

## **Peran Komunikasi Interpersonal dalam Meningkatkan Kepercayaan Diri Gen Z untuk Berwirausaha di Yayasan Yatim Piatu dan Dhuafa Maktabul Aitam Pakulonan Barat-Tangerang**

<sup>1)</sup>Unik Desthiani, <sup>2)</sup>Rahmayanti

Dosen Prodi Administrasi Perkantoran D-III Universitas Pamulang

E-mail: [dosen02131@unpam.ac.id](mailto:dosen02131@unpam.ac.id); [dosen02125@unpam.ac.id](mailto:dosen02125@unpam.ac.id)

### **Abstrak**

Komunikasi interpersonal merupakan komunikasi yang terjadi antara dua orang atau lebih dengan tujuan tertentu. Komunikasi interpersonal sendiri dapat dilakukan secara verbal ataupun non verbal, di dalam komunikasi interpersonal penerima pesan dapat langsung memberikan respon kepada pemberi pesan, sehingga pemberi pesan dapat mengetahui apakah komunikasi yang dilakukan efektif atau tidak. Kemampuan dalam melakukan komunikasi interpersonal sangat penting di dalam pergaulan sehari-hari, seseorang yang memiliki keterampilan berkomunikasi yang baik akan memiliki kepercayaan yang tinggi ketika bertemu dengan banyak orang dan bersosialisasi dengan orang tersebut. Tetapi justru sebaliknya jika keterampilan komunikasi interpersonalnya kurang baik seperti pemalu, takut dalam berkomunikasi, maka akan terlihat sebagai seseorang yang pendiam, menyendiri dan susah bergaul. Komunikasi interpersonal juga memegang peranan penting dalam membangun kepercayaan diri, khususnya pada generasi Z yang tengah menghadapi tantangan baru dalam berwirausaha. Generasi Z, yang dikenal sebagai digital native, sering kali memiliki keterampilan teknis yang kuat, namun generasi Z mungkin menghadapi hambatan dalam hal komunikasi langsung dan pengelolaan hubungan personal. Kemampuan dalam melakukan komunikasi interpersonal dapat mempengaruhi kepercayaan diri seseorang, begitupun di Yayasan Yatim Piatu dan Dhuafa Maktabul Aitam, kepercayaan diri peserta didik dapat dilihat dari cara berkomunikasi dengan lingkungannya. Peserta didik yang berada di yayasan, diharapkan kedepannya memiliki kemampuan untuk dapat menghidupi dirinya sendiri dengan segala keterbatasan yang ada. Salah satu cara yang dilakukan adalah dengan berwirausaha, diharapkan dengan memiliki usaha atau bisnis, para peserta didik memiliki bekal untuk dapat mendapatkan kehidupan yang lebih baik. Kemampuan dan keterampilan komunikasi interpersonal yang baik akan dapat meningkatkan kepercayaan diri peserta didik terutama di dalam berwirausaha, seperti menawarkan produknya kepada calon konsumen, menjelaskan keunggulan produk yang dimiliki dan lain sebagainya. Berdasarkan beberapa uraian tersebut maka tim pengabdian mengambil judul Pengabdian kepada Masyarakat “Peran Komunikasi Interpersonal dalam Meningkatkan Kepercayaan Diri Gen Z untuk Berwirausaha di Yayasan Yatim Piatu dan Dhuafa Maktabul Aitam Pakulonan Barat-Tangerang”.

**Kata kunci:** komunikasi interpersonal, kepercayaan diri, generasi z, wirausaha

### **Abstract**

*Interpersonal communication is communication that occurs between two or more people with a specific purpose. Interpersonal communication itself can be done verbally or non-verbally, in interpersonal communication the recipient of the message can directly respond to the sender of the message, so that the sender of the message can know whether the communication is effective or not. The ability to carry out interpersonal communication is very important in everyday life, someone who has good communication skills will have high confidence when meeting many people and socializing with them. But on the contrary, if their interpersonal communication skills are not good, such as being shy, afraid to communicate, then they will be seen as someone who is quiet, isolated and has difficulty getting along. Interpersonal communication also plays an important role in building self-confidence, especially in generation Z who are facing new challenges in entrepreneurship. Generation Z, known as digital natives, often have strong technical skills, but generation Z may face obstacles in terms of direct communication and managing personal relationships. The ability to carry out interpersonal communication can affect a person's self-confidence, as well as at the Maktabul Aitam*

