



Submit Date: 12 Januari 2024 Accepted Date: 13 Maret 2024 Published Date: 17 April 2024

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

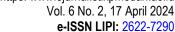
KHAIRUNNISA AL-ARAF1, ADE IRFAN ABDURRAHMAN², ALAMSYAH³

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 diperolah dari uji hipotesa pada uji f di mana menghasilkan nilai $F_{hitung} \ge F_{tabel}$ (73,954 ≥ 3,10). Dengan demikian hasil dari pengujian hipotesis pada uji f menunjukan 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





JURNAL ILMIAH ILMU KOMUNIKASI COMMUNIQU

Published Date: 17 April 2024 Submit Date: 12 Januari 2024 Accepted Date: 13 Maret 2024

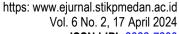
1. PENDAHULUAN

Menurut hasil sensus yang dilakukan pada tahun 2020 menunjukkan bahwa penduduk Kota jumlah 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 kelamin perempuan ada pada kisaran 676,19 ribu jiwa atau 49,93%. Kelompok produktif di Kota Tangerang Selatan terdiri dari generasi Millenial Generasi Z, secara nasional saat ini Indonesia dihuni oleh 25,87% generasi Millennial dan 27,94% generasi Z dengan rentang usia sekitar 15-26 (Rakhmah, 2021).

Penggolongan generasi mulai ramai dibicarakan pada akhir tahun 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 informasi kebutuhan 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 \mathbf{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 Understanding New *Mediamorphosis:* menjelaskan Media Roger 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







Published Date: 17 April 2024 Submit Date: 12 Januari 2024 Accepted Date: 13 Maret 2024

language yang akhirnya menjadi pola komunikasi manusia saat ini.

Secara nyata komunikasi diperlukan sebagai salah satu aspek harmonisasi hubungan antarpribadi, dalam komunikasi juga dianggap sebagai bagian dari esensi kehidupan. Dalam komunikasi antarpribadi umum secara adalah komunikasi antara individu yang dilakukan secara tatap muka (face to **DeVito** Menurut komunikasi face). antarpribadi yaitu komunikasi 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). 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 menunjukan 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 mediamorfosis pengaruh terhadap efektivitas komunikasi antarpribadi Z di Kota generasi 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 Kota Tangerang Selatan justru komunikasi menganggap antarpribadi dalam ranah curhat secara langsung sudah tidak lagi efektif (kurang menarik).





Submit Date: 12 Januari 2024 Accepted Date: 13 Maret 2024 Published Date: 17 April 2024

2. METODE

Metode penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan jenis korelasional dan paradigma penelitian vaitu positivisme. Menurut (Creswell, 2016) penelitian korelasional vaitu 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 vang 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 vang digunakan dalam menentukan sampel dan populasi yang memiliki cirritertentu sampai jumlah 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	Percent	Valid	Cumulative
	у	Percent	Percent	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

ſ						Cumulative
L			Frequency	Percent	Valid Percent	Percent
ſ	Valid	Laki-laki	40	40,0	40,0	40,0
1		Perempuan	60	60,0	60,0	100,0
1		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%



https: www.ejurnal.stikpmedan.ac.id Vol. 6 No. 2, 17 April 2024 e-ISSN LIPI: 2622-7290



Submit Date: 12 Januari 2024 Accepted Date: 13 Maret 2024 Published Date: 17 April 2024

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

			Adjusted R	Std. Error of the
Model	R	R Square	Square	Estimate
1	,656°	,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 berarti variabel satu independen memberikan hampir semua informasi vang dibutuhkan dalam memprediksi variasi variabel pada dependen (Ghozali, 2016). Berdasarkan menunjukan diatas hasil koefisien determinasi diperoleh nilai Adjusted R² sebesar ,424 yang berarti bahwa variabel Pengaruh Mediamorfosis (X) mempengaruhi variabel Efektivitas Komunikasi Antarpribadi (Y) sebesar 42,4%.

			EFEKTIVITAS
		PENGARUH	KOMUNIKASI
		MEDIAMORFO	ANTARPRIBA
		SIS	DI
PENGARUH	Pearson Correlation	1	,656"
MEDIAMORFOSIS	Sig. (2-tailed)		,000
	N	100	100
EFEKTIVITAS	Pearson Correlation	,656**	1
KOMUNIKASI	Sig. (2-tailed)	,000	
ANTARPRIBADI	N	100	100

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

Uji Korelasi

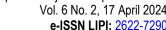
Tabel 4. Correlations Sumber : SPSS Versi 2.3

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 hubungan. Pada tabel diatas menunjukan pada Pengaruh Mediamorfosis signifikansi memiliki nilai 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 Efektivitas untuk Komunikasi Antarpribadi yaitu 0,656 yang hubungan menandakan antara dua variabel vaitu 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





