

# Generasi Z dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi dalam Perspektif Budaya Jawa

Lintang Citra Christiani<sup>1</sup>, Prinisia Nurul Ikasari<sup>2</sup>

Universitas Tidar<sup>1,2</sup>

Jalan Kapten Suparman 39, Potrobangsari, Magelang Utara, 56117

E-mail: [lintang.citra@untidar.ac.id](mailto:lintang.citra@untidar.ac.id)<sup>1</sup>, [prinisia.nurul@untidar.ac.id](mailto:prinisia.nurul@untidar.ac.id)<sup>2</sup>

**Abstract:** *So far, generation Z stick to the stereotypes of antisocials, instant, lazy, and difficult to communicate with older generation. Generational differences often cause problems because each generation is attached to certain ideal values that are very likely to be different from one another. This study aims to understand the communication style of generation Z in Magelang City and the maintenance of relationships with previous generations (baby boomers, X, and Y generations). The theory of generation development, the concept of communication style, and relationship maintenance theory are used as analysis tools. This study uses a qualitative descriptive research type with a phenomenological approach to explain the social phenomena. The results show that Generation Z avoids the dominant style of communication. “Ngemong” then becomes the key as well as the middle way for the older generation to maintain a harmonious relationship with generation Z. Generation Y can act as an intermediary for both generation X and baby boomers towards the minding process in maintaining relations between generations.*

**Keywords:** *generation Z, communication style, ngemong*

**Abstrak:** *Selama ini generasi Z lekat dengan stereotip antisosial, serba instan, dan sulit berkomunikasi dengan generasi terdahulu. Perbedaan generasi seringkali menimbulkan masalah karena setiap generasi lekat dengan nilai-nilai ideal tertentu yang sangat mungkin berbeda satu sama lain. Penelitian ini berupaya memahami gaya komunikasi generasi Z di Kota Magelang dan pemeliharaan relasi dengan generasi baby boomers, X, dan Y. Teori perkembangan generasi, konsep gaya komunikasi, serta relationship maintenance theory digunakan sebagai pisau analisis. Penelitian ini menggunakan tipe penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi untuk menjelaskan fenomena sosial yang dikaji. Hasil penelitian menunjukkan, generasi Z menghindari gaya komunikasi dominan yang mengontrol dan penuh aturan. “Ngemong” menjadi kunci sekaligus jalan tengah bagi generasi yang lebih senior untuk memelihara hubungan harmonis dengan generasi Z. Generasi Y dapat menjadi perantara bagi generasi X maupun baby boomers menuju proses minding dalam pemeliharaan relasi antargenerasi.*

**Kata kunci:** *generasi Z, gaya komunikasi, ngemong*

## **Pendahuluan**

Perbedaan generasi selalu menjadi isu yang didiskusikan dalam masyarakat. Setiap generasi memiliki karakteristik unik yang kemudian menentukan proses komunikasi yang berlangsung dalam berbagai konteks. Perbedaan generasi juga seringkali menimbulkan masalah karena setiap generasi lekat dengan nilai-nilai ideal tertentu yang sangat mungkin berbeda satu sama lain. Lokasi sosial Indonesia dengan latar belakang kultur kolektivistik yang selalu berorientasi pada kelompok, menempatkan perbedaan generasi sebagai isu yang penting.

Jika sebelumnya kita hanya mengenal generasi tua dan generasi muda yang didasari oleh tahun kelahiran serta perasaan senasib dalam pengalaman perjalanan sejarah, generasi kini berkembang dalam kategori baby boomers, generasi X (tahun lahir antara 1961-1980), generasi Y (tahun lahir 1990-1995), dan generasi Z (1995-2010). Pengelompokan ini adalah pengelompokan berdasarkan kesamaan rentang tahun lahir, lokasi, serta peristiwa-peristiwa yang memengaruhi secara signifikan kehidupan kelompok tersebut. Artinya generasi adalah kelompok individu yang mengalami peristiwa yang sama dalam kurun waktu yang sama (Putra, 2016: 125). Generasi baby boomers sering disebut sebagai generasi

veteran yang disiplin dan berorientasi pada waktu. Generasi X dikenal mampu menerima perubahan, mengutamakan citra, dan pekerja keras. Kemudian Y memiliki ciri-ciri sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi dan pola komunikasi yang terbuka.

Generasi yang menjadi sorotan tentu saja generasi yang muncul di akhir, paling tidak dalam kurun waktu sampai dengan 2019, yaitu generasi Z yang sering disebut sebagai *igeneration* atau generasi internet. Generasi internet bertumbuh dan berkembang seiring dengan digitalisasi di berbagai aspek. Mereka ahli dalam mengoperasikan berbagai media teknologi (*digital natives*) dan memiliki karakter unik *multi-tasking* yang membedakan dengan generasi sebelumnya. Bencsik dan Machova (2016: 42) menulis, karena berbarengan dengan digitalisasi, generasi Z sangat cepat dalam mengakses informasi sekaligus cepat pula dalam bereaksi atas gelombang informasi yang melingkupinya. Generasi Z tumbuh cerdas, terampil menggunakan teknologi, kreatif, dan kritis.

Digitalisasi dan bangkitnya generasi internet ini memberikan tantangan pada berbagai bidang. Perusahaan media massa misalnya, berjuang melakukan konvergensi media dan mengembangkan dirinya dengan platform digital untuk dapat beradaptasi

dengan perkembangan internet dan generasi Z sebagai salah satu konsumennya. Kemudian masyarakat luas turut pula mengubah pola bermedia dari membaca koran menjadi membaca portal berita online melalui gawai pribadinya. Generasi Z diduga sebagai salah satu faktor yang menyebabkan matinya media cetak (Zuhra, 2017).

Selain media massa, berbagai industri juga mengubah strategi marketingnya untuk menarik minat generasi Z. Pola komunikasi konvensional tidak lagi dipakai dan diterapkan strategi baru yang sesuai dengan gaya komunikasi generasi Z (Ramadhan dan Simanjuntak, 2018: 243). Demikian juga dengan institusi pendidikan yang memanfaatkan e-learning dan mengubah pola pembelajaran bagi peserta didik yang adalah generasi Z. Selain itu, pemerintah dalam berbagai kebijakannya juga menempatkan generasi Z sebagai pusat atau sasaran berbagai programnya, seperti Kota Layak Anda dan Kota Layak Pemuda. Kota Magelang adalah salah satu kota yang konsen pada pemenuhan hak anak melalui program-program Kota Layak Anak tersebut, dibuktikan dengan diraihnya apresiasi kategori Nindya (Amani, 2019). Generasi Z dianggap sebagai simbol masa depan. Majunya sebuah bangsa, salah satunya ditandai dengan terpenuhinya hak individu

dalam kelompok generasi tersebut. Agar berbagai kebijakan dapat tepat sasaran, tentu saja dibutuhkan teknik komunikasi yang tepat dengan generasi Z tersebut.

