

## BAB II

### KERANGKA TEORI/KERANGKA KONSEP

#### 2.1 Penelitian Terdahulu

Peneliti melakukan observasi terhadap empat kajian literatur terdahulu sebagai acuan dan referensi. Peneliti memilih topik yang menyerupai dengan bahasan penelitian dengan harapan dapat menghasilkan penelitian baru yang lebih menarik. Informatif dan mendalam.

Beberapa hasil penelitian memiliki persamaan dalam penggunaan konsep yaitu komunikasi interpersonal, *love bombing* dan generasi z. Penelitian terdahulu pertama Lutfiah, et al. (2024) meneliti tentang peran perilaku komunikasi interpersonal generasi z. Penelitian tersebut bersifat kualitatif dengan metode penelitian studi literatur dengan cara membaca, mengidentifikasi dan mengolah hasil temuan. Konsep utama yang digunakan adalah komunikasi interpersonal Effendi (2021). Hasil penelitian terdahulu yang pertama menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital oleh generasi z berdampak pada perubahan pola perilaku komunikasi interpersonal mereka. Generasi z memiliki karakter komunikasi yang lebih terbuka dalam mengekspresikan dirinya melalui media digital, membuat konten berupa foto, video dan teks yang kreatif dan kerap menggunakan fitur emoticon ketika ingin menyampaikan emosi. Selain itu, terdapat dampak buruk dari menggunakan media digital pada generasi z yaitu berupa perubahan perilaku yang menjadi pasif, kurangnya komunikasi tatap muka secara langsung dan pandangan menjadi tidak fokus ketika komunikasi secara langsung. Untuk itu perlu ada pemahaman terhadap generasi z dalam hal pengembangan komunikasi interpersonal yang sehat dan efektif dalam penggunaan media digital. Penting untuk

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

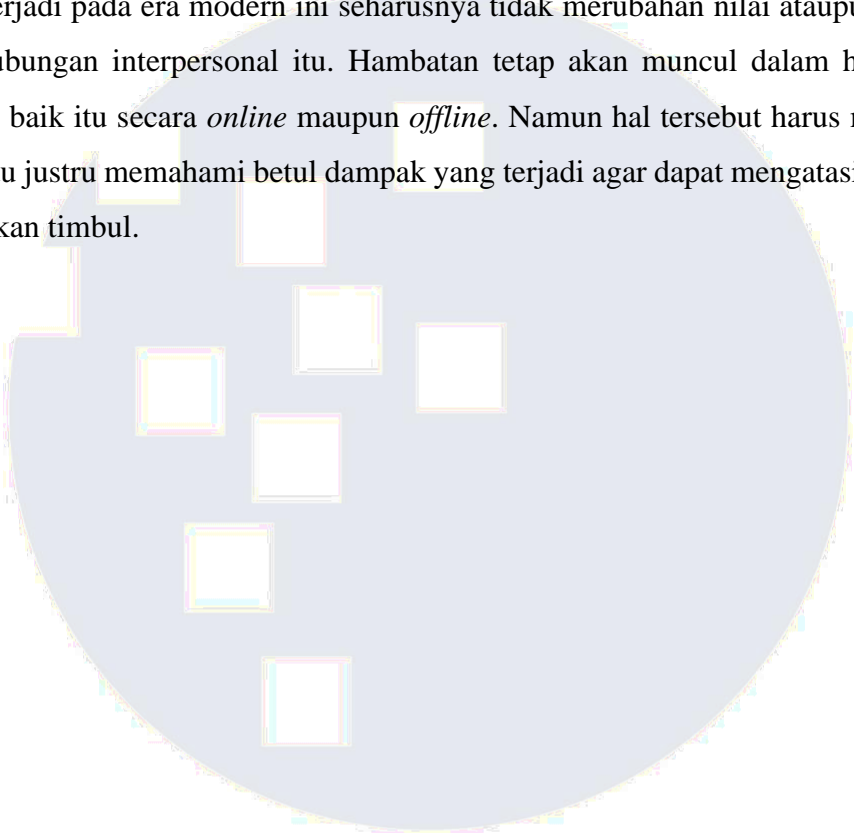
terus mengikuti perkembangan tren dan teknologi baru yang nantinya akan mempengaruhi proses interaksi dan komunikasi dengan lingkungan sosial

Penelitian terdahulu kedua Amanda, et al., (2024) meneliti tentang komunikasi interpersonal pada konsep diri generasi z terhadap gaya hidup *shopaholic*. Penelitian ini berjenis kuantitatif dengan metode fenomenologi. Hasil penelitian kedua ini menunjukkan bahwa generasi z biasa membeli beberapa barang atas dasar demi mendukung penampilan agar lebih menarik, memenuhi gaya hidup yang sedang tren dan kekininian. Informan tidak merasa percaya diri ketika kebutuhan akan barang-barang tersebut tidak terpenuhi karena merasa dirinya selalu kurang. Tujuan utama generasi z memiliki gaya hidup *shopaholic* adalah agar dapat memiliki pandangan baik oleh lingkungan sosialnya.

Penelitian terdahulu ketiga Nomleni, K. E (2023), meneliti tentang fenomena romance scam dalam komunikasi interpersonal *love scammer* & korban. Penelitian ini menggunakan jenis kualitatif fenomenologis dan paradigma interpretif. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa fenomena *romance scam* yang terjadi diawali dengan jalinan relasi melalui media sosial, aplikasi kencan dan lingkungan pertemanan. Pada tahap awal hubungan asmara terdapat perilaku memberikan pujian, rekayasa keterbukaan diri, perhatian dan sikap-sikap yang menunjukkan rasa ketertarikan pada korban. Ketika korban sudah mulai masuk ke tahap yang lebih intim terdapat perubahan perilaku yang dimana beberapa informannya menerima kekerasan fisik atau disebut dengan *love scammer*.

Penelitian terdahulu keempat Matyja, et al., (2023), meneliti tentang hubungan interpersonal dan komunikasi dalam hubungan romantis dan digitalisasi kehidupan. Penelitian ini bersifat kualitatif dan metode studi literatur. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa individu harus dapat beradaptasi terhadap lingkungan sosial baik itu secara *online* maupun *offline*. Perkembangan pesat teknologi informasi dan komunikasi di era ini membuat masyarakat perlu untuk terus meningkatkan dan mengembangkan keterampilan penggunaan media baru saat ini untuk kehidupan sehari-hari. Dalam penelitian ini ditemukan adanya dampak *negative* dari teknologi komunikasi modern yaitu penurunan tingkat

kebersamaan dan kualitas pada hubungan itu sendiri. Pada konsep hubungan asmara yang terjadi pada era modern ini seharusnya tidak merubahkan nilai ataupun esensi dari hubungan interpersonal itu. Hambatan tetap akan muncul dalam hubungan asmara baik itu secara *online* maupun *offline*. Namun hal tersebut harus membuat individu justru memahami betul dampak yang terjadi agar dapat mengatasi dampak yang akan timbul.



