

PENGARUH MEDIAMORFOSIS TERHADAP EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ANTARPRIBADI DALAM PENGUNGKAPAN DIRI PADA KALANGAN GENERASI Z DI KOTA TANGERANG SELATAN

KHAIRUNNISA AL-ARAF¹, ADE IRFAN
ABDURRAHMAN², ALAMSYAH³

¹ Student of Communication Studies Study Program,
Universitas Islam Syekh Yusuf Tangerang, Banten, Indonesia

^{2,3} Lecturers of Communication Studies Study Program,
Departement of Communication, Universitas Islam Syekh
Yusuf Tangerang, Banten 15118, Indonesia

e-mail : 0801030188@students.unis.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif bertujuan mengetahui apakah ada pengaruh penggunaan mediamorfosis terhadap efektivitas komunikasi antarpribadi dalam pengungkapan diri di kalangan generasi Z Kota Tangerang Selatan atau tidak adanya pengaruh penggunaan mediamorfosis terhadap efektivitas komunikasi antarpribadi dalam pengungkapan diri pada kalangan generasi Z Kota Tangerang Selatan, diantara dua variabel ini diuji sehingga menghasilkan variabel mana yang paling dominan terhadap pengaruh komunikasi antarpribadi. Penelitian ini juga menggunakan metode deskriptif kuantitatif di mana jumlah keseluruhan sampel penelitian berjumlah 100 responden. Responden dalam penelitian ini generasi Z di Kota Tangerang Selatan dengan usia antara 15 sampai 26 tahun. Pada penentuan sampel penelitian ini menggunakan Purposive Sampling dengan kriteria responden yang aktif menggunakan sosial media. Teknik pengumpulan data yang digunakan dengan memberikan pertanyaan berupa form kuesioner kepada para responden yang disebar melalui jejaring media sosial, baik Instagram, Twitter dan WhatsApp. Untuk membuktikan dan menganalisis hasil penelitian ini maka digunakan uji validitas serta reliabilitas dan juga dilakukan uji regresi linier berganda, uji f sampai uji t. Dan hasil penelitian menunjukkan bahwa secara simultan penggunaan mediamorfosis berpengaruh terhadap efektivitas komunikasi antarpribadi dalam pengungkapan diri pada kalangan generasi Z di Kota Tangerang Selatan. Hasil ini diperoleh dari uji hipotesa pada uji f di mana menghasilkan nilai $F_{hitung} \geq F_{tabel}$ ($73,954 \geq 3,10$). Dengan demikian hasil dari pengujian hipotesis pada uji f menunjukkan adanya pengaruh pada efektivitas komunikasi antarpribadi pada kalangan generasi Z di Kota Tangerang Selatan. Adapun pada uji korelasi variabel yang dilakukan menunjukkan hasil bahwa Pengaruh Mediamorfosis (X) memiliki nilai signifikansi sebesar 0,000 sedangkan Efektivitas Komunikasi Antarpribadi (Y) juga mendapatkan nilai signifikansi sebesar 0,000 dengan nilai korelasi antara Pengaruh Mediamorfosis (X) sebesar 0,656 dan Efektivitas Komunikasi Antarpribadi (Y) 0,656 yang menyatakan bahwa kedua variabel ini memiliki hubungan yang positif dengan korelasi yang kuat.

Keywords: Mediamorfosis, Komunikasi Antarpribadi, dan Efektivitas

1. PENDAHULUAN

Menurut hasil sensus yang dilakukan pada tahun 2020 menunjukkan bahwa jumlah penduduk Kota Tangerang Selatan berjumlah 1,35 juta jiwa dan sebanyak 964,01 ribu jiwa atau 71,18% yaitu kelompok usia produktif antara usia 15-64 tahun (Kusnandar, 2021) berdasarkan jenis kelamin sebanyak 678,16 ribu jiwa atau 50,07% berjenis kelamin laki-laki, sedangkan jenis kelamin perempuan ada pada kisaran 676,19 ribu jiwa atau 49,93%. Kelompok produktif di Kota Tangerang Selatan terdiri dari generasi Millennial dan Generasi Z, secara nasional saat ini Indonesia dihuni oleh 25,87% generasi Millennial dan 27,94% generasi Z dengan rentang usia sekitar 15-26 tahun (Rakhmah, 2021).

