AT-TABAYYUN: Journal Islamic Studies
P-ISSN: 2477-5614 E-ISSN: 3021-8659
Volume 6, No. 1, Januari - Juni 2024
https://doi.org/10.47766/atjis.v6i1.3340

Received:02-05-2024 | Accepted:16-05-2024 | Published: 29-06-2024
AT-TABAYYUN with Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License

EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ANTARPRIBADI TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA *SMARTPHONE* PADA GENERASI Z (GEN-Z) DI IAIN LHOKSEUMAWE

Oknita
oknitaiainlhokseumawe. ac. id

Institut Agama Islam Negeri Lhokseumawe

Abstrak: Penelitian ini berjudul Efektivitas Komunikasi Antarpribadi Terhadap Penggunaan Media *Smartphone* pada Generasi Z (Gen-Z) di IAIN Lhokseumawe yang bertujuan untuk mengetahui efektivitas komunikasi antarpribadi terhadap penggunaan media *smartphone* pada generasi Z (Gen-Z). Metode Penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan sumber data primer dan skunder. Informan penelitian terdiri dari mahasiswa IAIN Lhokseumawe yang tergolong Gen-Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa ketika sedang berkomunikasi antarpribadi secara langsung (*face to face*) pada waktu yang bersamaan juga tidak dapat menghindari proses komunikasi antarpribadi melalui perantara media *(smartphone*). Dimana pada saat berkomunikasi, salah satu diantara keduanya komunikator atau komunikan mendapat panggilan dari *smartphone*nya. Hal ini tidak mengakibatkan komunikasi tidak efektif dengan ditemukan adanya karakteristik komunikasi efektif yang dikemukakan oleh Devito yaitu keterbukaan, empati, sikap mendukung, sifat positif, keseteraan. Temuan, yang perlu diperhatikan dalam komunikasi antarpribadi adalah etika berkomunikasi dengan meminta izin atau meminta maaf terlebih dahulu kepada lawan bicara untuk menerima panggilan dari *smartphone*nya. Setelah itu komunikasi dilanjutkan kembali. Dan fenomena komunikasi antarpribadi secara langsung

sekaligus terjadi komunikasi antarpribadi secara tidak langsung (perantara *smarphone*) sudah menjadi kebiasaan biasa (budaya baru) yang sudah diterima dalam masyarakat.
Kata Kunci*: Efektivitas komunikasi antarpribadi, Penggunaan smartphone, Generasi Z.*

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi komunikasi dimulai dengan ditemukan radio, telepon rumah, telepon genggam, televisi, computer hingga teknologi tercanggih saat ini media komunikasi yaitu *smartphone*. *Smartphone* merupakan telepon seluler dengan kemampuan lebih mulai dari resolusi, fitur, hingga komputerisasi, termasuk sistem operasi mobil di dalamnya.[1]

Fenomena ketergantungan terhadap *smartphone* semakin meningkat setiap tahun. Setiap individu memiliki kecanduan dan ketergantungan yang berbeda terhadap *smartphone*nya. Menurut data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) bahwa jumlah pengguna Internet Indonesia tahun 2024 mencapai 221.563.479 jiwa dari total populasi 278.696.200 jiwa penduduk Indonesia tahun 2023. Dari hasil survey bahwa penetrasi internet Indonesia mencapai angka 79, 5 % dibandingkan dengan periode sebelumnya, maka terjadi peningkatan 1,4 %.

Berdasarkan survey tersebut bahwa yang aktif berselancar di dunia maya mayoritas Gen-Z (lahir 1997-2012) sebanyak 34, 40 %.[2] Hal ini hampir mencapai setengah dari jumlah total pengguna dunia maya.

Penggunaan atau pemanfaatan media *smartphone* sudah tidak dapat dihindari lagi. Dimana ketika sedang berkomunikasi antarpribadi secara langsung (*face to face*) terjadi gangguan komunikasi dengan adanya panggilan dari *smartphone* baik dari komunikator maupun komunikan.

[1] Didik Dwi Prasetya, *Membuat Aplikasi Smartphone Multiplatform* (Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2013).

[2] A Pallawagau, "The Impact of Organizational Culture, and Work Motivation on Employee Performance Through Employee Job Satisfaction PT. Kasmar Tiar Raya," *Management, Business and Social Science (IJEMBIS) Peer Reviewed-International Journal* 1, no. 1 (n.d.): 11–21, https://cvodis.com/ijembis/index.php/ijembis.

Dari fenomena yang sudah dikemukakan diatas, maka peneliti ingin meneliti tentang bagaimana efektivitas komunikasi antarpribadi terhadap penggunaan media *smartphone* pada Generasi Z (Gen-Z).

KAJIAN LITERATUR

Pengertian Generasi Z (Gen-Z)

Perkembangan kelahiran manusia dari masa ke masa telah memberi inspirasi bagi pakar ilmu sosial dan yang terkait lainya. Kelahiran atau masa-masa tersebut diberi sebutan agar dapat memberi kemudahan kepada manusia. Beberapa istilah muncul seperti generasi Y, generasi milenial, generasi Z dan sebagainya.