Sementara itu, bersamaan dengan bangkitnya generasi Z, terjadi banyak peristiwa yang terkait dengan etika komunikasi. Pilihan komunikasi yang banyak digunakan oleh generasi Z adalah FaceTime atau aplikasi panggilan video. Ketika sudah berinteraksi melalui aplikasi atau media sosial, generasi ini menganggap dirinya telah berkomunikasi secara tatap muka. Anggapan tersebut bisa jadi membuat generasi ini tidak terampil dalam berkomunikasi secara face to face karena keinginan yang serba instan (Fourhooks, 2015). Kondisi ini disusul dengan banyaknya keluhan dari orang tua maupun guru atas perilaku komunikasi anak generasi Z. Tulisan dari seorang guru pada laman RakyatPos.com mengeluhkan mengenai buruknya etika siswa masa kini (generasi Z) yang tidak menghargai gurunya. Kecenderungan siswa beretika buruk dapat dikatakan darurat untuk menjadi perhatian karena seringkali telah mengarah pada kekerasan (Keliat, 2019).

Para dosen juga banyak mengeluhkan cara berkomunikasi mahasiswa yang adalah bagian dari generasi Z. Tidak mengherankan jika di kampus-kampus saat ini banyak

dipasang himbauan tata krama tentang etika menghubungi dosen yang tidak pernah menjadi masalah pada generasi-generasi sebelumnya (Indrawan, 2017). Dari berbagai peristiwa yang menyertai generasi Z tersebut, muncul banyak stereotip yang kemudian melekat pada generasi ini, yaitu susah diatur, serba instan, egois, malas, dan kurang bisa bersosialisasi dengan orang yang lebih tua.

Di sisi yang lain, harus tercipta pemahaman bersama (*mutual understanding*) dalam proses komunikasi di berbagai konteks yang menyertakan generasi Z di dalamnya supaya kehidupan sosial berjalan dengan harmonis. Setiap generasi memiliki gaya komunikasi yang unik sehingga masing-masing generasi harus beradaptasi dengan gaya komunikasi yang berbeda tersebut. Gaya komunikasi adalah seperangkat perilaku antar pribadi yang digunakan dalam situasi tertentu. Gaya komunikasi menentukan bagaimana seorang individu mempersepsi peran dirinya, membangun relasi dengan orang lain, serta menentukan efektivitas sebuah komunikasi. Gaya komunikasi ini bahkan seringkali lebih penting daripada konten informasi yang akan disampaikan (Liliweri, 2011: 308).

Jumlah generasi Z adalah 34,05% dari populasi dunia dan 33% dari jumlah penduduk di Indonesia atau setidaknya

mencapai 80 juta orang. Dengan jumlah yang demikian besar, generasi Z dengan segala peristiwa yang menyertainya, akan menjadi masa depan bangsa. Penelitian-penelitian sebelumnya mengenai karakteristik generasi Z telah dilakukan di berbagai negara, termasuk di Indonesia. Penelitian dari Diena Dwidienawati dan Dyah Gandasari (2018: 250-252) memperlihatkan bahwa generasi Z di Indonesia berbeda dengan karakteristik generasi Z di US. Generasi Z di Indonesia masih mengedepankan *face to face* sebagai bentuk komunikasi yang penting untuk dilakukan. Kultur menentukan cara berkomunikasi, yang berarti gaya komunikasi generasi Z di Indonesia bisa begitu spesifik. Penelitian ini bertujuan untuk memahami gaya komunikasi generasi Z di Kota Magelang dan memahami pemeliharaan relasi antara generasi Z dengan generasi-generasi terdahulunya.

### **Generasi Z dalam Teori Generasi**

Dalam perkembangan komunikasi di mana teknologi menjadi hal yang tidak dapat terpisahkan dalam kehidupan dunia modern kita mengenal beberapa generasi yang dikenal dalam teori generasi. Pembagian tersebut terkait dengan beberapa asumsi mengenai rentang waktu atau umur, juga terkait pengalaman sejarah yang sama.

Definisi generasi secara teoritikal memang terkait dengan sekelompok orang yang memiliki kesamaan umur, lokasi, pengalaman sejarah maupun kejadian dalam diri individu tersebut (Kupperschmidt, dalam putra; 2016). Oblinger (2005) mencoba mengelompokan generasi kedalam 5 kategori utama, yakni:

- Matures, yakni generasi yang memiliki angka kelahiran kurang dari tahun 1946.
- Baby Boomers, yakni generasi yang lahir ditahun 1947-1964.
- Generation Xers atau generasi X, yakni generasi yang lahir ditahun 1965-1980.
- Gen-Y atau NetGen, yakni generasi yang memiliki angka kelahiran direntang tahun 1981-1995.
- Post Millenials, yang merupakan generasi dengan angka kelahiran direntang tahun 1995 hingga sekarang.

Dalam penelitian sebelumnya oleh Lancaster dan Stillman (2002) terlihat bahwa konseptualisasi generasi hingga saat ini secara garis besar dapat dikelompokan menjadi tiga subgenerasi besar (Putra, 2016:128) yakni:

Tabel 1.1 Perbedaan Generasi

Faktor	Baby Boomers	Generation Xers	Millennial Generation
<i>Attitude</i>	Optimis	Skeptis	Realistis
<i>Overview</i>	Generasi ini percaya pada adanya peluang, dan seringkali terlalu idealis untuk membuat perubahan positif didunia. Mereka juga kompetitif dan mencari cara untuk melakukan perubahan dari sistem yang sudah ada	Generasi yang tertutup, sangat independen dan punya potensi, tidak bergantung pada orang lain untuk menolong mereka	Sangat menghargai perbedaan, lebih memilih bekerja sama daripada menerima perintah, dan sangat pragmatis ketika memecahkan persoalan
<i>Work Habits</i>	Punya rasa optimis yang tinggi, pekerja keras yang menginginkan penghargaan secara personal, percaya pada perubahan dan perkembangan diri sendiri.	Menyadari adanya keragaman dan berpikir global, ingin menyeimbangkan antara pekerjaan dengan kehidupan, bersifat informal, mengandalkan diri sendiri, menggunakan pendekatan praktis dalam bekerja, ingin bersenang – senang dalam bekerja, senang bekerja dengan teknologi terbaru	Memiliki rasa optimis yang tinggi, fokus pada prestasi, percaya diri, percaya pada nilai-nilai moral dan sosial, menghargai adanya keragaman.

Hasil penelitian dari Bencsik & Machova (2016) menunjukkan bahwa terdapat perbedaan yang signifikan antara generasi Z dan generasi lainnya, yakni faktor utama yang menjadi pembeda adalah penguasaan informasi dan teknologi. Bagi generasi Z informasi dan teknologi adalah hal yang sudah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari mereka (Putra, 2016: 122). Elisabeth Santosa (2015) mengemukakan bahwa:

Generasi Net adalah generasi yang lahir setelah tahun 1995, atau lebih tepatnya setelah tahun 2000. Generasi ini lahir saat internet mulai masuk dan berkembang pesat dalam kehidupan manusia. Generasi ini tidak mengenal masa saat telepon genggam belum

diproduksi, saat mayoritas mainan sehari-hari masih tradisional (Raising Children in Digital Era, 2015: xxiii). Hal ini baik secara langsung atau tidak langsung sangat berpengaruh pada perkembangan perilaku dan kepribadian diri generasi tersebut dalam menjalani kehidupan sehari-hari.