UMN

UNIVERSITAS  
MULTIMEDIA  
NUSANTARA

Tabel 2.1.  
Penelitian Terdahulu

No	Keterangan	Penelitian 1	Penelitian 2	Penelitian 3	Penelitian 4
1.	Nama Penulis	Alifya Qultsum Lutfiah, Destya Rahmadiani, Abu Sopyan Febrianto	Yola Amanda, Muhammad Alfikri Matondang	Kristin E.J Nomleni	Katarzyna Wałęcka-Matyja, Julitta Dębska
2.	Judul	Peran Perilaku Komunikasi Interpersonal Generasi Z D	Komunikasi Interpersonal Pada Konsep Diri Generasi Z terhadap Gaya Hidup Shopaholic: Studi Kasus Mahasiswa Ilmu Komunikasi Stambuk 2020-2023	Analisis <i>Fenomena Romance Scam</i> dalam Komunikasi Interpersonal <i>Love Scammer &amp; Korban</i>	<i>Interpersonal relationships and communication in romantic relationships vs digitization of life</i>
3.	Sumber Penelitian	Jurnal Manajemen dan Sistem Informasi, 2024	Jurnal Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial, 2024	Jurnal Communio : Jurnal Ilmu Komunikasi, 2023	Jurnal Ilmiah <i>Fides et Ratio</i> , 2023 ( <i>Kwartalnik Naukowy Fides et Ratio</i> )
4.	Metodelogi Penelitian	Kualitatif, studi literatur (membaca, mengidentifikasi dan mengolah)	Kualitatif deskriptif, fenomologi	Kualitatif, paradigma interpretif, fenomologis	Kualitatif, studi literatur
5.	Konsep & Teori	Komunikasi interpersonal, generasi z	Komunikasi interpersonal, gaya hidup shopaholic	Komunikasi interpersonal, online dating, asmara, kejahatan, teori penetrasi sosial	Komunikasi interpersonal, komunikasi <i>offline dan online</i> , <i>romantic relationship</i>
6.	Persamaan	Menggunakan sifat jenis penelitian kualitatif, membahas konsep komunikasi interpersonal dan generasi z	Menggunakan jenis penelitian kualitatif, metode fenomologi, membahas generasi Z	Menggunakan jenis penelitian kualitatif, metode fenomologi, membahas tentang kejahatan dalam hubungan asmara	Menggunakan sifat penelitian kualitatif, membahas tentang komunikasi interpersonal dan hubungan asmara
7.	Perbedaan	Menggunakan metode studi literatur, memiliki fokus pada media digital terhadap komunikasi interpersonal generasi z	Memiliki fokus pada komunikasi interpersonal dan konsep diri gaya hidup shopaholic	Menggunakan paradigma interpretif, berfokus pada kejahatan dalam hubungan asmara secara <i>online</i>	Menggunakan studi literatur, tidak membahas tentang <i>love bombing</i> , memiliki fokus pada komunikasi secara <i>online dan offline</i>

8.	<p>Hasil Penelitian</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa pemanfaatan media digital oleh generasi z telah mengubah perilaku komunikasi interpersonal untuk menjadi lebih terbuka dalam mengekspresikan diri secara online, menghasilkan konten kreatif, dan menggunakan emoji untuk menyampaikan emosi, Dengan demikian, terdapat perubahan dalam perilaku komunikasi interpersonal generasi z, termasuk perubahan perilaku aktif menjadi pasif, peningkatan kreativitas dan ekspresi diri dalam media digital, pandangan tidak fokus untuk berkomunikasi langsung, dan berkurangnya komunikasi tatap muka. Untuk memahami serta mendukung generasi z dalam pengembangan komunikasi interpersona yang sehat dan efektif di era digital, penting untuk terus mengikuti perkembangan tren dan teknologi baru yang memengaruhi proses untuk berinteraksi dan berkomunikasi.</p>	<p>Hasil menunjukkan generasi biasa membeli barang – barang seperti baju, hijab, tas, sepatu, kosmetik dan aksesoris atas dasar demi mendukung penampilan agar terlihat menarik, memenuhi gaya hidup yang lebih trend dan masa kini, lalu membeli produk tersebut karena munculnya penilaian bahwa produk yang bagus ataupun produk dengan harga mahal akan menimbulkan rasa percaya diri yang tinggi. Partisipan mengatakan bahwa produk yang dibeli secara online selama ini merupakan kebutuhan utama untuk menjaga penampilan. Informan tidak percaya diri terhadap dirinya sendiri karena merasa kurang pada tubuhnya. Hal tersebut memicu diri informan untuk membeli busana, aksesoris dan peralatan kesehatan tubuh lainnya untuk meningkatkan rasa percaya diri informan. Karena informan cenderung membeli pakaian dan aksesoris terkini agar dapat dipandang baik oleh lingkungan sosialnya, perilaku informan tersebut mengarah pada konsep diri yang negatif. Sebaliknya, informan dengan konsep diri yang positif akan membeli atau memakai sesuatu sesuai kebutuhan dan tampil seperti yang mereka lakukan. Seperti pada penelitian (Nasution et al., 2023), hasil penelitian mengungkapkan bahwa perilaku shopaholic berpengaruh signifikan terhadap keputusan gaya hidup.</p>	<p>Hasil penelitian menunjukkan bahwa Fenomena romance scam yang terjadi, diawali dengan aksi pelaku dan korban menjalin relasi, baik melalui media sosial, dating apps maupun lingkungan pertemanan. Selain itu ditemukan bahwa tidak hanya melalui media digital oleh love scammer, percakapan dilanjutkan dengan komunikasi interpersonal yang lebih intim melalui pertemuan secara langsung. Pada tahap ini pelaku makin menunjukkan perilaku yang membuat korban tertarik, secara verbal memberikan pujian, rekayasa keterbukaan diri, menanyakan kabar dan komunikasi non-verbal seperti tatapan, gestur mengantar jemput dan perlakuan yang membuat korban merasa nyaman. Tahap berikutnya meskipun tidak ada pernyataan secara resmi bahwa mereka menjalin hubungan sebagai kekasih, korban dan pelaku menganggap dan menunjukkan perilaku mereka adalah pasangan. Setelah hubungan masuk ke tahap yang lebih intim, korban kerap menerima perilaku love scammer yang awalnya dilandasi atas kasih sayang berubah menjadi kekerasan fisik.</p>	<p>Hasil penelitian menjelaskan bahwa individu perlu mampu untuk beradaptasi dengan fungsi sosial dalam dunia dunia paralel yaitu dunia nyata yaitu tempat interaksi komunikasi interpersonal berlangsung secara tatap muka dan dunia online yaitu interaksi yang dimediasi dari media digital. Hal ini menimbulkan kebutuhan untuk terus meningkatkan dan memperbarui keterampilan menggunakan media baru dalam kehidupan sehari-hari. Penelitian ini menemukan terdapat dua dampak teknologi komunikasi modern terhadap kehidupan manusia yaitu internet yang memberikan pengaruh buruk pada hubungan kebersamaan, menurunkan kualitas kontak. Dipercayai bahwa meskipun cara berkomunikasi dan memelihara hubungan romantis sedang dimodifikasi, esensinya tetap tidak berubah. Masalah komunikasi daring dan luring dalam hubungan romantis yang dibahas dengan cara yang mungkin beraneka ragam dalam artikel ini tidak mencakup semua masalah terkait. Akan tetapi, hal ini membuat kita merenungkan bentuk modernnya dan beberapa efek yang dihasilkannya, dan juga menunjukkan beberapa kemungkinan</p>
----	-------------------------	--	--	--	---