Dalam penelitian ini, peneliti focus pada generasi Z atau yang lebih dikenal dengan sebutan gen-z. Gen-Z memiliki karakter tersendiri yang lahir diantara gencarnya perkembangan teknologi terutama perkembangan teknologi digital. Generasi Z (Gen-Z) adalah generasi yang lahir dimulai tahun 2000 sd 2010 yang disebut dengan iGeneration, Generasi Net atau generasi Internet karena mereka terlahir dan hidup di era digital.[3]

Menurut Agung, dkk bahwa generasi Z (Gen-Z) ditujukan untuk generasi yang lahir antara tahun 1996-2010 mereka lahir setelah generasi milenium. Generasi Gen-Z karakteristik utamanya mereka tumbuh bersama internet dan media sosial. Saat ini diperhitungkan bahwa Gen-Z sudah menjalani Pendidikan di Perguruan Tinggi dan bekerja.[4]

Meskipun demikian ada juga para tokoh yang berpendapat bahwa tidak semua Gen-Z didasarkan pada tahun kelahiran tetapi juga dapat diklasifikasikan berdasarkan sosio sejarah pembentuknya. Bahwa Gen-Z memiliki ciri yaitu kemampuan mengakses dan ketergantungan terhadap teknologi gadget dan mereka tidak seperti generasi sebelumnya yang secara mempunyai ketekunan dalam membaca.

Adapun yang menjadi karakteristik Gen-Z diantaranya:

a) Multitasking

[3] Nicolien Meggy Sumakul and Jimmy Lizardo, *Membangun Generasi Y Dan Z Sebagai Pemimpin Muda Kristen Di Era Revolusi Industri 4.0 Dan Society 5.0* (Surabaya: Scopindo Media Pustaka, n.d.).

[4] "Https://Jiip.Stkipyapisdompu.Ac.Id/Jiip/Index.Php/JIIP/Article/View/566/503," n.d., https://jiip.stkipyapisdompu.ac.id/jiip/index.php/JIIP/article/view/566/503.

Gen-Z mampu dan dapat melakukan tugas dan pekerjaan dengan cepat dan efisien. Hal ini karena kemampuan Gen-Z menguasai perkembangan teknologi sesuai dengan perkembangan saat ini. Dimana hamper semua pekerjaan dilaksanakan melalui aplikasi yang berbasis internet dan perkembangan teknologi.

b) Kolaboratif
Gen-Z lebih menyenangi bekerja secara bersama (tim), karena mereka cenderung dapat berkomunikasi dengan baik dan cepat bersosialisasi. Gen-Z berkembang dan tumbuh dalam proses lingkungan yang terbuka. Dimana mereka dapat bersosialisasi dengan berbagai suku, agama, sehingga mereka cenderung lebih terbuka. Hal ini membentuk Gen-Z memiliki kemampuan Kerjasama yang baik dan lebih mudah menerima dan memahami perbedaan.

c) Kreatif
Gen-Z cenderung lebih kreatif, berani dalam berkespresi hal yang tampak pada keberanian dan kreativitas Gen-Z di media sosial. Ini disebabkan mereka ingin mengekspresikan dan menunjukkan eksistensi diri kepada orang lain. Mereka akan melakukan sesuatu sesuai dengan bakat dan keinginan melalui media sosial.

d) Percaya pada Keseteraan
Gen-Z menghargai keseteraan dan keadilan sosial serta memperjuangkan hak azazi manusia.

e) Lebih Realitis
Gen Z lebih realitis dan pragmatis dalam menghadapi tantangan dan menghadapi masa depan.[5]

Efektivitas dan Komunikasi Antarpribadi

Komunikasi merupakan proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain. Biasanya, proses komunikasi tersebut didasarkan

[5] M.Misbakul Munir, *Islamic Finance For Gen-Z; Karakter & Kesejahteraan Finansial Untuk Gen-Z Penerapan Islamic Finance Sebagai Solusi* (Cv. Green Publisher, n.d.).

keinginan dari seseorang untuk menyampaikan sesuatu atau didasarkan pada tujuan seseorang yang berinisiatif untuk memulai komunikasi. Jika diamati dalam kehidupan interaksi manusia, maka terjadi berbagai bentuk komunikasi. Seperti komunikasi dengan diri sendiri, komunikasi dengan Tuhan, dengan hewan dan alam sekitar, komunikasi dengan beberapa orang, berkomunikasi dengan banyak orang bahkan berkomunikasi dengan melalui media.

Berbagai bentuk komunikasi tersebut diatas, para pakar komunikasi telah membagi komunikasi dalam berbagai bentuk diantaranya komunikasi antarpribadi. [6]Yaitu komunikasi yang terjadi satu orang dengan dua orang atau beberapa orang. Komunikasi dalam bentuk komunikasi antarpribadi, dianggap bentuk komunikasi yang paling efektif karena antara keduanya dapat saling bertatap muka. Sehingga dapat melihat respon, raut wajah secara langsung. Beberapa tokoh komunikasi menyebutkan bahwa komunikasi antarpribadi berlangsung secara *face to face* (langsung).

