam meningkatkan kepercayaan diri.
4. ***Stimulation***: Seseorang yang dapat memberikan ide-ide baru dan memperkenalkan cara lain dalam memandang dunia lebih luas. Misalnya, teman dari negara lain yang memiliki budaya berbeda.
5. ***Security***: Seseorang yang tidak melakukan apapun untuk menyakiti namun memberikan perhatian lebih tanpa menghakimi.

Hubungan pertemanan akan berkembang dari waktu ke waktu secara bertahap. Maka dari itu terdapat tiga tahap utama dalam perkembangan hubungan pertemanan (Johnson, dkk., 2003; Devito, 2016. p. 277).

1. ***Contact***

Pada tahap ini, tingkat keefektifan dari hubungan interpersonal masih tergolong minim karena individu belum merasa aman untuk terlalu terbuka dengan lawan bicara. Tahapan awal ini membuktikan bahwa hubungan tersebut masih muda dan belum terlalu banyak interaksi, sehingga seringkali ditemukan adanya rasa canggung.

2. ***Involvement***

Tahapan kedua mulai melibatkan kebersamaan dan menunjukkan adanya kedekatan antara dua pihak. Pada tahap ini, individu akan saling berpartisipasi dalam kegiatan satu sama lain, adanya keterbukaan, serta rasa penasaran akan lawan bicara. Pola komunikasi yang terjalin juga mulai berkembang seperti lebih percaya diri, adanya kontak mata, serta memperlihatkan gestur tubuh. Individu juga akan saling berbagi kenalan yang mereka

miliki satu sama lain.

Tahap terakhir dimana sebuah hubungan pertemanan akan lebih intens karena interaksi komunikasi telah terjalin cukup lama. Antar individu sudah semakin dekat dan berbagi banyak benefit besar dalam hubungan pertemanan tersebut. Pengetahuan akan karakteristik satu sama lain akan membangun keterbukaan yang lebih besar, sehingga tidak lagi ada rasa canggung. Setiap individu dalam tahapan persahabatan ini memiliki nilai kesetaraan yang tinggi pada hubungannya.

1. *Friendship, Culture, and Gender*

Pada praktiknya, hubungan pertemanan dan bagaimana individu saling melihat hubungan tersebut dipengaruhi oleh budaya yang dianut dan perspektif dari jenis kelamin mereka. Budaya meresapi semua bentuk komunikasi dan hal tersebut membuat pentingnya pemahaman cara kerja komunikasi antarbudaya serta membutuhkan keterampilan dalam melakukannya (Moon, 1996; DeVito, 2016; Jandt, 2007). Kita membutuhkan pemahaman budaya yang baik agar komunikasi antarpribadi terjalin efektif di berbagai situasi. Namun, hal ini tidak berarti individu harus menerima dan melakukan semua budaya yang berbeda dari keyakinannya (DeVito, 2016; Hatfield & Rapson, 1996). Melainkan individu harus dapat menimbang budaya yang dapat ditiru maupun ditolak.

2. *Culture and Friendships*

Pada beberapa budaya, mereka akan berteman dengan seseorang yang rela berkorban, sedangkan pada budaya lain, mereka berteman dengan siapa saja tanpa syarat (Dresser, 2005; DeVito, 2016, p. 278). Beberapa kasus pada hubungan pertemanan, individu lebih berkaca dari *individualist cultures* dan *collectivist cultures* dalam beberapa aspek. Di Indonesia, sikap ramah seringkali menjadi sorotan dan cenderung berteman baik dengan tetangga.

3. *Gender and Friendships*

Perbedaan jenis kelamin juga berpengaruh pada bagaimana hubungan pertemanan berlangsung. Menurut Hart (1990; DeVito, 2016, p. 278), pria lebih tertutup dan hanya melakukan hal-hal yang diperlukan saja. Sedangkan wanita seringkali terlibat dalam perilaku emosional untuk mempertahankan persahabatan yang terjalin. Namun, seiring berjalannya waktu, perbedaan antara keduanya mulai samar terlihat, sehingga harus dapat menghindari stereotip tersebut.

• *Families, Culture, and Gender*

1. *Culture and Families*

Kebudayaan erat hubungannya dengan interaksi keluarga yang mana sebuah pernikahan berasal dari dua budaya berbeda. Misalnya di Indonesia pernikahan antara budaya Jawa dan Sumatra, kemudian pasangan tersebut akan mengatur jalan tengah dalam menjalani hubungan keluarga, terutama saat memberikan edukasi kepada anak.