## 2.2 Teori dan Konsep yang digunakan

### 2.2.1 Komunikasi Interpersonal

#### A. Pengertian Komunikasi Interpersonal

Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi, ide, pendapat, pikiran dan perasaan yang bisa terjadi pada dua orang atau lebih melibatkan isyarat verbal maupun *non-verbal*. Komunikasi interpersonal dapat terjadi dimana saja seperti lingkungan pekerjaan, sekolah, keluarga maupun masyarakat. Tujuan komunikasi interpersonal adalah untuk membangun relasi, memahami pendapat dan perasaan orang lain, mempengaruhi, hiburan serta menyelesaikan suatu konflik. Menurut R. Wayne Pace dalam Cangara (2016, p. 159), komunikasi interpersonal merupakan proses komunikasi yang berlangsung antara dua orang atau lebih secara tatap muka, yang terdiri atas pengirim dan penerima. Mereka saling bertukar pesan secara langsung. Keterampilan komunikasi sangat penting untuk menciptakan lingkungan yang menyenangkan dan hubungan yang lebih baik.

Komunikasi interpersonal yang baik menjadi salah satu hal yang penting dalam membangun hubungan karena berfungsi sebagai penghubung terbentuknya rasa kepercayaan, pemahaman antara satu sama lain, mempengaruhi dan menyelesaikan konflik. Menurut Cangara (2016), peran penting komunikasi interpersonal berfungsi untuk meningkatkan *human relations*, menghindari konflik, mengurangi ketidakjelasan dan saling berbagi pengalaman dan pikiran dengan orang lain. Hal ini mempengaruhi berbagai aspek dalam kehidupan sebagai masyarakat sosial baik lingkungan keluarga, pertemanan, dan kerja. Seluruh aktivitas pertukaran pesan yang dilakukan individu dengan orang lain adalah komunikasi interpersonal. Interaksi interpersonal berperan signifikan dalam membangun, memelihara, atau merusak hubungan dengan orang lain, Dalam konteks bisnis, keterampilan komunikasi yang efektif menjadi hal utama untuk mencerminkan seseorang sebagai orang yang profesional. Maka dari itu

komunikasi interpersonal berpengaruh pada semua bidang termasuk, bisnis, sosiologi, psikologi dan antropologi

Komunikasi yang terbuka, jujur dan kemampuan mengekspresikan diri dengan baik, mengurangi adanya resiko kesalahpahaman yang dapat merusak hubungan. Selain itu, keterampilan komunikasi interpersonal yang positif memungkinkan teman, keluarga atau pasangan untuk saling memberikan dukungan emosional, meningkatkan kepercayaan diri dan memperkuat jalinan relasi. Komunikasi interpersonal dibagi menjadi dua bentuk yaitu komunikasi verbal dan non-verbal yang masing-masing memiliki peran masing-masing untuk menyampaikan dan menerima pesan.

Menurut Kusumawati (2015) komunikasi verbal seperti aktivitas berbicara dan menulis, menyampaikan informasi menggunakan kata-kata tentang pikiran, perasaan dan ide secara lebih spesifik. Di era digital ini, komunikasi verbal contohnya dilakukan ketika saling mengirim pesan atau telepon melalui platform media sosial dan email. Sedangkan komunikasi non verbal adalah komunikasi yang pesannya dikemas dalam bentuk kata-kata. Mencakup pemahaman akan ekspresi wajah, bahasa tubuh dan nada suara yang dimana dalam pesannya terdapat makna tersirat. Contohnya yaitu senyuman ketika bertemu seseorang yang artinya menunjukkan keramahan, mengangguk ketika mendengarkan orang lain berbicara yang artinya individu merasa setuju atau paham tentang apa yang mereka bicarakan.

## **B. Fungsi Komunikasi Interpersonal**

Secara umum komunikasi interpersonal memiliki fungsi untuk meningkatkan hubungan dengan orang lain. Fungsi komunikasi interpersonal sebagai berikut :

### **1. Fungsi Pengelolaan Interaksi**

Fungsi ini menjelaskan cara individu membangun dan mempertahankan percakapan yang bersifat harmonis. Melalui



pengelolaan interaksi dari cara berkomunikasi kita dapat, menentukan lawan bicara, waktu dan cara membangun topik pembicara

## 2. Fungsi Pengelolaan Hubungan

Fungsi ini menjelaskan cara individu memulai, memelihara serta memperbaiki hubungan. Komunikasi yang efektif dapat membangun hubungan yang baik, lebih mengenal satu sama lain, menciptakan kepercayaan dan mengembangkan interaksi emosional.

## 3. Fungsi instrumental

Fungsi ini menjelaskan inti dari sebuah interaksi dan membantu membedakan tindakan pertama ke tindakan dari interaksi berikutnya. Komunikasi yang jelas dan terarah menghasilkan kolaborasi yang kuat dalam menyampaikan informasi penting dan mencapai tujuan yang diinginkan.