Meskipun demikian, selain dalam situasi tatap muka (*face to face)* secara langsung. Komunikasi antarpribadi juga dapat terjadi secara *face to face* secara tidak langsung (melalui perantara). Media perantara yang dimaksud seperti media online, media elektronik dan media cetak.[7]

Diantara tokoh komunikasi tersebut mengemukakan pengertian komunikasi antarpribadi yaitu:

a. Joseph A. Devito mengemukakan bahwa komunikasi antarpribadi adalah proses pengiriman dan penerimaan pesan antara dua orang atau diantara sekelompok kecil orang-orang, dengan beberapa efek dan beberapa umpan balik secara seketika.[8]
b. Hafied Cangara menyebutkan bahwa komunikasi antarpribadi adalah proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang

[6] Muhammad Saleh, Maria Ulfa Batoebara, and Kamaruzzaman Kamaruzzaman, "URGENSITAS TEKNORELIGION DALAM PESAN-PESAN AGAMA MELALUI TEKNOLOGI KOMUNIKASI," *Network Media* 4, no. 1 (March 2, 2021): 17–28, https://doi.org/10.46576/jnm.v4i1.1142.

[7] S Tatang, *Dinamika Komunikasi* (Bandung: Pustaka Setia, n.d.).

[8] Joseph A Devito, "The Interpersonal Communication Book" (Hunter College, n.d.).

atau lebih secara tatap muka. Hal ini didukung oleh pendapat R. Wayne Pace yang menyatakan bahwa *"interpersonal communication is communication involving two or more people in face to face setting* [9]

c. Komunikasi antarpribadi merupakan proses penyampaian pesan dari seseorang kepada pihak lain (orang lain). Proses tersebut dihubungkan dengan adanya pertukaran pesan yang mempunyai makna dan adanya dampak terhadap proses komunikasi tersebut.[10]

d. Menurut Miller komunikasi antarpersonal telah didefinisikan sebagai komunikasi yang terjadi pada basis tertentu dengan sejumlah partisipan tertentu. Komunikasi antarpersonal terjadi antara dua orang ketika mereka mempunyai hubungan yang dekat sehingga mereka bisa segera menyampaikan umpan balik segera dengan banyak cara.

e. Tan mengemukakan bahwa komunikasi antar pribadi adalah komunikasi tatap muka antara dua orang atau lebih.

f. Komunikasi antarpersonal adalah prosedur yang membuat dua orang bertukar informasi, perasaan yang disampaikan melalui pesan verbal dan nonverbal. Difenisi ini menggarisbawahi fakta penting bahwa komunikasi antarpersonal tidak hanya mementingkan tentang "apa" diucapkan, yaitu bahasa yang digunakan, tapi "bagaimana" cara bahasa itu diucapkan, misalnya, pesan nonverbal dikirim seperti nada suara dan ekspresi wajah. Komunikasi antarpersonal sebagai komunikasi yang memiliki karakteristik khas seperti berikut: (1) komunikasi dari satu orang kepada satu orang lain, (2) komunikasi yang terjadi secara tatap muka, (3) komunikasi yang mencerminkan bentuk dan isi komunikasi yang bersifat interaksi antar personal,

[9]Hafied Cangara, "Buku Pengantar Komunikasi," *PT RajaGrafindo Persada*, 2009, 1, https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/58756905/Resensi_Buku_Pengantar_Ilmu_Komunikasi_Cangara-libre.pdf?1554070096=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DResensi_Buku_Pengantar_Ilmu_Komunikasi_C.pdf&Expires=1683629877&Signature=YZTR10aTbbr1Moj.

[10] Suryanto, *Pengantar Ilmu Komunikasi* (Bandung: CV. Pustaka Setia, n.d.).

dan (4) dengan komunikasi yang mengutamakan karakteristik individu, peran individu dan relasi sosial diantara mereka.

g. Kebanyakan pakar ilmu komunikasi mendefinisikan komunikasi antarpersonal berdasarkan tingkat (kepersonalan) "*personalness*" atau kualitas penerima keberterimaan *(perceived quality)* interaksi. Menurut dia komunikasi antarpersonal meliputi komunikasi yang dilakukan secara personal antara beberapa jumlah kecil orang yang mempunyai hubungan yang sangat dekat.
h. Komunikasi antarpersonal adalah bentuk khas dari komunikasi manusia yang tidak hanya mendefinisikan komunikasi yang terjadi oleh sejumlah orang tetapi juga oleh kualitas Komunikasi. Komunikasi antarpersonal terjadi bukan hanya ketika anda berinteraksi dengan seseorang tetapi ketika Anda memperlakukan orang yang lain sebagai manusia yang unik.
i. Komunikasi antarpersonal meliputi komunikasi yang dilakukan oleh beberapa orang terbatas dan tertentu yang bertujuan untuk mendapatkan tujuan tertentu melalui interaksi dengan orang lain.
j. Little John dalam Majid Tehranian mengutip Dean Barnlund menawarkan definisi komunikasi antarpribadi dengan kriteria seperti komunikasi terjadi secara tatap muka, komunikasi terjadi lebih mendalam karena jarak fisik yang berdekatan, proses komunikasi terjadi secara *"interdependently"* atau masing-masing pihak bergantung pada petunjuk satu sama lain, mereka bertukar pesan melalui kode-kode verbal dan nonverbal, juga komunikasi terjadi relatif tidak terstruktur.
k. Komunikasi antarpersonal terjadi ketika kita berinteraksi dengan orang lain.
l. Komunikasi antarpersonal adalah komunikasi yang berlangsung dalam situasi tatap muka antara dua orang atau lebih, baik secara terorganisasi maupun pada kerumunan orang.
m. Komunikasi antarpersonal diartikan Verdeber & Berryman-Fink, (1) proses dalam mana seseorang menciptakan dan mengelola relasi, menguji respon timbal balik ketika mereka