### **Gaya Komunikasi**

Dalam komunikasi selain isi dari komunikasi yang penting untuk diperhatikan adalah mengenai gaya komunikasi. Dalam komunikasi gaya komunikasi menurut Ali Liliweri dapat didefinisikan sebagai interaksi yang dilakukan oleh seseorang secara verbal maupun nonverbal atau ciri khas seseorang dalam mempresepsikan dirinya ketika berinteraksi dengan orang lain (2015: 255). Aspek-aspek Gaya Komunikasi menurut Norton (2006) (dalam Hutapea, 2016):

- a. *Dominan*, komunikator dominan dalam berinteraksi, biasanya cenderung komunikator ingin menguasai komunikasi.
- b. *Dramatic*, dalam hal berkomunikasi menggunakan unsur kiasan dan cenderung melebih-lebihkan.
- c. *Animated Expressive*, warna dalam berkomunikasi seperti adanya kontak mata, ekspresi wajah, dan gestur.

- d. *Open*, komunikator bersikap terbuka dan ini menimbulkan rasa percaya diri dalam komunikasi dua arah.
- e. *Argumentative*, komunikator cenderung senang berargumentasi dan agresif.
- f. *Relaxed*, komunikator mampu bersikap positif dan saling mendukung.
- g. *Impression style*, komunikator mampu membentuk kesan pada komunikan.
- h. *Friendly*, komunikator bersikap sopan dan ramah saat sedang melakukan komunikasi.
- i. *Precise*, komunikator membicarakan suatu konten yang tepat dan akurat dalam komunikasi secara lisan.

### **Konsep Relationship Maintenance**

Dalam komunikasi menjalin hubungan antar komunikator merupakan salah satu hal yang harus diperhatikan guna efektivitas pesan. Ada sepuluh elemen dalam proses pemeliharaan hubungan menurut Canary (2003: 133), yakni :

1. *Positivity* adalah sikap membuat interaksi yang menyenangkan atau memberikan pujian.
2. *Openness* adalah berbicara dan mendengarkan orang lain, dimana

- partisipasi komunikasi saling membuka diri dan bertukar pikiran.
3. *Assurances* adalah sikap memberikan kepastian atau jaminan tentang komitmen pasangan.
  4. *Sharing tasks* adalah sikap melakukan tugas dan pekerjaan yang relevan dalam hubungan bersama-sama.
  5. *Social networks* adalah sikap menghabiskan waktu untuk berkomunikasi dan berkenalan dengan orang-orang disekitar pasangan.
  6. *Joint activities* adalah sikap melakukan kegiatan dan menghabiskan waktu bersama.
  7. *Mediated communication* adalah sikap berkomunikasi menggunakan media telepon, teknologi, kartu, maupun surat.
  8. *Avoidance* adalah sikap menghindarkan diri dari pasangan komunikasi dalam situasi atau isu tertentu.
  9. *Antisocial* adalah sikap yang tidak ramah atau menggunakan kekerasan pada pasangan. Contohnya, membuat pasangan merasa bersalah, lalu menunjukkan sikap tidak ramah

ketika pasangan tidak memberikan perhatian.

10. *Humor* adalah sikap menggunakan berbagai macam humor untuk membuat suasana menjadi menyenangkan.

Teknologi dalam perkembangannya mempengaruhi kehidupan individu dalam berkomunikasi. Untuk itu diperlukan cara pemeliharaan hubungan dalam komunikasi guna efektivitas pesan yang akan disampaikan.

### **Metode Penelitian**

Tipe penelitian yang digunakan oleh peneliti adalah penelitian deskriptif kualitatif dengan pendekatan fenomenologi. Tipe penelitian tersebut bertujuan untuk memaparkan keadaan subjek dalam lingkup pengalamannya. Peneliti berusaha untuk masuk ke dalam dunia konseptual para subjek yang diteliti sedemikian rupa sehingga mengerti apa dan bagaimana suatu pengertian yang dikembangkan oleh peneliti di sekitar peristiwa dalam kehidupan sehari-hari. Peneliti menggunakan tipe penelitian ini karena peneliti ingin mencoba melihat dan kemudian mendeskripsikan gaya komunikasi generasi Z di Kota Magelang.

Pendekatan fenomenologis menggunakan analisis yang mengarah pada

penggambaran (descriptions) serta pemberian makna-makna (interpretations) dari gejala yang diteliti. Dalam pandangan fenomenologi ini, peneliti berusaha memahami arti peristiwa dan kaitan-kaitannya terhadap orang-orang yang berada dalam situasi-situasi tertentu. Fenomenologi menganggap pengalaman yang aktual sebagai data tentang realitas yang dipelajari.

Data primer dari penelitian di lapangan berupa hasil pengamatan peneliti dengan terlibat langsung ke dalam lingkungan generasi Z. Data primer ini juga akan didukung dengan wawancara dengan generasi Z terkait dengan cara memelihara hubungan dengan generasi-generasi sebelumnya. Kemudian data sekunder berupa studi literatur dari jurnal, buku serta sumber informasi dari media massa.

Subjek penelitian ini adalah generasi Z yaitu usia antara 9 tahun sampai dengan 24 tahun dengan pembagian dalam 3 kelompok, yakni kelompok usia 9-13 tahun, kelompok usia 14-18 tahun, dan kelompok 19-24 tahun di Kota Magelang. Penentuan ini dilakukan karena peneliti ingin melihat bagaimana gaya komunikasi pada 3 kelompok anak, remaja awal. Teknik pengumpulan data yang juga digunakan dalam penelitian ini ialah melalui wawancara secara mendalam dan terbuka

(indepth interview) dengan subyek penelitian.

Teknik analisis data yang digunakan dalam penelitian ini adalah teknik analisis data kualitatif yang mengacu pada metode penelitian fenomenologi dari von Ecksrtberg (dalam Moustakas, 1994: 15-16). Ia menjelaskan langkah-langkah dalam analisis fenomenologi yakni perumusan pertanyaan penelitian, data yang menghasilkan situasi (teks pengalaman kehidupan), membuat narasi yang bersifat deskriptif yang menjabarkan hasil dialog atau wawancara dengan subjek yang melakukan interpretasi terhadap gaya komunikasi generasi Z. Selanjutnya dilakukan analisis, interpretasi, dan konfigurasi makna.

### **Hasil dan Pembahasan**

Globalisasi membawa dampak yang cukup signifikan pada proses perubahan sosial masyarakat, karena isu mengenai globalisasi selalu mendapatkan perhatian besar sejak beberapa abad belakangan ini. Globalisasi mewujud dalam revolusi informasi, yang mana ledakan informasi terjadi luar biasa dari berbagai wilayah di dunia. Ledakan informasi yang masif tersebut mampu menimbulkan dampak pada pemerataan informasi di berbagai wilayah. Konsekuensinya terjadinya proses perubahan



budaya di seluruh dunia. Munculnya keseragaman budaya yang kini terjadi di hampir seluruh wilayah di dunia. Budaya di dunia menjadi tanpa tapal batas (*the borderless world*). Menolak atau menghindari globalisasi seolah tidak mungkin dilakukan karena sama saja dengan melepaskan diri dari kehidupan masyarakat dunia.

