

Ketika Bermedia Sosial Mengganggu Komunikasi Interpersonal: Studi Korelasi pada Karyawan Generasi Y

DHEVINDA MAUDHY DWI POETRY¹, NURI SADIDA

Fakultas Psikologi, Universitas YARSI

Email: nuri.sadida@yarsi.ac.id

Abstrak: Generasi Y merupakan generasi yang memiliki kecakapan dalam penggunaan teknologi, termasuk dalam penggunaan media sosial. Dalam penggunaannya, generasi Y menghabiskan lebih banyak waktunya untuk mengakses media sosial dibandingkan generasi sebelumnya. Penggunaan media sosial yang telalu sering dapat mengakibatkan hilangnya kemampuan berinteraksi secara langsung. Fenomena menunjukkan bahwa generasi Y mengalami kesulitan dalam berkomunikasi serta kurang memiliki pendekatan yang kurang pantas ketika berbicara. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan frekuensi penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal pada karyawan generasi Y. Sampel dalam penelitian ini adalah 131 karyawan generasi Y berusia 22-38 tahun yang bekerja di DKI Jakarta dan memiliki media sosial lebih dari satu. Penelitian ini menggunakan alat ukur *The Media and Technology Usage and Attitude Scale* (Rosen, 2013) dan *Interpersonal Communication Inventory* (Graham, 1998) yang telah diadaptasi. Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa frekuensi penggunaan media sosial memiliki hubungan negatif yang signifikan dengan dimensi *awareness of others* pada komunikasi interpersonal. Namun, frekuensi penggunaan media sosial tidak memiliki hubungan dengan kedua dimensi yang lainnya pada komunikasi interpersonal, yaitu *awareness of self & self disclosure* dan *coping with feeling & differences*.

Kata Kunci: Frekuensi penggunaan media sosial, komunikasi interpersonal, karyawan, generasi Y

Abstract: *In the work environment, generation Y shows proficiency in the use of technology, including social media. The Y generation spent more hours per day accessing social media compared to previous generation. Frequent use of social media can result in the loss of interaction ability directly. Present phenomenon shows that generation Y has difficulty communicating and inappropriate approach in communication. This study aims to determine the relationship between the frequency of using social media and interpersonal communication in Y generation's employees. Sample in this study were 131 employees with aged 22-38 years who works in DKI Jakarta and have more than one social media. The instruments that were used are The Media and Technology Usage and Attitude Scale (Rosen, 2013) and Interpersonal Communication Inventory (Graham, 1998) which have been adapted. The result of this study indicated that there was negative significant relationship between frequency of social media usage and dimension awareness of others from interpersonal communication. However, in other dimension indicated that there was no correlation between frequency of social media usage and both of dimension, which are awareness of self & self disclosure and coping with feelings & differences.*

Keywords: *Frequency of social media usage, interpersonal communication, generation Y's employee*

PENDAHULUAN

Generasi Y atau yang biasa disebut sebagai generasi milenial, yaitu mereka yang lahir pada tahun 1980 – 1995 (Hays, 2013), mulai memasuki dunia pekerjaan sejak tahun 2015. Saat ini, jumlah generasi Y semakin mendominasi di dunia pekerjaan bahkan

diperkirakan pada tahun 2025 generasi Y akan mengisi 75% dunia pekerjaan diseluruh dunia (Mendryk, 2015). Fenomena meningkatnya karyawan generasi Y juga terlihat ada institusi-institusi di Indonesia, seperti misalnya pada Lembaga Sandi Negara (Lemsaneg). Pada tahun 2014, didapat data bahwa 57%

pegawainya didominasi oleh generasi Y. Fenomena ini juga terdapat pada Bank Indonesia (BI), dimana pekerja generasi Y sampai tahun 2016 sudah mencapai 29% dari jumlah karyawan. Secara lebih lanjut, Arinsi (2013) menegaskan bahwa diperkirakan 3 tahun ke depan generasi Y akan menguasai BI sampai dengan 50%.