menciptakan makna bersama, dan (2) sehingga dikenal sebagai "*dyadic communication*"

n. Komunikasi antarpersonal mengacu pada pertukaran pesan verbal dan nonverbal antara orang-orang, terlepas dari hubungan antara mereka. Komunikasi antarpersonal meliputi pertukaran pesan dalam segala macam interaksi mulai dari interaksi fungsional yang santai sampai pada interaksi yang intim.
o. Komunikasi antarpersonal mengacu pada komunikasi diad di mana ada dua individu yang berbagi peran sebagai pengirim dan penerima, kemudian menjadi terhubung melalui kegiatan dan saling menciptakan makna.
p. Komunikasi antarpersonal adalah interaksi orang ke orang, dua arah, verbal dan nonverbal. Saling berbagi informasi dan perasaan antara individu dan individu atau antara individu di dalam kelompok kecil.
q. Komunikasi antarpersonal berkaitan dengan aktivitas menciptakan dan berbagi makna antara orang-orang dalam suatu hubungan.[11]

Dengan demikian bahwa komunikasi antarpribadi adalah proses penyampaian pesan dari seseorang kepada orang lain yang terjadi antara dua orang atau lebih, dimana jumlahnya tidak lebih dari 50 orang. Para pakar membagi kepada dua bentuk yaitu komunikasi antarpribadi secara langsung *(face to face*) dan juga ada yang berpendapat komunikasi antar pribadi juga dapat terjadi melalui media sebagai perantara.

Sementara kata efektivitas dapat dimaknai sebagai tingkat keberhasilan dalam mencapai tujuan atau sasaran. [12]Efektivitas merupakan suatu konsep yang sangat penting, karena mampu

[11] Alo Liliweri, "Dasar-Dasar Komunikasi Antar Budaya," *Cet* 3 (n.d.).

[12] T.Faizin, "Perspektif Komunikasi Antar Pribadi (Perspektif Mekanistik, Psikologis, Interaksi Dan Perspektif Pragmatis)," *Jurnal Al-Fikrah* 4, no. 1 (2015): 2015, https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2620786.

memberikan gambaran mengenai keberhasilan seseorang dalam mencapai sasaran atau tujuan, atau tingkat pencapaian tujuan.[13]

Adapun indicator efektivitas komunikasi antarpribadi dalam sudut menurut Devito adalah:

(1) keterbukaan (*openness*)
(2) Empati
(3) Sikap mendukung (*supportive-ness*)
(4) Sifat positif (positiveness), dan
(5) Kesetaraan (*equality*).

Teori Determinisme Teknologi

Jika dilihat dari asal kata maka determinisme asal kata dari bahasa latin *determinare* yang dapat diartikan sebagai menentukan atau menetapkan. Determinisme mengandung pengertian; ada faktor penentu dari setiap peristiwa dan semua yang terjadi sesuai dengan hukum sebab-akibat.[14]

Mc-Luhan mengemukakan bahwa determinisme teknologi yaitu penemuan atau perkembangan teknologi komunikasi dapat mengubah kebudayaan, kebiasaan manusia. Hingga saat ini, hampir seluruh segi dalam kehidupan manusia sudah menggunakan media teknologi komunikasi. Menurut Mc-Luhan, bagi manusia media dianggap lebih penting dari pada isi pesan yang disampaikan oleh media tersebut. Sehingga manusia semakin didominasi oleh teknologi yang diciptakannya sendiri, teknologi komunikasi bukan dikontrol oleh manusia melainkan manusia yang dikontrol oleh teknologi.[15]

Menurutnya, bahwa teknologi itu bersifat determinan (menentukan) dalam membentuk manusia. Sehingga teknologi sangat besar pengaruhnya dalam masyarakat atau kehidupan manusia ditentukan oleh teknologi. Mc. Luhan berpendapat bahwa teknologi komunikasi menjadi penyebab utama terjadinya perubahan budaya dalam masyarakat. Ia berpendapat bahwa "*we*

[13] Royanulloh Royanulloh and Komari Komari, "Bulan Ramadan Dan Kebahagiaan Seorang Muslim," *Jurnal Psikologi Islam Dan Budaya* 2, no. 2 (2019): 51–62, https://doi.org/10.15575/jpib.v2i2.5587.

[14] Muhajiir et al., *Implementasi Dan Problematika Merdeka Belajar*, *Akademia Pustaka*, vol. 6, 2021.

