



## Peran Perilaku Komunikasi Interpersonal Generasi Z Dalam Pemanfaatan Media Digital

Alifya Qultsum Lutfiah, Destya Rahmadiani, Abi Sopyan Febrianto

Universitas Pendidikan Indonesia

\*Correspondence: E-mail: [alifiaqluthfi@upi.edu](mailto:alifiaqluthfi@upi.edu)

### ABSTRAK

Artikel ini mengupas tentang peran komunikasi interpersonal dalam konteks Generasi Z (Gen Z), yaitu generasi yang lahir setelah tahun 1995 dan tumbuh di era digital. Gen Z, generasi pertama yang tumbuh dewasa di era teknologi digital, menunjukkan beragam preferensi terhadap media digital tergantung pada konteksnya. Namun, mereka tetap memandang komunikasi interpersonal sebagai elemen krusial dalam bersosialisasi. Memanfaatkan metode kualitatif dan mengambil literatur dari jurnal, buku, dan penelitian sebelumnya, penelitian ini menyelidiki pergeseran perilaku komunikasi interpersonal Gen Z dalam lanskap media digital. Temuan menunjukkan bahwa Gen Z aktif terlibat dalam komunikasi antarpribadi melalui media sosial dan platform digital untuk berinteraksi, berbagi konten kreatif, dan membangun hubungan sosial. Hal ini mengakibatkan terjadinya pergeseran perilaku komunikasi dari aktif ke pasif, meningkatnya ekspresi diri melalui media digital, perubahan cara pandang dalam komunikasi tatap muka, dan menurunnya komunikasi tatap muka. Artikel ini memberikan wawasan tentang peran komunikasi interpersonal di Generasi Z, menyoroti perubahan perilaku komunikasi interpersonal di era media digital.

© 2023 Kantor Jurnal dan Publikasi UPI

### ARTICLE INFO

#### Article History:

Submitted/Received 25 Jan 2023

First Revised 15 Mar 2023

Accepted 19 May 2023

First Available online 20 May 2023

Publication Date 01 Jun 2024

#### Kata Kunci:

Generation Z, Interpersonal Communication, Digital Media, Communication Behaviors.

## **1. PENDAHULUAN**

Manusia dalam kesehariannya memiliki peran sebagai makhluk sosial (Febrianto, 2019). Menurut Badawi & Rahadi (2021), manusia merupakan entitas sosial yang bergantung pada interaksi dengan sesamanya, tak mampu bertahan hidup dalam isolasi. Hal tersebut ditandai dengan kebutuhan manusia akan lingkungan sosial sebagai wadah untuk bersosialisasi dan berinteraksi dengan individu lainnya (Febrianto, 2017). Sosialisasi dan interaksi sangat erat kaitannya dengan komunikasi. Komunikasi sebagai medium utama dalam memfasilitasi pertukaran pesan, makna, serta tujuan di antara individu (Badawi & Rahadi, 2021). Tujuan utama seorang individu berkomunikasi dengan individu lainnya yaitu untuk beradaptasi dengan lingkungan sekitar (Khairunnisa et al., 2023). Salah satu jenis komunikasi yang sangat relevan dalam hal ini adalah komunikasi interpersonal. Effendi (2021) menggarisbawahi bahwa "komunikasi interpersonal adalah komunikasi antara dua orang yang terjadi secara langsung sehingga terciptanya komunikasi yang efektif karena adanya hubungan baik oleh kedua belah pihak". Di sisi lain, Kustiawan (2021) mendefinisikan komunikasi interpersonal sebagai "komunikasi antara dua pihak secara langsung sehingga akan saling mempengaruhi persepsi dan reaksi dalam berkomunikasi".