Penggolongan generasi mulai ramai dibicarakan pada akhir tahun 90. Generasi adalah suatu pembentukan sosial yang terdiri dari sekelompok orang dengan kesamaan usia dan pengalaman (National & Pillars, n.d.). Tapscott mengklasifikasikan beberapa golongan generasi antara lain, *silent gent*, *Baby boomers*, *Gen X*, *Millennials* dan *Gen Z*. Dewasa ini hadirnya generasi Z dengan keunikannya cukup menyita perhatian berbagai kalangan. Generasi yang lahir pada kisaran tahun 1995-2010 (Wijoyo et al., 2020) lahir dan tumbuh pada era teknologi yang semakin mapan sebutan lain dari mereka yaitu *iGeneration*, *generasi net*, atau *generasi internet* yang memiliki karakteristik yang berbeda jika

dibandingkan dengan generasi sebelumnya, generasi Z cenderung fasih akan teknologi dalam memenuhi kebutuhan informasi baik untuk pendidikan atau keseharian, mereka juga memiliki intensitas komunikasi yang tinggi di media sosial, generasi Z juga cenderung lebih ekspresif dalam menerima perbedaan kultur serta peduli akan lingkungan, yang paling menonjol dari generasi Z adalah sifat *multitasking* dan mereka cenderung tidak menyukai hal yang berbelit-belit. Generasi Z juga dianggap sebagai *fast switcher* dalam setiap tindakannya (Wijoyo et al., 2020).

Terlepas dari perkembangan serta pemahaman mereka dalam dunia teknologi, sayangnya generasi Z seringkali terputus konektivitas dalam dunia nyata. fenomena ini disebut dengan *komunikologi* atau ilmu yang mempelajari berbagai gejala sosial sebagai akibat dari proses komunikasi massa, komunikasi kelompok dan komunikasi antarpribadi atau interpersonal (Zis et al., 2021). Sejalan dengan pemikiran Roger Fidler tokoh penting dalam kajian komunikasi dan teknologi pada bukunya yang berjudul *Mediamorphosis: Understanding New Media* Roger menjelaskan adanya perubahan media konvensional ke media digital hal ini diakibatkan adanya hubungan timbal balik dan kebutuhan akan inovasi serta teknologi. Dalam *mediamorfosis* ada tiga babak besar dalam perkembangannya yaitu *spoken language*, *written language* dan *digital*

language yang akhirnya menjadi pola komunikasi manusia saat ini.

Secara nyata komunikasi diperlukan sebagai salah satu aspek harmonisasi dalam hubungan antarpribadi, komunikasi juga dianggap sebagai bagian dari esensi kehidupan. Dalam komunikasi antarpribadi secara umum adalah komunikasi antara individu yang dilakukan secara tatap muka (*face to face*). Menurut DeVito komunikasi antarpribadi yaitu komunikasi yang terjalin antara dua orang yang memiliki hubungan yang jelas seperti orang tua dan anak, guru dan murid, suami dan isteri, orang dalam wawancara dan sebagainya (DeVito, 2008). Adapun komunikasi antarpribadi akan menjadi komunikasi yang efektif ketika adanya tiga faktor pendukung antara lain, kepercayaan, sikap suportif dan terbuka (Sapril, 2011). Menurut Haring, saat ini manusia menghabiskan waktunya sebanyak tiga atau empat jam hanya untuk di depan komputer tetapi tidak untuk keluarga atau masyarakat (Severin, 2014) hal ini menjadi salah satu dampak yang terjadi akibat dari perkembangan teknologi.

Seperti contoh dalam kegiatan curhat antar teman, saat ini banyak generasi muda lebih memilih untuk menuangkan unek-unek kesedihannya di media sosial, dikutip dari (Kirnandita, 2017) hal ini dikarenakan karakteristik media baru yang memberikan akses respon yang cepat ketika seseorang menulis curhatannya di media sosial mereka mengharapkan seluruh perhatian

pengikutnya di media tertuju kepada si penulis, validasi eksternal ini dianggap sebagai ungkapan simpati dan dukungan sehingga saat ini curhat di media sosial menjadi pilihan yang sangat memuaskan bagi para penggunannya, berbeda ketika curhat secara tatap muka kadangkala sering mengalami distraksi sehingga timbul rasa kurangnya simpati dan dukungan.