*Orphanage and Dhuafa Foundation, students' self-confidence can be seen from how they communicate with their environment. Students who are in the foundation are expected to have the ability to support themselves in the future with all the limitations that exist. One way to do this is by becoming entrepreneurs, it is hoped that by having a business or business, students have the provisions to be able to get a better life. Good interpersonal communication skills and abilities will be able to increase students' self-confidence, especially in entrepreneurship, such as offering their products to potential consumers, explaining the advantages of the products they have and so on. Based on several descriptions, the service team took the title of Community Service "The Role of Interpersonal Communication in Increasing Gen Z's Self-Confidence to Become Entrepreneurs at the Maktabul Aitam Pakulonon Barat-Tangerang Orphan and Dhuafa Foundation".*

**Keywords:** *interpersonal communication, self-confidence, generation z, entrepreneurship*

## **PENDAHULUAN**

Komunikasi interpersonal adalah proses pertukaran informasi, ide, perasaan, atau pesan antara dua individu atau lebih. Komunikasi ini berlangsung dalam berbagai konteks sosial dan berperan penting dalam membentuk dan memelihara hubungan antar individu. Komunikasi interpersonal tidak hanya mencakup percakapan verbal, tetapi juga melibatkan aspek non-verbal, seperti ekspresi wajah, bahasa tubuh, serta nada suara.

Komunikasi interpersonal memiliki peran penting dalam berbagai aspek kehidupan: membangun dan memelihara hubungan: komunikasi yang efektif membantu membangun hubungan yang kuat antara teman, keluarga, dan rekan kerja, penyelesaian konflik: melalui komunikasi yang terbuka dan jujur, konflik antar individu dapat diselesaikan dengan cara yang konstruktif, peningkatan keterampilan sosial: kemampuan untuk berkomunikasi dengan baik meningkatkan keterampilan sosial seseorang, mempermudah hubungan sosial, dan menciptakan lingkungan yang harmonis, pengembangan diri: dengan berinteraksi dengan orang lain, kita belajar untuk lebih memahami diri sendiri dan orang lain, yang pada gilirannya membantu dalam perkembangan pribadi dan emosional.

Generasi Z tumbuh di tengah kemajuan teknologi yang pesat. Generasi Z tidak tahu dunia tanpa internet, smartphone, dan media sosial. Generasi Z sering disebut sebagai "digital natives," karena sejak kecil sudah akrab dengan perangkat digital dan internet. Dengan adanya teknologi dan internet, generasi Z memiliki akses informasi yang sangat luas. Hal ini membentuk pandangan dunia generasi Z yang lebih global, terbuka terhadap beragam budaya, dan cepat dalam memproses informasi.

Generasi Z dikenal dapat melakukan multitasking dengan mudah, seperti mengerjakan banyak hal sekaligus menggunakan perangkat digital, seperti browsing sambil mendengarkan musik atau berkomunikasi lewat aplikasi pesan. Banyak anggota Gen Z yang sangat peduli dengan isu-isu sosial, seperti perubahan iklim, ketidaksetaraan gender, hak asasi manusia, dan keadilan sosial. Generasi Z lebih cenderung untuk terlibat dalam gerakan sosial dan menggunakan platform digital untuk

memperjuangkan perubahan.

Berbeda dengan generasi sebelumnya, banyak dari gen Z yang cenderung lebih pragmatis dalam hal karier. Generasi Z menginginkan keseimbangan antara pekerjaan dan kehidupan pribadi dan lebih tertarik pada kebebasan finansial, serta lebih memilih untuk berwirausaha atau bekerja secara freelance dibandingkan bekerja di perusahaan besar.

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, telah dikenal sebagai kelompok yang tumbuh di tengah perkembangan teknologi dan informasi yang pesat. Generasi Z sangat terpapar dengan media sosial, digitalisasi, serta berbagai platform komunikasi online yang mengubah cara generasi Z berinteraksi dengan dunia sekitar. Dengan karakteristik yang cenderung mengedepankan kemajuan teknologi, Generasi Z menghadapi tantangan besar dalam menjalani kehidupan sosial dan karier, salah satunya dalam hal berwirausaha.

