

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Manusia merupakan makhluk sosial yang senantiasa berinteraksi dan membutuhkan orang lain dalam kehidupannya. Sebagai makhluk sosial, manusia hanya dapat berkembang dan bertahan hidup dengan bekerja sama dengan manusia lain. Meski di era sekarang ini, teknologi memungkinkan manusia untuk berkomunikasi secara tertulis, namun sebagai makhluk sosial seorang individu tetap dituntut untuk bertemu langsung dan berkomunikasi dengan orang lain secara tatap muka. Oleh karena itu, diperlukan keterampilan dan kemampuan untuk dapat bergaul dan diterima dengan baik di lingkungan tempat mereka berada.

Manusia juga merupakan makhluk yang mampu dibangun dan dibentuk. Artinya, mereka tahu dan memiliki kesadaran akan kebutuhannya. Salah satunya adalah kebutuhan akan berkomunikasi. Komunikasi merupakan aspek yang sangat penting dalam kehidupan sehari-hari. Adanya berkomunikasi dengan orang lain, mampu meningkatkan kualitas pada diri individu.

Sebagai makhluk sosial yang tidak pernah lepas dari adanya komunikasi, kegiatan berkomunikasi dengan orang lain dapat menambah pengetahuan yang

sebelumnya tidak didapatkan, mengetahui maksud dan tujuan seseorang tentang apa yang sedang dibicarakan, dan dapat mengenal satu sama lain. Tujuan dan pentingnya komunikasi ini yaitu menurut Pearson dan Nelson (dalam Karyaningsih, 2018:6) yaitu untuk kelangsungan hidup diri sendiri, dimana hal ini meliputi keselamatan fisik, meningkatkan kesadaran pribadi, menampilkan *self-image* kepada orang lain dan untuk mencapai ambisi pribadi.

Komunikasi yang dilakukan dengan orang lain dapat disebut juga dengan komunikasi interpersonal. Komunikasi interpersonal dapat membuat seseorang sadar dan mengenali akan dirinya sendiri. Devito (dalam Afrilia dan Arifina, 2020:30) juga menjelaskan ketika seseorang berbicara tentang dirinya kepada orang lain, perasaan, pikiran, dan sikap pemahaman meningkat, sehingga dengan hal ini seseorang akan mengalami proses pemahaman diri. Komunikasi juga menjadi alat bantu bagi seseorang untuk mengembangkan *self-image* dan sarana untuk memperbaiki *self-image*.

Self-image dalam bahasa Indonesia yaitu citra diri. *Self-image* merupakan salah satu elemen terpenting untuk menunjukkan siapa diri kita sebenarnya. Menurut (Sutarno, 2006:2) *self-image* merupakan gambaran atas perilaku seseorang dimata orang lain dan masyarakat sekitar, karena di dalam kehidupan ini seseorang tidak dapat dipisahkan dari keberadaan orang lain. Serta, manusia pada hakikatnya selalu berhubungan dan bergaul dengan masyarakat.

Dalam upaya mengembangkan *self-image*, individu dapat melakukan berbagai cara yang berbeda dalam proses pembentukannya. Dalam menggambarkan dirinya,

seseorang ini membutuhkan proses yang tidak singkat, dan memakan waktu yang cukup lama. Pembentukan *self-image* dapat melalui cara berinteraksi atau berkomunikasi dengan orang lain. Dimana ketika adanya transaksi komunikasi dapat mengembangkan pemahaman dan wawasan baru yang dapat membentuk *self-image* seseorang.

Oleh sebab itu, berkomunikasi dengan orang lain menjadi poin penting dalam pembentukan *self-image* seseorang. Namun, masih banyak orang belum dapat berkomunikasi dengan baik. Salah satu kendala utama yaitu kecemasan komunikasi. Menurut Morissan (2013:209), seseorang yang mengalami kecemasan komunikasi akan menderita cemas ketika ia harus berkomunikasi, sehingga ia akan menghindari berkomunikasi dengan orang lain atau bahkan sama sekali. Hal ini akan membuat orang tersebut tidak dapat bersosialisasi dalam lingkungan masyarakat.

Kecemasan komunikasi menurut Muslimin (2013:46) adalah ketakutan berupa perasaan negatif yang dirasakan seseorang saat berkomunikasi, biasanya berupa perasaan tegang, gugup atau pun panik, terutama saat berkomunikasi dengan orang baru. Contohnya seperti jantung berdebar, keringat dingin, wajah yang pucat, gemetar, dan pesan yang disampaikan terbata-bata. Faktor kecemasan komunikasi dapat terjadi apabila seseorang pernah mengalami hal yang tidak menyenangkan saat berkomunikasi, sehingga orang tersebut merasa gagal dalam mengembangkan kata-kata. Maka, seseorang yang menderita kecemasan komunikasi biasanya memiliki perasaan negatif ketika berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain.