Dalam lingkungan kerja, generasi Y memiliki ekspektasi yang tinggi untuk dirinya, memiliki kepercayaan diri yang tinggi, serta mampu *multitasking* (Gillbert, 2011). Selain itu, Solnet dan Hood (2008) memaparkan bahwa generasi Y dicirikan sebagai generasi yang cukup mudah untuk mengekspresikan pendapat, mandiri, menginginkan *feedback* secara langsung, dan menyukai tantangan. Hasil survei yang dilakukan oleh Ryza (2016) menghasilkan bahwa generasi Y memiliki kesulitan dalam berkomunikasi dengan atasan, terlebih dengan atasan yang berbeda generasi dari mereka. Komunikasi antar individu dapat dikatakan sebagai komunikasi interpersonal, yaitu komunikasi secara langsung (*face to face*) yang memberikan kesempatan kepada orang lain agar memahami apa yang disampaikan, baik secara verbal maupun non verbal (Deddy, 2004).

Generasi Y saat ini menunjukkan kemampuan yang kurang dalam kemampuan interpersonal. Hal ini disimpulkan oleh Rangel (2017) yang memaparkan bahwa generasi Y mengalami kesulitan dalam komunikasi interpersonal seperti kurang terlibat dalam sebuah komunikasi serta memiliki pendekatan yang tidak pantas ketika berbicara. Selain itu, menurut *Pew Research Survey* (dalam Khush, 2018), generasi Y kurang memiliki

keterampilan sosial dalam berkomunikasi secara langsung (*face to face*). Senada dengan kedua penelitian tersebut, penelitian dari English, Manton, dan Walker (2007) juga menemukan bahwa sebagian besar *fresh graduate* cenderung kurang memiliki komunikasi interpersonal ketika memasuki dunia pekerjaan.

Dampak yang terjadi akibat kurangnya komunikasi interpersonal pada karyawan generasi Y diantaranya menjadi lebih canggung ketika berinteraksi secara interpersonal dan tidak memiliki kesiapan untuk berkolaborasi secara efektif dengan rekan tim (Alsop, 2013). Padahal, kemampuan komunikasi interpersonal yang baik sangatlah penting dimiliki para karyawan untuk menyukseskan sebuah organisasi (Yate, 2009) untuk menangani konflik, serta bernegosiasi (Singh dan Lalropui, 2014).

Salah satu faktor yang diduga mempengaruhi kemampuan interpersonal generasi Y yang menjadi asumsi dalam penelitian ini adalah kebiasaan generasi Y menggunakan media sosial yang sangat ekstensif. Media sosial merupakan perangkat elektronik yang dapat meningkatkan komunikasi, mendukung kolaborasi, dan memungkinkan pengguna untuk menghasilkan dan berbagi konten (Thielst, dalam Sarringhaus, 2011). Media sosial mempermudah pengguna untuk memantau kegiatan orang lain tanpa berhadapan secara langsung, serta berguna untuk menjalin hubungan dengan teman lama, atau bahkan menciptakan hubungan dengan teman baru (Quan-Haase & Young, 2010). Menurut *American Press Institute*, sebanyak 88% generasi Y menggunakan media sosial untuk

mendapatkan informasi dari *facebook*. Adapun 57% diantaranya, mendapatkan informasi dari *facebook* dengan membuka akunnya paling tidak sehari sekali. Di Indonesia, generasi Y juga menggunakan media sosial untuk saling berkoneksi dengan orang lain. Hal ini sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Nugroho, Ekoputri, dan Halim (2016) yang menghasilkan bahwa generasi Y selalu mengakses media sosial yang dimilikinya. Sejalan dengan itu, hasil survey dari *we are social* pada awal tahun 2016 menyatakan sebanyak 84% pengguna internet di Indonesia didominasi oleh generasi Y (Sumara, 2016)

Dalam penggunaan media sosial, generasi Y menggunakan waktunya sebanyak 19 jam per hari untuk mengakses media sosial, sedangkan generasi X, yaitu generasi yang lahir antara tahun 1965-1979 (Hays, 2014), menghabiskan waktu 13 jam per hari untuk mengakses media sosial (Rosen, 2013). Penggunaan media sosial dengan frekuensi tinggi dapat memberikan dampak positif maupun negatif terhadap penggunanya. Dampak positif yang ditimbulkan dari media sosial antara lain membantu karyawan untuk lebih fokus akan tujuan dari perusahaan, dan mengembangkan ide-ide kecil menjadi wawasan yang berharga (Lee, 2013). Selain itu, Dronen (2014) menyebutkan penggunaan media sosial di tempat kerja juga membantu cara berinteraksi dari karyawan satu ke karyawan yang lainnya. Sejalan dengan itu, hasil penelitian Gafni dan Geri (2013), menunjukkan bahwa lamanya penggunaan gadget membuat generasi Y lebih dapat mengaplikasikan penggunaan internet dibandingkan dengan generasi X, khususnya media sosial.