Kepercayaan diri merupakan salah satu faktor penting dalam perjalanan seorang wirausahawan. Generasi Z, meskipun dikenal memiliki semangat tinggi untuk berinovasi, seringkali menghadapi ketidakpastian dan keraguan terkait dengan kemampuan diri dalam menjalani usaha sendiri. Untuk itu, peran komunikasi interpersonal menjadi sangat krusial dalam meningkatkan rasa percaya diri generasi Z dalam dunia kewirausahaan. Komunikasi interpersonal melibatkan interaksi langsung antar individu yang membangun hubungan saling pengertian, mendengarkan, dan memberi dukungan yang mempengaruhi persepsi diri.

Dalam konteks berwirausaha, komunikasi interpersonal dapat membantu Generasi Z dalam beberapa hal penting. Pertama, melalui interaksi yang positif, generasi Z dapat memperoleh feedback yang konstruktif untuk mengembangkan ide bisnis. Kedua, komunikasi yang efektif membantu generasi Z membangun jaringan yang kuat, baik dengan mentor, rekan sesama wirausahawan, maupun pelanggan, yang pada gilirannya dapat meningkatkan rasa percaya diri dalam menjalankan usaha. Ketiga, komunikasi interpersonal yang baik dapat mengurangi kecemasan dan meningkatkan kemampuan untuk memecahkan masalah yang dihadapi dalam bisnis.

Namun, meskipun penting, tidak semua anggota Generasi Z memiliki keterampilan komunikasi interpersonal yang memadai. Banyak dari generasi Z yang lebih terbiasa berkomunikasi secara digital dan seringkali merasa canggung atau kurang percaya diri dalam interaksi tatap muka. Hal ini menjadi masalah yang perlu diatasi agar generasi Z dapat memanfaatkan komunikasi interpersonal untuk mendukung keberhasilan dalam berwirausaha.

Dengan demikian, penting untuk meneliti bagaimana komunikasi interpersonal dapat berperan dalam meningkatkan kepercayaan diri Generasi Z, khususnya dalam konteks berwirausaha. Penelitian

ini diharapkan dapat memberikan wawasan mengenai bagaimana meningkatkan keterampilan komunikasi interpersonal untuk mendukung pengembangan kepercayaan diri serta kemampuan berwirausaha di kalangan Generasi Z.

Dari hasil survei pendahuluan yang dilakukan oleh tim pengabdian, terdapat beberapa masalah-masalah, antara lain: [1] Kurangnya keterampilan komunikasi: peserta didik di Yayasan Yatim Piatu dan Dhuafa Maktabul Aitam merupakan Gen Z yang tumbuh dalam era digital lebih terbiasa berkomunikasi melalui media sosial atau aplikasi pesan instan. Hal ini mengakibatkan keterampilan komunikasi interpersonal peserta didik, seperti berbicara langsung atau bernegosiasi kurang terasah. Keterampilan komunikasi yang lemah ini dapat menghambat peserta didik dalam membangun hubungan yang baik dengan mitra bisnis, pelanggan, atau investor. [2] Rasa tidak percaya diri: peserta didik di Yayasan Yatim Piatu dan Dhuafa Maktabul Aitam seringkali merasa kurang percaya diri dalam berinteraksi secara langsung dengan orang lain, terutama dalam konteks bisnis. Peserta didik merasa cemas atau takut ditolak, yang dapat menghalangi peserta didik untuk memulai percakapan penting yang diperlukan dalam dunia kewirausahaan, seperti presentasi ide bisnis atau pitching kepada investor. [3] Kurangnya model atau mentor yang relevan: peserta didik di Yayasan Yatim Piatu dan Dhuafa Maktabul Aitam kurang mendapatkan bimbingan langsung dari pengusaha berpengalaman yang dapat membantu para peserta mengasah keterampilan komunikasi interpersonal dalam dunia bisnis. Tanpa model yang tepat, peserta didik bisa merasa bingung tentang bagaimana cara berkomunikasi secara efektif dalam situasi bisnis. [4] Overthinking atau kecemasan sosial: peserta didik di Yayasan Yatim Piatu dan Dhuafa Maktabul Aitam mengalami kecemasan sosial yang membuat peserta didik merasa kesulitan berinteraksi dalam lingkungan bisnis yang penuh tekanan. Peserta didik dapat merasa terintimidasi atau khawatir bahwa komunikasi yang dilakukan tidak diterima atau dipahami dengan baik.

