

BAB II

TINJAUAN PUSTAKA

2.1. Review Hasil Penelitian Sejenis

Pada penelitian mengenai pengaruh media sosial terhadap perilaku komunikasi Genarasi-Z telah banyak dilakukan dengan berbagai sudut pandang dan metodologi. Beberapa studi relevan, ditemukan bahwa media sosial seperti TikTok dan Instagram memiliki peran dalam memberntuk pola interaksi digital maupun tatap muka. Penelitian yang dilakukan oleh Desi Ratnasari dan Nur Fitriyani (2024) menunjukan adanya hubungan antara intensitas penggunaan media sosial dengan pergeseran gaya komunikasi, terutamapada pengguna bahasa informal dan simbol visual seperti emoji. Dalam hal ini sejalan dengan fokus penelitian penulis yang juga meneliti dimensi non-verbal pada anggota ekskul kabaret Potret.

Dari perspektif teori pada penelitian internasional oleh Leonida N Orwaru, dkk (2025), memperkuat penggunaan teori *Uses and Gratification* untuk menjelaskan bagaimana individu secara aktif memilih media untuk memenuhi kebutuhan sosialnya, Selain itu, Chin Wen Chang dan Sheng Hsiung Chang (2023) menyoroti dampak perkembangan digital, di manan jejaring sosial memiliki pengaruh besar dibandingkan sikap dan perilaku Generasi-Z.

Meskipun pada penelitian sebelumnya memiliki kesamaan dalam objek penelitian yaitu Generasi-Z dan variable media sosial, terdapat perbedaan mendasar. Jika pada penelitian terdahulu mayoritas membahas pengaruh media sosisal secara umun atau dampaknmya terhadap mahasiswa secara luas, penelitian ini spesifik meneliti pengaruh konten media sosial TikTok dan Instagram terhadap gaya komunikasi anggota ekskul Potret SMAN 19 Bandung.

1. Penelitian yang dilakukan oleh Khatib Ramli Ahmad, lalu Sibuan Amir, dan Muh. Hapipi (2024), berjudul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Pola Komunikasi dan Hubungan Sosial Dalam Kalangan Generasi-Z” yang diterbitkan dalam jurnal Sanskara Ilmu Sosial dan Humaniora. Tujuan dan Metode studi kasus ini bertujuan untuk menginvestigasi dampak media

sosial pada pola komunikasi dan hubungan sosial Generasi-Z dengan menggunakan metode *Systematic Literature Review* (SLR) di kutip berdasarkan jurnal Triandini E, Jayanantha S, Indrawan A, Putra G & Iswara B (2019). Hasil dari penelitian ini ditemukan bahwa media sosial memberikan dampak kompleks, yaitu meningkatkan konektivitas digital namun di sisi lain mengurangi kualitas komunikasi tatap muka. Adapun hubungan dengan penelitian yang peneliti kaji yaitu persamaannya terletak pada fokus objek, yaitu Generasi-Z dan perubahan pola komunikasi, sedangkan perbedaannya yaitu penelitian terdahulu menggunakan metode SLR (studi pustaka), sedangkan penelitian yang peneliti kaji menggunakan metode kuantitatif. *Critical review* terhadap penelitian ini terletak pada keterbatasan metodenya yang bersifat studi pustaka (*secondary research*), sehingga tidak menyajikan temuan empiris langsung dari lapangan mengenai besaran pengaruh antarvariabel secara kuantitatif. Relevansi penelitian ini dengan kajian yang dilakukan terletak pada kesamaan fokus objek yaitu Generasi-Z dan perubahan pola interaksi, di mana penelitian saat ini memperkuat temuan tersebut melalui pendekatan kuantitatif empiris pada kelompok terikat (anggota ekskul kabaret).

2. Penelitian kedua disusun oleh Desi Ratnasari dan Nur Fitriyanti (2024), dengan judul “Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Komunikasi Mahasiswa di Era Digital” yang dipublikasikan melalui jurnal *Center Publisher*. Tujuan dan metode penelitian ini yaitu menganalisis pengaruh media sosial terhadap perubahan gaya komunikasi mahasiswa dengan menggunakan metode kuantitatif dengan penyebaran kuisioner di Universitas Esa Unggul. Hasil dari penelitian ini, menunjukkan bahwa adanya hubungan signifikan antara intensitas penggunaan media sosial dengan peningkatan penggunaan bahasa informal serta emoji dalam komunikasi sehari-hari. Adapun hubungan dengan penelitian yang peneliti kaji yaitu sama-sama menguji pengaruh variabel media sosial terhadap gaya komunikasi. Perbedaannya pada subjek penelitian terdahulu berfokus pada mahasiswa, sedangkan penelitian yang peneliti kaji berfokus pada siswa dan