Disisi lain, media sosial dapat membuat seseorang berkurang konsentrasinya. Selain itu media sosial juga dapat membuat seseorang kurang memperhatikan komunikasi langsung (*face-to-face*), kurang mampu berkomunikasi, tidak memperhatikan dunia nyata, lebih agresif, membuat seseorang menjadi tidak sabar, menjadi lebih *self-centered*, mengalami perubahan pada pola otak, penurunan aktivitas, mengalami penurunan rentang atensi dari 12 menit menjadi 5 menit, bahkan menjadikan seseorang lebih memilih komunikasi melalui media sosial daripada secara langsung (Beth, 2011; Vidyarthi dalam Munene & Nyaribo, 2013; Chasombat, 2014).

Selain itu, Alsop (2013) mengatakan bahwa penggunaan media sosial yang terlalu sering dapat mengakibatkan hilangnya kemampuan untuk berinteraksi secara langsung. Hal ini didukung oleh Chasombat (2014) yang menyatakan bahwa individu yang mengandalkan hubungan secara *online* dapat kehilangan kemampuan berinteraksi pada kehidupan nyata. Penggunaan jaringan sosial yang terlalu sering juga dapat menjadikan seseorang ditolak oleh kehidupan sosial (Kraut, Patterson, Lundmark, Kiesler, Mukophadhyay, & Scherlis, 1998). Hasil penelitian Drago (2015) menunjukkan bahwa teknologi memiliki dampak negatif karena membuat individu bergantung dengan teknologi dan mengabaikan komunikasi secara langsung.

Berdasarkan pemaparan di atas, tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui hubungan frekuensi penggunaan media sosial dengan komunikasi interpersonal pada karyawan generasi Y. Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat pada

perusahaan dan karyawan terkait kemampuan menggunakan media sosial secara efektif, dan komunikasi interpersonal yang dimiliki oleh karyawan generasi Y.

Frekuensi penggunaan media sosial merupakan seberapa lamanya seseorang menghabiskan waktunya dalam aktivitas berbasis internet, seperti *email*, *news gathering*, bermain *game*, atau belanja *online* (Horrihan, 2014). Selain itu, frekuensi penggunaan media sosial menurut Kankanhalli, Tan & Wei, Li & Bernoff (dalam Gangi & Wasko, 2016) merupakan seberapa sering seseorang menjelajahi (*explore*) konten-konten dari media sosial. Maka, dapat disimpulkan bahwa frekuensi penggunaan media sosial adalah seberapa lama atau seringnya seseorang menghabiskan waktunya dalam pejelajahan konten-konten media sosial.

Komunikasi interpersonal adalah komunikasi secara langsung (*face to face*) yang memberikan kesempatan kepada orang lain agar memahami apa yang disampaikan, baik secara verbal maupun non-verbal (Deddy, 2004). Pengertian selanjutnya dijelaskan oleh Singh (2014) menyatakan bahwa komunikasi interpersonal merupakan sebuah proses dalam memberikan informasi dan pemahaman dari individu ke individu yang lainnya. Kemampuan komunikasi interpersonal dapat dilihat dari tiga dimensi yaitu *awareness of self & self disclosure*, *awareness of others*, dan *coping with feelings and differences* (Graham, 1998). Dimensi *awareness of self & self disclosure* merupakan kemampuan yang dimiliki seseorang ketika ia dapat bercerita, mendiskusikan perasaan yang dialami, dan mempercayai orang lain. Dimensi *awareness of others* merupakan cara seseorang untuk

memahami perasaan orang lain atau empati. Dimensi *coping with feelings & differences* yaitu bagaimana seseorang dapat mengatur perasaan yang dimilikinya, seperti marah, sedih dan sebagainya.