Tujuan yang ingin dicapai dalam pelaksanaan Pengabdian Kepada Masyarakat (PKM) ini adalah sebagai berikut: [1] Untuk mengetahui kemampuan komunikasi interpersonal peserta didik di Yayasan Yatim Piatu dan Dhuafa Maktabul Aitam. [2] Untuk mengetahui faktor-faktor yang menjadi kendala atau hambatan dalam penerapan komunikasi interpersonal para peserta didik di Yayasan Yatim Piatu dan Dhuafa Maktabul Aitam. [3] Untuk mengetahui strategi yang efektif untuk dapat menerapkan komunikasi interpersonal yang baik sehingga dapat meningkatkan kepercayaan peserta didik dalam berwirausaha.

## **METODE PELAKSANAAN**

Metode yang digunakan dalam kegiatan ini adalah ceramah. Ceramah adalah metodologi pembelajaran yang penyampaian informasi pembelajaran kepada khalayak sasaran yang bermanfaat untuk membiasakan memaksimalkan pendengarannya dalam mendapatkan suatu informasi. Metode ini sangat tepat digunakan untuk audiens yang memiliki kecerdasan yang bagus. Hal tersebut karena ketika audiens menerima informasi bisa lebih mudah dalam memahaminya.

## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

Kegiatan pengabdian kepada masyarakat dilaksanakan selama 3 hari yaitu dari tanggal 17-19 April 2025 di Jl. Raya H. Abdullah No. 30 Pakulonan Barat, Kelapa Dua, Tangerang-Banten 15810. Jumlah peserta yang hadir sebanyak 24 orang. Para peserta yang hadir diminta mengisi terlebih dahulu daftar hadir yang telah disediakan, kemudian kami membagikan masing-masing fotokopi materi yang akan diberikan kepada peserta.

Tahap Pelaksanaan pengabdian akan dilaksanakan selama 3 (tiga) hari yaitu tanggal 17-19 April 2025. [1] Hari pertama (Kamis, 17 April 2025), pembukaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat, di dalamnya ada sambutan-sambutan dari ketua pelaksana pengabdian kepada masyarakat dan ketua yayasan. [2] Hari kedua (Jumat, 18 April 2025), penyuluhan dan edukasi materi mengenai komunikasi interpersonal dan kepercayaan diri. Penyuluhan ini bertujuan untuk menjelaskan secara rinci mengenai pengertian komunikasi interpersonal, pentingnya komunikasi interpersonal, faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal, aspek-aspek di dalam komunikasi interpersonal, pengertian kepercayaan diri, pentingnya kepercayaan diri, yaitu: (a) Pemahaman yang lebih mendalam tentang pengertian komunikasi interpersonal dan kepercayaan diri dari berbagai para ahli sehingga dapat menyimpulkan apa itu komunikasi interpersonal dan kepercayaan diri. (b) Memahami pentingnya komunikasi interpersonal di dalam segala aspek kehidupan, memahami faktor-faktor yang mempengaruhi komunikasi interpersonal, memahami aspek-aspek di dalam komunikasi interpersonal, memahami pentingnya kepercayaan diri. [3] Hari ketiga (Sabtu, 19 April 2024), penyampaian materi kewirausahaan, dengan detail sebagai berikut: (a) Menjelaskan mengenai pengertian kewirausahaan dan wirausaha, sehingga peserta didik dapat memahami secara utuh apa yang dimaksud dengan kewirausahaan dan wirausaha. (b) Menjelaskan mengenai tujuan dari kewirausahaan dan wirausaha, agar peserta didik memahami tujuan dari kewirausahaan dan wirausaha sehingga peserta didik memiliki pemikiran yang holistik terkait dengan kewirausahaan. (c) Menjelaskan mengenai trik untuk menjadi seorang wirausahawan yang sukses, langkah-langkah apa saja yang harus ditempuh untuk

memperoleh kesuksesan sebagai seorang wirausaha, sehingga peserta didik dapat memahami cara menjadi seorang wirausahawan yang sukses dan termotivasi untuk mencapainya dengan berbagai upaya salah satunya adalah memperbaiki keterampilan berkomunikasinya.