alumni SMA Negeri 19 yang bergabung dalam Ekskul Kabaret Potret Generasi-Z. *Critical review* untuk studi ini adalah fokus variabelnya yang masih terlampaui umum pada tataran mahasiswa luas, tanpa memperhitungkan variabel moderator seperti latar belakang minat seni atau organisasi yang dapat memengaruhi ekspresi komunikasi non-verbal. Relevansi penelitian ini adalah memberikan pijakan konseptual mengenai keterkaitan intensitas media sosial dengan gaya komunikasi verbal/non-verbal, yang kemudian dikembangkan dalam penelitian ini pada subjek yang lebih spesifik yaitu anggota Ekskul Kabaret Potret SMAN 19 Bandung.

3. Penelitian ketiga disusun oleh Naomi Rebecca Siagian dan Nina Yuliana (2024), dengan judul “*The Role Of Social Media In Communication Of Generation-Z*” yang diterbitkan di jurnal Penelitian dan Inovasi Lanjutan. Metode ini menggunakan penelitian kualitatif menggunakan teknik wawancara dan observasi di Universitas Sultan Ageng Tirtayasa (Unirta). Tujuan dari penelitian ini yaitu untuk mengeksplorasi peran media sosial dalam dinamika komunikasi dan konstruksi identitas Generasi-Z. Hasil dari penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial bukan sekedar alat komunikasi, melainkan ruang atau arena bagi Generasi-Z untuk membangun nilai-nilai dan pola komunikasi yang unik. Adapun hubungannya dengan penelitian yang peneliti kaji, persamaannya terletak pada platform media sosial Tiktok dan Instagram dengan objek kajian Generasi-Z, adapun perbedaannya pada penelitian terdahulu menggunakan pendekatan kualitatif sedangkan yang peneliti kaji menggunakan pendekatan kuantitatif. *Critical review* terhadap kajian kualitatif ini adalah ketiadaan pengujian statistik untuk mengukur sejauh mana dimensi spesifik media sosial (seperti daya tarik visual atau kualitas informasi) secara parsial memengaruhi gaya komunikasi. Relevansi studi ini terhadap penelitian yang dilakukan adalah memberikan acuan substansial mengenai pentingnya platform TikTok dan Instagram bagi Gen-Z, yang pada penelitian ini diuji secara kuantitatif melalui Teori Stimulus-Respons.

4. Penelitian keempat disusun oleh Leonida Nyangweso Orwaru, Catherine Simiyu, dan Fransisca Mbutitia (2025), dengan berjudul “*The Influence Of Social Networks On The Social Well-Being Of Generation Z Student At A University In Kisii County, Kenya*” yang dipublikasikan dalam IJMSSSR. Penelitian ini menggunakan metode kombinasi (kuantitatif dan kualitatif) yang berlandaskan pada Teori *Uses and Gratification* serta *Social Network* yang bertujuan untuk menentukan pengaruh jejaring sosial pada kesejahteraan sosial mahasiswa Generasi-Z di Kenya. Hasil dari penelitian ini yaitu ditemukan bahwa jejaring sosial berpengaruh secara signifikan terhadap kesejahteraan sosial (*social well-being*), interaksi para siswa. Adapun persamaan penelitian ini dengan yang peneliti kaji yaitu berisikan dengan motif konsumsi media, sedangkan perbedaannya pada penelitian ini berfokus pada variabel kesejahteraan sosial (*well-being*), sedangkan yang peneliti kaji yaitu berfokus pada Gaya Komunikasi Interpersonal. *Critical review* atas studi ini mencakup luasnya variabel terikat (*social well-being*) sehingga aspek mikro gaya komunikasi interpersonal seperti responsivitas dan gestur tubuh kurang tergali secara spesifik. Relevansi penelitian ini terletak pada pemanfaatan Teori *Uses and Gratifications* dalam mengukur motif konsumsi media, yang menjadi acuan konseptual bagi penelitian ini untuk membedah dimensi terpaan media pada Generasi-Z.
5. Penelitian yang kelima disusun oleh Chin Wen Chang dan Sheng-Hsiung Chang (2023), dengan judul “*The Impact of Digital Disruption: The Influence of Digital Media and Social Networks on the Attitudes of the Digital Generation*” yang dipublikasikan di jurnal Internasional *Sage Open*. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif yang bertujuan untuk mengkaji pengaruh disrupsi digital terhadap pembentukan sikap Generasi-Z di Taiwan atau Global melalui konsep Disrupsi Digital dan Sosialisasi Konsumen. Adapun persamaan penelitian ini dengan yang peneliti kaji yaitu sama-sama menerapkan metode kuantitatif untuk memneliti objek Generasi-Z, sedangkan perbedaannya adalah penelitian ini berfokus pada pembentukan sikap terhadap produk atau konsumen, sedangkan yang