### **C. Komponen Komunikasi Interpersonal**

Menurut Joseph A. DeVito dalam (Liliweri, 2015) dalam komunikasi interpersonal terdapat komponen-kompennya sebagai berikut:

#### 1. Pengirim-Penerima (*Sender-Receiver*)

Komunikasi interpersonal itu pasti paling tidak melibatkan dua orang atau bahkan lebih. Setiap individu yang terlibat dalam komunikasi fokus untuk mengirimkan dan menerima pesan. Sebagai pengirim (*sender*) bertanggung jawab untuk menyusun dan menyampaikan informasi dengan efektif agar dipahami oleh si penerima. Sedangkan penerima (*receiver*) bertanggung jawab menerima pesan dan mampu menginterpretasikan makna dari pesan yang disampaikan.

#### 2. *Encoding-Decoding*

*Encoding* merupakan tindakan menghasilkan pesan, artinya pesan yang telah disampaikan dalam bentuk verbal dan *non-verbal* dapat dipahami dengan jelas. Sedangkan *decoding* adalah proses menginterpretasikan dan memahami pesan yang diterima.

3. Pesan (*Message*)

Dalam komunikasi interpersonal, pesan yang disampaikan dapat bentuk verbal dan *non-verbal*. Pesan verbal yaitu bentuk komunikasi melalui kata-kata dalam bahasa lisan maupun tulisan. Pesan *non-verbal* yaitu bentuk komunikasi menggunakan isyarat seperti gerak tubuh, ekspresi wajah, dan intonasi bicara.

4. Saluran (*Channel*)

Berfungsi sebagai media yang menghubungkan antara pengirim dan penerima pesan seperti percakapan langsung, telepon, media sosial atau *email*.

5. Gangguan (*Noise*)

Perbedaan pesan yang disampaikan dan terima kerap menimbulkan gangguan selama proses komunikasi. Gangguan yang berlangsung sata komunikasi dibagi menjadi dua yaitu gangguan fisik yang biasanya berasal dari luar seperti suara bising, jarak dan interupsi. Gangguan psikologis yang timbul karena adanya perbedaan pendapat dan penilaian diantara orang yang terlibat aktivitas komunikasi seperti emosional, perbedaan budaya, sikap dan persepsi.

6. Umpan Balik (*Feedback*)

Tanggapan atau reaksi baik dari si pengirim dan penerima pesan. Umpan balik ini dapat bersifat *negative* dan positif tergantung dari cara mereka menanggapi pesan yang menguntungkan atau malah merugikan salah satu pihak.

7. Efek (*Effect*)

Dampak yang dihasilkan dari efektifitas komunikasi dapat menimbulkan perubahan sikap, tindakan dan pemahaman.

Dalam komponen komunikasi interpersonal, terdapat tujuh prinsip komunikasi interpersonal (DeVito, 2013, p. 17)

1. Komunikasi interpersonal adalah proses transaksional  
Komunikasi yang antara komponen yang tidak terjadi secara satu arah saja, tetapi bersifat dua arah secara bergantian memberikan umpan balik dan proses berkelanjutan. Komunikasi akan berkembang sesuai dengan respons dan interaksi pada komponen.
2. Komunikasi interpersonal memiliki tujuan  
Komunikasi interpersonal fokus utama untuk membangun dan memelihara hubungan yang kuat sehingga membantu seseorang memahami perasaan, pikiran dan perilaku orang lain.
3. Komunikasi interpersonal ambigu  
Pesan-pesan yang disampaikan memiliki makna yang kurang jelas dan berpotensi terjadinya kesalahan dalam penafsiran seperti ketidakjelasan penggunaan bahasa dan perbedaan perspektif antara individu.
4. Komunikasi interpersonal berbentuk simetris/komplementer  
Komunikasi dinilai memiliki perbedaan pola interaksi yang sama atau berbeda. Akan cenderung lebih setara tanpa ada control satu pihak (simetris) ataupun memiliki perbedaan kekuasaan dimana satu pihak memiliki control lebih (komplementer).
5. Komunikasi interpersonal merujuk pada isi & hubungan para partisipan  
Hal ini merujuk pada pentingnya peran komunikasi interpersonal terhadap perkembangan hubungan komunikasi yang efektif.

6. Komunikasi interpersonal dapat diberi tanda/ditandai

Setiap individu memiliki kemampuan dalam membagi komunikasi ke dalam respon terhadap pandangan yang individu miliki.

7. Komunikasi interpersonal tidak dapat dihindari, tidak dapat diulang dan tidak dapat rubah

Tidak dapat dihindari karena komunikasi merupakan bagian fundamental dari interaksi manusia yang secara sadar ataupun tidak sadar selalu terlibat dalam proses komunikasi dengan individu lain. Kemudian individu juga tidak dapat mengulang pesan yang telah disampaikan secara spesifik sehingga informasi yang telah disampaikan tidak dapat diulang kembali.

#### D. Karakteristik Komunikasi Interpersonal

Menurut Richard L. Weaver (2015) terdapat beberapa karakteristik komunikasi interpersonal, antara lain:

1. Melibatkan paling sedikit dua orang

Weaver menekankan bahwa komunikasi melibatkan paling sedikit dua orang dan jumlah tiga orang atau lebih dianggap sebuah kelompok. Dua individu berkomunikasi saling bertukar informasi, ide atau perasaan yang menciptakan suatu hubungan.

2. Terdapat umpan balik (*feedback*)

Setelah pesan atau informasi disampaikan, penerima memberikan *respons* yang memungkinkan pengirim dapat menginterpretasikan bahwa pesan disampaikan dapat dipahami dengan benar.

3. Tidak harus tatap muka

Komunikasi interpersonal menurut Weaver yang ideal adalah komunikasi tetap dengan adanya kehadiran fisik. Namun, tanpa kehadiran fisik tetap memungkinkan dan tidak harus selalu ada.

4. Menghasilkan pengaruh (*effect*)

Komunikasi interpersonal akan efektif apabila sebuah pesan menghasilkan pengaruh. Pengaruh tidak harus bersifat nyata dan langsung terjadi.

5. Pesan berbentuk verbal maupun *non-verbal*

Komunikasi interpersonal mencakup penggunaan pesan verbal dan *non-verbal* karena saling melengkapi satu sama lain. Keduanya memiliki peran penting dalam menyampaikan pesan melalui kata-kata dan ekspresi wajah sesuai tujuan komunikasi

6. Dipengaruhi oleh hambatan (*noise*)

Hambatan mempengaruhi cara pesan itu disampaikan dan diterima hal ini merujuk pada segala sesuatu yang mengganggu proses berjalannya komunikasi serta pemahaman akan pesan tersebut.