Berdasarkan penelitian oleh Febrianto et al. (2023), dijelaskan bahwa pandemi Covid-19 telah merubah kebiasaan individu dalam menggunakan teknologi digital, akibatnya komunikasi langsung yang dilakukan secara tatap muka tidak menjadi suatu keharusan. Sejalan dengan kemunculan Generasi Z, konsep komunikasi interpersonal menjadi sangat penting dalam pemahaman perilaku Generasi Z (Gen Z) dalam era digital. Singh & Dangmei (2016) menjelaskan bahwa Generasi Z memanfaatkan platform media sosial untuk berbagi momen-momen dalam hidup mereka, membangun identitas digital, dan terhubung dengan teman-teman sebaya mereka di seluruh dunia. Mereka telah menjadi ahli dalam merancang konten yang kreatif dan memanfaatkan alat-alat berbagi yang tersedia untuk mengekspresikan diri mereka secara unik. Berdasarkan penelitian tersebut, apabila dihubungkan antara komunikasi interpersonal dan Generasi Z, dalam kehidupan komunikasi Generasi Z memperlihatkan suatu fenomena bahwa tidak ada pemisah antara diri mereka di dunia maya dan dunia nyata dengan menjadi agen perubahan, Generasi Z tentu berperan penting untuk menjaga dan memperkuat budaya terlebih dengan adanya media digital yang harus dimanfaatkan dengan baik dibandingkan generasi sebelumnya. Pembahasan menunjukkan hasil bahwa Gen Z aktif terlibat dalam komunikasi interpersonal melalui media sosial dan platform digital untuk berinteraksi, berbagi konten kreatif, dan membangun hubungan sosial. Hal ini mengakibatkan ketimpangan dari perilaku komunikasi yang aktif menjadi pasif, peningkatan ekspresi diri melalui media digital, perubahan perspektif terhadap komunikasi tatap muka, dan penurunan komunikasi secara langsung. Artikel ini memberikan wawasan tentang peran komunikasi interpersonal dalam Generasi Z, menyoroti perubahan perilaku komunikasi interpersonal di era media digital.

Pemanfaatan media digital oleh Generasi Z bukan hanya tentang hiburan, tetapi juga tentang partisipasi dalam dialog sosial, mendukung isu-isu yang mereka pedulikan, dan

menciptakan peluang untuk pertumbuhan pribadi. Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana komunikasi interpersonal Generasi Z dalam lingkungan media digital mempengaruhi cara mereka membangun hubungan, merancang identitas mereka, dan mengambil bagian dalam perubahan sosial yang terus berlanjut. Artikel ini bertujuan untuk menggali lebih dalam peran komunikasi interpersonal Gen-Z dalam pemanfaatan media digital dan mencakup berbagai aspek yang termasuk bagaimana mereka memanfaatkan media digital, teori komunikasi interpersonal yang relevan, gaya komunikasi mereka, perubahan dalam hubungan sosial, tantangan dan risiko komunikasi digital, serta manfaat dan potensi pengembangan komunikasi interpersonal mereka.

## 2. KAJIAN PUSTAKA

### 2.1. Teori Komunikasi Interpersonal dalam Konteks Digital

Dalam konteks media digital, terdapat beberapa teori komunikasi interpersonal yang relevan yang dapat membantu memahami perilaku komunikasi Generasi Z. Salah satu teori yang relevan adalah "*Teori Deteriorasi Sosial*" yang dikemukakan oleh Joseph Walther. Teori ini menyatakan bahwa dalam komunikasi *online*, orang cenderung mengungkapkan diri dengan lebih terbuka kepada orang lain, meskipun mereka tidak pernah bertemu secara fisik. Dalam konteks Generasi Z, hal ini dapat dilihat dalam keberanian mereka untuk berbagi momen pribadi dan pemikiran di media sosial. Seperti yang dijelaskan Walther, "dalam komunikasi melalui elektronik, kita memiliki kemampuan yang lebih besar untuk mengontrol apa yang kita sampaikan dan bagaimana kita menyampaikannya." (Walther, 2011).

Selain itu, "*Teori Pertukaran Sosial*" yang dikembangkan oleh Thibaut dan Kelley (1959) juga relevan. Teori ini berfokus pada konsep pertukaran dalam hubungan interpersonal. Generasi Z seringkali terlibat dalam pertukaran informasi, dukungan, dan interaksi sosial melalui media digital. Mereka membentuk hubungan *online* yang didasarkan pada pertukaran seperti memberikan dukungan emosional atau berbagi informasi yang relevan dengan anggota komunitas mereka. Selanjutnya, "*Teori Komunikasi Mediated*" oleh Berlo (1960) juga penting. Teori ini menggarisbawahi peran media sebagai perantara dalam komunikasi. Generasi Z telah terampil dalam menggunakan berbagai media digital sebagai alat untuk berkomunikasi dengan teman sebaya dan keluarga mereka. Mereka mengadaptasi gaya komunikasi mereka tergantung pada platform yang mereka gunakan, mengekspresikan diri melalui teks, gambar, video, dan emoji sesuai dengan media yang mereka gunakan.