Beberapa penelitian sebelumnya melihat bagaimana penggunaan teknologi dapat mempengaruhi tiap dimensi kecakapan interpersonal tersebut. Diantaranya penelitian Konrath, O'Brien, dan Hsing (2011) yang mengatakan bahwa terdapat penurunan kadar empati yang dimiliki oleh generasi Y sebanyak 40%, dikarenakan penggunaan teknologi, dan meningkatnya kejahatan dalam *video games* dan media elektronik lainnya. Selain itu, penelitian yang dilakukan oleh Kraut, Patterson, Lundmark, Kiesler, Mukophadhyay, dan Scherlis (1998) juga menghasilkan bahwa penggunaan media sosial yang terlalu sering dapat menjadikan seseorang ditolak oleh kehidupan sosialnya, dan dapat mengurangi cara berkomunikasi dalam hubungan keluarga. Kemudian penelitian Chris (2016) memaparkan bahwa frekuensi penggunaan media sosial yang berlebih dapat mengakibatkan berkurangnya hubungan interpersonal seseorang, yang terlihat pada menurunnya keterbukaan diri, kemampuan dalam mendengarkan orang lain, yang membuat seseorang memiliki hubungan interpersonal yang buruk dan kurang mampu untuk menyelesaikan sebuah konflik.

METODE

Desain penelitian. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain korelasional. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner laporan diri.

Partisipan Penelitian. Subjek dalam penelitian ini berjumlah 131 karyawan di DKI Jakarta yang berumur 22-38 tahun dan memiliki media sosial lebih dari satu. Teknik *sampling* yang digunakan dalam penelitian ini adalah *accidental sampling*.

Instrumen Penelitian. Instrumen yang digunakan dalam penelitian ini adalah MTUAS (*The Media and Technology Usage and Attitude Scale*) yang diadaptasi dari Rosen (2013) dan skala ICI (*Interpersonal Communication Inventory*) yang diadaptasi dari Graham (1998). Skala MTUAS memiliki 9 aitem dengan skala *likert* yang mengukur frekuensi perilaku dengan pilihan jawaban dari 1 = tidak pernah sampai dengan 9 = setiap waktu. Sedangkan alat ukur ICI terdiri dari 28 aitem dengan skala *likert* yang memiliki tiga pilihan jawaban, yaitu “Ya”, “Tidak”, dan “Kadang-Kadang”.

Teknik Analisa Data. Dalam penelitian ini terdapat beberapa tahapan pengujian data yang sudah didapat. Diantaranya uji normalitas untuk menentukan teknik uji korelasi yang akan digunakan. Kemudian dilakukan uji korelasi untuk melihat hubungan antara kedua variabel. Setelah itu, dilakukan uji beda terhadap kedua variabel penelitian dengan

mengelompokkan kedua variabel berdasarkan data demografi subjek penelitian.

HASIL

Berikut merupakan deskripsi data demografi dari subjek penelitian ini :

Tabel 1. Deskripsi Data Demografi Subjek Penelitian

| Variabel | Jumlah | Presentase | |
|---------------------------------|-----------------|------------|-------|
| Usia | 22-25 | 74 | 56,5% |
| | 26-35 | 52 | 39,7% |
| | 36-38 | 5 | 3,8% |
| Jenis Kelamin | Laki-laki | 61 | 46,6% |
| | Perempuan | 70 | 53,4% |
| Pendidikan | SMA | 33 | 25,2% |
| | Diploma | 28 | 21,4% |
| | S1 | 64 | 48,9% |
| | S2 | 6 | 4,6% |
| Level Jabatan | Staff | 91 | 69,5% |
| | Supervisor | 21 | 16,0% |
| | Manager | 8 | 6,1% |
| | Lainnya | 11 | 8,4% |
| Status Pekerjaan | Pekerja Tetap | 69 | 52,7% |
| | Pekerja Kontrak | 55 | 42% |
| | Pekerja Lepas | 7 | 5,3% |
| Lama Masa Kerja Saat Ini | 1-3 tahun | 93 | 71% |
| | 4-6 tahun | 28 | 21,4% |
| | 7-9 tahun | 7 | 5,3% |
| | >10 tahun | 3 | 2,3% |

Berdasarkan data yang diperoleh, mayoritas partisipan penelitian berjenis kelamin perempuan (53,4%) dan memiliki jenjang pendidikan terakhir S1 (48,9%). Mayoritas partisipan penelitian berada pada usia 22-25 tahun (56,5%), level jabatan staff (69,5%) memiliki status sebagai pekerja tetap (52,7%) serta dengan lama bekerja saat ini dan total bekerja keseluruhan adalah 1-3 tahun (71%). Mengacu pada pendapatan dan pengeluaran perbulan, mayoritas partisipan berpenghasilan Rp. 3.000.0000 – Rp. 5.000.000 (50,4%) dan pengeluaran sebesar Rp. 1.000.000 – Rp. 3.000.000 (53,4%). Mayoritas partisipan penelitian ini juga memiliki status belum menikah (69,5%).