### E. Efektivitas Komunikasi Interpersonal

Berdasarkan pernyataan DeVito (2013, p. 259-264), dalam komunikasi interpersonal pesan disampaikan dan diterima oleh orang lain dengan berbagai respon dan umpan balik yang berbeda-beda yang dipengaruhi oleh berbagai aspek. Berikut ini lima sikap yang mempengaruhi efektivitas komunikasi interpersonal:

1. Keterbukaan (*Openness*)

Keterbukaan merujuk pada kemauan tanggapan atas pesan yang diterima ketika berkomunikasi. Sikap jujur, transparan dan saling percaya dalam berbagi pikiran dan perasaan menciptakan kepercayaan hingga hubungan yang lebih intens

2. Empati (*Empathy*)

Kemampuan untuk memahami berbagi perasaan dan pikiran dimana mereka dapat menempatkan diri sendiri diposisi orang lain dan merasa apa yang mereka rasakan. Hal ini dapat

memperkuat ikatan emosional dan pemahaman dari sudut pandang berbeda.

3. Dukungan (*Supportiveness*)

Sikap mendukung interaksi secara terbuka melalui respons spontan bukan strategik yang dapat membuat orang merasa lebih dihargai, diperhatikan dan meningkatkan kepercayaan diri lawan bicara.

4. Rasa Positif (*Positiveness*)

Sikap positif yang dapat ditunjukkan melalui bentuk perilaku dan sikap yang menciptakan suasana membangun dan interaksi hubungan yang lebih baik.

5. Kesetaraan (*Equality*)

Kondisi dimana penerima dan penyampai pesan memiliki nilai, hak dan kesempatan yang sama. Diperlakukan dengan hormat tanpa melihat status atau jabatan (diskriminasi).

DeVito (2013, p. 231-234) menjelaskan bahwa dalam proses pengembangan hubungan interpersonal, ada enam tahap-tahap penting yang perlu diperhatikan untuk menjadi komunikasi efektif. Berikut ini keenam tahap-tahap penting tersebut:

1. Kontak (*Contact*)

Pada tahap awal, kita melakukan kontak dengan menggunakan berbagai persepsi indra, seperti melihat, mendengar, dan mencium seseorang. Tahap pertama ini sangat penting karena akan mempengaruhi keputusan seseorang untuk melanjutkan komunikasi ke tahap berikutnya atau menghentikannya.

2. Keterlibatan (*Involvement*)

Tahap ini adalah tahap untuk mengenal lebih dalam, di mana kita berkomitmen untuk lebih memahami orang lain dan juga membuka diri kita.

3. Keakraban (*Intimacy*)

Pada tahap keakraban, setiap individu mulai lebih mendalami pasangan mereka dan mungkin membangun hubungan yang lebih mendalam.

4. Perusakan (*Deterioration*)

Pada tahap perusakan, pasangan mulai merasa bahwa hubungan ini mungkin tidak sepenting yang mereka kira sebelumnya, dan hubungan tersebut semakin terjalin jarak. Waktu bersama semakin sedikit, dan ketika mereka bertemu, interaksi di antara mereka menjadi semakin renggang. Jika tahap ini berlanjut, akhirnya dapat muncul tahap pemutusan hubungan.

5. Pemutusan (*Solution / Desolution*)

Tahap pemutusan adalah fase di mana ikatan antara kedua pihak diputus. Pemutusan ini dapat membawa dampak positif, seperti mencari solusi untuk hubungan, atau dampak negatif, yaitu berakhirnya hubungan tersebut.

6. Perbaikan (*Repair*)

Tahap perbaikan adalah fase di mana ikatan antara kedua pihak diperbaiki setelah terjadi kerusakan. Perbaikan ini merupakan langkah lanjutan setelah pasangan melewati tahap perusakan atau pemutusan.

## **F. Macam-macam Hubungan Interpersonal**

Berdasarkan seorang ahli yaitu DeVito (2013), terdapat empat jenis hubungan interpersonal dalam komunikasi antarpribadi yaitu:

1. Hubungan Pertemanan

Hubungan interpersonal pada dua orang tanpa adanya syarat tertentu dan adanya kaitan positif antara satu sama lain. Hubungan pertemanan dapat terjadi antara pria dan wanita, pria dan pria maupun wanita dengan wanita. Dalam hubungan ini ada beberapa jenis pertemanan yaitu pertemanan resiprokal,

pertemanan asosiatif, pertemanan reseptif dan pertemanan dengan keuntungan (DeVito, 2013):

- **Pertemanan Resiprokal**

Hubungan pertemanan resiprokal merupakan jenis hubungan interpersonal yang didasarkan atas rasa setia kawan dan komitmen antara individu-individu karena mereka saling memberikan dan menerima keuntungan dari hubungan pertemanan yang terjadi.

- **Pertemanan Asosiatif**

Hubungan pertemanan asosiatif adalah hubungan interpersonal yang didasarkan pada hubungan sekedar mengenal dan bukan atas rasa setia kawan. Karena pada hubungan ini hanya bersifat positif, adanya kebahagiaan namun kurang ada komitmen, kepercayaan dan saling memberi dan menerima.

- **Pertemanan Reseptif**

Hubungan pertemanan reseptif terdapat adanya ketidakseimbangan yang diperoleh satu pihak. Satu pihak akan selalu memberi dan pihak yang lain justru akan selalu menerima. Namun pada hubungan asosiatif ini bersifat positif karena individu masing-masing mendapatkan keuntungan yang berbeda dari hubungan yang terjalin.

## 2. Hubungan Percintaan

Hubungan interpersonal antara dua orang yang didasarkan atas rasa cinta, keintiman, kepercayaan, empati, keterbukaan dan komitmen. Robert J. Stenberg juga menambahkan tentang *the triangular theory of love* yang merupakan komponen-komponen penting dalam “cinta” yang dibagi menjadi tiga yaitu gairah (*passion*), keintiman (*intimacy*) dan komitmen (*Commitment*)

- **Gairah (*passion*)**



Merujuk pada ketertarikan fisik atau hasrat seperti dorongan fisik untuk bersentuhan dan berada dekat dengan individu lain. Contoh faktor fisik yang mempengaruhi komponen ini adalah bentuk mata, wajah, bibir, rambut, tinggi dan ukuran tubuh seorang individu.

- Keintiman (*Intimacy*)

Merujuk pada perasaan dekat, keterikatan dan komitmen dalam hubungan. *Intimacy* merupakan sebuah perasaan yang timbul karena adanya kedekatan antara satu individu dengan individu lain yang saling berkomunikasi, bertukar pikiran dan perasaan. Menurut DeVito (2013: p. 232) *intimacy* ini dibagi menjadi dua fase yaitu

1. *Fase interpersonal commitment*

Pada fase ini individu melakukan komunikasi dengan individu lain dengan topik pembicaraan merujuk pada hal-hal bersifat pribadi (masa pendekatan).