Banyaknya perubahan yang terjadi setelah adanya teknologi berupa gawai dan media baru dalam kehidupan sosial, beberapa perubahan perilaku komunikasi generasi Z justru sulit untuk diprediksi dalam pengungkapannya, generasi Z juga cenderung menunjukkan penggunaan akan dua dunia yang berbeda antara dunia nyata maupun dunia maya. Melihat hal ini peneliti menganggap bahwa komunikasi generasi Z sedang dalam kondisi yang tidak baik mengingat generasi Z bahkan sudah dari awal dianggap sebagai generasi yang kurang mampu dalam komunikasi secara langsung. Penelitian ini bertujuan untuk melihat pengaruh mediamorfosis terhadap efektivitas komunikasi antarpribadi generasi Z di Kota Tangerang Selatan dalam ranah pengungkapan diri, apakah komunikasi antarpribadi dalam ranah pengungkapan diri secara langsung masih efektif untuk dilakukan pada kalangan generasi Z di Kota Tangerang Selatan atau generasi Z di Kota Tangerang Selatan justru menganggap komunikasi antarpribadi dalam ranah curhat secara langsung sudah tidak lagi efektif (kurang menarik).

2. METODE

Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan jenis korelasional dan paradigma penelitian yaitu positivisme. Menurut (Creswell, 2016) penelitian korelasional yaitu penelitian yang menggunakan metode statistic dalam mengukur pengaruh variabelnya. Pada penelitian ini penulis ingin melihat sejauh mana pengaruh mediamorfosis terhadap efektivitas komunikasi antarpribadi pengungkapan diri pada kalangan generasi Z di Kota

Tangerang Selatan.

Populasi pada penelitian ini berfokus pada populasi generasi Z atau usia produktif di Kota Tangerang Selatan yang berjumlah 964,01 ribu jiwa (Kusnandar, 2021). Berdasarkan dari kriteria responden yang peneliti tulis di atas maka, penulis menggunakan *quota sampling* dalam memperoleh sampel penelitian. *Quota Sampling* adalah teknik yang digunakan dalam menentukan sampel dan populasi yang memiliki ciri-ciri tertentu sampai jumlah yang digunakan terpenuhi (Sugiyono, 2018). Pada penelitian ini sampel diambil dengan derajat kepercayaan 90% dan tingkat kesalahan atau *margin of error* 10%. Maka jumlah sampel yang akan diteliti oleh penulis sebanyak 100 sampel. Analisis data yang akan dilakukan menggunakan bantuan perangkat lunak seperti SPSS versi 23 dan Software Microsof Excell 2013.

3. HASIL

Karakteristik Responden

Uji karakteristik dilakukan untuk mengetahui latar belakang responden itu sendiri. Jika dalam penelitian ini penulis melihat dari segi usia dan jenis kelamin. Adapun hasil yang didapatkan sebagai berikut:

Tabel 1.
Karakteristik dari Segi Usia

	Frequenc y	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 17	9	9,0	9,0	9,0
18	13	13,0	13,0	22,0
19	13	13,0	13,0	35,0
20	9	9,0	9,0	44,0
21	7	7,0	7,0	51,0
22	13	13,0	13,0	64,0
23	14	14,0	14,0	78,0
24	17	17,0	17,0	95,0
25	4	4,0	4,0	99,0
26	1	1,0	1,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Sumber: SPSS Versi 2.3

Dari hasil karakteristik usia responden dapat disimpulkan bahwa usia remaja yang mengalami pengaruh mediamorfosis ada pada usia 17 sampai 22 tahun sebanyak 64%, dan usia dewasa ada pada usia 23 sampai 26 tahun sebanyak 36%.