[15] Aang Ridwan, *Komunikasi Antarbudaya* (Bandung: Pustaka Setia, 2016).

shape our tools and they in turn shape us (kita membentuk peralatan kita dan mereka pada gilirannya membentuk kita).[16]

Media seolah mendorong rasio dari perasaan kita untuk bagaimana mengalami dunia. Mc-luhan juga beranggapan bahwa teknologi telah membatasi interaksi sosial dalam masyarakat, meskipun teknologi dapat menjangkau keterbatasan. Teknologi merupakan perpanjangan (*extension*) dari tubuh dan dan indra manusia itu sendiri. [17]Teknologi komunikasi elektronik mempersempit dunia menjadi kampung global, peristiwa apapun yang terjadi di seluruh dunia dapat diketahui dengan cepat. Menurutnya, peralatan atau media teknologi yang diciptakan oleh manusia selanjutnya membentuk perubahan perilaku pada diri mereka sendiri (manusia). Teknologi menjadi penggerak peradaban dan perubahan dalam kehidupan manusia karena ketergantungan manusia terhadap teknologi itu sendiri. [18]

Sementara Muhammad Mufid dalam bukunya Etika dan Filsafat Komunikasi menyebutkan determinisme teknologi berasumsi bahwa teknologi adalah kekuatan dan kunci dalam mengatur masyarakat. Struktur sosial dibentuk oleh materialitas teknologi. Teknologi diciptakan untuk mengatasi keterbatasan fisik manusia (instrumentalism). Parameter teknologi adalah efektivitas dan efisiensi untuk mencapai tujuan. Karenanya teknologi merupakan simbol kemajuan peradaban manusia.[19]

METODOLOGI PENELITIAN

Metode Penelitian merupakan cara atau teknik untuk mendapatkan informasi dan sumber data yang akan digunakan dalam penelitian. Informasi atau data ini bisa dalam bentuk apa saja, literatur, seperti jurnal, artikel, tesis,

[16] Morisson, *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa* (Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014).

[17] Yuliana Restiviani, "PROSES PEMBENTUKAN SALING PENGERTIAN PADA JIWA KOMUNIKATOR DALAM KOMUNIKASI ISLAM," *Enlekturer* 1, no. 1 (2023): 37–52, https://journal.enliinstitute.com/index.php/ENLEKTURER%0APROSES.

[18] Sugiarto, "Komunikasi Qur'ani Bagi Penanganan Anak Pada Pornografi Di Media Sosial," *El Madani : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 3, no. 01 (2022): 24–50, https://doi.org/10.53678/elmadani.v3i01.718.

[19] Muhammad Mufid, *Etika Dan Filsafat Komunikasi* (Jakarta: Prenada Media Group, n.d.).

buku, koran, dan sebagainya. Selain itu, metodologi penelitian bisa juga diperoleh melalui media elektronik seperti televisi atau radio. Bahkan sumber data bisa juga diperoleh dari survei atau wawancara.

Jenis penelitian ini merupakan penelitian kualitatif, yaitu jenis penelitian dengan tujuan untuk menjelaskan fenomena dengan sedalam dalamnya melalui pengumpulan data sedalam-dalamnya.[20]

Dalam penelitian ini, data yang dibutuhkan meliputi data primer adalah gen-z dan data sekunder yaitu buku-buku yang terkait dengan penelitian, teori-teori yang mendukung, dokumentasi, jurnal-jurnal ilmiah, website, dsb. Untuk mendapatkan data-data yang dibutuhkan dalam penelitian ini peneliti dapatkan melalui informan yaitu sumber data yang peneliti anggap memahami dan mengetahui data, informasi, ataupun fakta yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Adapun informan dalam penelitian ini terdiri dari Gen-Z.

HASIL KAJIAN DAN PEMBAHASAN

Efektivitas Komunikasi Antarpribadi Terhadap Penggunaan Media *Smartphone* pada Generasi Z (Gen-Z)

Gen-Z merupakan generasi yang hidup dalam perkembangan teknologi internet dan media sosial. Mereka kerap disebut dengan "digital native" yaitu generasi yang tumbuh dengan reformasi dan perkembangan teknologi digital. Generasi ini merupakan generasi yang banyak menghabiskan waktu bersama dengan media sosialnya.

Meskipun menghabiskan waktu berjam-jam dengan media *smartphone*nya. Gen-z tidak selalu menggunakan media komunikasi tersebut untuk hal yang dianggap negative.

Sehingga gen-z secara global lebih sedikit waktu yang digunakan untuk membaca buku. Mereka lebih gemar menggunakan media sosial atau media online dalam memenuhi setiap kebutuhannya. Seperti untuk belajar atau mencari informasi, jika generasi sebelumnya lebih gemar dnegan membaca buku, jurnal atau media cetak lainya. Generasi Z lebih menyenangi dengan membaca, mendengar melalui media online. Hamper

[20] Rachmat Kriyantono, "Teknik Praktis Riset Komunikasi," *Kencana Prenada Media Group,2008)*, 2008, 56, Jakarta.

semua informasi dan ilmu pengetahuan mereka dapatkan melalui media online.

Selain untuk informasi ilmu, media *smartphone* juga dapat memberi kemudahan berbelanja. Gen-Z kerap berselancar didunia maya untuk mendapatkan info terkait dengan makanan-makanan yang dianggap enak dan viral. Dengan mudah mereka dapat membeli dengan memesan makanan tersebut. Tanpa harus bersusah payah keluar rumah untuk membeli dan meng-antri.

Kemampuan Gen-Z mengelola dan mengaplikasikan berbagai media dan teknologi berbasis internet memang tidak bisa diremehkan. Bahkan mereka cenderung dapat diandalkan. Banyak informasi yang sudah didapatkan oleh Gen-Z yang ter update dengan begitu cepat. Beberapa contoh yang penulis kemukakan diatas merupakan Sebagian kecil dari kelebihan Gen-Z dalam memanfaatkan perkembangan teknologi komunikasi. Meskipun Bagai dua sisi yang tak dapat dipisahkan, teknologi tetap memberi dua dampak terhadap manusia yaitu dampak positif dan negative.