Uji Normalitas. Dari uji normalitas yang dilakukan, didapatkan hasil bahwa data dalam penelitian ini untuk *general social media usage* terdistribusi dengan normal karena memiliki nilai signifikasi $\rho = 0,200$ ($\rho > 0,05$). Sedangkan pada dimensi-dimensi pada komunikasi interpersonal didapatkan tidak terdistribusi dengan normal.

Uji Korelasi. Dari uji korelasi dengan menggunakan teknik spearman, didapatkan hasil bahwa terdapatnya hubungan negatif yang signifikan pada *general media usage* dan dimensi *awareness of others* ICI dengan $r = -0,273^{**}$. Hal ini menandakan bahwa semakin

tinggi frekuensi penggunaan media sosial yang dimiliki, maka semakin rendah *awareness of others* ICI pada karyawan generasi Y. Pada *general media usage* dan dimensi *awareness*

of self & self disclosure dan *coping with feelings & differences* ICI menghasilkan tidak adanya hubungan antara variabel tersebut.

Tabel 7. Uji Korelasi

| Variabel Penelitian | Koefisien Korelasi | Sig. |
|--|--------------------|-------|
| <i>General media usage</i> dan <i>awareness of self & self disclosure</i> ICI | 0,012 | 0,892 |
| <i>General media usage</i> dan <i>awareness of self & Awareness of others</i> ICI | -0,273** | 0,002 |
| <i>General media usage</i> dan <i>awareness of self & Coping with feelings & differences</i> ICI | -0,142 | 0,106 |

DISKUSI

Pada penelitian ini, tidak adanya hubungan signifikan antara frekuensi penggunaan media sosial dengan *self-awareness* tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Kramer, Neubaum, Hirt, Knitter, Ostendorf dan Zeru (2017) yang menghasilkan bahwa terdapat hubungan yang positif pada penggunaan *facebook* dan *awareness*, dimana semakin tinggi penggunaan *facebook*, maka semakin tinggi pula *awareness* yang dimilikinya (Levordashka & Utz, dalam Kramer, dkk., 2017). Hal ini disebabkan karena seseorang yang lebih sering menggunakan media sosial, cenderung mendapatkan pemaparan informasi dan konten sosial yang lebih tinggi. Banyaknya informasi yang didapatkan mendorong seseorang memiliki *awareness* yang tinggi pula. Perbedaan hasil dengan penelitian yang dilakukan oleh Kramer, Neubaum, Hirt, Knitter, Ostendorf dan Zeru (2017) dapat terjadi karena perbedaan alat ukur yang digunakan.

Self-awareness penting dimiliki oleh karyawan guna untuk berkomunikasi dan membangun kepercayaan pada orang lain (Govender, 2016). Kepercayaan merupakan salah satu karakteristik dari *self-awareness* (Graham, 1998). Penelitian yang dilakukan oleh Cao, Guo, Vogel, Liu, dan Gu (2012) mengenai kepercayaan karyawan menghasilkan bahwa semakin seringnya seseorang menggunakan media sosial, maka seseorang akan menjadi lebih mudah percaya dengan orang lain. Media sosial dijadikan sebagai sebuah jaringan yang memungkinkan setiap karyawannya untuk mencari tahu akan informasi yang rinci tentang rekan-rekannya. Semakin seseorang mengenali orang lain membuat seseorang lebih dapat menentukan apakah orang lain tersebut dapat dipercaya atau tidak (Newton, 1999). Hasil yang berbeda dari penelitian dilakukan oleh peneliti yaitu hanya mengukur frekuensi penggunaan media sosial, sedangkan pada penelitian-penelitian sebelumnya lebih mengukur penggunaan media sosial sebagai media untuk mencari tahu akan informasi yang dimiliki oleh orang lain.