Tabel 2.
Karakteristik dari Jenis Kelamin
Sumber: SPSS Versi 2.3

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Laki-laki	40	40,0	40,0	40,0
Perempuan	60	60,0	60,0	100,0
Total	100	100,0	100,0	

Berdasarkan Tabel di atas memberikan gambaran bahwa dari 100 responden pada kalangan generasi Z di Kota Tangerang Selatan ada sebanyak 60%

Perempuan yang mengalami pengaruh mediamorfosis dan hanya sekitar 40% Laki-laki yang mengalami pengaruh mediamorfosis.

Uji Determinasi R²

Tabel 3.
Uji Determinasi R²
Model Summary^b
Sumber: SPSS Versi 2.3

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,656 ^a	,430	,424	3,85070

a. Prediktors: (Constant), EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ANTARPRIBADI

b. Dependent Variabel: PENGARUH MEDIAMORFOSIS (X)

Nilai koefisien determinasi yaitu nol dan satu. Nilai R² yang kecil berartikan kemampuan variabel-variabel independen dalam mempengaruhi variabel dependen amat terbatas. Jika nilai yang dihasilkan mendekati satu berarti variabel independen memberikan hampir semua informasi yang dibutuhkan dalam memprediksi variasi pada variabel dependen (Ghozali, 2016). Berdasarkan tabel diatas menunjukkan hasil uji koefisien determinasi diperoleh nilai Adjusted R² sebesar ,424 yang berarti bahwa variabel Pengaruh Mediamorfosis (X) mempengaruhi variabel Efektivitas Komunikasi Antarpribadi (Y) sebesar 42,4%.

		PENGARUH MEDIAMORFOSIS	EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ANTARPRIBADI
PENGARUH MEDIAMORFOSIS	Pearson Correlation	1	,656 ^{**}
	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
EFEKTIVITAS KOMUNIKASI ANTARPRIBADI	Pearson Correlation	,656 ^{**}	1
	Sig. (2-tailed)	,000	
	N	100	100

** . Correlation is significant at the 0.01 level (2-tailed).

Uji Korelasi

Tabel 4.
Correlations
Sumber : SPSS Versi 2.3

Pada tabel 4 tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut, jika nilai signifikansinya kurang dari 0,05 maka berkorelasi. Ataupun terdapat hubungan, jika nilai signifikansinya lebih dari 0,05 maka tidak berkorelasi atau tidak ada hubungan. Pada tabel diatas menunjukkan hasil pada Pengaruh Mediamorfosis memiliki nilai signifikansi 0,000 sedangkan untuk Efektivitas Komunikasi Antarpribadi nilai signifikansinya juga 0,000 dan dari hasil ini dapat dikatakan kedua variabel memiliki hubungan atau berkorelasi.

Dari tabel ini juga, kita bisa mengetahui bahwa nilai korelasi Pengaruh Mediamorfosis yaitu 0,656 dan untuk Efektivitas Komunikasi Antarpribadi yaitu 0,656 yang menandakan hubungan antara dua variabel yaitu positif. Kesimpulannya variabel X terhadap variabel Y memiliki korelasi dengan derajat hubungan yaitu korelasi kuat dan bentuk hubungannya positif.

4. PEMBAHASAN

Dalam bukunya (Roger, 1997) mengungkapkan bahwa terbentuknya teori mediamorfosis itu berasal dari tiga konsep yaitu koevolusi merupakan sifat dasar dari media dalam mewujudkan bahasa digital berisi kode-kode yang

menjadi aspek perubahan terbesar dalam evolusi manusia yaitu perkembangan bahasa lisan dan tulisan sebagai sistem komunikasi manusia. Bahasa digital inilah yang bertanggungjawab atas transformasi bentuk-bentuk media komunikasi yang ada. Kemudian konvergensi dianggap sebagai esensi dari evolusi besar pada media telekomunikasi. Ketika bentuk media komunikasi yang baru muncul maka bentuk yang lama bukan mati, melainkan terus berkembang dan beradaptasi.