Kemajuan teknologi komunikasi informasi dan perkembangan ilmu pengetahuan yang pesat di setiap wilayah di dunia yang dibangun oleh masyarakat memunculkan kebutuhan-kebutuhan baru akan informasi. Proses perubahan budaya juga jelas membawa konsekuensi pada proses perubahan pola perilaku, tata nilai dan juga sikap pada setiap individu masyarakat. Jika melihat dampak yang ditimbulkan dalam kehidupan sosial, globalisasi menciptakan egalitarianisme, di bidang budaya yang mana hal itu memicu munculnya “internationalization of culture” (Nugroho dalam Rifa, 2014: 1). Kultur internasional yang memiliki kecenderungan yang sama. Globalisasi menyebabkan terjadinya kompleksitas isu dan nilai yang menyebar dan menjadi bersifat universal (Battersby dan Siracusa 2009: 59). Tata nilai yang dulu mengalami perbedaan di setiap wilayahnya kini menjadi sama. Apa yang dianggap

penting dalam masyarakat dengan adanya globalisasi tata nilai itu berubah menjadi tata nilai baru yang lebih universal, seragam dan sama. Perubahan tata nilai ini jelas terjadi seiring dengan perkembangan generasi manusia. Sebagai dampak dari globalisasi tata nilai yang dimiliki generasi sekarang juga mengalami perubahan dengan generasi sebelumnya.

Penting pada dasarnya memahami perilaku, kebiasaan, komunikasi generasi saat ini karena Generasi Z adalah generasi masa depan. Generasi Z menurut Blakley (dalam Fromm, 2017) merupakan generasi yang paling beragam dan unik, yang tidak bisa disamakan dengan generasi sebelumnya yakni milenial. Walaupun keduanya sering disebut disamakan dengan menyebutnya sebagai generasi *gadget*, di mana *gadget* atau gawai menjadi bagian yang tidak bisa dipisahkan darinya. Namun pada dasarnya mereka secara jelas memiliki perbedaan signifikan pada gaya komunikasi dalam kehidupan sosialnya.

Jika generasi milenial merupakan generasi yang masih suka mengagungkan era sebelum internet di mana bagi mereka bisokop, film, dan beberapa hal lainnya yang ada di generasi 90-an merupakan hal yang menarik, hal itu tidak bagi generasi setelahnya. Bagi generasi Z, era internet

justru mengubah gaya konsumsi media mereka. Internet menjadi sumber utama untuk belajar tentang apa yang sedang terjadi di dunia baik untuk tujuan hiburan, bergembira, relaksasi, untuk sekedar melupakan masalah, menghilangkan kesepian, juga untuk mengisi waktu sebagai mana kebiasaan mereka ketika mengisi waktu dengan teman atau keluarga (Severin dan Tankard, 2005). Bagi mereka, dunia menonton yang menarik adalah apa pun yang letaknya begitu dekat dengan genggaman tangan mereka, seperti melalui *smartphone*. Kemudian bagi generasi Z fleksibilitas dan mobilitas menjadi ciri utama bagaimana mereka bisa menggandrungi sebuah produk.

Generasi Z mengalihkan semua media yang biasa dilihat dalam bentuk manual ke dunia virtual. Penelitian dengan generasi Z yang dilakukan oleh Rastati (2018: 69) misalnya menyebutkan bahwa generasi ini lebih mudah mencerna dan mengingat pesan yang disampaikan melalui video. Hal ini jelas membawa perbedaan dalam kehidupan bersosialisasi antar generasi. Gayanya yang bebas dan selalu senang akan fleksibilitas dalam beberapa hal Generasi Z jelas memiliki karakter yang berbeda dengan generasi sebelumnya. Generasi yang memang sejak lahir sudah memiliki keakraban dengan teknologi ini

mampu menciptakan karakter yang lebih global dari generasi-generasi sebelumnya. Karenanya jika dilihat dari segi karakter dan tata nilai generasi ini memang memiliki kecenderungan karakter untuk berani “melawan arah tradisional”.

Teknologi jelas memiliki pengaruh pada perubahan tata nilai dalam bersosialisasi serta mengubah banyak gagasan mengenai lingkungan tempat tinggal generasi ini. Generasi Z berani menerobos pola-pola pikir tradisional untuk kembali diinterpretasikan ulang menjadi nilai baru (Adam dalam Khasali, 2017). Hal ini tidak mengherankan, perkembangan teknologi mampu menjadikan generasi ini memang tergolong dalam generasi terdidik. Generasi yang sebagian besar menikmati pendidikan ketingkat yang lebih tinggi dibandingkan dengan generasi lainnya, sehingga hal itu juga mampu membentuk karakter generasi yang lebih toleran pada isu-isu ras, seksualitas, dan keberagaman antar etnis. Dengan demikian keterbukaan pikiran jelas dimiliki oleh generasi Z ini.

Kemudian dari hasil penelitian sebelumnya juga dalam pandangan terhadap hakekat hidup generasi ini, selalu yakin, optimistik, percaya diri, menginginkan hal yang simpel, dan segala sesuatunya serba instan (Wahana, 2015:18). Selain itu jika

generasi sebelumnya menerjemahkan dirinya berdasarkan gender, ras, agama, dan orientasi seksual, generasi Z tidak menjadikan hal-hal tersebut menjadi indikator dalam komponen identitas mereka (Tulgan dalam Rastati, 2018:64). Bahkan terkadang mereka mampu mendefinisikan identitas mereka melalui komponen yang dianggap menarik seperti melalui selebgram atau influencer di media sosial yang beragam. Karenanya menjalin relasi secara global melalui dunia virtual menjadi pembeda yang signifikan bagi generasi ini dengan generasi lain di atasnya. Perlu disadari bahwa keberadaan mereka kini memasuki usia cukup dewasa dan tak lama mereka akan memasuki fase menjadi pemimpin dunia sehingga memang dunia harus bersiap memasuki era baru dimana generasi milenial akan menua dan generasi Z yang akan menggantikannya. Menurut Tapscott (2013) jika kita memahami generasi internet ini, maka sebenarnya kita akan memahami masa mendatang (Rastati, 2018:63).

Penelitian mengenai generasi Z sebelumnya telah banyak dilakukan dengan beberapa temuan yang menarik dan memiliki persamaan dengan temuan dalam penelitian ini. Generasi Z tidak bisa lepas dari teknologi komunikasi dan media sosial. Selain itu, selebgram dan para influencer dengan citra

positif dianggap sebagai salah satu panutan dalam membentuk identitas, berperilaku, dan berkomunikasi. Hal ini terjadi karena para influencer tersebut dapat menyampaikan banyak hal dengan bahasa yang sederhana dan setara dengan mereka (Rastati, 2018: 70). Hal ini juga menjadi temuan dalam penelitian ini, yang mana anak-anak generasi Z membentuk identitasnya dengan mengambil hal-hal yang dianggap pas dengan kepribadian dan pengalaman mereka. Tidak hanya satu influencer saja yang dijadikan panutan, melainkan banyak influencer sekaligus dengan mengambil karakter-karakter yang dianggap sesuai dengan diri mereka.