peneliti kaji yaitu fokus pada pengaruh media sosial terhadap Gaya Komunikasi Interpersonal. *Critical review* pada studi skala global ini adalah orientasi pembahasannya yang lebih menitikberatkan pada sikap konsumen (*consumer behavior*), bukan pada perubahan gaya komunikasi interpersonal dalam kehidupan nyata. Relevansi penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan adalah penggunaan metodologi kuantitatif berstandar regresi yang menjadi rujukan dalam menguji pengaruh paparan media sosial terhadap tingkah laku Generasi-Z.



Tabel 2.1 Penelitian Terdahulu

Matriks Penelitian	1	2	3	4	5
Nama Peneliti	Chin Wen Chang & Sheng-Hsiung Chang	Desi Ratnasari & Nur Fitriyanti	Naomi Rebecca Siagian & Nina Yuliana	Khatib Ramli Ahmad, Lalu Sibuan Amir, dan Muh. Hapiipi	Leonida Nyangweso Orwaru, Dr Catherine Simiyu, dan Dr. Fransisca Mbutitia
Tahun Terbit	2023	2024	2024	2024	2025
Judul	<i>The Impact of Digital Disruption: The Influence of Digital Media and Social Networks on the Attitudes of the Digital Generation</i>	Pengaruh Media Sosial terhadap Gaya Komunikasi Mahasiswa di Era Digital	<i>The Role Of Social Media In Communication Of Generation Z</i>	Pengaruh Media Sosial terhadap Pola Komunikasi dan Hubungan Sosial dalam Kalangan Generasi-Z	<i>The Influence Of Social Networks On The Social Well-Being Of Generation Z Student At A University In Kisii County, Kenya</i>

Publikasi	Sage Open	Jurnal Central Publisher	Jurnal Penelitian dan Inovasi Lanjutan	Sanskara Ilmu Sosial dan Humaniora	IJMSSSR
Tujuan Penelitian	Mengkaji pengaruh disrupsi digital terhadap pembentukan sikap Generasi Z	Menganalisis pengaruh medsos terhadap perubahan gaya komunikasi mahasiswa.	Mengeksplorasi peran medsos dalam dinamika komunikasi & identitas Gen-Z.	Menginvestigasi dampak medsos pada pola komunikasi dan hubungan sosial Gen-Z	Menentukan pengaruh jejaring sosial pada kesejahteraan sosial siswa Gen-Z
Metode Penelitian	Kuantitatif	Kuantitatif (Kuesioner)	Kualitatif (Wawancara & Observasi)	<i>Systematic Literature Review (SLR)</i>	Kuantitatif & Kualitatif
Teori/Konsep	Disrupsi Digital & Sosialisasi Konsumen	Komunikasi Interpersonal & Era Digital	Konstruksi Identitas & Dinamika Komunikasi	Komunikasi Interpersonal	<i>Uses and Gratifications & Social Network n</i>

Tempat Penelitian	Taiwan/Global	Univ. Esa Unggul	Untirta	Indonesia Literatur	Kisii County, Kenya
Waktu Penelitian	2023	2024	2024	2024	2025
Persamaan Penelitian	Menggunakan pendekatan kuantitatif pada objek Generasi Z	Meneliti variabel gaya komunikasi dan media sosial	Mengkaji platform TikTok dan Instagram pada Gen-Z	Fokus pada objek Generasi-Z dan gaya komunikasi	Menggunakan teori <i>Uses and Gratifications</i>
Perbedaan Penelitian	Fokus pada pembentukan sikap terhadap media digital, bukan gaya komunikasi	Subjek mahasiswa, sedangkan penelitian ini siswa SMAN 19 (Ekskul Potret).	Menggunakan metode kualitatif, sedangkan peneliti menggunakan Kuantitatif	Metode SLR (studi pustaka) sedangkan peneliti (kuantitatif)	Fokus pada variabel kesejahteraan sosial (<i>well-being</i>), bukan gaya komunikasi
Hasil Penelitian	Gen-Z sangat bergantung pada media digital;	Terdapat hubungan signifikan	Medsos bukan hanya alat komunikasi,	Medsos berdampak kompleks,	Jejaring sosial berpengaruh signifikan terhadap kesejahteraan sosial dan interaksi siswa.