Pada akhirnya, ketika individu mengalami kecemasan komunikasi, maka hubungan komunikasi interpersonal tidak akan tercapai. Sebab, kualitas komunikasi ini membicarakan mengenai komunikasi yang dianggap efektif apabila komunikator berhasil mengirimkan pesan yang menjangkau khalayak luas disaat yang waktu yang bersamaan, terlepas dari kesamaan pemahaman individu atau hubungan pribadi antara komunikan dan komunikator menurut (Afrilia dan Arifina, 2020: 5). Namun, komunikasi yang efektif tidak dapat terjadi apabila seseorang itu mengalami kecemasan komunikasi.

Oleh karena itu, keterampilan komunikasi merupakan salah satu modal utama yang harus dimiliki oleh seseorang. Menurut William I. Gordon (dalam Karyaningsih 2018:7), salah satu fungsi komunikasi adalah sebagai komunikasi sosial, yang dapat membantu setiap individu membentuk konsep diri, mengaktualisasi diri, bertahan hidup, untuk memperoleh kebahagiaan, terhindar dari tekanan dan ketegangan, serta memupuk hubungan dengan orang lain. Dengan kata lain, ketika seseorang mengalami kecemasan komunikasi dalam lingkungan sosialnya, maka dapat mempengaruhi atau berdampak pada pembentukan *self-image* pada individu tersebut.

Seiring berjalannya waktu, konteks komunikasi ini kian berkembang, diiringi juga dengan perkembangan dari generasi ke generasi. Perkembangan generasi dari waktu ke waktu ini sangat menarik untuk diteliti, terlebih yang berkaitan dengan konteks komunikasi, karena pada setiap generasi memiliki sesuatu hal yang dapat dibedakan dari generasi sebelumnya. Generasi yang akan diteliti pada penelitian ini

yaitu Gen Z. Menurut *Institute for Emerging Issues* (dalam Singh dan Dangmei, 2016:2), Gen Z adalah generasi yang paling beragam dan sedini mungkin telah mengenal teknologi dan internet, generasi yang haus teknologi dan generasi yang tumbuh dengan ketergantungan pada teknologi, khususnya media sosial.

Generasi ini lahir antara tahun 1995-2012 (Stillman, 2018:1). Usianya pada tahun ini 10-27 tahun. Kemudahan dalam mengakses internet, menjadikan Gen Z sulit mendefinisikan dirinya sendiri dan dapat dikatakan sebagai generasi yang masih labil secara emosional dan terkadang belum memahami tentang identitas diri yang sering kali berubah-ubah berdasarkan beberapa hal yang dapat mempengaruhi mereka berpikir dan bertindak (Kemendikbud, 2021). Maka melihat hal ini, internet seperti media sosial telah menjadi hal yang candu bagi Gen Z. Serta, memungkinkan penggunaannya untuk menggunakan media sosial tanpa henti dan melakukan transaksi komunikasi.

Menurut Coombs (2013), mereka para Gen Z tidak memiliki keterampilan dalam memecahkan masalah dan belum menunjukkan kemampuan untuk melihat situasi, menempatkannya dalam konteks, menganalisis dan membuat keputusan terhadap suatu hal. Sebuah studi oleh Dell Innovations (dalam Rachmawati, 2019:23) menunjukkan bahwa Gen Z cenderung sangat khawatir mengenai kerja sama dengan individu lain, yang artinya mereka merasa cemas untuk berinteraksi dengan orang lain. Penelitian dari *Institute for emerging issues* pada tahun 2015 juga mengatakan bahwa mereka Gen Z juga tampaknya lebih memilih tidak berpartisipasi dalam komunitas

mereka dibandingkan generasi sebelumnya (Rachmawati, 2019:23). Sedangkan berdasarkan temuan *Generational White Paper* tahun 2011 (dalam Rachmawati, 2019:23) Gen Z cenderung lebih tidak sabar, memiliki pemikiran yang instan, kurang ambisius dibandingkan dengan generasi sebelumnya, ketergantungan yang tinggi pada teknologi, perhatian yang rendah, kurangnya berinteraksi dan cenderung lebih individualis.