2. *Gender and Families*

Jenis kelamin dapat menentukan dan mempengaruhi jalannya hubungan keluarga, terutama dalam peran dan kewajiban. Seperti di Indonesia, suami akan menafkahi istri sedangkan istri memiliki tanggung jawab atas urusan rumah tangga. Pada beberapa negara, pernikahan sesama jenis juga sudah diterima oleh masyarakat. Namun di Indonesia, hal tersebut tidak dapat diterima karena mereka memiliki kepercayaan bahwa pernikahan berasal dari penyatuan pria dan wanita.

Pada beberapa kasus, pola komunikasi merupakan landasan hubungan yang terjalin di sebuah organisasi atau perusahaan. Mengingat setiap perusahaan memiliki budaya komunikasi yang berbeda maka beberapa pola komunikasi yang seringkali diimplementasikan antara lain:

1. *Lateral Communication*

Proses penyampaian informasi terjadi diantara individu sejawat atau individu yang memiliki persamaan dalam unit kerja di organisasi tersebut. Unit kerja atau divisi di dalam organisasi tersebut meliputi pihak-pihak yang saling memiliki otoritas atau jabatan setara, serta memiliki atasan yang sama pula. Misalnya *CEO* kepada *CEO* atau sesama tim dalam organisasi.

2. *Upward Communication*

Alur komunikasi yang mengirimkan informasi dari individu dengan jabatan atau otoritas lebih rendah kepada individu dengan jabatan atau otoritas yang lebih tinggi. Contohnya anggota tim kreatif melapor kepada atasan.

3. *Downward Communication*

Alur komunikasi yang mengirimkan informasi dari individu dengan jabatan atau otoritas tinggi kepada individu dengan jabatan atau otoritas yang lebih rendah. Misalnya atasan memberikan perintah kepada tim kreatif.

4. *Grapevine Messages*

Penyampaian informasi dilakukan antar divisi atau antara individu yang netral. Artinya,

penyampaian informasi tidak terkait dengan adanya tingkatan jabatan atau otoritas, melainkan hanya melihat dari sisi konten komunikasi yang disampaikan atau dapat dikatakan melewati batasan fungsional yang dianut dalam organisasi atau perusahaan tersebut.

Stereotip, terutama ketika beroperasi di alam bawah sadar manusia, dapat menciptakan masalah komunikasi yang serius (DeVito, 2016, p. 69; Lyons & Kashima, 2003). Membiasakan diri dengan melihat bahwa setiap orang berbeda dan berusaha memahaminya. Maka harus waspada dengan stereotip karena dapat membuat individu mengabaikan karakteristik unik dari individu lain dalam sebuah kelompok. Hal tersebut akan memberikan kegagalan dalam membangun hubungan baik antarpribadi.

BAB V

KESIMPULAN

5.1 Kesimpulan

Faktor yang melatarbelakangi timbulnya peran komunikasi yang sangat penting dalam berkehidupan satu dengan yang lainnya, menjadikan komunikasi merupakan hal penting yang tidak bisa lepas dari seluruh bidang kehidupan. Sehingga satu-satunya cara dan alat yang digunakan agar tetap bisa saling berhubungan adalah dengan berkomunikasi satu sama lain. Baik itu melalui komunikasi sederhana maupun komunikasi yang tergolong canggih karena proses penyampaiannya melalui saluran perangkat lainnya. Kegiatan berkomunikasi perannya sangat besar. Saat berkomunikasi dengan orang lain, secara sadar atau tidak kita sudah memperoleh hal-hal yang berguna untuk menambah wawasan dan ilmu pengetahuan. Walaupun tidak jarang, dengan berkomunikasi juga memberikan efek negatif jika kita tidak ketat melakukan proses penyaringan. Dengan seringnya melakukan komunikasi akan melatih kita bagaimana caranya berbahasa yang baik dan benar, sopan santun jika berbicara dengan orang lain, serta membuat kita tidak lagi merasa canggung berbicara di hadapan orang banyak. Tidak berlebihan jika beberapa ahli menggolongkan komunikasi sebagai salah satu kebutuhan pokok manusia selain sandang, pangan dan papan. Dalam hubungan seseorang dengan orang lain tentunya terjadi proses komunikasi, tentunya tidak lepas dari tujuan yang menjadi pokok pembahasan agar tercapainya proses penyampaian atau pertukaran informasi.