### 2.2. Generasi Z: Profil Generasi Digital

Pada tahun 2017, O'Boyle, dkk. (2017) meramalkan bahwa dalam empat tahun mendatang, Generasi Z akan menyusun lebih dari 20% tenaga kerja di berbagai organisasi. Namun, fokus organisasi terhadap kehadiran Generasi Z di dunia kerja sepertinya belum sekuat yang mereka tunjukkan kepada Generasi Y atau milenial. Generasi Z, kadang-kadang disebut sebagai generasi pasca-milenial, merujuk pada kelompok individu yang dilahirkan setelah tahun 1995 (Brown, 2020; Francis & Hoefel, 2018; Linnes & Metcalf, 2017). Menurut Francis dan Hoefel (2018), Generasi Z memiliki empat karakteristik utama yaitu *the undefined ID* (keterbukaan terhadap keunikan tiap individu), *the commuholic* (inklusif dan terlibat

dalam berbagai komunitas), *the dialoguer* (terbuka terhadap pemikiran tiap individu), dan *the realistic* (realistis dan analitis dalam pengambilan keputusan).

Dalam buku "*Raising Children In Digital Era*" karya Santosa (2015), terdapat tujuh ciri khas Generasi Z, termasuk hasrat untuk meraih kesuksesan, keinginan akan hal yang instan, kecintaan pada kebebasan, rasa percaya diri yang tinggi, ketertarikan pada detail, dorongan untuk mendapatkan pengakuan, dan kemahiran dalam teknologi digital. Generasi Z juga dikenal sebagai mereka yang sangat lihai dalam mengakses informasi melalui aplikasi dan menjalin komunikasi intensif melalui internet, terutama dengan rekan sebaya mereka. Meskipun beberapa karakteristik yang disebutkan oleh Santosa mungkin berbeda dari pandangan lain, seperti yang diuraikan oleh Stillman & Stillman (2019) dalam bukunya berjudul "*Generasi Z: Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja*", Stillman menambahkan dimensi tambahan tentang Generasi Z, seperti kemampuan mereka untuk menggabungkan dunia fisik dan digital, keinginan untuk kustomisasi, sikap realistis, kekhawatiran akan ketinggalan informasi, dukungan terhadap ekonomi berbagi, motivasi untuk melakukan sendiri (*do-it-yourself*), dan dorongan untuk mencapai prestasi..

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan fokus pada studi literatur. Data dikumpulkan dari berbagai sumber literatur yang terkait dengan topik penelitian, seperti artikel ilmiah, buku, penelitian sebelumnya, dan dokumen lain yang relevan. Beberapa sumber utama yang digunakan antara lain adalah artikel oleh Cahyono (2016) yang menganalisis komunikasi interpersonal antar mahasiswa, serta buku karya Boyd (2014) yang mendalami kehidupan sosial remaja yang terhubung melalui jaringan digital. Selain itu, mempertimbangkan dengan merujuk pada hasil penelitian terbaru seperti karya Badawi & Rahadi (2021) yang mengamati dampak media sosial terhadap perubahan sosial masyarakat di Indonesia. Pendekatan ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman mendalam tentang topik penelitian.

Teknik pengumpulan data studi literatur dilakukan dengan cara membaca, mengidentifikasi, dan mengolah sumber tersebut sebagai bahan penelitian (Melfianora, 2017). Data yang digunakan dalam penelitian ini merupakan data sekunder yang diperoleh dari literatur yang sudah ada, biasanya melibatkan pencarian, seleksi, dan analisis dokumen yang relevan. Proses pengolahan data melibatkan penggabungan dan penafsiran temuan dari kumpulan literatur yang telah terkumpul dari pencarian secara sistematis melalui perpustakaan online serta buku untuk mengumpulkan literatur yang relevan dengan topik penelitian meliputi pembacaan ulang dokumen, pengelompokan data, identifikasi tema, dan pengembangan interpretasi. Metode kualitatif dengan studi literatur ini akan membantu menggambarkan lebih jelas tentang bagaimana data dikumpulkan, diolah, dan dianalisis dalam penelitian ini dengan mendalam mengenai pemahaman tentang hubungan antara komunikasi interpersonal dan Generasi Z dalam konteks media digital.