Selain itu, hasil penelitian ini juga tidak sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Huling (2011) yang menjelaskan bahwa frekuensi penggunaan *facebook* memiliki korelasi yang positif dengan *self-disclosure* seseorang. Perbedaan dari hasil penelitian ini dengan penelitian yang dilakukan oleh Huling disebabkan karena *self-disclosure* yang diteliti oleh mereka yaitu *self-disclosure* dalam konteks *online*. Schouten, Valkenbur dan Peter (2007) memaparkan *self-disclosure* secara *online* adalah berkurangnya isyarat dan kemampuan pengendalian non-verbal. Hal tersebut dapat meningkatkan *self-disclosure* secara *online*. *Self-disclosure* secara *online* sering kali membuat seseorang dapat mengungkapkan dirinya (Joinson & Wilkins, dalam Huling, 2011). Sementara pada penelitian ini, *self-disclosure* yang diteliti adalah pada konteks komunikasi tatap muka sehari-hari.

Sementara hasil lain yang didapat dalam penelitian ini adalah terdapat hubungan negatif yang signifikan antara frekuensi penggunaan media sosial dengan *awareness of others*. Hasil ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Chris (2016), yaitu frekuensi penggunaan media sosial yang berlebih membuat kurang mendalamnya hubungan interpersonal seseorang, dimana tingginya frekuensi penggunaan media sosial membuat seseorang kesulitan memahami orang lain dalam berkomunikasi sehari-hari dan dapat menimbulkan konflik interpersonal. Hal ini disebabkan oleh penggunaan media sosial yang terlalu sering memicu kurangnya kemampuan berkomunikasi, tidak menghiraukan orang lain yang sedang berbicara, dan juga membuat diri menjadi

tidak mampu untuk menyelesaikan sebuah konflik. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Chasombat (2014), yaitu seseorang yang sering menggunakan media sosial akan kehilangan kemampuan dalam berinteraksi dengan orang lain di dunia nyata. Kurangnya interaksi dapat membuat seseorang tidak memiliki empati. Sejalan dengan itu, Konrath (2012) mengatakan bahwa penggunaan media sosial memiliki hubungan yang negatif pada empati. Hal ini didukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Whitted (2016) yang menghasilkan bahwa peningkatan penggunaan media sosial dapat membuat empati yang dimiliki seseorang menjadi menurun. Hal ini dikarenakan ketika seseorang menggunakan media sosial untuk berinteraksi dengan orang lain, ia tidak dapat berinteraksi secara langsung atau *face to face*. Hal tersebut membuat seseorang tidak memiliki kesempatan untuk membaca ekspresi wajah atau melihat ekspresi non-verbal dari orang lain (Whitted, 2016). Hilangnya pemahaman akan ekspresi non-verbal dapat mempengaruhi kemampuan seseorang untuk memahami orang lain secara efektif dalam sebuah komunikasi (Kiesler, Siegel, & McGuire dalam Plumb, 2013).

Dalam penelitian ini juga didapat hasil bahwa tidak terdapat hubungan antara frekuensi penggunaan media sosial dengan *coping with feelings & differences*. Hasil ini tidak sejalan dengan penelitian beberapa penelitian sebelumnya yang menyatakan bahwa media sosial digunakan sebagai strategi *coping*. Penelitian yang dilakukan oleh Sheldon, Abad dan Hinsch (2011) menghasilkan bahwa seseorang yang

mengalami *social disconnection* akan menggunakan media sosial (*facebook*) sebagai salah satu cara efektif untuk *coping*. Hal tersebut disebabkan individu menggunakan *Facebook* sebagai teknik *coping* dalam menghadapi kebutuhan berhubungan dengan orang lain yang tidak terpenuhi. Pada penelitian ini, agak sulit untuk membandingkan hasil penelitian mengenai frekuensi penggunaan media sosial dan *coping with feelings* dengan hasil penelitian sebelumnya. Hal ini dikarenakan penelitian tentang media sosial dan *coping* pada umumnya lebih menekankan pada media sosial yang digunakan dalam strategi *coping*.

Seperti pada penelitian yang dilakukan oleh Petko, Egger, Schmitz, Totter, Hermann, dan Guttormsen (2015) mendapatkan hasil bahwa seseorang menggunakan media sosial dengan cara menulis (*blogging*) berhubungan dengan strategi *coping*. Hasil ini juga sejalan dengan penelitian yang dilakukan oleh Sharma, Chaturvedi, dan Mellor (2017) yang menyatakan bahwa salah satu cara *coping* yang dimiliki seseorang adalah dengan mencoba untuk menuliskannya kedalam media sosial (*facebook*). Hal ini biasanya dilakukan baik untuk mendokumentasikan segala kejadian dalam kehidupan mereka, atau sebagai bentuk “katarsis” untuk mengatasi emosi yang mereka rasakan.