Intensitas penggunaan internet dari generasi ini sangat tinggi, tetapi pada saat yang sama generasi Z juga lebih aware dengan perlindungan data diri pribadi, keamanan berinternet daripada generasi-generasi sebelumnya. Paling tidak generasi Z lebih memiliki pemahaman dan kepedulian terhadap keamanan dalam berselancar di internet daripada generasi milenial. Seperti kita ketahui bahwa kepedulian generasi milenial (Y) terhadap prosedur keamanan di media sosial sangat rendah. Kesadaran akan keamanan berinternet, termasuk pengaturan privasi akan muncul ketika ada pengalaman atau mendapat ancaman di media sosial

(Revilia dan Irwansyah, 2020: 12). Generasi Z sudah memiliki kesadaran mengenai hal tersebut, memahami konteks dalam bermedia sosial, dan memahami kemungkinan-kemungkinan kejahatan cyber yang dapat terjadi.

Generasi Z tertarik dengan sesuatu yang dianggap baru, unik, dan *out of the box*, sangat percaya diri karena akses informasi yang lebih cepat sehingga mengetahui situasi yang terjadi di sekitar mereka, termasuk apa yang sedang tren. Oleh karena itu, ada anggapan bahwa *igeneration* ini *ngeyel* dan terus mengajukan argumen ketika sedang dinasihati oleh generasi di atasnya. Generasi Z lebih terbuka dalam pemikiran dan lebih toleran dengan keberagaman dalam kehidupan bermasyarakat meskipun mereka lebih individualis (Purwani dan Kertamukti, 2020: 2). Dalam penelitian ini, temuan-temuan senada juga terlihat.

Terkait dengan hasil penelitian, *igeneration* ini tidak memiliki gaya khusus dalam berkomunikasi, melainkan hanya menghindari gaya komunikasi dominan yang mengontrol dan penuh aturan. Secara bersamaan dan juga bergantian, mereka memakai gaya komunikasi yang santai, terbuka, dan bersahabat. Norton (dalam Ri'aeni, 2014: 166) menyampaikan bahwa gaya komunikasi tersebut mengarah pada

ketenangan dan kesenangan, dukungan kepada orang lain serta umpan balik yang positif. Generasi Z selalu menginginkan komunikasi yang egaliter serta memberikan ruang bagi partisipasi. Setiap partisipan komunikasi dapat memberikan gagasan dan pendapatnya dalam suasana tanpa tekanan dan santai.

Ada beberapa temuan-temuan baru yang didapatkan dari penelitian ini dan berbeda atau mungkin belum dijelaskan pada banyak penelitian sebelumnya yang sejenis. Generasi Z nyaman untuk memulai komunikasi dengan teman baru melalui media sosial dan ruang virtual lainnya. Hal ini berkebalikan dengan generasi-generasi sebelumnya yang justru banyak memulai sebuah relasi secara tatap muka. Setelah itu menjadi tidak masalah ketika komunikasi dengan teman baru tersebut dilanjutkan melalui media sosial atau berbagai aplikasi virtual lainnya.

Generasi Z sangat terbuka untuk menjalin relasi dengan teman-teman baru dari berbagai wilayah. Di dunia maya, *Instagram* contohnya, jika diamati tidak banyak posting foto maupun video sehingga *feed*-nya sedikit. Mereka memiliki kebiasaan untuk membersihkan *feed* sehingga apa yang tampak adalah sesuatu yang masih tren atau sesuai dengan situasi saat itu. Misalnya,

tahun lalu berfoto dan bergaya di pinggir pantai sempat menjadi trend. Namun saat ini tidak lagi karena tren berubah pada moment bersepeda. Foto-foto yang dianggap sudah dianggap kuno dan *alay*, akan dihapus dari media sosialnya. Aktivitas di *story Instagram* yang sifatnya otomatis hilang selama 24 jam, justru lebih banyak dilakukan daripada mengisi *feed*.

Generasi Z banyak memiliki *friends* dan *followers* di media sosial. Demikian juga ketika posting foto maupun video, likes dan comment juga terisi. Namun pertemanan yang tampak dalam media sosial tersebut tidak seperti dalam kehidupan nyata. Berdasarkan data penelitian, *inner circle* pertemanan mereka cukup terbatas. Hanya sekitar, hanya lima hingga sepuluh orang saja yang dianggap sebagai sahabat dan kurang dari 20 orang yang disebut sebagai teman di realitas nyata, selebihnya dianggap sebagai kenal.

Generasi Z juga memisah-misahkan komunikasi dalam setiap konteks ke dalam ruangnya masing-masing. Rumah merupakan tempat yang nyaman untuk berkomunikasi dengan anggota keluarga. Kemudian media sosial merupakan ruang bagi generasi Z dan peer group-nya untuk berkomunikasi. Ketika anggota keluarga masuk ke ruang virtualnya, rajin memberikan komentar dalam postingan

*Instagram*, *retweet* melalui *twitter*, dan sebagainya, maka akan timbul perasaan tidak nyaman dari generasi ini.

Konflik yang terjadi antargenerasi biasanya berkaitan dengan perbedaan nilai-nilai atau apa yang dianggap penting bagi masing-masing generasi yang tentu berbeda. Konsisten dengan gaya komunikasi yang egaliter, generasi Z ini tidak menyukai teguran langsung yang berupa nasihat dan berkesan menggurui. Ketika hal itu terjadi, mereka tidak langsung merespon, melainkan menghindar, mengambil waktu untuk berpikir, mencari pendapat dan dukungan dari teman, kemudian kembali untuk berdamai. Sebaliknya, jika teguran disampaikan dalam dialog dan diskusi, generasi internet ini akan menerima teguran tersebut.

Selain itu, konsep kesopanan juga membawa pada temuan yang menarik. Generasi yang lebih senior, generasi veteran, *baby boomers* maupun generasi X memiliki konsep kesopanan yang kuat dan menjunjung tinggi etika saat berkomunikasi, seperti diam mendengarkan ketika orang yang lebih tua sedang berbicara, tidak segera memberikan respon, serta menunjukkan keseriusan dengan fokus dan tidak sambil mengerjakan pekerjaan lain. Hierarki penting dan perlu diperhatikan. Sementara generasi Z begitu

multi tasking sehingga ketika berkomunikasi, bisa jadi mereka berinteraksi sambil tetap menggunakan perangkat gawai, mengetik atau update status dan pada saat yang sama mereka memahami pesan yang disampaikan.

Konsep kesopanan yang dipahami oleh generasi Z adalah mengerjakan apa yang menjadi kewajibannya. Hal ini yang seringkali menjadi masalah dalam komunikasi antargenerasi. Namun demikian bukan berarti generasi ini antipasti terhadap generasi yang lebih senior. Tidak sedikit generasi Z yang mengidolakan generasi senior. Data memperlihatkan bahwa beberapa memiliki guru favorit dari generasi X dan *baby boomers* justru bukan dari generasi yang dekat dengan usia mereka. Mereka menyampaikan bahwa guru-guru tersebut dapat menjadi panutan dan mereka juga nyaman kalau di-*emong*.