Berdasarkan beberapa permasalahan yang dikemukakan di atas, adapun solusi permasalahan yang dapat dilakukan adalah sebagai berikut: [1] Memberikan pelatihan atau workshop yang berfokus pada keterampilan komunikasi interpersonal yang efektif sangat penting. Misalnya, melibatkan peserta didik dalam kegiatan public speaking, diskusi kelompok, atau role-playing yang mensimulasikan situasi bisnis nyata. Ini dapat membantu peserta didik mengatasi rasa cemas dan memperbaiki keterampilan berbicara di depan umum. Dengan adanya pelaksanaan pelatihan atau workshop diharapkan peserta didik dapat lebih memahami komunikasi interpersonal dan dapat mempraktikkan bagaimana cara berkomunikasi dengan baik kepada orang lain yang menjadi lawan bicaranya terlebih dalam hal yang berkaitan dengan bisnis atau usaha. [2] Kepercayaan diri dalam berwirausaha sering kali tumbuh melalui pengalaman praktis. Memberikan kesempatan bagi peserta didik untuk terlibat dalam proyek bisnis nyata atau kolaborasi dengan orang lain dapat membantu peserta didik membangun keterampilan komunikasi yang lebih baik. Melalui pengalaman langsung, peserta didik dapat merasakan bagaimana mengelola komunikasi dalam berbagai situasi bisnis. Hal ini lebih penting dari hanya sekedar memberikan teori mengenai kepercayaan diri, dengan langsung melaksanakan dan mempraktikkan, peserta didik akan lebih memahami dan akan dapat merasakan secara langsung. Dalam praktiknya pasti nanti akan ada kesulitan dan hambatan yang dirasakan oleh peserta didik tetapi dengan adanya bimbingan dari para pengurus yayasan dan tenaga pengajar maka peserta didik akan memahami yang menjadi masalah dan dapat mencari jalan keluarnya. [3] Menyediakan akses kepada mentor yang dapat memberikan panduan dalam hal komunikasi interpersonal dan kewirausahaan sangat penting. Peserta didik perlu memiliki figur yang dapat menginspirasi dan memberi feedback konstruktif. Selain itu, memperluas jaringan sosial atau profesional peserta didik juga bisa memperkuat kemampuan komunikasi dalam berbagai konteks. Tidak hanya peserta didik yang diberikan pelatihan dan workshop tetapi para mentor juga perlu diberikan panduan dan pelatihan mengenai komunikasi interpersonal dengan begitu akan memudahkan mentor dalam melakukan pembimbingan kepada para peserta didik terutama di dalam menyelesaikan berbagai persoalan yang mungkin akan muncul di dalam pelaksanaannya. [4] Teknologi dapat dimanfaatkan untuk meningkatkan keterampilan komunikasi interpersonal. Misalnya, aplikasi berbasis AI atau platform online untuk simulasi wawancara bisnis atau pitch yang memungkinkan peserta didik berlatih berkomunikasi secara efektif. Juga, penggunaan media sosial

dapat dimanfaatkan untuk belajar bagaimana cara berkomunikasi yang tepat dengan audiens yang lebih luas. Penggunaan teknologi dan media sosial tidak dapat diabaikan, penting bagi peserta didik untuk memahami dan dapat menggunakan teknologi dengan baik agar dalam berkomunikasi ataupun dalam menjalankan usahanya, peserta didik tidak ketinggalan zaman, mengingat persaingan di dunia usaha sekarang ini sudah sangat pesat, semua pebisnis berlomba-lomba memberikan kemudahan bagi konsumen, sebagai contoh pemesanan produk secara online, dimana konsumen hanya cukup tinggal di rumah, pembayaran melalui fintech dan lain sebagainya. [5] Membangun kepercayaan diri juga melibatkan pengembangan soft skill secara keseluruhan, seperti kemampuan mendengarkan, bernegosiasi, dan bekerja dalam tim. Semua keterampilan ini dapat meningkatkan komunikasi interpersonal peserta didik. Dengan begitu, peserta didik akan merasa lebih siap dan percaya diri dalam menghadapi tantangan berwirausaha. [6] Penyuluhan yang mendalam mengenai aspek-aspek kewirausahaan, termasuk komunikasi dalam dunia bisnis, akan membantu peserta didik untuk lebih memahami pentingnya keterampilan komunikasi dalam berwirausaha. Ini juga dapat menciptakan mindset yang lebih positif terhadap tantangan dalam berkomunikasi dengan berbagai pihak.