Dalam kenyataannya, bahwa proses komunikasi itu tidak selamanya lancar, hal itu terjadi karena kurangnya minat dalam memperhatikan unsur-unsur yang mestinya ada dalam proses komunikasi. Sehingga komunikasi memiliki unsur-unsur yang berkaitan dengan proses komunikasi, baik itu oleh komunikator maupun komunikan, dan juga komunikator harus memahami tujuan komunikasi. namun komunikasi mengajarkan manusia untuk dapat mengenal serta memahami prinsip-prinsip komunikasi baik secara verbal dan nonverbal saat interaksi sedang berlangsung. Adanya faktor situasional ini mengkondisikan generasi tersebut untuk mengubah mindset mereka dengan melakukan komunikasi antarpribadi dengan keluarga, membangun hubungan interpersonal yang baik dengan keluarga, kerabat, teman, dan hubungan profesional, yang mana sebagai komunikator perlu untuk memilah siapa, dimana dan mengapa dalam berkomunikasi. Dengan begitu dapat meminimalisir hambatan dalam berkomunikasi, sehingga dibutuhkanlah peran komunikasi antarpribadi sebagai strategi komunikasi dalam

menciptakan hubungan serta iklim komunikasi yang baik dalam berbagai aspek kehidupan.

5.2 Saran

1. Generasi Z harus memiliki kepercayaan diri dalam membangun strategi komunikasi yang baik dalam menjalankan iklim komunikasi ke berbagai aspek kehidupan.
2. Memiliki dukungan yang kuat dari *significant others* atau orang-orang sekitar terutama keluarga dalam kondisi yang baik dalam mempengaruhi perkembangan diri serta membangun komunikasi antarpribadi yang positif.

5.3 Keterbatasan

Keterbatasan dalam penelitian ini menjadi kendala dan kekurangan, berikut penjelasannya:

1. Pandemi COVID-19 yang menyebabkan keterbatasan dalam melakukan penelitian, sehingga dalam melakukan wawancara mendalam dan FGD yakni menggunakan media daring melalui *platform whatsapp voice call* dan *via Zoom* dalam proses pengumpulan data berupa wawancara mendalam yang seharusnya dilakukan secara langsung.
2. Penelitian ini hanya melibatkan enam partisipan diskusi, tentunya akan lebih representatif apabila melibatkan lebih banyak partisipan dengan beragam latar belakang. Adanya keberagaman tersebut tentunya peneliti akan mendapatkan banyak *insight* terkait komunikasi antarpribadi dan *emotional messages* yang mereka lakukan kepada orang-orang sekitar mereka. Sebab, seperti yang telah disampaikan sebelumnya bahwa setiap individu dapat berbeda cara sudut pandanganya tergantung dari faktor personal dan situasional. Dimana jawaban-jawaban yang diberikan cukup memberikan *insightful*, beberapa jawaban bahkan tak terduga sehingga penelitian ini sangat berarti dan penting untuk menjadi rujukan, bukan hanya bagi masyarakat dan kalangan akademisi.

DAFTAR PUSTAKA

- Dean. (2011). The Cultural Construction of Organizations. *Organization Science*, 8, 679–687.
- DeVito, J. A. (2016). *The Interpersonal Communication Book 14th edition*.
- Guerrero, L. K., Farinelli, L., & McEwan, B. (2009). Attachment and relational satisfaction: The mediating effect of emotional communication. *Communication Monographs*, 76(4), 487–514. <https://doi.org/10.1080/03637750903300254>
- Guerrero, L. K., & Floyd, K. (2006). *Nonverbal communication in close relationships*.
- Hatfield, E., & Rapson, R. L. (1996). Stress and passionate love. *Stress and Emotion: Anxiety, Anger, and Curiosity*, 16, 29–50.
- Jandt, F. E. (2007). *An Introduction to Intercultural Communication: Identities in a Global Community*.
- Lyons, A., & Kashima, Y. (2003). How are Stereotypes Maintained through Communication? The Influence of Stereotype Sharedness. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85(6), 989–1005. <https://doi.org/10.1037/0022-3514.85.6.989>
- Moleong, L. J. (2011). *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Nabi, R. L., Prestin, A., & So, J. (2013). Facebook friends with (health) benefits? Exploring social network site use and perceptions of social support, stress, and well-being. *Cyberpsychology, Behavior, and Social Networking*, 16(10), 721–727. <https://doi.org/10.1089/cyber.2012.0521>
- Rime, B. (2007). *Interpersonal emotion regulation*. 13(5), 803–810. <https://doi.org/10.1037/a0033839>
- Sukmadinata, N. S. (2011). *Metode Penelitian Pendidikan*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- T Wood, J. (2016). *Interpersonal Communication - Everyday Encounters - 8th Edition*.
- Zakowski, S. G., Hall, M. H., Klein, L. C., & Baum, A. (2001). Appraised control, coping, and stress in a community sample: A test of the goodness-of-fit hypothesis. *Annals of Behavioral Medicine*, 23(3), 158–165. https://doi.org/10.1207/S15324796ABM2303_3