2. *Social Banding*

Pada fase ini komitmen dibuat berdasarkan kesepakatan publik seperti teman ataupun keluarga.

Komunikasi dalam membangun keintiman (*intimacy*) terdapat beberapa unsur yang mempengaruhi prosesnya yaitu unsur *breadth* (keluasan) dan *depth* (kedalaman) (DeVito, 2007, p. 222). *Breadth* adalah seberapa luas topik pembicaraan yang dikomunikasi antara individu dengan individu lain. Topik yang dibahas merupakan topik umum seputar pekerjaan, pendidikan, politik,

budaya, hobi dan padangan hidup. *Depth* adalah seberapa dalam topik pembicaraannya. Individu mulai berani bersikap terbuka atas perasaan dan pikirannya, menceritakan harapan, kekhawatiran yang merupakan topik bersifat penting.

- **Komitmen (*Commitment*)**

Perasaan yang mendorong seseorang untuk tetap bersama seseorang dan bergerak menuju tujuan bersama. Komitmen juga berkaitan dengan penerapan faktor kognitif.

### 3. Hubungan Keluarga

Hubungan interpersonal yang terjadi dikarenakan terdapat hubungan darah. Keyakinan individu terhadap hubungan keluarga yang berkaitan dengan seberapa dalam komunikasi bersifat terbuka. Dalam pola komunikasi keluarga terdapat beberapa jenis hubungan keluarga yaitu:

- *Equality*

Adanya persamaan pola komunikasi dan kesetaraan antar anggota keluarga tanpa adanya diskriminasi.

- *Balanced Split*

Adanya keseimbangan pola komunikasi yang berbeda-beda didasarkan pada bidangnya masing-masing dalam mengontrol.

- *Unbalanced Split*

Adanya pola komunikasi yang tidak seimbang dan terpisah. Dalam pola komunikasi keluarga ini ada tindakan diskriminasi atau perbedaan kontrol dan kekuasaan menimbulkan ketidaksetaraan,

- *Monopoli*

Adanya pola komunikasi yang didasarkan pada pengambilan keputusan oleh sepihak yang dipandang memiliki kontrol dan kekuasaan namun bukan menguasai individu lain.

#### 4. Hubungan Professional

Hubungan interpersonal yang terjadi dilingkungan pekerjaan yang mencakup hubungan mentoring, hubungan jaringan atau relasi dan hubungan asmara dilingkungan pekerjaan.

### 2.2.2 Komunikasi Interpersonal Di Generasi Z

#### A. Pengertian Generasi Z

Generasi Z adalah generasi yang lahir pada tahun 1997-2012 tepatnya setelah generasi milenium atau generasi Y. Generasi Z tumbuh dan berkembang pada era teknologi informasi komunikasi mulai berkembang (*digital natives*). *Digital natives* adalah istilah yang digunakan untuk menggambarkan generasi yang tumbuh dengan teknologi digital, seperti internet, komputer, dan perangkat *mobile* yang sejak kecil terbiasa menggunakan teknologi tersebut dalam kehidupan sehari-hari. Generasi Z memiliki keterampilan digital yang tinggi dibandingkan dengan generasi lainnya. Mereka cenderung bekerja secara *multitasking* dengan berbagai perangkat teknologi, internet yang tujuannya untuk keperluan memperoleh informasi, komunikasi, belajar hingga berbelanja kebutuhan sehari-hari. Generasi z sering menggunakan internet untuk mencari informasi, bersosial media dan berkreasi hal ini dikarenakan kecenderungan beradaptasi terhadap perubahan dan teknologi baru.

JENIS GENERASI	TAHUN LAHIR
<b>Generasi <i>Baby Boomers</i></b>	1946-1964
<b>Generasi X</b>	1965-1980
<b>Generasi Y/Milenial</b>	1981-1996

<b>Generasi Z</b>	1997-2012
<b>Generasi Alpha</b>	setelah tahun 2013

Tabel 2.2 Jenis-jenis Generasi

Sumber: Kompas.com (2021)

Dalam kegiatan komunikasi generasi z menyukai gaya komunikasi yang santai, terbuka dan empati terhadap suatu perbedaan. Generasi z menggunakan platform digital seperti media sosial, *email* dan *video call* ketika berinteraksi dengan orang sekitar. Sebagai pengguna platform digital, generasi z sangat bergantung pada perangkat canggih dan lebih banyak menghabiskan waktunya di media sosial. Menurut Rideout & Robb (2018), menyatakan bahwa generasi Z mengakses media sosial setiap jam dalam sehari. Hal ini menunjukkan bahwa tingginya tingkat penggunaan media sosial pada generasi tersebut. Generasi Z menggunakan media sosial untuk berbagai tujuan diantaranya yaitu cara utama mereka untuk membangun hubungan dengan teman, keluarga dan jejaring sosial melalui membagikan konten berupa foto dan *video*, pengalaman dan berinteraksi dengan orang lain. Lalu, media sosial menjadi sumber mereka untuk memperoleh informasi sehingga mereka sangat kekinian pada kondisi yang sedang terjadi baik itu dalam bidang politik, budaya dan tren terbaru. Terakhir, generasi Z sangat suka untuk mengekspresikan dan menyampaikan perasaan mereka di media sosial seperti *instagram*, *whatsapp*, *tiktok*, *snapchat* dan lain-lain.

## B. Karakteristik Generasi Z

Menurut David Stillman & Jonah Stillman (2018) terdapat 7 karakteristik utama yang dimiliki oleh generasi Z yaitu:

### 1. Figital (Fisik-Digital)

Sebagai generasi yang lahir pada era perkembangan teknologi dan informasi, generasi Z memanfaatkan kedua elemen antara fisik dan digital yang saling melengkapi satu sama lain untuk

membangun hubungan dengan orang lain serta pengalaman kehidupan.

2. Hiper-kustomasi

Karakteristik generasi Z yang suka mengidentifikasi, beradaptasi dan melakukan kustomasi untuk dikenal dunia.

3. Realistis

Generasi z memiliki sifat yang lebih pragmatis dan realistis dalam memandang suatu masalah yang dilatarbelakangi oleh tantangan perekonomian global yang tidak stabil.

4. *Weconomist*

Memiliki sifat empatik dan kepekaan tinggi dengan lingkungan sosial menjadikan generasi Z yang suka hidup berkolaborasi dengan kelompok untuk menciptakan rasa nyaman.