JURNAL ILMIAH ILMU KOMUNIKASI COMMUNIQU

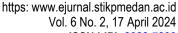
Published Date: 17 April 2024 Submit Date: 12 Januari 2024 Accepted Date: 13 Maret 2024

menjadi aspek perubahan terbesar dalam evolusi manusia yaitu perkembangan bahasa lisan dan tulisan sebagai sistem komunikasi manusia. Bahasa digital bertanggungjawab inilah yang atas transformasi bentuk-bentuk media komunikasi ada. Kemudian yang 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, menunjukan bahwa variabel X memiliki terhadap tingkat keterbukaan pengaruh generasi Z dalam berkomunikasi secara langsung. Komunikasi secara langsung penulis maksud yaitu pengungkapan diri atau dengan kata lain adalah "curhat" dan dari hasil kuesioner yang telah penulis sebarkan 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 diri di media sosial pengungkapan 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 \mathbf{Z} akan meluangkan waktunya untuk mendengarkan curahan hati seseorang di sosial media dibandingkan secara langsung begitupun sebanyak 65% generasi Z setuju merasa bahwa mereka menghargai lebih ketika seseorang bercerita di media sosial. Bahkan ada sekitar 53% generasi Z Tangerang Selatan yang menghabiskan waktunya lebih dari 15 menit bahkan melewatkan waktu hanya untuk mengecek media sosial.



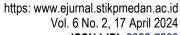


Published Date: 17 April 2024 Submit Date: 12 Januari 2024 Accepted Date: 13 Maret 2024

Sejalan dengan teori mediamorfosis Fidler Roger 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 perasaanya 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 menunjukan 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 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 sosial media kerap terjadi kesalahpahaman walaupun persentase dihasilkan masih kalah 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 menunjukan terdapatnya hasil gangguan dalam komunikasi secara langsung pada generasi saat ini, jadi tidak heran jika mereka jauh lebih memahami komunikasi secara digital karena fokus mereka tidak terpecah antara gadget mendengarkan lawan bicara.





JURNAL ILMIAH ILMU KOMUNIKASI COMMUNIQU

Submit Date: 12 Januari 2024 Accepted Date: 13 Maret 2024 Published Date: 17 April 2024

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%.

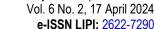
Dari hasil ini dapat dilihat sebesar apapun pengaruh mediamorfosis terhadap efektivitas komunikasi antarpribadi pada kalangan generasi Z di Kota Tangerang Selatan nyatanya mereka masih memiliki intensitas yang baik dalam memberikan perhatian secara langsung. Jika dibandingkan pada pertanyaan sebelumnya 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 menunjukan bahwa variabel X mempengaruhi tingkat kesetaraan

seseorang, dari hasil kuesioner yang disebarkan menunjukan 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 generasi Z yang ada sekitar 56% 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 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 penulisan contoh persamaan.

s = v.t (1)







JURNAL ILMIAH ILMU KOMUNIKASI

Accepted Date: 13 Maret 2024

Published Date: 17 April 2024

5. KESIMPULAN

Submit Date: 12 Januari 2024

Kesimpulan dari rumusan masalah yang telah diteliti oleh penulis hasil mendapatkan 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 menunjukan hasil sebagai berikut, Pengaruh Mediamorfosis yaitu 0,656 dan nilai Efektivitas Komunikasi Antarpribadi 0,656 juga yang menandakan bahwa terdapat hubungan dua variabel yang 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/datap ublish/2022/05/09/warga-ri-mainmedsos-3-jam-per-hari-iniperingkat-

- globalnya#:~:text=Indonesia menempati posisi ke-10,mencari hiburan%2C memperoleh serta informasi.
- Ghozali, I. (2016). Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Program IBM SPSS 23 (Cetakan ke). Badan Penerbit Universitas Dipoenogoro.
- Kirnandita, P. (2017). Mengapa Orang Curhat Media Sosial. di https://tirto.id/mengapa-orangcurhat-di-media-sosial-cB2t
- Kusnandar, V. B. (2021).Jumlah Penduduk Kota Tangerang Selatan Menurut Kelompok Usia (2020). https://databoks.katadata.co.id/datap ublish/2021/09/10/sebanyak-71penduduk-tangerang-selatanberusia-produktif-pada-2020
- Mahdi, M. I. (2022). Pengguna Media Sosial di Indonesia Capai 191 Juta 2022. https://dataindonesia.id/digital/detail /pengguna-media-sosial-diindonesia-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/genz-dominan-apa-maknanya-bagipendidikan-kita
- Roger, F. (1997).Mediamorfosis. Bentang Budaya.
- Sapril. (2011).(2)Komunikasi Interpersonal Pustakawan. Igra', 05(01), 6-11. http://repository.uinsu.ac.id/634/1/% 282%29KOMUNIKASI **INTERPERSONAL** PUSTAKAWAN.pdf

Vol. 6 No. 2, 17 April 2024



JURNAL ILMIAH ILMU KOMUNIKASI

Published Date: 17 April 2024 Submit Date: 12 Januari 2024 Accepted Date: 13 Maret 2024

- Severin, W. J. (2014). Communication Theories: Origins, methods, & uses in the mass media (Ed.5, Cet.). http://library.fis.uny.ac.id/opac/inde x.php?p=show_detail&id=7015
- Sugiyono. (2018). Metode Penelitian Kuantitatif (1st ed.). ALFABETA,
- Wijoyo, H., Indrawan, I., Cahyono, Y., Handoko, A. L., & Santamoko, R. (2020). Generasi Z & Revolusi Industri 4.0 (Issue July). https://www.researchgate.net/public ation/343416519_GENERASI_Z_R EVOLUSI_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.v5i 1.15550