**Gambar 1.** Pelaksanaan Pengabdian kepada Masyarakat

## KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan pembahasan yang telah diuraikan oleh tim pengabdian maka dapat disimpulkan sebagai berikut: [1] Komunikasi interpersonal memainkan peran yang signifikan dalam meningkatkan kepercayaan diri generasi Z di lingkungan Yayasan Yatim Piatu dan Dhuafa Maktabul Aitam,

Pakulonan Barat – Tangerang dalam mengembangkan semangat berwirausaha. Interaksi yang terjalin secara langsung antara pengurus yayasan, mentor, serta sesama remaja di yayasan membentuk iklim komunikasi yang terbuka, suportif, dan membangun. [2] Melalui komunikasi interpersonal yang intens dan berkualitas, para remaja Gen Z di yayasan memperoleh dukungan emosional, bimbingan, dan motivasi yang berdampak pada peningkatan kepercayaan diri mereka. Hal ini terlihat dari keberanian mereka dalam mengemukakan ide, mengambil keputusan, hingga memulai langkah-langkah awal dalam berwirausaha, seperti mengikuti pelatihan, menjual produk sederhana, dan mengelola kegiatan ekonomi kecil secara mandiri. [3] Faktor-faktor komunikasi interpersonal seperti empati, keterbukaan, sikap suportif, dan kepercayaan antarpersonal terbukti efektif dalam menciptakan lingkungan yang kondusif untuk pengembangan potensi diri dan jiwa kewirausahaan. Oleh karena itu, komunikasi interpersonal tidak hanya berperan sebagai sarana pertukaran informasi, tetapi juga sebagai medium pembentukan karakter dan peningkatan *self-efficacy* generasi muda dalam menghadapi tantangan dunia usaha.

Berdasarkan kesimpulan di atas maka penulis memberikan beberapa saran sebagai berikut: [1] Yayasan diharapkan dapat menyelenggarakan pelatihan rutin yang berfokus pada pengembangan keterampilan komunikasi interpersonal, seperti berbicara di depan umum, teknik mendengarkan aktif, empati, dan membangun relasi. Keterampilan ini penting untuk membangun rasa percaya diri dan kesiapan dalam menghadapi dunia usaha. [2] Disarankan agar yayasan menjalin kerja sama dengan lembaga pelatihan wirausaha, UMKM, atau komunitas Gen Z *entrepreneur*. Kolaborasi ini bisa membuka peluang praktik langsung, magang, atau pelatihan bisnis yang dikombinasikan dengan pembinaan *soft skills*. [3] Yayasan perlu menciptakan lingkungan yang mendukung pengembangan diri para remaja, terutama dalam hal memberikan ruang untuk berekspresi, berpendapat, dan bekerja sama dalam tim. Komunikasi dua arah yang sehat antara pengurus yayasan dan anak-anak asuh menjadi kunci dalam membangun kepercayaan diri peserta didik.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Aima, Havids dkk. (2015). *Entrepreneurship dan peluang usaha*. Penerbit In Media.
- Aeni, Nurul. 2021. Pandemi Covid-19: dampak kesehatan, ekonomi, dan sosial. *Jurnal Litbang* Vol. 17 No. 1.
- Aesthetika, Nur Maghfirah. (2018). *Komunikasi Interpersonal*. Umsida Press.
- Alma, Buchari. (2016). *Kewirausahaan*. Penerbit ALFABETA.
- Amir, N. (2016). *Depresi* (Edisi 2). Fakultas Keperawatan Universitas Indonesia
- Angelis. (2015). *Confidence percaya diri*. Gramedia Pustaka Utama.