5. FOMO (*fear of missing out*)

Perasaan cemas yang dialami generasi z kerap timbul ketika mereka merasa kurang berpengalaman atau ketinggalan informasi terbaru seperti tren, kegiatan dan berita tertentu.

6. DIY (*Do It Yourself*)

Generasi z memiliki akses internet menuju platform digital seperti media sosial untuk memperoleh informasi. Perkembangan ini membuat mereka mandiri dan tidak terbiasa untuk mengandalkan orang lain dalam memenuhi kebutuhan. Generasi ini percaya akan kemampuan mereka untuk mencapai tujuan dan memiliki mentalitas bekerja dibandingkan dengan generasi lainnya.

7. Terpacu

Kemampuan beradaptasi dengan cepat terhadap perubahan menjadikan mereka memiliki dorongan untuk belajar dan berinovasi dalam menciptakan sesuatu.

### **C. Gaya Komunikasi Interpersonal Generasi Z**

Kecenderungan generasi z melakukan interaksi melalui media sosial mempengaruhi pada perubahan komunikasi interpersonal mereka. Dikutip dari penelitian Rideout & Robb (2018), ditemukan bahwa lebih dari 92% generasi z menggunakan media sosial sebagai platform untuk melakukan komunikasi dengan waktu akses yang cukup lama yaitu setiap jam dalam sehari. Media sosial adalah platform bagi generasi z untuk membagikan informasi dan menyampaikan pemikiran mereka sebagai bentuk pengungkapan perasaan diri (Kustiawan, 2023).

Dalam jurnal penelitian pengaruh media sosial terhadap pola komunikasi dan hubungan sosial dalam kalangan generasi z oleh Ahmad KR et.,al (2022) menjelaskan komunikasi generasi z lebih mengarah pada komunikasi secara online dan sangat bergantung pada media sosial untuk berinteraksi. Ketergantungan ini mempengaruhi kemampuan komunikasi interpersonal generasi khususnya kemampuan mendengarkan secara aktif serta pengabaian terhadap lingkungan sosial mereka. Ketika melakukan komunikasi generasi z cenderung menggunakan bahasa gaul atau percampuran dengan bahasa inggris untuk menciptakan kedekatan hubungan interpersonal. Maka dari itu perubahan komunikasi interpersonal generasi z memiliki dampak positif dimana mereka berusaha untuk membangun kedekatan melalui media sosial. Namun jika penggunaan media sosial dilakukan secara berlebihan tanpa adanya batas sehat akan menimbulkan dampak *negative* bagi kesehatan dan keterampilan komunikasi interpersonal generasi z yang menjadi lebih individualis karena mengabaikan lingkungan sekitar mereka.

### **2.2.3 Love Bombing**

#### **A. Pengertian *Love Bombing***

*Love bombing* merupakan suatu bentuk tindakan manipulasi emosional yang digunakan untuk mendapatkan kekuasaan atau mencapai tujuan pribadi dengan memberikan pujian, perhatian, hadiah dan kasih sayang

secara berlebihan di awal hubungan. Menurut Sasha Jackson (2024), tanda dari munculnya perilaku *love bombing* adalah ketika pelaku memberikan perhatian, kekaguman dan kasih sayang secara berlebihan dengan latar belakang ingin menciptakan rasa keterikatan dan tanggung jawab membalas budi atas kebaikan yang telah diberikan kepada korban.

*Love bombing* adalah taktik dimana seseorang “menghujani” korban dengan perhatian dan kasih sayang yang secara berlebihan dengan maksud untuk memanipulasi. Meskipun dihujani dengan perasaan “cinta” yang memungkinkan tampak positif pada awal hubungan asmara, *love bombing* akan berubah menjadi *gaslighting* dan kekerasan secara verbal atau non verbal (Dr. Sabrina Romanoff, 2024). Taktik manipulatif ini sering digunakan oleh individu dengan gangguan kepribadian narsistik (NPD), pelaku kekerasan hingga pemimpin sekte atau komunitas.

Seseorang yang terjerumus pada perilaku *love bombing* cenderung tidak sadar dan merasa bingung sehingga sulit untuk keluar dari hubungan tidak sehat ini. Karena pada awal hubungan, korban akan merasa disayang, dicintai, istimewa melalui perhatian, pujian dan hadiah dari sipelaku. Kemudian setelah beberapa saat hubungan telah berjalan, pelaku mulai mengubah perilakunya. Tindakan *manipulative* seperti pengabaian atau kekerasan verbal diberikan kepada korban yang menciptakan kebingungan dan menyalahkan dirinya sendiri hingga mencoba untuk mempertahankan hubungan berharap agar tindakan kasih sayang dapat diperoleh kembali. Dampaknya perilaku *love bombing* adalah membuat mereka *trust issue* dan sulit terbuka untuk membangun hubungan dengan orang sekitar karena merasa ragu atas perilaku yang diberikan oleh orang lain merupakan bentuk kasih sayang atau tindakan manipulasi saja (dr. Vincent Lim, et al., 2024). Bila *love bombing* sudah masuk ke tahap berbahaya, memungkinkan korban mengalami gangguan kecemasan hingga depresi berat karena telah mendapatkan perlakuan kasar dari kekerasan verbal maupun *non-verbal*.

## **B. Ciri-Ciri Seseorang Terkena *Love Bombing***

Dilansir dalam artikel *psychology today* (2024), *Love bombing* dinilai sebagai tindakan yang dilakukan secara sengaja dan manipulative dengan tujuan untuk menguasai pasangan mereka dan meningkatkan keterikatan pada awal hubungan. Gagasan tentang *love bombing* sedang menjadi perhatian dalam beberapa waktu ini, namun masih sedikit penelitian yang membahas tentang fenomena ini secara khusus. Berikut ini ciri-ciri dari seseorang yang terkena *love bombing* (*Psychologi today*, 2024)

1. Perkembangan hubungan terasa cepat

Korban *love bombing* merasa hubungan terasa cepat atau seakan terburu-buru. Hal ini dapat diketahui ketika pelaku menyatakan perasaan cinta dan kasih sayang diawal hubungan dan dianggap terlalu dini. Pelaku menuntut korban untuk segera membentuk suatu komitmen yang pasti seperti pacaran, pernikahan bahkan mengajak tinggal Bersama.

2. Mendapat tindakan romantis berlebihan

Korban *love bombing* mendapat pujian, perhatian secara berlebihan dan menerima hadiah yang mewah diawal hubungan mereka. Ungkapan yang diberikan seperti “kamu adalah orang paling sempurna dari orang lain yang pernah saya ketemui” dan lain-lainnya. Dibalik semua ungkapan tersebut, terdapat tujuan lain yaitu memicu timbulnya rasa keterikatan yang belum tentu tulus mereka berikan.