Jika dilihat dari aspek keterbukaan, menunjukkan bahwa variabel X memiliki pengaruh terhadap tingkat keterbukaan generasi Z dalam berkomunikasi secara langsung. Komunikasi secara langsung yang penulis maksud yaitu pengungkapan diri atau dengan kata lain adalah "curhat" dan dari hasil kuesioner yang telah penulis sebarakan mendapatkan jawaban sebesar 65% generasi Z di Kota Tangerang Selatan setuju bahwa mereka merasa bebas dan terbuka untuk mengungkapkan keresahan hati di media sosial dibandingkan secara langsung.

Dalam ranah komunikasi antarpribadi memiliki hubungan yang baik menjadi salah satu kunci tersampainya pesan dengan efektif selain itu kita juga harus mampu memahami diri kita sendiri, orang lain dan lingkungan sekitar dengan begitu konsep kualitas seseorang juga akan tinggi dan akan semakin mudah untuk terbuka. Yang perlu digaris bawahi adalah keterbukaan dalam komunikasi antarpribadi dianggap sebagai

keterampilan diri dalam bersosialisasi, sedangkan keterampilan bersosialisasi saat ini bukan lagi keterampilan bersosial secara langsung melainkan secara digital dikutip dari (Mahdi, 2022) per tahun 2020 pengguna media sosial di Indonesia meningkat sebanyak 12,35% dan pengguna aktif di sosial media Indonesia saat ini tembus mencapai 191 juta user. Tak heran jika hasil penelitian yang dilakukan penulis mendapati sekitar 63% generasi Z di Kota Tangerang Selatan setuju bahwa mereka lebih sering menghabiskan waktunya untuk berkomunikasi di media sosial dan pengungkapan diri di media sosial menjadi kegiatan yang banyak dilakukan generasi Z dalam menyampaikan apa yang mereka rasakan.

Dilihat dari segi empati pada kalangan generasi Z di Kota Tangerang Selatan sekitar 65% merasa bahwa mereka dapat memahami situasi dan kondisi seseorang ketika bercerita di media sosial dibandingkan secara langsung. Dan sebanyak 76% generasi Z akan meluangkan waktunya untuk mendengarkan curahan hati seseorang di sosial media dibandingkan secara langsung begitupun sebanyak 65% generasi Z setuju merasa bahwa mereka lebih menghargai ketika seseorang bercerita di media sosial. Bahkan ada sekitar 53% generasi Z di Kota Tangerang Selatan yang menghabiskan waktunya lebih dari 15 menit bahkan sampai melewatkan waktu tidurnya hanya untuk mengecek media sosial.

Sejalan dengan teori mediamorfosis Roger Fidler mengatakan bahwa teknologi dan manusia akan terus berkembang dengan begitu mereka akan mempertahankan eksistensinya sebagai manusia yang berkomunikasi melalui teknologi ataupun secara langsung. Dalam pemahamannya tentu akan ada perbedaan, pola komunikasi yang terbentuk juga berbeda, dalam media sosial siapapun bisa mengekspresikan perasaannya dengan sedemikian rupa dan bisa menanggapi perasaan orang lain dengan lebih mudah. Terlebih media sosial menyajikan fitur anonim untuk para penggunanya sehingga baik dari si pelaku curhat atau si penerima curhat akan dengan senang hati menunjukkan apa yang mereka rasakan. Berbeda ketika harus bercerita secara langsung kita tidak bisa menutupi apa yang sebenarnya kita rasakan, karena menurut (DeVito, 2008) keterbukaan diri dianggap sebagai kesempatan yang diberikan oleh individu satu ke individu lainnya untuk saling memahami, ketika keterbukaan hanya terjadi di media sosial tentu pemahaman mereka akan lebih baik namun ketika di dunia nyata keterbukaan sulit untuk dilakukan bagaimana kita sebagai pendengar mampu mengerti apa yang mereka rasakan dan sampaikan terlebih saat ini banyak terjadinya distraksi gadget dan gangguan dalam komunikasi secara langsung.