SIMPULAN

Berdasarkan penelitian yang dilakukan, ditemukan bahwa semakin tinggi frekuensi penggunaan media sosial, maka semakin rendah komunikasi interpersonal dimensi *awareness of others* pada karyawan

generasi Y, yang berarti seseorang makin kurang memperhatikan orang lain dalam berkomunikasi. Selain itu juga ditemukan bahwa tidak terdapatnya hubungan antara frekuensi penggunaan media sosial dengan *awareness of self & self disclosure* dan *coping with feelings & differences*.

DAFTAR PUSTAKA

- Alsop, R. (2013). The Crucial Skill New Hires Lack. Diunduh 30 November 2016 dari <http://www.bbc.com/capital/story/20130828-the-crucial-skill-new-hires-lack>.
- Arinsi, N. N. D. (2013). *Tahun 2016 Gen Y Akan Mendominasi Bank Indonesia*. Diunduh 10 November 2016 dari <http://swa.co.id/swa/headline/tahun-2016-gen-y-akan-mendominasi-bank-indonesia>.
- Beth. (2011). Social Networking: How is it affecting your mental health?. Diunduh 1 Januari 2017 dari <http://theemployeeassistanceprogram.com/wp/2011/01/11/social-networking-how-is-it-affecting-your-mental-health/>.
- Cao, X., Guo, X., Vogel, D. R., Liu, H., & Gu, J. (2012). Understanding the Influence of Social Media in the Workplace: An Integration of Media Synchronicity and Social Capital Theories. DOI 10.1109/HICSS.2012.618.
- Chasombat, P. (2014). Social Networking Sites Impacts on Interpersonal Communication Skills and Relationships. A Thesis Degree of Master of Arts: tidak diterbitkan.

- Chris, L. A. (2016). Social Media Networking and Its Influence on Interpersonal Face To Face Oral Communication at Family Level: A Qualitative Study of Selected Families in Eldoret Town; Kenya. *International Journal of Social Science and Humanities Research*, Vol 4(2): 212-220.
- Drago, E. (2015). "The Effect of Technology on Face-to-Face Communication. *The Elon Journal of Undergraduate Research in Communication*, Vol. 6(1): 13-19.
- Dronen, S. O. (2014). New research from the faculty of Psychology at the University of Bergen (UiB) shows that the use of online social media for personal purposes during working hours can have a negative effect on work performance and the well-being of organisations.
- Gafni, R., & Geri, N. (2013). Generation Y versus Generation X: Differences in Smartphone Adaptation. *Proceedings of the Chais conference on instructional technologies research*.
- Gangi, P. M., & Wasko, M. (2016). Social Media Engagement Theory : Exploring The Influence of User Engagement on Social Media Usage. *Journal Of Organizational and End User Computing*, Vol 28(2): 53-73
- Graham, J. L. (1998). An Analysis of Sport Managers' Interpersonal Communication Skills in Selected Ontario Amateur Sport Organization. A Thesis Degree of Master of Human Kinetics: tidak diterbitkan.
- Govender, D. (2016). *In Times of Uncertainty, Using Self-Awareness and Strategic Foresight to Build Trust* (University of Pretoria). Retrieved from <https://pdfs.semanticscholar.org/54eb/664110ea387f82364bf326c73a360f4fdf9e.pdf>
- Hays. (2013). Gen Y and The World of Work. Diunduh dari https://social.hays.com/wp-content/uploads/2013/10/Hays_Report_V4_02122013_online.pdf.
- Huling, B. A. B. (2011). Narcissism, Facebook Use and Self-Disclosure. A Thesis Degree of Master of Arts: tidak diterbitkan.
- Konrath, S. (2012). The Empathy Paradox: Increasing disconnection in the age of increasing connection. Diunduh 9 Desember 2017 dari http://www.academia.edu/5053154/Konrath_Empathy_Paradox_2012.
- Konrath, S. H., O'Brien, E. H., & Hsing, C. (2011). Changes in dispositional empathy in American college students over time: A meta-analysis. *Personality and Social Psychology Review*, 15(2), 180-198.
- Kramer, N. C., Neubaum, G., Hirt, M., Knitter, C., Ostendorf, S., & Zeru, S. (2017). "I see you, I know you, it feels good" – Ambient Awareness as potential mediator of social networking sites usage and well-being". *Computers in Human Behavior*, doi: 10.1016/j.chb.2017.08.024.
- Kraut, R., Patterson, M., Lundmark, V., Kiesler, S., Mukophadhyay, T. & Scherlis, W. (1998). Internet paradox: a social technology that reduces social involvement and psychological well