	jejaring sosial memiliki pengaruh lebih besar dibanding media statis	antara intensitas medsos dengan penggunaan bahasa informal & emoji	tapi arena membangun nilai dan gaya komunikasi unik	meningkatkan konektivitas tapi mengurangi kualitas komunikasi tatap muka	
--	--	--	---	--	--

Sumber: Olahan Peneliti, 2026

2.2. Kerangka Pemikiran dan Hipotesis

2.2.1. Kerangka Pemikiran

Pada penelitian ini, kerangka pemikiran menjelaskan bagaimana fenomena konsumsi konten digital dapat menstranformasi perilaku komunikasi nyata pada Generasi-Z. *Grand Theory* penelitian ini, menggunakan Teori Behaviorisme. Peneliti berasumsi bahwa gaya komunikasi anggota eksul Potret bukan sekedar bawaan karakter, melainkan sebuah perilaku yang terus dibentuk melalui proses belajar dari lingkungan. Untuk menjelaskan mekanisme pengaruh media sosial sebagai variabel X, penelitian ini mengacu pada kerangka Teori Media Massa Denis McQuail (2010) yang diintegrasikan dengan asumsi Teori *Stimulus-Respons* (S-R). Media sosial TikTok dan Instagram berposisi sebagai lingkungan digital yang memberikan paparan stimulus secara konstan. Berdasarkan landasan teoritis McQuail (2010) mengenai karakteristik dan transmisi pesan media massa modern, transmisi pesan media digital ini bekerja melalui tiga dimensi utama yaitu:

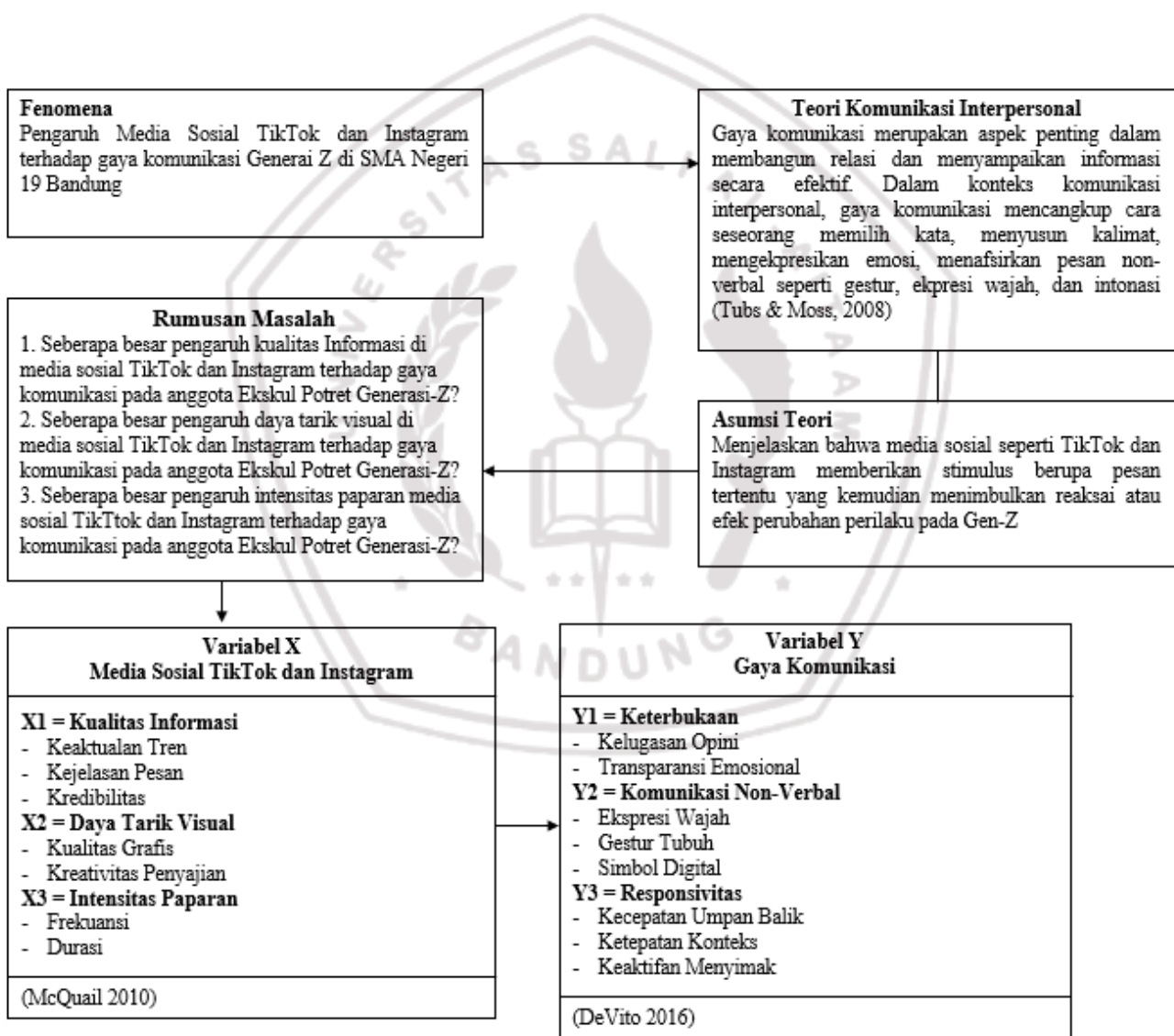
1. Kulit Informasi (X1): Mencangkup keaktualan tren, kejelasan pesan, dan kredibilitas konten yang diserap audiens.
2. Daya Tarik Visual (X2): Mencangkup kualitas grafis, estetika, dan kreativitas penyajian sinematografi konten.
3. Intensitas Paparan (X3): Mencangkup frekuensi akses dan durasi penggunaan media sosial.