Pembahasan mengenai komunikasi generasi Z dengan generasi-generasi di atasnya perlu dimulai dari konteks budaya tempat generasi tersebut hidup bermasyarakat. Penelitian ini dilakukan di Kota Magelang yang masih kental dengan budaya Jawa. Perilaku antisosial yang sering disebutkan dalam penelitian-penelitian terdahulu contohnya, yang mengaitkan ketergantungan penggunaan gawai oleh generasi Z dengan keinginan untuk

menyendiri dengan dunianya, ternyata tidak terjadi sepenuhnya. *Igeneration* di Kota Magelang juga tidak bisa lepas dari media dan kemudian selalu membutuhkan waktu menyendiri. Namun demikian karena ikatan dengan anggota keluarga yang begitu kuat, generasi Z ini tetap berbagi waktu untuk keluarga, membantu orang tua, serta melakukan kewajiban-kewajibannya di dalam rumah.

Masyarakat Indonesia, dalam hal ini di Jawa, hidup dalam keterikatan yang kuat dengan keluarga, tetangga, maupun kerabat. Kepentingan kelompok ditempatkan sebagai prioritas yang utama dalam kehidupan. Hal ini menentukan proses komunikasi yang berlangsung sekaligus gaya komunikasi yang digunakan oleh generasi Z di Kota Magelang, baik dalam pengambilan keputusan, membentuk makna, maupun menangani konflik. Edward Hall (dalam Nam, 2015: 378) menyampaikan bahwa dalam budaya *high context*, komunikasi dipenuhi dengan pesan-pesan tersembunyi (implisit), termasuk bahasa tubuh, keheningan, nada suara, dan kebiasaan sosial. Bahkan keheningan dan “diam” memiliki makna dalam komunikasi. Dalam *high context culture*, terdapat norma untuk tidak menyampaikan apa pun yang akan melukai perasaan atau mengancam muka orang lain.

Dalam konteks budaya konteks tinggi atau kultur kolektivistik, *power distance* menjadi salah satu aspek yang muncul dalam relasi antarmanusia. Jarak kekuasaan ini mengacu pada distribusi kekuasaan yang tidak setara dalam berbagai level hierarki (Wurtz, 2015:280). Seperti yang kita ketahui bahwa dalam tradisi Jawa, ada norma-norma (*unggah ungguh*) tertentu dalam berkomunikasi yang masih dipegang dalam kehidupan sehari-hari. Contohnya lebih bersikap pasif ketika berbicara kepada orang yang lebih tua, membungkukkan badan ketika hendak lewat di depan orang tua, menyebut orang yang lebih tua dengan sebutan mas, mbak, Bapak, Ibu, dan sebagainya. Dalam etika Jawa, unggah-ungguh dikaitkan dengan komunikasi (berbicara) dan berperilaku yang terus menunjukkan sikap hormat kepada orang lain sesuai dengan kedudukannya. Salah satu tolok ukur baik dan tidaknya seseorang dilihat dari unggah-ungguh tersebut (Lafiyaningtyas, 2016: 5).

Prinsip hormat merupakan salah satu prinsip pokok yang mengatur interaksi antarmanusia. Suseno (dalam Idrus, 2012: 124) menjelaskan bahwa prinsip hormat ini dibangun dengan pemahaman bahwa hubungan dalam bermasyarakat diatur secara hierarkis. Keteraturan tersebut terus dijaga

oleh masing-masing individu dengan bersikap, termasuk berkomunikasi sesuai dengan derajat dan kedudukannya. Anak dalam keluarga Jawa sejak kecil dididik untuk bersikap hormat serta memiliki perasaan wedi dan sungkan terhadap tindakan yang tidak tepat.

Generasi Z mengalami kebingungan mengenai apa yang sebenarnya membuat mereka nyaman dalam berkomunikasi. Pada satu sisi ingin ada kesetaraan, tetapi di sisi lain mengharapkan ada bimbingan dan ayoman. Generasi Z ingin komunikasi yang lebih setara dan kebebasan tetapi pada saat yang sama tetap ingin menjaga unggah ungguh ketika berkomunikasi dengan orang yang lebih tua. Tentu hal ini banyak dipengaruhi oleh konteks budaya tempat mereka tumbuh dan berkembang. Seperti yang telah disebutkan di awal bahwa generasi Z justru memiliki guru favorit yang berasal dari generasi senior (*baby boomers* dan generasi X). Hal ini dilatarbelakangi oleh gaya komunikasi “ngemong” kepada generasi Z. Ngemong kemudian menjadi kunci sekaligus jalan tengah bagi generasi yang lebih senior untuk memelihara hubungan harmonis dengan generasi Z.

Ngemong atau among, menurut kamus bahasa Jawa berarti memberikan perhatian atau memelihara, menuntun, dan

mendidik dengan penuh kasih sayang. Keeler (dalam Subandi, 2015: 66) menulis bahwa di budaya Jawa praktek *ngemong* banyak digunakan dalam pengasuhan. *Ngemong* merupakan cara ideal untuk dekat secara emosional dengan anak. Dengan di-*emong*, anak merasa tenang, damai, dan hangat secara emosional (*tentrem*). Ciri utama dari praktik *ngemong*, yakni menunjukkan sikap toleran dan pemenuhan kebutuhan partisipan, sebuah penerimaan yang positif.

Uichol Kim, Kuo Shu-Yang, dan Kwang Kuo Hwang (dalam Hakim, Yuniarti, Thontowi, dan Kim, 2012: 6) menuliskan bahwa Asia Timur membangun struktur sosial lewat pendekatan emosional. Pola komunikasi yang berlangsung dalam masyarakat Asia Timur mengarah pada penguatan orientasi kepada kelompok, penerimaan otoritas, saling ketergantungan, dan penghindaran konflik. Hal-hal tersebut dianggap sebagai cara untuk menciptakan fondasi bagi keharmonisan kelompok.

Semboyan yang muncul dari pemikiran Ki Hadjar Dewantara (dalam Wardani, 2010: 233-234) barangkali bisa menjadi pegangan juga bagi generasi senior untuk membangun serta memelihara relasi yang harmonis dengan generasi Z. *Ing madya mangun karsa*, ketika berada diantara orang-orang yang lebih muda, baik guru, kakak,

orang tua, maupun pemimpin harus menciptakan ide, membangun motivasi dan semangat. *Ing ngarsa sung tulada*, generasi atas harus menjadi dan memberikan teladan, memberikan contoh perkataan dan tindakan yang terpuji. *Tut wuri handayani*, artinya mengikuti dan mendorong dari belakang serta memberikan pengaruh. Dalam proses ini pengawasan terus dilakukan, tetapi ada ruang kebebasan bagi generasi muda untuk berkarya, berekspresi, menyampaikan pendapat, dan menjadi merdeka.