Dalam ranah suportif, Dari hasil pernyataan yang dilontarkan terdapat sekitar 78% generasi Z yang setuju bahwa mereka selalu berusaha untuk

membuat orang lain merasa didengarkan ketika bercerita di media sosial, juga ada sekitar 70% generasi Z yang setuju bahwa dengan media sosial mereka merasa lebih mudah untuk memberi dukungan bagi siapapun, tetapi generasi Z di Kota Tangerang Selatan juga menyadari bahwa komunikasi melalui media sosial kerap terjadi kesalahpahaman walaupun persentase yang dihasilkan masih kalah jauh dibandingkan dengan angka yang tidak setuju mencapai 64%. Hal ini menggambarkan bahwa kebiasaan seseorang dalam berkomunikasi melalui media sosial membuat mereka berbeda dalam memahami satu dengan yang lainnya, Generasi Z di Kota Tangerang Selatan merasa lebih mudah ketika memahami seseorang di media sosial tentu ini terjadi karena mobilitas mereka lebih tinggi di media sosial dibandingkan mobilitas berkomunikasi secara langsung.

Dikutip dari (Dihni, 2022) Indonesia menempati posisi ke 10 sebagai Negara dengan mobilitas yang tinggi di media sosial, dan kembali pada penelitian sebelumnya yang dilakukan oleh Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021) tentang Pengaruh Perkembangan Teknologi Komunikasi yang menunjukkan hasil terdapatnya gangguan dalam komunikasi secara langsung pada generasi saat ini, jadi tidak heran jika mereka jauh lebih memahami komunikasi secara digital karena fokus mereka tidak akan terpecah antara gadget atau mendengarkan lawan bicara.

Dalam ranah sikap positif, ada sekitar 37% generasi Z yang setuju bahwa mereka sering mengecek sosial medianya hanya untuk mengetahui keadaan seseorang. Tetapi mereka juga setuju bahwa untuk mengecek keadaan seseorang harus bertemu secara langsung, hal ini dibuktikan dengan persentase sebesar 72% yang setuju akan pertanyaan ini. Bahkan generasi Z di Kota Tangerang Selatan juga setuju bahwa berkomunikasi di media sosial interaksi secara terbuka dan positif jauh lebih mudah dilakukan ini dibuktikan dengan persentase sebesar 53%, generasi Z juga setuju bahwa mereka selalu memberikan perhatian yang baik kepada lawan bicaranya ketika sedang bercerita secara langsung hal ini digambarkan dengan persentase sebesar 46%.

Dari hasil ini dapat dilihat sebesar apapun pengaruh mediamorfosis terhadap efektivitas komunikasi antarpribadi pada kalangan generasi Z di Kota Tangerang Selatan nyatanya mereka masih memiliki intensitas yang baik dalam memberikan perhatian secara langsung. Jika dibandingkan pada pertanyaan sebelumnya yang menyatakan bahwa generasi Z di Kota Tangerang Selatan lebih mendengarkan seseorang yang bercerita di media sosial justru dari segi sikap positif ternyata mereka juga masih memberikan perhatian yang baik ketika ada seseorang yang bercerita secara langsung.

Dalam ranah kesetaraan hasil dari penelitian ini menunjukkan bahwa variabel X mempengaruhi tingkat kesetaraan

seseorang, dari hasil kuesioner yang disebarakan menunjukkan bahwa sebesar 49% generasi Z setuju jika mereka tidak membedakan perhatian ketika seseorang bercerita baik itu secara langsung atau di media sosial, mereka juga senang untuk berdiskusi dan mendengarkan cerita siapapun baik itu secara langsung atau di media sosial sebesar 57%, dan generasi Z di Kota Tangerang Selatan juga tidak pernah meremehkan orang lain ketika bercerita secara langsung, meskipun sebesar 60% mereka tidak menyukai komunikasi secara tatap muka, bahkan ada sekitar 56% generasi Z yang menganggap bahwa orang yang bercerita secara langsung tetap memiliki nilai karena menurut mereka setara itu tidak selalu sama, tetapi mampu memahami dan menghargai perbedaan yang ada dan statement ini mendapatkan hasil sebesar 61%, dengan begitu dapat dikatakan bahwa setinggi apapun pengaruh mediamorfosis terhadap efektivitas komunikasi antarpribadi yang terus terjadi, nyatanya generasi Z di Kota Tangerang Selatan masih memiliki intensitas yang tinggi untuk saling menghargai satu dengan yang lainnya.