Pesan dan terpaan visual pada media sosial diposisikan sebagai stimulus yang diserap secara aktif oleh anggota eksul Potret. Selanjutnya, proses pengolahan stimulus ini bermuara pada perubahan Gaya Komunikasi (Y), yang berlandaskan pada Teori Komunikasi Interpersonal Joseph A. DeVito (2016). DeVito menyatakan bahwa efektivitas interaksi seseorang ditentukan oleh kualitas komunikasinya yang meliputi dimensi Keterbukaan, Komunikasi Non-Verbal, dan Responsivitas.

Dengan demikian, kerangka pemikiran ini menyimpulkan bahwa gaya komunikasi Generasi Z saat ini dibentuk oleh proses penerimaan

stimulus media digital yang kaya akan nilai visual dan informasi. Konten media sosial yang informatif dan visual secara yang dikonsumsi mampu mentransformasi pola interaksi nyata, baik secara verbal maupun non-verbal pada anggota ekstrakurikuler Potret di SMA Negeri 19 Kota Bandung.

Gambar 2.1 Kerangka Pemikiran



Sumber: Olahan Peneliti 2026

2.2.2. Hipotesis

Berdasarkan kerangka pemikiran yang telah dipaparkan, maka penelitian ini memiliki hipotesis sebagai berikut:

Pengaruh Media Sosial Terhadap Gaya Komunikasi.

Hipotesis ini merujuk pada aspek kognitif, peneliti berasumsi bahwa Media Sosial (Stimulus) akan diserap oleh pikiran responden, yang kemudian mengubah cara mereka berbicara (Response), (H1).

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas informasi dan intensitas paparan media sosial TikTok dan Instagram terhadap gaya komunikasi Generasi-Z di SMA Negeri 19 Kota Bandung.

H₀ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara kualitas Informasi dan intensitas paparan media sosial TikTok dan Instagram terhadap gaya komunikasi Generasi-Z di SMA Negeri 19 Kota Bandung.

Hipotesis Daya Tarik Visual Terhadap Gaya Komunikasi (H2).

Pada jurnal Ahmad dkk, (2024) Generasi-Z sangat responsive terhadap elemen visual. Karena responden adalah anak kabaret, yang terbiasa dengan olah tubuh dan ekspresi, maka daya tarik visual seperti gestur *influencer* atau sinematografi video dianggap mampu mempengaruhi gaya komunikasi non-verbal mereka.

H_a : Terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tarik visual media sosial TikTok dan Instagram media terhadap gaya komunikasi non-verbal anggota Ekskul Kabaret Potret SMAN 19 Bandung.

H₀ : Tidak terdapat pengaruh yang signifikan antara daya tarik visual media sosial TikTok dan Instagram terhadap gaya komunikasi non-verbal anggota Ekskul Kabaret Potret SMAN 19 Bandung.