Lampiran

PROFIL PENELITI

Ketua Peneliti

A. Identitas Diri

1	Nama Lengkap (dengan gelar)	Dianingtyas M. Putri, S.Sos., M.Si.
2	Jenis Kelamin	P
3	Jabatan Fungsional	Lektor
4	NIK	9171000385
5	NIDN	0302128402
6	Tempat dan Tanggal Lahir	Jember, 2 Desember 1984
7	Email	diantyas.putri@bakrie.ac.id
8	Nomor Telepon/ HP	+62811967006
9	Alamat kantor	Universitas Bakrie, Jl. HR Rasuna Said, Kav. C-22, Kuningan, Jakarta Selatan
10	Nomor telepon/ fax	021-5261448
11	Lulusan yang telah Dihasilkan	S-1:
	Matakuliah yang diampu	1. Psikologi Komunikasi
		2. Pengantar Ilmu Komunikasi
		3. Komunikasi Antarpribadi

B. Riwayat Pendidikan

	S-1	S-2	S-3
Nama Perguruan Tinggi	Universitas Kristen Indonesia	Universitas Indonesia	-
Bidang Ilmu	Komunikasi	Komunikasi	-
Tahun Masuk-Lulus	2002-2007	2008-2010	-
Judul Skripsi/Tesis	Resepsi Khalayak	Konsep Diri Anak	-

C. Pengalaman Penelitian Ilmiah dalam 5 Tahun Terakhir

No	Tahun	Judul Penelitian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah (Juta Rp)
1.	2015	Peran Media Sosial Dalam Pembentukan Konsep Diri Remaja	Mandiri	
2.	2015	Pemanfaatan Update Status Melalui Blackberry Messenger (BBM) Dalam Upaya Self-Disclosure	Mandiri	
3.	2017	Representasi Maskulinitas Pria Dalam Iklan Non-Eksplicit	Mandiri	

D. Pengalaman Pengabdian kepada Masyarakat dalam 5 tahun terakhir

No	Tahun	Judul Pengabdian	Pendanaan	
			Sumber	Jumlah
1	2017	PELATIHAN MEMANFAATKAN GADGET SEBAGAI MEDIA INFORMASI	UB	Rp 2 juta

E. Publikasi Artikel Ilmiah dalam Jurnal dalam 5 tahun terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Jurnal	Volume/Nomor/Tahun
1	Pembentukan Konsep Diri Anak Usia Dini di One Earth School Bali	Journal Communication Spectrum ISSN 2087-8850	Vol 2 No. 1, 2012
2	Is Social Media Impactful for University's Brand Image	Jurnal Manajemen Teknologi ISSN 14122-1700	Vol 12 No.3, 2013
3	Peran Media Online Dalam Pembangunan Provinsi Banten	Journal Communication Spectrum ISSN 2087-8850	Vol 4 No.1, 2013
4	Motivasi Pemberian ASI Eksklusif Pada Bayi Studi Kasus Kalangan Ibu Muda Bekerja	ASPIKOM ISSN 978-602-18666-1-0	2013
5	Representasi Feminisme Dalam Media Untuk Pria Talkmen.com	Journal Communication Spectrum ISSN 2087-8850	Vol 4 No.1, 2014
7	Peran Media Sosial Dalam Pembentukan Konsep Diri Remaja	Institutional Repository	2015
8	Representasi Maskulinitas Pria Dalam Iklan Non-Eksplisit	Institutional Repository Universitas Bakrie	2017

F. Pemakalah Seminar Ilmiah dalam 5 tahun terakhir

No	Judul Artikel Ilmiah	Nama Pertemuan Ilmiah/ Seminar	Waktu dan Tempat
1	Peran Perempuan dalam Pembentukan Sdm (Sumber Daya Manusia) Yang Berkualitas Menghadapi Mea (Masyarakat Ekonomi Asean)	Seminar Nasional INDOCOMPAC	2016
2	Indonesian Women's Participation In Politics And Governance: Challenges And Opportunities (DOI: 10.17501/icfow.2018.1203)	International Conference on Future of Women	2018

G. Karya Buku dalam 5 tahun terakhir

No	Judul Buku	Tahun	Jumlah Halaman	Penerbit
1				

H. Perolehan HKI dalam 5-10 tahun terakhir

No	Judul/Tema HKI	Tahun	Jenis	Nomor P/ID
1				

I. Penghargaan dalam 10 Tahun terakhir

No	Jenis Penghargaan	Institusi Pemberi Penghargaan	Tahun
1.			

Semua data yang saya isikan dan tercantum dalam biodata ini adalah benar dan dapat dipertanggungjawabkan secara hukum. Demikian biodata ini saya buat dengan sebenarnya untuk memenuhi salah satu persyaratan dalam pengajuan skema Penelitian Internal Universitas Bakrie 2021

Jakarta, September 2021

Ketua Peneliti



(Dianingtyas M. Putri, M.Si)