### **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

#### **Pemanfaatan dan Preferensi Media Digital Oleh Generasi Z**

Generasi Z, kelompok yang lahir setelah tahun 1995, telah menunjukkan keterlibatan yang signifikan dalam penggunaan berbagai platform media sosial. Mereka tidak hanya hadir di sana untuk berinteraksi sosial tetapi juga untuk membagikan momen-momen dalam kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian oleh Boyd (2014), ditemukan bahwa Generasi Z menggunakan platform-platform seperti *Instagram*, *Facebook*, *Snapchat*, dan *TikTok* untuk membangun identitas digital yang unik. Mereka sering kali menciptakan konten kreatif dalam berbagai bentuk seperti gambar, video pendek, dan *meme*. Hal ini mencerminkan tingkat kreativitas dan ekspresivitas yang tinggi dari generasi ini (Boyd & Ellison, 2007). Lebih dari sekadar pemirsa, Generasi Z juga menjadi pengikut aktif selebriti internet atau *influencer* yang mereka anggap sebagai sumber inspirasi dalam berbagai aspek kehidupan mereka (Khamis et al., 2017). Ketika berbicara tentang perilaku komunikasi interpersonal di konteks media digital, Generasi Z telah mengubah cara mereka berinteraksi. Mereka cenderung menggunakan platform pesan instan seperti *WhatsApp* atau *Telegram* untuk terlibat dalam obrolan grup. Dalam situasi ini, mereka dapat berkomunikasi secara *real-time* dengan teman-teman mereka dan berbagi informasi secara efektif (Livingstone & Helsper, 2007). Selain itu, mereka semakin mengadopsi layanan panggilan video seperti *Zoom* atau *Skype*, yang menghadirkan dimensi emosional yang lebih personal dalam komunikasi digital (Vorderer et al., 2016). Generasi Z juga cenderung menggunakan emotikon dan emoji dalam percakapan *online* mereka, yang membantu mereka mengungkapkan emosi dan reaksi mereka dengan lebih jelas dan seringkali menyenangkan (Dresner & Herring, 2010).

Akhirnya, mereka juga aktif dalam komunitas *online* yang berkaitan dengan minat dan hobi mereka, memungkinkan mereka berkomunikasi dengan sesama anggota komunitas, bertukar informasi, dan memberikan dukungan satu sama lain (Reich et al., 2012). Pemanfaatan media digital oleh Generasi Z mencerminkan bagaimana teknologi telah menjadi bagian integral dari kehidupan mereka. Ini juga mencerminkan perubahan dalam cara mereka membangun hubungan sosial, berinteraksi, dan berkomunikasi dalam dunia yang semakin terhubung secara digital. Preferensi media digital Generasi Z dapat bervariasi tergantung pada konteksnya. Mereka sering menggunakan pesan teks atau media sosial ketika berkomunikasi dengan teman sebaya atau berbagi momen dalam kehidupan mereka. Karakter komunikasi dari Generasi Z adalah bebas dalam segala hal dan selalu senang dengan fleksibilitas sehingga berbeda jika dibandingkan generasi sebelumnya yang lebih berani dalam menyampaikan pendapatnya (Candra & Adriana, 2023). Dalam konteks pendidikan, Generasi Z biasanya lebih nyaman dengan komunikasi tertulis melalui email atau pesan teks, tetapi mereka juga terbiasa dengan berbagai platform kolaborasi *online* yang memungkinkan mereka bekerja sama secara virtual (Vorderer et al., 2016).

### **Perubahan Perilaku Komunikasi Interpersonal dalam Hubungan Sosial**

Peneliti mengamati pola interaksi Generasi Z dengan memperhatikan realitas yang diungkapkan dalam penelitian sebelumnya, yang menunjukkan adanya gangguan komunikasi yang dapat menyebabkan kehilangan makna dalam proses komunikasi tersebut. Dihubungkan dengan komunikasi interpersonal sangat efektif untuk membujuk, merubah perilaku dan langsung dapat melihat *feedback* dari lawan bicara (Sisrazeni, 2017). Situs

jejaring sosial menjadi terkenal di antara Generasi Z, terutama memungkinkan koneksi bersama rekan mereka, sehingga dapat mengeksplorasi hubungan sosial (Zorn, 2017). Adapun beberapa perubahan perilaku komunikasi interpersonal Generasi Z dalam pemanfaatan digitalnya antara lain perilaku aktif menjadi pasif, peningkatan kreativitas dan ekspresi diri (Qurniawati & Nurohman, 2017). Pandangan tidak fokus untuk berkomunikasi langsung, dan berkurangnya perilaku komunikasi secara tatap muka *atau face-to-face* (Hidayatullah & Devianty, 2018). Perubahan-perubahan perilaku yang telah disebutkan akan dijabarkan lebih lanjut pada poin selanjutnya.