- being?. *American Psychologist*, 53(9), 1017-1031
- Lee, E. (2013). How Do Online Social Networks Drive Internal Communication and Improve Employee Engagement. Diunduh dari <https://digitalcommons.ilr.cornell.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1021&context=student>.
- Mendryk, I. (2015). Employees of Generation Y— Their Profile Based on Research Results. *International Journal of Synergy and Research*. 4 (2), 75-86.
- Munene, A. G., & Nyaribo, Y. M. (2013). Effect of Social Media Pertication in the Workplace on Employee Productivity. *International Journal of Advances in Management and Economics*, Vol 2(2), 141-150.
- Nugroho, H., Ekoputri, A. W., & Halim, T. (2016). Indonesia 2020: The Urban Middle Class Millenials. Diunduh dari https://www.researchgate.net/publication/314448735_Indonesia_2020_The_Urban_Middle_Class_Millenials.
- Petko, D., Egger, N., Schmitz, F. M., Totter, A., Hermann, T., & Guttormsen, S. (2015) Coping Through Blogging: A Review of Studies on The Potential Benefits of Weblogs For Stress Reduction. *Cyberpsychology: Journal of Psychosocial Research on Cyberspace*, Vol 9(2).
- Plumb, M. D. (2013). Non-Verbal Communication in Instant Messaging. A Thesis Degree of Master of Arts in Professional Communication : tidak diterbitkan
- Quan-Haase, A., & Young, A. L. (2010). Uses and gratifications of social media : A comparison of facebook and instant messaging. *Bulletin of Science, Technology Society*, 30(5): 350-361.
- Rangel, S. (2017). Millenial Communication in the Workplace : A Cautionary Tale about Social Media. Diunduh dari https://digitalcommons.csumb.edu/cgi/viewcontent.cgi?article=1094&context=caps_thes_all.
- Rosen, L.D., Whaling, K., Carrier, L. M., Cheever, N. A., & Rokkum, J. (2013). The Media and Technology Usage and Attitudes Scale: An empirical investigation. *Comput Human Behavior*. 29(6): 2501-2511
- Ryza, P. (2016). Karakteristik Generasi Y Dalam Lingkungan Pekerjaan. Diunduh 8 Februari 2018 dari <https://dailysocial.id/post/karakteristik-generasi-y-dalam-lingkungan-pekerjaan>.
- Sarringhaus, M. M. (2011). The Great Divide : Social Media's Role in Bridging Healthcare's Generational Shift. *Journal of Healthcare Management*, Vol 56(4): 235-244.
- Sharma, M. K., Chaturvedi, S. K., & Mellor, D. (2017). Facebook Storytelling: Implications for Expression of Coping Behaviors. *Journal Mental Health Human Behavior*, Vol 22(1) : 61-62.
- Sheldon, K. M., Abad, N., & Hinsch, C. (2011). A Two-Process View of Facebook Use and Relatedness Need-Satisfacation: Disconnection Drive Use, and Connection Rewards It. *Psychology of Popular Media Culture*, vol 1(s): 2-15.

- Singh, A. K., Lalropuii. (2014). Role of Interpersonal Communication in Organizational Effectiveness. *International Journal of Research in Management & Business Studies*, Vol. 1(4): 36-39.
- Solnet, D., & Hood, A. (2008). Generation Y as Hospitality Employees: Framing a Research Agenda. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, Vol. 15: 59-68.
- Sumara. (2016). Inilah Social Platform yang Mendominasi Indonesia Pada Bulan September 2016. Diakses melalui website:
<http://bpptik.kominfo.go.id/2016/09/13/2210/inilah-social-platform-mendominasi-%0AIndonesia-bulan-september-2016/.%0A>
- Whitted, K. M. (2016). Effects of Social Media Use on Cognitive and Affective Empathy. A Thesis Degree of Master of Science: Central Missouri.
- Yate, M. (2009). *Hiring the Best: A Manager's Guide to Effective Interviewing and Recruiting*. Cincinnati, OH: F & W Media.