Konsep *tut wuri handayani* sejalan dengan karifan lokal *ngemong*. Dalam konteks komunikasi dengan generasi Z, ketika konsep *ngemong* ini dipraktikan berarti pengembangan kreativitas dan kebebasan berekspresi menjadi sesuatu yang penting. Ki Hadjar Dewantara menyebutnya sebagai pembimbingan berdasar kasih sayang yang membawa pada kemerdekaan lahir dan batin. Generasi Z banyak menyampaikan bahwa generasi *baby boomers* dan generasi X masih ketat dengan berbagai aturan yang bersumber pada generasinya masing-masing kemudian menerapkannya pada generasi mereka. Apa yang boleh dan tidak boleh dilakukan, ditentukan berdasarkan cara pandang generasi di atasnya. Sementara situasi masa



ini sudah banyak berubah dengan adanya globalisasi.

Dari penelitian ini tampak bahwa perubahan budaya karena adanya globalisasi telah membuat banyak perubahan besar dalam kehidupan, termasuk dalam berkomunikasi. Namun pada saat yang sama budaya pula yang menjadi penengah, budaya yang dapat menyelamatkan keselarasan hubungan antargenerasi. Dalam budaya kolektivistik seperti di Jawa khususnya, ada dua prinsip yang dipegang dalam interaksi antarmanusia, yaitu hormat dan kerukunan. Dalam kedua prinsip tersebut, terdapat upaya untuk mengatur supaya kepentingan diri tidak mengganggu keselarasan sosial. Situasi yang diharapkan adalah situasi yang tenang dan tanpa perselisihan yang berarti (Geertz dalam Idrus, 2012: 123). Berkaitan dengan hal ini, ada konsekuensi etis yang berlaku dalam berkomunikasi, yang mana generasi Z juga kemudian banyak menghindari konflik untuk mendukung prinsip keselarasan ini dapat berjalan. Kompromi dilakukan dalam penyelesaian konflik yang artinya masing-masing partisipan komunikasi berkorban, merelakan dirinya untuk tidak sepenuhnya mendapatkan hak dan keinginannya.

Generasi senior bisa menjadi seorang pamong yang menerapkan praktik ngemong untuk memelihara relasi dengan generasi

internet ini. Dalam memelihara sebuah hubungan, paling tidak elemen *positivity*, *openness*, *assurances*, dan *sharing tasks* (Adams dan Baptist, 2012: 233-234). Kenyataannya, keterbukaan justru bisa berpotensi untuk menyakiti perasaan partner komunikasi dalam sebuah hubungan. Hal ini bisa terwujud jika ada iklim kepercayaan (*trust*) di dalamnya. Kepercayaan atau *trust* merupakan salah satu kunci dalam membangun dan memelihara relasi yang sehat dan memuaskan. Berbagai perbedaan nilai antar generasi memunculkan banyak sekali konflik dan *trust* merupakan fondasi dalam hubungan yang masih dipenuhi banyak konflik serta ketidakpastian tersebut.

Dalam *maintenance relationship theory*, pemeliharaan relasi berlangsung secara terus menerus dalam proses yang panjang. Proses “minding the relationship” merupakan seperangkat praktik saling terbuka, saling memahami, dan saling memperjuangkan keharmonisan sebuah relasi (Canary dan Stafford, 2003: 122). Ketika masuk ke dalam komunikasi antargenerasi, penelitian memperlihatkan bahwa kunci dari keharmonisan antargenerasi adalah pada generasi yang lebih senior, terutama justru generasi milenial yang minim berkonflik dengan generasi Z.

Generasi milenial atau generasi Y dapat menjadi perantara bagi generasi X maupun *baby boomers* dengan generasi Z menuju proses *mindung* tersebut. Hasil penelitian juga memperlihatkan, generasi Z yang sulit memulai untuk menjalin relasi dengan generasi-generasi di atasnya, ternyata dapat dengan mudah memahami dan bahkan mengkompromikan tentang nilai-nilai jika ada penerimaan positif dan melihat *good character* dari generasi yang lebih senior.

### **Simpulan**

Globalisasi banyak memberikan perubahan budaya, termasuk mengenai bagaimana berkomunikasi. Generasi Z tidak seharusnya selalu dilekatkan dengan stereotip negatif hanya karena nilai-nilainya berbeda dengan generasi-generasi terdahulu. Generasi Z memiliki gaya komunikasi yang santai, bersahabat, dan egaliter serta menghindari gaya komunikasi dominan yang penuh dengan kontrol. Namun pada saat yang sama mereka menginginkan adanya ayoman dan panutan. “Ngemong” menjadi kunci dan jalan keluar bagi generasi terdahulu untuk mencapai komunikasi efektif dengan generasi Z.

Setiap generasi memiliki keunikannya masing-masing, termasuk mengenai nilai-nilai yang dianggap penting.

Budaya menjadi salah satu faktor yang menentukan gaya komunikasi dari setiap generasi. Gaya komunikasi generasi Z di wilayah tertentu, di negara-negara Barat misalnya tentu berbeda dengan gaya komunikasi generasi Z di Timur. Generasi Z di Kota Magelang tetap memegang prinsip-prinsip budaya Jawa yakni prinsip hormat dan kerukunan sehingga keselarasan relasi antar generasi tetap terjaga.

Penelitian ini banyak membahas mengenai upaya dan cara bagi generasi sebelumnya untuk dapat berkomunikasi dengan generasi Z. Namun demikian, penelitian ini tidak banyak mendapatkan temuan mengenai upaya dari generasi Z sendiri dalam menjalin maupun memelihara relasi dengan generasi terdahulunya. Penelitian berikutnya bisa mengembangkan penelitian ini pada hal tersebut.

### **Daftar Pustaka**

- Abdurrachman, O. (2001). *Dasar-dasar Public Relations*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Putra, Yanuar Surya (2016). “Theoretical Review: Teori Perbedaan Generasi.” *Among Makarti*. Vol. 9 No. 18. Hlm. 123-134.
- Bencsik, A., & Machova, R. (2016). “Knowledge Sharing Problems from the