### **Perilaku Aktif Menjadi Pasif**

Berdasarkan beberapa pembahasan sebelumnya, berarti jika manusia berkomunikasi melalui internet, maka hal tersebut dapat mengurangi interaksi langsung atau tatap muka (*face to face*). Sebelum kemunculan media digital manusia aktif melakukan komunikasi secara langsung bahkan saat ini kehidupan manusia semakin terpaat erat dengan penggunaan media digital sebagai alat utama komunikasi melalui platform digital dengan kemudahan yang sudah cukup memadai sehingga dapat mengurangi motivasi untuk terlibat dalam interaksi langsung di dunia nyata yang menyebabkan komunikasi menjadi pasif. Seiring kemajuan teknologi, fenomena pasifitas dalam berkomunikasi mulai muncul sebagai dampak dari perubahan gaya hidup ini. Komunikasi interpersonal dalam hal ini, Generasi Z aktif memberi informasi dalam bentuk pesan pribadi, panggilan video, atau pertemuan daring yang memungkinkan untuk memperdalam hubungan sosial Menurut penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Qurniawati & Nurohman (2017), tingkat penggunaan media sosial Generasi Z berkorelasi positif dengan intensitas tatap muka dalam interaksi sosial. Perubahan-perubahan dalam hubungan sosial atau ketidakseimbangan dalam hubungan sosial Generasi Z juga mempengaruhi nilai-nilai, sikap, dan pola perilaku mereka, seperti yang disampaikan oleh Hidayatullah & Devianty (2018). Dengan adanya media digital tentu memudahkan komunikasi sehingga pengguna media digital tentunya bisa tanpa batas untuk mengeluarkan pendapat, opini, ide gagasan dan yang lainnya seharusnya melihat kondisi saat ini, dimana media digital telah banyak mengambil peran dalam kehidupan manusia yang dapat dijadikan sebuah platform komunikasi yang efektif.

### **Peningkatan Kreativitas dan Ekspresi Diri**

Howe dan Strauss (dalam Zorn 2017) mendefinisikan Generasi Z sebagai kelompok yang kaya, memiliki tingkat pendidikan yang lebih tinggi, beragam etnis, dan memiliki fokus pada kerja tim, pencapaian, kesederhanaan, dan perilaku yang positif. Generasi Z juga memiliki kemampuan bawaan dalam menguasai teknologi, seperti kemampuan *multitasking* dalam menggunakan perangkat digital. Generasi Z cenderung lebih terbuka dalam berbagai aspek-aspek pribadi mereka secara *online*, dengan membagikan pengalaman hidup, perasaan, dan ekspresi emosional melalui *emoticon* dalam media digital, yang dapat memperkuat ikatan dengan teman-teman mereka dan menciptakan kesempatan untuk berdiskusi. Saat mereka membagikan (share) kehidupannya secara *online*, maka sama halnya dengan

mendistribusikan materi digital tentang kehidupan kepada orang lain dan mengkomunikasikannya kepada khalayak luas. (Silsa, 2018).

Generasi Z sering menggunakan media digital, terutama platform visual seperti *Instagram* dan *TikTok*, sehingga mengubah perilaku dengan lebih mengekspresikan diri mereka dengan kreatif. Mereka membuat konten visual, video, dan *meme* untuk berbagi pandangan, gaya hidup, dan minat mereka dengan teman-teman dan audiens *online*. Dalam media digital, komunikasi tidak menjadi interaktif jika salah satu pihak yang terlibat dalam percakapan menarik diri. Jika tidak ada pertukaran informasi, maka komunikasi yang dilakukan oleh penyedia informasi, seperti pemilik akun jejaring sosial, hanya berlangsung satu arah. Namun, jika ada tanggapan dari pihak lain dan interaksi terjadi, maka komunikasi interpersonal dapat terwujud. (Pratiwi & Sukma, 2013)

