

BAB 5

HASIL DAN PEMBAHASAN

5.1. Hasil Penelitian

5.1.1. Uji Asumsi

Uji Asumsi yang dilakukan pada penelitian ini meliputi uji normalitas dan uji homogenitas yang dilakukan sebelum uji hipotesis penelitian. Tujuan dari uji normalitas sendiri adalah untuk mengetahui sifat persebaran normal atau tidak, sedangkan uji homogenitas bertujuan untuk memastikan dua kelompok atau lebih yang diujikan dalam penelitian memiliki varians yang bersifat homogen.

2. Uji Normalitas

Peneliti menggunakan teknik *One-Sample Kolmogorov Smirnov* untuk menguji distribusi data variabel gaya komunikasi. Suatu data dianggap normal apabila $p > 0,05$. Pengujian statistik menunjukkan data gaya komunikasi memiliki $p = 0,167$ ($p > 0,05$), maka dari itu disimpulkan bahwa data skala gaya komunikasi berdistribusi normal.

3. Uji Homogenitas

Uji homogenitas digunakan untuk mengetahui suatu varians dalam penelitian bersifat homogen atau tidak. Teknik yang digunakan adalah uji homogenitas dalam ANOVA. Varians data dianggap homogen apabila $p > 0,05$. Hasil statistika menunjukkan nilai $p = 0,564$ ($p > 0,05$), maka dari itu disimpulkan varians data bersifat homogen.

5.2.2. Uji Hipotesis

Peneliti melakukan uji hipotesis untuk menjawab tujuan penelitian yaitu mengetahui ada atau tidaknya perbedaan gaya komunikasi antara generasi *baby boomers*, X, dan Y. Peneliti menggunakan Teknik *One-way Anova* untuk menguji ada tidaknya perbedaan gaya komunikasi pada generasi *baby boomer*, generasi X, dan generasi Y. Berdasarkan hasil tersebut menunjukkan $F=652,766$ dan nilai signifikansi pada uji beda gaya komunikasi sebesar 0,000 ($\text{sig}<0,05$). Dapat disimpulkan bahwa ada perbedaan signifikan gaya komunikasi pada generasi *baby boomers*, X, dan Y. Maka dari itu, disimpulkan bahwa hipotesis pertama pada penelitian ini diterima.

5.2.3. Uji Statistik Deskriptif

Berdasarkan uji statistik deskriptif dengan bantuan SPSS mendapatkan nilai mean keseluruhan skor pada generasi *baby boomers* sebesar 27,21 yang termasuk dalam kategori gaya komunikasi agresif. Generasi X memiliki mean skor keseluruhan sebesar 48,16 sehingga tergolong dalam gaya komunikasi non-asertif. Generasi Y memiliki mean keseluruhan yaitu 69,44 dan masuk dalam kategori gaya komunikasi asertif.

Tabel 5. 1 Hasil Kategorisasi Tabulasi Silang Gaya Komunikasi

			Generasi Baby Boomers	Generasi X	Generasi Y	Total
Gaya Komunikasi	Agresif	Jumlah	40	6	0	46
		Nilai	27,6%	4,1%	0,0%	31,7%
	Non Agresif	Jumlah	0	44	2	46
		Nilai	0,0%	30,3%	1,4%	31,7%
	Asertif	Jumlah	0	0	53	53
		Nilai	0,0%	0,0%	36,6%	36,6%
Total	Jumlah	40	44	55	145	
	Nilai	27,6%	34,5%	37,9%	100,0%	

Berdasarkan hasil kategorisasi tabulasi silang gaya komunikasi pada tabel 5.2. menunjukkan bahwa generasi *baby boomers* cenderung memiliki gaya komunikasi agresif paling tinggi dibandingkan generasi X dan Y yaitu sebanyak 27,6%, Generasi X cenderung mendapatkan nilai gaya komunikasi non agresif paling tinggi dibandingkan generasi *baby boomers* dan Y yaitu sebesar 30,3%, dan generasi Y cenderung memiliki gaya komunikasi asertif tertinggi dibandingkan *baby boomers* dan X yaitu sebanyak 37,9%.

5.2. Pembahasan

Ada perbedaan yang signifikan antara generasi *baby boomers*, X, dan Y, maka dari itu hipotesis yang diajukan dalam penelitian ini diterima. Pada hasil uji statistik deskriptif dan *chi square* menunjukkan bahwa secara keseluruhan generasi *baby boomers* tergolong dalam gaya komunikasi agresif, generasi X dengan gaya

komunikasi non-asertif, dan generasi Y masuk dalam kategori gaya komunikasi asertif.