Jika dianalisis terhadap efektivitas komunikasi antarpribadi yang dilakukan gen-z melalui media. Maka penulis merujuk pada teori Devito bahwa efektivitas komunikasi antarpribadi dapat diukur melalui:

1. Keterbukaan

   Keterbukaan dalam komunikasi antarpribadi yang dimaksud oleh Devito adalah harus ada kesediaan untuk membuka diri atau mengungkapkan informasi yang biasanya disembunyikan, tetapi informasi tersebut dalam batas kewajaran untuk disampaikan. Dalam hal ini, Gen-Z merupakan generasi yang sangat terbuka. Hal ini mungkin disebabkan pergaulan dan pengetahuan mereka tentang dunia yang sangat luas. Dimana mereka saling mengenal, saling menyapa di media sosial padahal secara nyata mereka tidak saling mengenal.

   Gen-Z cenderung (secara umum) lebih mudah berinteraksi dan bersosialisasi dengan semua golongan usia. Mereka cenderung lebih dapat menyesuaikan situasi dan kondisi. Meskipun disisi lain, *smartphone* dapat menganggu proses

terjadinya komunikasi antarpribadi. Namun, Gen-Z dapat mengatasi hambatan dalam berkomunikasi tersebut.

Menurut Hasil wawancara bahwa, jika mereka menerima panggilan dari *smartphone*nya. Mereka terlebih dahulu mengangkat dengan meminta izin untuk menerima panggilan dari *smartphone*nya. Atau terkadang setelah menerima dan berkomunikasi dengan *smartphone* kemudian menjelaskan dan memberi pengertian kepada lawan bicaranya alasan panggilan *smartphone*nya diterima. "Saya akan meminta izin sama lawan bicara bahwa lagi ada orang nelpon atau berkata maaf ada telpon",[21]

Smartphone memang tidak terlepas dari Gen-Z, mereka menghabiskan hampir sebagian besar dari waktunya dengan media *smartphone*nya. Atau memanfaatkan untuk kebutuhan dan manfaat lain dari *smartphone*-nya. Keterbukaan Gen-Z terhadap pemanfaatan *smartphone* juga mampu dijelaskan dengan baik. Bahwa *smartphone* digunakan sebagai media komunikasi jarak jauh, sosial media, akses informasi dan untuk mengakses aplikasi kitab.[22] Bahwa *smartphone* tidak dapat dipisahkan dari kebutuhan hidup mereka karena sesuai dengan perkembangan zaman.

2. Empati

Empati merupakan kemampuan seseorang untuk merasakan apa yang sedang dirasakan oleh orang lain. Dalam hal ini, kemampuan pengirim dan penerima pesan dalam berkomunikasi. Sehingga proses komunikasi terus berlanjut dan efektif. Karena ada unsur saling memahami antar keduanya baik pengirim (komunikator) maupun penerima (komunikan) pesan. Sehingga dalam diri kita dapat memahami seseorang atau orang lain dengan baik.

Dalam proses komunikasi antarpribadi yang terjadi secara langsung *(face to face)* antara pengirim dan penerima yang selanjutnya salah seorang dari mereka menerima panggilan dari

[21] Multazam Al qaddaumi and Lhokseumawe, "Wawancara," n.d.
[22] Jannati, wawancara di Lhokseumawe, tanggal 7 Juli 2024.

*smartphone*nya. Menurut informan bahwa komunikasi tersebut tetap efektif. Artinya bahwa komunikasi akan berlanjut dan sesuai dengan tujuan yang diinginkan. Karena menurutnya, bahwa panggilan melalui smartphone tersebut pasti bersifat penting. "Bisa jadi itu sesuatu yg penting",[23] Jadi informan dapat memahami hal atau jika terjadi hal seperti itu.

Sikap memahami dan saling mengerti apapun yang terjadi dalam proses komunikasi antarpribadi yang menyebabkan tujuan dari komunikasi itu terwujud dan efektif. Karena dalam kondisi dan situasi perkembangan media teknologi yang begitu pesat. Fenomena tersebut tidak dapat dihindari. Pada akhirnya, menjadi kebiasaan yang sudah tidak dapat dihindari lagi dan menjadi hal yang biasa.

3. Sikap Mendukung (*supportive-ness*)

Dalam hubungan komunikasi antarpribadi yang terjadi antar Gen-Z berlangsung apa adanya. Artinya suasana komunikasinya bersifat spontan, apa adanya bukan disusun dan menggunakan strategi tertentu. Sehingga hubungan antarpribadi dalam proses komunikasi tersebut mengalir saja. Menghadirkan kesenangan dan ketenangan dalam proses komunikasinya.

Menurut informan jika memang ada gangguan dalam proses komunikasi antarpribadi seperti panggilan melalui *smartphone*. Maka diangkat saja (diterima panggilan). "Mungkin panggilan dari *smarphone* lebih penting dari pada pembicaraan dengan teman", [24]Karena terkadang berbicara dengan sesama teman hanya berbicara hal-hal yang tidak begitu urgen. Jikapun penting dapat dilanjutkan setelah menerima telepon tersebut. "Tidak apa-apa, karena setelah menerima panggilan bisa lanjut berbicara".[25]

4. Sifat Positif (positiveness)

[23] Raihan Achmad Gibran and Lhokseumawe, "Wawanara," n.d.
[24] wawancara di Lhokseumawe Jannati, "No Title," n.d.
[25] Fadhl ILahi, *Fadhilah Shalat Berjamaah* (Jakarta Timur: Istanbul, n.d.).