### **Pandangan Tidak Fokus untuk Berkomunikasi Langsung**

Generasi Z yang memiliki potensi penetrasi tinggi terhadap media digital juga mengacu kepada pengalaman komunikasi Generasi Z yang dikemukakan kepada peneliti, bahwa memang ada perubahan-perubahan mendasar seperti memiliki pandangan yang tidak fokus saat berkomunikasi. Hal ini dapat menjauhkan orang-orang yang berusaha untuk berkomunikasi atau interaksi secara tatap muka yang cenderung menurun, membuat orang-orang menjadi kecanduan terhadap internet melalui media digital, kurang menghargai lawan bicara sehingga rentan menimbulkan konflik yang memberikan pengaruh buruk kepada orang lain (Cahyono, 2016).

Dengan demikian hal itu akan terjadi hambatan komunikasi karena adanya media digital mempengaruhi lawan bicara yang tidak fokus, dengan demikian respon pembicara menjadi *delay* bahkan perlu mengulang pertanyaan sehingga perilaku komunikasi seperti ini akan berujung pada situasi dan kondisi komunikasi yang kurang nyaman, karena kurangnya perilaku komunikasi interpersonal yang baik. Pernyataan tersebut mencerminkan perubahan era Generasi Z saat ini menunjukkan pemahaman terhadap individu yang ketika diajak berbicara, tidak memberikan perhatian sepenuhnya. Komunikasi yang efektif akan ditandai dengan hubungan interpersonal yang baik pula (Fauziyyah, 2019).

### **Berkurangnya Perilaku Komunikasi secara Tatap Muka (*Face to Face*)**

Pada era digital yang serba teknologi ini tidak bisa dipungkiri bahwa segala aspek kehidupan manusia sudah sebagian besar dipengaruhi oleh teknologi ataupun media sosial yang tidak jauh dari internet sehingga konsumsi penggunaan komunikasi digital terjadi hampir tanpa batasan sampai mengalami beberapa perubahan perilaku dalam hubungan sosial. Bahkan media sosial mampu meniadakan status sosial yang sering kali sebagai penghambat komunikasi. Kehadiran *Twitter*, *Facebook*, *Google+* dan sejenisnya mampu memungkinkan individu berinteraksi tanpa melakukan pertemuan secara fisik (Ekasari, 2012). Hal tersebut mempengaruhi perubahan perilaku oleh Generasi Z. Berger & Calabrese (2017) menyatakan bahwa Generasi Z adalah generasi pertama yang sebenarnya-benarnya generasi internet. Berdasarkan teori terdahulu menurut Qwitter (dalam Sudrajat, 2020), "komunikasi bermedia internet membuat orang terpicat untuk berkomunikasi secara intensif, bahkan secara menerus."

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian dan teori yang dibahas dan digunakan, maka dapat diambil beberapa kesimpulan. Generasi Z, yang tumbuh dalam era digital, aktif memanfaatkan media digital dan platform sosial. Mereka berinteraksi, berbagi momen, membangun hubungan sosial, dan menjadikan komunikasi interpersonal sebagai elemen kunci dalam hidup mereka. Preferensi media digital Generasi Z bervariasi, tergantung pada konteks dan terus berubah seiring perkembangan media, termasuk pesan teks, panggilan video, obrolan grup, dan media sosial. Mereka menggunakan berbagai saluran ini untuk berkomunikasi dengan teman sebaya, keluarga, dan pengguna lainnya, menciptakan koneksi interpersonal yang mendalam. Perubahan bentuk komunikasi digital mencerminkan peran sentralnya dalam kehidupan Generasi Z. Pemanfaatan media digital oleh Generasi Z telah mengubah perilaku komunikasi interpersonal untuk menjadi lebih terbuka dalam mengekspresikan diri secara online, menghasilkan konten kreatif, dan menggunakan emotikon untuk menyampaikan emosi. Dengan demikian, terdapat perubahan dalam perilaku komunikasi interpersonal Generasi Z, termasuk perubahan dari perilaku aktif menjadi pasif, peningkatan kreativitas dan ekspresi diri dalam media digital, pandangan tidak fokus untuk berkomunikasi langsung, dan berkurangnya komunikasi tatap muka. Untuk memahami serta mendukung Generasi Z dalam pengembangan komunikasi interpersonal yang sehat dan efektif di era digital, penting untuk terus mengikuti perkembangan tren dan teknologi baru yang memengaruhi proses untuk berinteraksi dan berkomunikasi.