- Aprianti. (2016). Definisi sikap percaya diri. *Skripsi Prodi PGSD*. Universitas Pasundan Bandung: tidak diterbitkan
- Astuti, A., Erwanto, P. E. Santosa. (2015). Pengaruh cara pemberian konsentrat hijauan terhadap respon fisiologis dan performa sapi peranakan simmental. *Jurnal Ilmiah Peternakan Terpadu*. 3(4)
- A.W., Suranto. (2015). Komunikasi interpersonal. Yogyakarta: Graha Ilmu.
- Bansal, H., & Khan, R. (2018). A review paper on human computer interaction. *International Journal of Advanced Research in Computer Science and Software Engineering*, 8(4). <https://doi.org/10.23956/ijarsse.v8i4.630>
- Feist, J., Feist, G. J., & Roberts, T.-A. (2017). *Theories of personality*. Jakarta: Salemba Humanika.
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018). *Generation Z characteristics and its implications for companies* | McKinsey. In McKinsey and Company.
- Helaluddin, Hengki Wijaya. (2019). *Analisis data kualitatif*. Makassar: Sekolah Tinggi Theologia Jaffray.
- Liliweri, A. (2015). Komunikasi antar personal. Jakarta: Kencana Prenada Media.
- Maulana, Herdian dan Gumelar, Gumgum. (2016). *Psikologi komunikasi & persuasi*. Jakarta: FIP Press.
- Muchson, M. (2017). Entrepreneurship (kewirausahaan). Jakarta: Spasi Media.
- Nusantara, R. A. P. (2018). *Hubungan antara pembelian impulsif dengan penyesalan pasca pembelian virtual item dalam game online*.
- Pujiono, A. (2021). Media sosial sebagai media pembelajaran bagi generasi z. *Didache: Journal of Christian Education*, 2(1).
- Rahayu. A. Y. (2016). *Menumbuhkan kepercayaan diri melalui kegiatan bercerita*. Jakarta: PT Indeks.
- Rakhmawati, Y. (2019). *Komunikasi antarpribadi konsep dan kajian empiris* (N. Suryandi, Ed.). Surabaya: CV: Putra Media Nusantara.
- Sakitri, G. (2021). Selamat datang Gen Z, sang penggerak inovasi! *Forum Manajemen Prasetiya Mulya*, 35(2)
- Sari Nadila. (2022). Perencanaan dan pengendalian persediaan barang dalam upaya meningkatkan efektivitas gudang. *Jurnal Bisnis, Logistik, Dan Supply Chain*, Volume 2(No. 2).
- Saundra dan Weaver, Richard L. (2015). *Communicating Effectively*. New York: McGraw Hill.
- Suryana, D. (2016). *Pendidikan anak usia dini stimulus dan aspek perkembangan anak*. Jakarta: KENCANA.
- Suryanto. (2015). Pengantar ilmu komunikasi. Bandung: CV Pustaka Setia.
- Tangkudung, J., & Mylsidayu, A. (2016). *Mental training aspek-aspek psikologi dalam olahraga*. Jakarta: cakrawala cendekia.
- Valerie Shanaz, N., & Irwansyah. (2020). *Teori penetrasi sosial dalam pengungkapan diri homoseksual kepada keluarganya. riset komunikasi*, 11(2). <http://jurnal.untirta.ac.id/index.php/JRKom>

- Wahyuni, Sri. (2016). Hubungan antara kepercayaan diri dengan kecemasan berbicara di depan umum pada mahasiswa psikologi. *Jurnal Psikologi*.
- West, R., & Turner, L. H. (2015). *Pengantar teori komunikasi analisi dan aplikasi (introducing communication theory: analysis and application)* (N. Setyaningsih, Ed.; 3rd ed.). Jakarta: Salemba Humanika.
- Widjaja, Hendra. (2016). *Berani tampil beda dan percaya diri*. Yogyakarta: Araska
- Wood, J. T. (2016). *Interpersonal communication everyday encounters (8th ed.)*. Boston: Cengage Learning.