Perbedaan dalam berkomunikasi tampak pada cara dalam bersikap dan menunjukkan perasaan, tindakan dan lain sebagainya. Dalam berkomunikasi agar efektif maka kedua pelaku komunikasi harus menunjukkan sifat positif yaitu berprasangkan baik terhadap lawan bicara ataupun berkata baik (memberi respon baik). Sehingga proses komunikasi berlancara efektif dan efisien karena komunikan merasa nyaman, dihargai ketika aktivitas dan interaksi komunikasi berlangsung.

Jika sedang melakukan komunikasi antarpribadi secara langsung *(face to face)* tiba-tiba harus menerima panggilan dari *smartphone*, maka salah seorang informan memberikan jawabannya bahwa,"sebelum mengangkat alangkah baiknya untuk meminta maaf kepada lawan bicara serta memberi permisi untuk mengangkat telpon tersebut".[26]

Informan lain mengatakan bahwa, "saya menerima panggilan hanya untuk memastikan kabar penting saja. Setelah itu saya kembali fokus dengan lawan bicara saya". [27]Ini artinya, bahwa sebagai pelaku komunikasi ketika sedang berkomunikasi antarpribadi secara langsung (*face to face*) juga tidak dapat menghindari proses komunikasi antarpribadi melalui perantara media (*smartphone).*

5. Kesetaraan *(equality)*

Kesetaraan dalam proses komunikasi antarpribadi adalah pengakuan pelaku komunikasi baik komunikator atau komunikan bahwa keduanya sama. Artinya, tidak ada yang lebih dominan setara posisinya dalam proses komunikasi. Meskipun komunikator dan komunikan ada yang lebih pintar, kaya, lebih menarik, dan sebagainya. Tetapi dalam proses komunikasi mempunyai hak yang sama untuk menyampaikan dan menerima pesan.

Perbedaan usia, jabatan, status sosial dan sebagainya dalam proses komunikasi dapat diiringi dengan etika berkomunikasi

[26] Fitri Jauhari and Lhokseumawe, "Wawancara," n.d.
[27] "Falsya Marchanda Wawancara Di Lhokseumawe," n.d.

> bukan karena ada rasa dominan yang dapat menganggu proses terwujudnya komunikasi efektif. Menurut informan, pasti ada perbedaan dalam berkomunikasi antarpribadi antara guru, orang tua dan teman sebaya. Hal ini akan disesuaikan dengan etika komunikasi serta adab dan budaya yang berlaku. "Ada perbedaan karena kita sebagai umat Islam memiliki adab bagaimana berbicara dengan yang lebih tua, teman, dan lain-lain".[28]

TEMUAN

Ketika sedang berkomunikasi antarpribadi secara langsung (*face to face*) pada waktu yang bersamaan juga tidak dapat menghindari proses komunikasi antarpribadi melalui perantara media *(smartphone*). Dimana pada saat berkomunikasi, salah satu diantara keduanya komunikator atau komunikan mendapat panggilan dari *smartphone*nya. Hal ini tidak mengakibatkan komunikasi tidak efektif. Hal yang perlu diperhatikan adalah etika berkomunikasi dengan meminta izin atau meminta maaf terlebih dahulu kepada lawan bicara untuk menerima panggilan dari *smartphone*nya. Setelah itu komunikasi dilanjutkan kembali.

Dan fenomena komunikasi antarpribadi secara langsung sekaligus terjadi komunikasi antarpribadi secara tidak langsung (perantara *smarphone*) sudah menjadi kebiasaan biasa (budaya baru) yang sudah diterima dalam masyarakat.

KESIMPULAN

Generasi Z atau Gen-Z merupakan generasi yang hidup dalam perkembangan teknologi internet dan media sosial. Mereka kerap disebut dengan *"digital native*" yaitu generasi yang tumbuh dengan reformasi dan perkembangan teknologi digital. Generasi ini merupakan generasi yang banyak menghabiskan waktu bersama dengan jaringan internet dan media sosialnya.

Ketika sedang berkomunikasi antarpribadi secara langsung (*face to face*) pada waktu yang bersamaan juga tidak dapat menghindari proses

[28] wawancara di Lhokseumawe Jannati, "Wawancara," n.d.

komunikasi antarpribadi melalui perantara media *(smartphone*). Dimana pada saat berkomunikasi, salah satu diantara keduanya komunikator atau komunikan mendapat panggilan dari *smartphone*nya. Hal ini tidak mengakibatkan komunikasi tidak efektif dengan ditemukan adanya karakteristik komunikasi efektif yang dikemukakan oleh Devito yaitu keterbukaan, empati, sikap mendukung, sifat positif, keseteraan.

Hal yang perlu diperhatikan adalah etika berkomunikasi dengan meminta izin atau meminta maaf terlebih dahulu kepada lawan bicara untuk menerima panggilan dari *smartphone*nya. Setelah itu komunikasi dilanjutkan kembali.

Dan fenomena komunikasi antarpribadi secara langsung sekaligus terjadi komunikasi antarpribadi secara tidak langsung (perantara *smarphone*) sudah menjadi kebiasaan biasa (budaya baru) yang sudah diterima dalam masyarakat.