Diharapkan hasil penelitian ini akan memberikan manfaat untuk berbagai kalangan dan meningkatkan pemahaman tentang peran komunikasi interpersonal Generasi Z dalam pemanfaatan media digital. Peneliti merekomendasikan pentingnya penambahan edukasi bagi institusi pendidikan atau organisasi yang harus mempertimbangkan integrasi media digital untuk membantu Generasi Z mengembangkan keterampilan komunikasi interpersonal yang efektif dalam lingkungan serba digital. Generasi Z perlu dibekali dengan literasi media yang kuat, termasuk pemahaman tentang bagaimana media digital mempengaruhi komunikasi interpersonal, sehingga mereka dapat menjadi pengguna yang cerdas dan etis. Untuk memahami serta mendukung Generasi Z dalam pengembangan komunikasi interpersonal yang sehat dan efektif di era digital, penting untuk terus mengikuti perkembangan tren dan teknologi baru yang mempengaruhi cara mereka berinteraksi dan berkomunikasi. Penelitian lanjutan tentang perilaku komunikasi Generasi Z dalam konteks media digital diharapkan dapat lebih membantu dalam mengembangkan strategi yang lebih efektif untuk berkomunikasi dan berinteraksi dengan generasi ini sehingga penting untuk diingat bahwa pendekatan yang digunakan harus positif dan mendukung pertumbuhan Generasi Z dalam pemanfaatan media digital.

## 6. DAFTAR PUSTAKA

- Badawi, M. A., & Rahadi, D. R. (2021). Analisis Komunikasi Interpersonal Antar Mahasiswa President University. *Communicology: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(1), 123–124.
- Berger, C. R. & Calabrese, R. J. (2014). Some explorations in initial interaction and beyond: toward a developmental theory of interpersonal communication. *Human Communication Research*, 1(2), 99–112
- Berlo, D. K. (1960). *The Process of Communication: An Introduction to Theory and Practice*. Holt, Rinehart, and Winston.



- Boyd, D. (2014). *It's Complicated: The Social Lives of Networked Teens*. Yale University Press.
- Boyd, D., & Ellison, N. B. (2007). Social Network Sites: Definition, History, and Scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210-230.
- Brown, A. (2020). *Everything You've Wanted to Know About Gen Z But Afraid to Ask*. Forbes. <https://www.forbes.com/sites/abrambrown/2020/09/23/everything-youve-wanted-to-know-about-gen-z-but-were-afraid-to-ask/?sh=28e8cf793d19>
- Cahyono, A. S. (2016). Pengaruh Media Sosial Terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Publiciana*, 9(1), 140-157.
- Candra, R. & Adriana, E. (2023). Faktor Komunikasi Generasi Z Dalam Mempersiapkan Karir. *Student Research Journal*, 1(3), 372–384.
- Dresner, E., & Herring, S. C. (2010). Functions of the nonverbal in CMC: Emoticons and illocutionary force. *Communication Theory*, 20(3), 249-268.
- Effendi, N. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87.
- Ekasari, A. H. (2012). Dampak Sosial-Ekonomi Masuknya Pengaruh Internet dalam Kehidupan Remaja Pedesaan. *Jurnal Sosiologi Pedesaan*, 10(2), 57.
- Fauziyyah, N. (2019). The Potential of Augmented Reality to Transform Education into Smart Education. *Jurnal PAJAR (Pendidikan dan Pengajaran)*, 3(4), 966- 973.
- Febrianto, A. S. (2017). *Pengaruh Dimensi Pelatihan Kerja Terhadap Kinerja Karyawan (Studi Pada Hotel Ollino Garden Kota Malang)* (Universitas Brawijaya).
- Febrianto, A. S. (2019). *pengaruh pemberdayaan psikologis dan islamic spiritual leadership terhadap komitmen organisasional dimediasi oleh motivasi intrinsik (studi pada pengurus lembaga dakwah kampus universitas brawijaya)* (Universitas Brawijaya).
- Febrianto, A. S., Faldesiani, R., Addinna, D., Hernawan, Y., Suryadi, E., & Suryadi, G. G. (2023). Using Vosviewer For A Bibliometric Computational Mapping Analysis of Publications on Communication Technology. *Journal of Engineering Science and Technology*, 18(6), 2748-2762.
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). *True Gen: Generation Z and Its Implications for Companies*. McKinsey & Company. <https://www.mckinsey.com/industries/consumer-packaged-goods/our-insights/true-gen-generation-z-and-its-implications-for-companies>
- Hidayatullah, S., Devianty, R. C. (2018). Perilaku Generasi Milenial dalam Menggunakan Aplikasi Go-Food. *Jurnal Manajemen & Kewirasusahaan*, 6(2), 240-249.
- Khairunnisa, A. N., Amanda, D. M., Fakhira, F., Radia, S., Febrianto A. S. Analisis Pola Komunikasi Interpersonal dalam Proses Belajar Mengajar Menggunakan Hukum Prinsip Respect, Empathy, Audible, Clarity, dan Humble. *Jurnal Pendidikan Manajemen Perkantoran*, 8(2), 249-258.
- Khamis, S., et al. (2017). Self-branding, 'micro-celebrity' and the rise of Social Media Influencers. *Celebrity Studies*, 8(2), 191-208.