- Viewpoint of Intergeneration Management.” In ICMLG2016 - 4th International Conference on Management, Leadership and Governance: ICMLG2016 Hlm. 42. Academic Conferences and publishing limited.
- Zuhra, Wan Ulfa Nur (2017). “Kelahiran Generasi Z, Matinya Media Cetak” dalam <https://tirto.id/kelahiran-generasi-z-kematian-media-cetak-ctLa> diakses pada 28 November 2019 pukul 21:05 WIB.
- Ramadhan, Andre Fachrun dan Megawati Simanjuntak (2018). “Perilaku Pembelian Generasi Z: Promisi, Kelompok Acuan, dan Konsep Diri”. *Jur. Ilm. Kel. & Kons.* Vol. 11 No. 3 Hlm. 243-254.
- Amani, Asef (2019). “Kota Magelang Raih Penghargaan KLA Kategori Nindya” dalam <https://www.suaramerdeka.com/index.php/news/baca/190820/kota-magelang-raih-penghargaan-kla-kategori-nindya> diakses pada tanggal 27 November pukul 15:40 WIB.
- Fourhooks (2015). “The Generation Guide - Millennials, Gen X, Y, Z and Baby Boomers” dalam <http://fourhooks.com/marketing/the-generation-guide-millennials-gen-x-y-z-and-baby-boomers-art5910718593/> diakses pada tanggal 28 November 2019 pukul 10:15 WIB.
- Keliat, Rismaini (2019). “Buruknya Etika Siswa Zaman Now” dalam <http://www.rakyatpos.com/buruknya-etika-siswa-zaman-now.html/> diakses pada tanggal 25 November 2019 pukul 09:05 WIB.
- Indrawan, Aditya Fajar (2019). “Etika Menghubungi Dosen Dimaksudkan Agar Saling Menghargai” dalam <https://news.detik.com/berita/d-3674120/etika-menghubungi-dosen-dimaksudkan-agar-saling-menghargai> diakses pada tanggal 25 November 2019 pukul 09:37 WIB.
- Liliweri, Alo (2011). *Komunikasi Antar-Personal*. Bandung: PT Citra Aditya Bakti.
- Dwidienawati, Diena dan Dyah Gandasari (2018). “Understanding Indonesia’s Generation Z.” *International Journal of Engineering and Technology*. Vol. 7 No.3 Hlm. 245-252.
- Rastati, Ranny. (2018). “Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z Di Jakarta”. *Jurnal Teknologi Pendidikan*. 6(1), 1 – 106.

- Aullia Rahma Prayekti. (2018). "Persepsi Remaja Generasi Z Di Surabaya Terhadap Preferensi Merek Situs Online Marketplace Bukalapak". Skripsi. Universitas Airlangga.
- Yulianto, Eko Johnny.(2017). "Studi Komparatif Identitas Nasional Pada Remaja Generasi Z Ditinjau Dari Intensitas Penggunaan Internet". HUMANITAS: Indonesian Psychological Journal. 13(2), 149-159.
- Putra, Yanuar Surya. (2016). "Theoretical Review : Teori Perbedaan Generasi". Jurnal Among Makarti. 9(18), 124-134.
- Oblinger, D. and Oblinger, J., Eds. .(2005). *Educating the Net Gen*. Washington, D.C.: EDUCAUSE.
- Noble, S. M., & Schewe, C. D. (2003). "Cohort segmentation: An exploration of its validity". *Journal of Business Research*, 56(12), 979–987.
- Bencsik, A., Csikos, G., & Juhaz, T. (2016). *Y and Z Generations at Workplaces*. Journal of Competitiveness, 8(3), 90–106.
- Elizabeth T. Santosa (2015). *Raising Children in Digital Era*. Jakarta: Elex Media Komputindo.
- Hutapea, Liana. (2016). "Gaya Komunikasi Interpersonal Orangtua Dalam Mencegah Penyalahgunaan Narkoba Pada Remaja Di Desa Cinta Rakyat Kecamatan Percut Sei Tuan Kabupaten Deli Serdang". *Al-Balagh*, 1(1), 126-137
- Suciati. (2015). *Komunikasi Interpersonal*. Yogyakarta: Buku Litera.
- Canary, D. J., & Dainton, M. (2003). *Maintaining relationships through communication*. London: Lawrence Erlbaum Associates.
- Mulyana, Deddy. (2001). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Moustakas, Clark. (1994). *Phenomenological Research Method*. London: Sage Publications, Inc.
- Anugrahati, Rifa. (2014). "Gaya Hidup Shopaholic Sebagai Bentuk Perilaku Konsumtif Pada Kalangan Mahasiswa Universitas Negeri Yogyakarta". Skripsi. UNY.
- Battersby, Paul, dan Joseph M. Siracusa. (2009). "Globalization and Human Security". United States of America: Royman and Little Field Publisher.
- Fromm, J. (2017). "How 17-Year-Old Connor Blakley Is Helping Brands Connect With His Own Generation". Diunduh dalam [www.forbes.com/sites/jefffromm/2017/04/26/whatconnor-blakley-wants-you-](http://www.forbes.com/sites/jefffromm/2017/04/26/whatconnor-blakley-wants-you-)

- to-knowabout-gen-z/#240c113e4d0f pada Agustus 2020 pukul 14.16 WIB.
- Severin, Werner J dan James W. Tankard. 2005. *Teori Komunikasi*. Kencana. Jakarta.
- Adam, Aulia. (2017). *Mengikuti Keseharian Generasi Z Golongan Pertama*. Di akses pada 20 Oktober 2020 <https://tirto.id/mengikuti-keseharian-generasi-z-golongan-pertama-ctLk>
- Revilia, Donna dan Irwanyah. (2020). "Literasi Media Sosial: Kesadaran Keamanan Dan Privasi Dalam Perspektif Generasi Milenial". *Jurnal Penelitian Komunikasi dan Opini Publik*. 24(1), 1-15.
- Purwani, Diah Ajeng dan Rama Kertamukti. (2020). "Memahami Generasi Z Melalui Etnografi Virtual" diunduh dalam <https://www.researchgate.net/publication/338764249> pada Agustus 2020 pukul 13.05 WIB.
- Ri'aeni, Ida. (2014). "Kemiskinan Sebagai Komoditas Media (Analisis Strategi Komunikator dalam Program Berita Bertema Kemiskinan di Televisi)". *Semiotika*. 8(2), 162-187.
- Nam, Kyoung-Ah. (2015). "High-context and low-context communication" in J. M. Bennett (ed.). *Encyclopedia of Intercultural Competence*. Thousand Oaks: Sage Publication, Inc.
- Würtz, Elizabeth. (2015). "Intercultural Communication on Web sites: A Cross-Cultural Analysis of Web sites from High-Context Cultures and Low-Context Cultures". *Journal of Computer-Mediated Communication*, 11(1), 274–299.
- Lafiyaningtyas, Indriyani. (2016). "Pergeseran Unggah-Ungguh Dalam Keluarga Jawa Di Desa Cemangah Lor, Kecamatan Ungaran Barat Kabupaten Semarang". Skripsi. Universitas Negeri Semarang.
- Idrus, Muhammad. (2012). "Pendidikan Karakter Pada Keluarga Jawa". *Jurnal Pendidikan Karakter*, 2(2), 118-130.
- Subandi, M.A. (2015). "Ngemong: Dimensi Keluarga Pasien Psikitik di Jawa". *Jurnal Psikologi*, 35(1), 62-79.
- Hakim, Muh Abdul, Kwatarini Wahyu Yuniarti, Haidar Thontowi, dan Uichol Kim. (2012). "The Basis Of Children's Trust Towards Their Parents In Java, Ngemong: Indigenous Psychological Analysis". *Journal International Journal of Research Studies in Psychology*, 1(2), 3-16.
- Adams, Rebekah D. Reyes dan Joyce A. Baptist. (2012). "Relationship

Maintenance Behavior and Adult Attachment: An Analysis of the Actor-Partner Interdependence Model". *American Journal of Family Therapy*. 40(3), 230-244.

Canary, Daniel J. dan Laura Stafford. (2003). *Communication and Relational Maintenance*. Emerald Group Publishing.