Melihat karakteristik pada Gen Z, diduga generasi ini masih kurang terlatih dalam melakukan komunikasi secara tetap muka, khususnya dalam komunikasi interpersonal, dan dengan kurangnya aktivitas komunikasi ini dapat menimbulkan efek cemas dalam berkomunikasi. Sehingga, dikatakan bahwa komunikasi pada Gen Z menjadi pasif dan kurang interaktif dalam berkomunikasi secara interpersonal. Lantas, dengan adanya komunikasi yang tidak berjalan dengan baik karena adanya rasa cemas yang dialami seseorang ini, maka seseorang tersebut akan menganggap dirinya buruk dan gagal. Hal ini memungkinkan berdampak pada *self-image* seseorang, sebab sebagian besar *self-image* berkembang dikarenakan adanya interaksi dengan manusia lain.

Maka dapat disimpulkan, faktor utama yang mempengaruhi *self-image* adalah adanya kecemasan komunikasi. Dengan begitu, ketika komunikasi antarpribadi tidak baik karena faktor kecemasan komunikasi maka *self-image* juga akan tidak baik. Oleh karena fenomena masalah tersebut, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul “Pengaruh Kecemasan Komunikasi terhadap *Self-Image* Pada Kalangan Generasi Z”.

1.2. Rumusan Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dikemukakan, peneliti merumuskan masalah penelitian ini sebagai berikut “Apa Pengaruh Kecemasan Komunikasi terhadap *Self-Image* pada Kalangan Generasi Z?”

1.3. Tujuan Penelitian dan Manfaat Penelitian

1.3.1 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah diatas, maka tujuan yang akan dicapai dalam penelitian ini adalah untuk mengetahui keterkaitannya kecemasan komunikasi terhadap *self-image* pada kalangan generasi Z.

1.3.2 Manfaat Penelitian

Berdasarkan tujuan penelitian yang hendak dicapai, maka penelitian ini diharapkan mempunyai manfaat baik secara langsung maupun tidak langsung. Adapun manfaat penelitian ini adalah sebagai berikut :

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini dapat menjadi pijakan dan referensi bagi penulisan karya ilmiah selanjutnya yang berhubungan dengan kecemasan komunikasi terhadap *self-image* dan menjadi bahan kajian lebih lanjut. Peneliti berharap penelitian ini juga turut menyumbangkan ide-ide dalam melihat fenomena-fenomena kecemasan komunikasi dalam pembentukan *self-image* seseorang.

2. Manfaat Praktis

Penelitian ini diharapkan menjadi wawasan baru bagi para pembaca khususnya bagi generasi Z mengenai dampak adanya kecemasan komunikasi terhadap pembentukan *self-image* seseorang.

1.4. Lokasi dan Tata Kala Penelitian

Penelitian ini dilakukan di Semarang. Berikut adalah tata kala penelitian:

No.	Kegiatan	2022							
		Bulan							
		Maret	April	Mei	Juni	Juli	Agustus	September	Oktober
1.	Penentuan Topik								
2.	Penyusunan Proposal								
3.	Sidang Proposal								
4.	Revisi Proposal								
5.	Pengumpulan Data								
6.	Analisis Data								
7.	Penyusunan Laporan Akhir								
8.	Ujian Skripsi								

Tabel 1.1 Tabel Tata Kala Penelitian

1.5. Sistematika Penulisan

Dalam mempermudah melihat dan mengetahui pembahasan yang ada pada penelitian ini secara menyeluruh, maka perlu dikemukakan sistematika yang merupakan kerangka dan pedoman penelitian ini. Berikut sistematika penulisannya:

Bab I Pendahuluan berisikan latar belakang, mengenai alasan peneliti dalam membuat laporan, dan fakta-fakta yang terjadi, yang mendasari tentang judul dan isi laporan penelitian. Kemudian berisikan rumusan masalah, mengenai pertanyaan masalah yang akan dibahas pada isi laporan penelitian. Serta, berisikan tujuan penelitian, manfaat penelitian, lokasi dan tata kala penelitian, dan sistematika penulisan.

Bab II Tinjauan Pustaka, membahas mengenai penelitian terdahulu yang berisi hasil-hasil yang berkaitan dengan topik yang dilakukan, dan membahas mengenai landasan teori yang berisikan pengertian kecemasan komunikasi, aspek-aspek kecemasan komunikasi, tipe-tipe kecemasan komunikasi, pengertian komunikasi antarpribadi, pengertian *self-image*, dan indikator *self-image*.

Bab III Metode Penelitian, berisikan mengenai kerangka berpikir peneliti, operasional konsep, teknik pengumpulan data, teknik analisis data, dan metode lainnya. Sedangkan bab IV Hasil dan Pembahasan, membahas mengenai hasil dan analisa dari penelitian yang telah dilakukan dalam bentuk data yang di dukung dengan ilustrasi seperti gambar, diagram, dan tabel. Terakhir bab V Penutup, berisikan kesimpulan dan saran dari seluruh penelitian yang telah dilakukan.