DAFTAR PUSTAKA

Devito, Joseph A. "The Interpersonal Communication Book." Hunter College, n.d.

Didik Dwi Prasetya. *Membuat Aplikasi Smartphone Multiplatform*. Jakarta: PT. Elex Media Komputindo, 2013.

"Falsya Marchanda Wawancara Di Lhokseumawe," n.d.

Gibran, Raihan Achmad, and Lhokseumawe. "Wawanara," n.d.

Hafied Cangara. "Buku Pengantar Komunikasi." *PT RajaGrafindo Persada*, 2009, 1. https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/58756905/Resensi_Buku_Pengantar_Ilmu_Komunikasi_Cangara-libre.pdf?1554070096=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DResensi_Buku_Pengantar_Ilmu_Komunikasi_C.pdf&Expires=1683629877&Signature=YZTR10aTbbr1Moj.

"Https://Jiip.Stkipyapisdompu.Ac.Id/Jiip/Index.Php/JIIP/Article/View/566/503," n.d. https://jiip.stkipyapisdompu.ac.id/jiip/index.php/JIIP/article/view/566/503.

ILahi, Fadhl. *Fadhilah Shalat Berjamaah*. Jakarta Timur: Istanbul, n.d.

Jannati, wawancara di Lhokseumawe. "No Title," n.d.

———. "Wawancara," n.d.

Jauhari, Fitri, and Lhokseumawe. "Wawancara," n.d.

Kriyantono, Rachmat. "Teknik Praktis Riset Komunikasi." *Kencana Prenada Media Group,2008)*, 2008, 56. Jakarta.

Liliweri, Alo. "Dasar-Dasar Komunikasi Antar Budaya." *Cet* 3 (n.d.).

Morisson. *Teori Komunikasi Individu Hingga Massa*. Jakarta: Kencana Prenadamedia Group, 2014.

Mufid, Muhammad. *Etika Dan Filsafat Komunikasi*. Jakarta: Prenada Media Group, n.d.

Muhajiir, Rina Oktaviyanthi, Ulfah Mey Lida, Nasikhin, Ahmad Muflihin, Muhamad Fatih Rusydi Syadzili, Nurul Nitasari, et al. *Implementasi Dan Problematika Merdeka Belajar*. *Akademia Pustaka*. Vol. 6, 2021.

Munir, M.Misbakul. *Islamic Finance For Gen-Z; Karakter & Kesejahteraan Finansial Untuk Gen-Z Penerapan Islamic Finance Sebagai Solusi*. Cv. Green Publisher, n.d.

Pallawagau, A. "The Impact of Organizational Culture, and Work Motivation on Employee Performance Through Employee Job Satisfaction PT. Kasmar Tiar Raya." *Management, Business and Social Science (IJEMBIS) Peer Reviewed-International Journal* 1, no. 1 (n.d.): 11–21. https://cvodis.com/ijembis/index.php/ijembis.

qaddaumi, Multazam Al, and Lhokseumawe. "Wawancara," n.d.

Restiviani, Yuliana. "PROSES PEMBENTUKAN SALING PENGERTIAN PADA JIWA KOMUNIKATOR DALAM KOMUNIKASI ISLAM." *Enlekturer* 1, no. 1 (2023): 37–52. https://journal.enliinstitute.com/index.php/ENLEKTURER%0APROSES.

Ridwan, Aang. *Komunikasi Antarbudaya*. Bandung: Pustaka Setia, 2016.

Royanulloh, Royanulloh, and Komari Komari. "Bulan Ramadan Dan Kebahagiaan Seorang Muslim." *Jurnal Psikologi Islam Dan Budaya* 2, no. 2 (2019): 51–62. https://doi.org/10.15575/jpib.v2i2.5587.

Saleh, Muhammad, Maria Ulfa Batoebara, and Kamaruzzaman Kamaruzzaman. "URGENSITAS TEKNORELIGION DALAM PESAN-PESAN AGAMA MELALUI TEKNOLOGI KOMUNIKASI." *Network Media* 4, no. 1 (March 2, 2021): 17–28. https://doi.org/10.46576/jnm.v4i1.1142.

Sugiarto. "Komunikasi Qur'ani Bagi Penanganan Anak Pada Pornografi Di Media Sosial." *El Madani : Jurnal Dakwah Dan Komunikasi Islam* 3, no. 01 (2022): 24–50.

https://doi.org/10.53678/elmadani.v3i01.718.

Sumakul, Nicolien Meggy, and Jimmy Lizardo. *Membangun Generasi Y Dan Z Sebagai Pemimpin Muda Kristen Di Era Revolusi Industri 4.0 Dan Society 5.0*. Surabaya: Scopindo Media Pustaka, n.d.

Suryanto. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Bandung: CV. Pustaka Setia, n.d.

T.Faizin. "Perspektif Komunikasi Antar Pribadi (Perspektif Mekanistik, Psikologis, Interaksi Dan Perspektif Pragmatis)." *Jurnal Al-Fikrah* 4, no. 1 (2015): 2015. https://garuda.kemdikbud.go.id/documents/detail/2620786.

Tatang, S. *Dinamika Komunikasi*. Bandung: Pustaka Setia, n.d.