- Kustiawan, W. (2021). Komunikasi Interpersonal. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(3), 337–342.
- Linnes, C., & Metcalf, B. (2017). iGeneration and Their Acceptance of Technology. *International Journal of Management & Information System*. Vol. 21. No. 2, pp. 11-26.
- Livingstone, S., & Helsper, E. (2007). Gradations in Digital Inclusion: Children, Young People and the Digital Divide. *New Media & Society*, 9(4), 671-696.
- Melfianora, Ir. (2017). Penulisan Karya Ilmiah dengan Studi Literatur. *UPT Balai Penyuluhan Pertanian*. 1- 3.
- O'Boyle, C. Atack, J. & Monahan, K. (2017). *Generation Z Enters The Workforce*. Deloitte Insights. <https://www2.deloitte.com/us/en/insights/focus/technology-and-the-future-of-work/generation-z-enters-workforce.html>
- Pratiwi, S. W. & Sukma, D. (2013). Komunikasi interpersonal antar siswa di sekolah dan implikasinya terhadap pelayanan bimbingan dan konseling. *Konselor*, 2(1), 324–329.
- Qurniawati, R. S., & Nurohman, Y. A. (2018). eWOM pada Generasi Z di Sosial Media. *Jurnal Manajemen Dayasaing*, 20(2), 70–80.
- Reich, S. M., et al. (2012). Friending, IMing, and Hanging Out Face-to-Face: Overlap in Adolescents' Online and Offline Social Networks. *Developmental Psychology*, 48(2), 356-368.
- Santosa, E. T. (2015). *Raising Children In Digital Era*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Silsa, H. (2018). Fenomena Bergabungnya Anak Muda Jakarta ke dalam Organisasi Sinergi Muda Secara Suka Rela. *Profetik: Jurnal Komunikasi*, 11(2), 99.
- Singh, D. A., & Dangmei, J. (2016). UNDERSTANDING THE GENERATION Z: THE FUTURE WORKFORCE. *South Asian Journal of Multidisciplinary Studies (SAJMS)*, 1-5.
- Sisrazeni, S. (2018). Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Interaksi Sosial Mahasiswa Jurusan Bimbingan Konseling Tahun 2016/2017 iain batusangkar. *Proceeding IAIN Batusangkar*, 1(2), 437-448
- Stillman, D., & Stillman, J. (2019). *Memahami Karakter Generasi Baru Yang Akan Mengubah Dunia Kerja*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Sudrajat, A. (2020). Apakah Media Sosial Buruk untuk Kesehatan Mental dan Kesejahteraan? Kajian Perspektif Remaja. *Jurnal Tinta*, 2(1), 41–52.
- Thibaut, J. W., & Kelley, H. H. (1959). *The social psychology of groups*. John Wiley & Sons.
- Vorderer, P., et al. (2016). *Enjoyment: At the Heart of Media Entertainment*. Routledge.
- Walther, J. B. (2011). *Theories of computer-mediated communication and interpersonal relations*. In M. L. Knapp & J. A. Daly (Eds.), *The Sage handbook of interpersonal communication (4th ed., pp. 443-479)*. Sage Publications.
- Zorn, R. L. (2017). Coming in 2017: A New Generation of Graduate Students—The Z Generation. *College and University; Washington*, 92(1), 61.