3. Terbatas dalam melakukan aktivitas lain dan interaksi sosial

Korban *love bombing* akan merasa dirinya sulit untuk beraktivitas dan berhubungan dengan orang lain karena pelaku akan berusaha untuk menghubungi dan sering mengajak bertemu. Bahkan korban akan dilarang berinteraksi dengan orang lain dan akan marah ketika dilanggar.

4. Merasa diri selalu salah



Korban *love bombing* akan merasa dirinya selalu salah ketika berargumen dengan pelaku hal ini dikarenakan adanya sikap manipulative yang telah dilakukan oleh si pelaku. Memberikan ancaman emosional yang membuat korban akan mengabaikan perasaan mereka sendiri dan merasa tidak cukup memenuhi harapan pelaku.

### **C. Tanda-tanda Love Bombing**

Menurut Dr. Rizal Fadli (2023), perilaku *love bombing* dapat terjadi secara disengaja maupun tidak disengaja yang pada umumnya terjadi dalam hubungan asmara. Orang yang cenderung menjadi pelaku *love bombing* adalah mereka yang memiliki gangguan kepribadian narsistik (NPD). Maka dari itu kita perlu lebih waspada untuk mengenali tanda-tanda perilaku *love bombing*:

1. Memberikan hadiah berlebihan

Pelaku memberikan hadiah mahal dan dilakukan secara terus menerus kepada korban untuk menunjukkan cinta dan kasih sayangnya. Namun jika hal ini dilakukan secara berlebihan, mereka memiliki tujuan lain untuk memanipulasi korban agar nantinya mereka merasa berhutang sehingga dapat dengan mudah mengendalikan perilaku korban agar sesuai dengan keinginan pelaku.

2. Memberikan perhatian & pujian intens

Pada awal hubungan pelaku selalu memfokuskan diri mereka kepada pasangan dengan cara mengirimkan pesan singkat dan menelpon intens untuk mengetahui semua kegiatan yang dilakukan korban secara detail sehingga mengabaikan perasaan korban dan membuat rasa tidak nyaman hingga stress.

3. Isolasi dari lingkungan sosial

Ketika pelaku sudah mengetahui semua kegiatan yang dilakukan korban dan merasa tidak suka. Mereka akan berusaha untuk menjauhkan korban dari lingkungan sosial seperti teman dan keluarga dengan tidak mengizinkan korban tidak melakukan aktivitas, pergi ke suatu tempat bahkan menghabiskan waktu tanpa kehadiran mereka. Perilaku ini akan mengakibatkan korban merasa tidak percaya diri, tidak bersifat terbuka dan sulit untuk membangun hubungan interpersonal dengan orang lain.

#### 4. Tekanan emosional

Pelaku *love bombing* mencoba untuk tidak mengizinkan korban melakukan suatu aktivitas. Bila korban menolak, pelaku akan memanipulasi perasaan bersalah pada korban melalui kata-kata dan membuat mereka percaya tindakan dan kata-kata yang disampaikan korban itu salah.

### D. Tahap-tahap *Love Bombing*

Menurut Dr. Sabrina Romanoff (2024), *love bombing* terjadi dalam tiga tahap atau fase yaitu:

#### 1. Idealisasi (*Idealization Stage*)

Pada tahap awal ini, pelaku memberikan perhatian, pujian, hadiah dan kasih sayang secara berlebihan kepada korban serta fokus untuk meyakinkan pasangan. Hubungan menjadi terasa cepat berkembang dan sangat mengesankan.

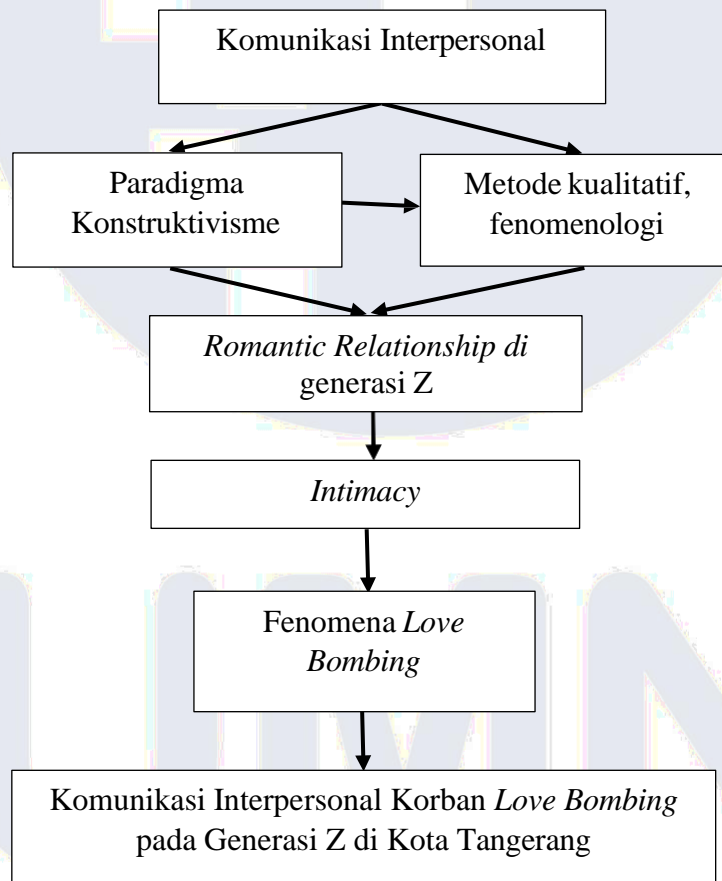
#### 2. Devaluasi (*Devaluation Stage*)

Setelah korban sudah merasa terikat, terdapat pola fluktuasi antara kasih sayang yang berlebihan dan ketidakpedulian. Sikap pelaku berubah-ubah antara bersikap baik dan buruk pada beberapa waktu berikutnya seperti pengabaian, kritik dan manipulasi emosional. Pada tahap ini korban merasa bingung, meragukan diri dan tidak percaya diri.

### 3. Pembuangan (*Discard Stage*)

Pada tahap terakhir, pelaku secara perlahan mulai menjauh dan tidak bertanggung jawab atas tindakan yang dilakukan. Hubungan terasa seperti tidak stabil karena korban dapat menjauh secara tiba-tiba atau kembali bersikap baik kepada korban sehingga menciptakan rasa kebingungan.

## 2.3 Kerangka Pemikiran



Tabel 2.3 Bagan Alur Penelitian

Sumber: Data Olahan Penelitian