Hasil penelitian ini sejalan dengan pernyataan Venter (2017) yang mengungkapkan adanya perbedaan gaya komunikasi pada generasi *baby boomers* dan generasi Y. Venter (2017) mengungkapkan bahwa generasi *baby boomers* cenderung menggunakan gaya komunikasi tradisional dan lebih nyaman komunikasi *face-to-face* sedangkan pada generasi Y lebih adaptif dengan perangkat komunikasi yang lebih maju. Selain itu, penelitian ini juga sejalan dengan penelitian Putri dkk. (2019) yang menjelaskan bahwa ada perbedaan generasi karyawan terhadap pola komunikasi organisasi pada subjek generasi X dan Y.

Prensky (2001) menjelaskan bahwa generasi *baby boomers* jarang memberikan apresiasi untuk kemampuan baru yang dimiliki generasi Y. Generasi *baby boomers* terbiasa dengan belajar sedikit demi sedikit, satu hal dalam satu waktu, dan secara individu. Hal ini berbeda dengan generasi Y yang *multi-tasking*, dapat menggunakan banyak media, dan belajar dengan menyenangkan. Penelitian lain yang dilakukan oleh Malek dan Jaguli (2018) yang dilakukan di Malaysia mengungkapkan bahwa generasi Y cenderung lebih terbuka, menggunakan media sosial sebagai media komunikasi, responsif, dan cenderung menggunakan gaya bahasa informasi. Generasi X cenderung menekankan pada formalitas, cenderung lebih tertutup dan menggunakan pendekatan komunikasi yang konservatif, sedangkan pada generasi *baby boomers*, mereka menekankan pada komunikasi struktural berdasarkan hirarki, cenderung lebih kaku, dan menekankan lingkungan formal pada tempat kerja. Lancaster dan Stillman (2002) menyebutkan bahwa karakteristik generasi *baby boomers* kompetitif, mencari cara

untuk melakukan perubahan pada sistem yang sudah ada, serta memandang karir dengan jabatan yang tinggi sebagai hal terpenting. Hal inilah yang membuat generasi *baby boomers* cenderung memiliki gaya komunikasi agresif sebagaimana yang dicirikan oleh Azhari (2017) yaitu cenderung terbiasa berbicara dengan berani, langsung dengan suara keras. Azhari menambahkan bahwa mereka juga cenderung lebih mendominasi dari orang lain, ingin menguasai orang lain, dan suka menuntut.

Generasi X merupakan generasi yang dicirikan dengan skeptis, tertutup, mandiri, tidak tergantung pada orang lain, dan lebih nyaman untuk bekerja sendiri dibanding dengan orang lain. Karakteristik generasi X yang lebih suka bekerja sendiri dibandingkan dengan orang lain menjadikan generasi X terbatas dalam hal kemampuan interpersonal dan komunikasi sehingga cenderung tertutup (Kapoor & Salomon, 2011), maka tidak heran bahwa generasi X cenderung memiliki gaya komunikasi non-asertif. Menurut Azhari (2017) gaya komunikasi non asertif cenderung merupakan individu yang tertutup jarang mengungkapkan keinginan atau perasaannya, cenderung lebih sering untuk mengalah demi menghindari konflik.

Generasi Y merupakan generasi dengan gaya komunikasi yang asertif. Menurut Raslie & Ting (2021) menjabarkan bahwa mereka cenderung nyaman dengan gaya *style-typing* (mengetik) sejauh mereka mampu memberikan informasi yang mereka maksud dengan baik pada orang lain. Hartman dan McCambridge (dalam Raslie & Ting, 2021) mengungkapkan ketika generasi Y mendapatkan suatu proyek, biasanya mereka berani untuk memulai diskusi, ekspresif dalam mengungkapkan emosi, dan menunjukkan perilaku asertif. Pernyataan tersebut menunjukkan kesesuaian dengan ciri gaya komunikasi asertif

yang diungkapkan Azhari (2017). Gaya komunikasi asertif dicirikan dengan komunikasi yang terbuka, menghargai diri sendiri dan orang lain. Komunikasi asertif tidak menaruh perhatian hanya pada hasil akhir tapi juga hubungan perasaan antara manusia. Tujuan cara berkomunikasi ini adalah membina hubungan tanpa melakukan penolakan terhadap diri sendiri maupun orang lain.

Pada penelitian ini tentunya tidak terlepas dari keterbatasan dan kelemahan. Keterbatasan pada penelitian ini meliputi penggunaan uji coba terpakai yang hanya dilakukan satu kali pengambilan data sehingga pengambilan data dapat dinilai kurang maksimal karena hanya dilakukan satu kali pengambilan data.