Persamaan ditulis menggunakan format rata tengah dan diberi nomor yang ditulis di dalam kurung yang ditempatkan di margin kanan dari baris persamaan tersebut. Persamaan sebaiknya dituliskan menggunakan *MS Equation* pada *MS Word*. Persamaan (1) menunjukkan contoh penulisan persamaan.

$$s = v.t \quad (1)$$

5. KESIMPULAN

Kesimpulan dari rumusan masalah yang telah diteliti oleh penulis mendapatkan hasil bahwa tingkat pengaruh dari penggunaan mediamorfosis terhadap perilaku komunikasi generasi Z di Kota Tangerang Selatan sangat tinggi dari hasil perhitungan uji hipotesa mendapatkan nilai sebesar 8,600 dengan signifikansi sebesar ,000. Yang berartikan pengaruh penggunaan mediamorfosis terhadap efektivitas komunikasi antarpribadi bernilai positif. nilai korelasi antara dua variabel X dan Y menunjukkan hasil sebagai berikut, Pengaruh Mediamorfosis yaitu 0,656 dan nilai Efektivitas Komunikasi Antarpribadi juga 0,656 yang menandakan bahwa terdapat hubungan antara dua variabel yang positif. Kesimpulannya variabel X terhadap variabel Y memiliki korelasi dengan derajat hubungan korelasi yang kuat dan bentuk hubungannya yang positif.

DAFTAR PUSTAKA

Creswell, W. J. (2016). *RESEARCH DESIGN* (1st ed.). PUSTAKA PELAJAR.

DeVito, J. a. (2008). The Interpersonal Communication Book. In *PsycCRITIQUES* (Vol. 32). <http://repository.usu.ac.id/bitstream/123456789/29067/4/Chapter II.pdf>

Dihni, V. A. (2022). *Peringkat Negara dengan Rata-rata Pengguna Media Sosial Terlama* (2022). <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2022/05/09/warga-ri-main-medsos-3-jam-per-hari-ini-peringkat->

globalnya#:~:text=Indonesia menempati posisi ke-10,mencari hiburan%2C serta memperoleh informasi.

- Ghozali, I. (2016). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23* (Cetakan ke). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.
- Kirnandita, P. (2017). *Mengapa Orang Curhat di Media Sosial*. <https://tirto.id/mengapa-orang-curhat-di-media-sosial-cB2t>
- Kusnandar, V. B. (2021). *Jumlah Penduduk Kota Tangerang Selatan Menurut Kelompok Usia (2020)*. <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/10/sebanyak-71-penduduk-tangerang-selatan-berusia-produktif-pada-2020>
- Mahdi, M. I. (2022). *Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta pada 2022*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-capai-191-juta-pada-2022>
- National, G., & Pillars, H. (n.d.). *TEORI PERBEDAAN GENERASI. 1952*, 123–134.
- Rakhmah, D. N. (2021). *Gen Z Dominan, Apa Maknanya bagi Pendidikan Kita?* https://pskp.kemdikbud.go.id/front_2021/produk/artikel/detail/3133/gen-z-dominan-apa-maknanya-bagi-pendidikan-kita
- Roger, F. (1997). *Mediamorfosis. Bentang Budaya*.
- Sapril. (2011). (2)Komunikasi Interpersonal Pustakawan. *Iqra'*, 05(01), 6–11. <http://repository.uinsu.ac.id/634/1/%282%29KOMUNIKASI INTERPERSONAL PUSTAKAWAN.pdf>

- Severin, W. J. (2014). *Communication Theories: Origins, methods, & uses in the mass media* (Ed.5, Cet.). http://library.fis.uny.ac.id/opac/index.php?p=show_detail&id=7015
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Kuantitatif* (1st ed.). ALFABETA, CV.
- Wijoyo, H., Indrawan, I., Cahyono, Y., Handoko, A. L., & Santamoko, R. (2020). *Generasi Z & Revolusi Industri 4.0* (Issue July). https://www.researchgate.net/publication/343416519_GENERASI_Z_REVOLUSI_INDUSTRI_40
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>