



## Analisis Peran Media Sosial dalam Membentuk Interaksi Sosial Generasi Z

Areta Raina Yustatian<sup>1\*</sup>, Barkah Purnama<sup>2</sup>, Eka Abdillah<sup>3</sup>, Ima<sup>4</sup>, Muhammad Agung Permana Putra<sup>5</sup>, Intan Solehah<sup>6</sup>

<sup>1-6</sup>Universitas Sultan Ageng Tirtayasa, Indonesia

Email: [rainaayustatian@gmail.com](mailto:rainaayustatian@gmail.com)<sup>1</sup>, [barbarpur386@gmail.com](mailto:barbarpur386@gmail.com)<sup>2</sup>, [ekaabdillah38@gmail.com](mailto:ekaabdillah38@gmail.com)<sup>3</sup>, [imaabhinaya25@gmail.com](mailto:imaabhinaya25@gmail.com)<sup>4</sup>, [m.agungputra295@gmail.com](mailto:m.agungputra295@gmail.com)<sup>5</sup>, [intanssh95@gmail.com](mailto:intanssh95@gmail.com)<sup>6</sup>

\*Penulis Korespondensi: [rainaayustatian@gmail.com](mailto:rainaayustatian@gmail.com)

**Abstract.** *Social media has become an important part of Generation Z's life and plays a major role in shaping their social interaction patterns. This study aims to analyze the role of social media in shaping Generation Z's social interactions through a literature review of various studies and scientific journals. The results of the study indicate that Generation Z has a high level of social media usage and utilizes digital platforms as a means of communication, information seeking, entertainment, learning, and self-expression. The presence of social media has changed communication patterns to be faster, more flexible, and more interactive through the use of various digital features such as emojis, stickers, short videos, and other visual content. In addition to providing convenience in expanding social networks, building digital identities, and increasing social participation, excessive use of social media can also have negative impacts such as reduced intensity of face-to-face interactions, decreased quality of interpersonal communication, and the emergence of dependence on digital media. Therefore, digital literacy and wise use of social media are needed so that Generation Z can utilize technology optimally without reducing the quality of social relationships in real life. Thus, social media has a significant role in shaping Generation Z's social interaction patterns, both in positive and negative aspects.*

**Keywords:** *Digital Communication; Digital Literacy; Generation Z; Social Interaction; Social Media.*

**Abstrak.** Media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan Generasi Z dan berperan besar dalam membentuk pola interaksi sosial mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial dalam membentuk interaksi sosial Generasi Z melalui kajian literatur dari berbagai penelitian dan jurnal ilmiah. Hasil kajian menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki tingkat penggunaan media sosial yang tinggi dan memanfaatkan platform digital sebagai sarana komunikasi, pencarian informasi, hiburan, pembelajaran, serta ekspresi diri. Kehadiran media sosial telah mengubah pola komunikasi menjadi lebih cepat, fleksibel, dan interaktif melalui penggunaan berbagai fitur digital seperti emoji, stiker, video pendek, dan konten visual lainnya. Selain memberikan kemudahan dalam memperluas jaringan sosial, membangun identitas digital, serta meningkatkan partisipasi sosial, penggunaan media sosial yang berlebihan juga dapat menimbulkan dampak negatif berupa berkurangnya intensitas interaksi tatap muka, menurunnya kualitas komunikasi interpersonal, serta munculnya ketergantungan terhadap media digital. Oleh karena itu, diperlukan literasi digital dan penggunaan media sosial yang bijaksana agar Generasi Z dapat memanfaatkan teknologi secara optimal tanpa mengurangi kualitas hubungan sosial dalam kehidupan nyata. Dengan demikian, media sosial memiliki peran yang signifikan dalam membentuk pola interaksi sosial Generasi Z, baik dalam aspek positif maupun negatif.

**Kata Kunci:** Generasi Z; Interaksi Sosial; Komunikasi Digital; Literasi Digital; Media Sosial.

### 1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi digital pada era globalisasi telah membawa perubahan besar dalam kehidupan masyarakat, terutama pada pola komunikasi dan interaksi sosial generasi muda. Media sosial menjadi salah satu sarana komunikasi yang paling banyak digunakan oleh Generasi Z karena memberikan kemudahan dalam memperoleh informasi, membangun relasi sosial, hingga menyampaikan pendapat di ruang publik digital. Generasi Z dikenal sebagai generasi yang tumbuh berdampingan dengan perkembangan internet dan teknologi sehingga aktivitas sehari-hari mereka tidak dapat dipisahkan dari penggunaan media sosial.

Kondisi tersebut menjadikan media sosial memiliki pengaruh yang besar terhadap perubahan pola interaksi sosial, perilaku komunikasi, serta partisipasi sosial dan politik generasi muda. Penggunaan media sosial yang semakin intensif memberikan dampak positif maupun negatif terhadap kehidupan sosial Generasi Z. Media sosial mampu mempermudah komunikasi, memperluas jaringan pertemanan, dan meningkatkan akses informasi secara cepat. Namun, di sisi lain penggunaan media sosial yang berlebihan juga dapat menyebabkan menurunnya kualitas interaksi tatap muka, munculnya perilaku individualis, hingga perubahan pola komunikasi interpersonal di kalangan mahasiswa dan remaja. Penelitian mengenai pola interaksi komunikasi interpersonal Generasi Z menunjukkan bahwa komunikasi digital telah mengubah cara generasi muda berinteraksi, baik dalam lingkungan sosial maupun akademik. Selain memengaruhi interaksi sosial, media sosial juga berperan dalam membentuk kesadaran dan partisipasi politik Generasi Z. Media sosial menjadi ruang baru bagi generasi muda untuk memperoleh informasi politik, menyampaikan aspirasi, serta berpartisipasi dalam berbagai isu publik. Generasi Z cenderung aktif menggunakan platform digital untuk menanggapi isu sosial dan politik karena media sosial dianggap lebih cepat, mudah diakses, dan interaktif dibandingkan media konvensional. Penelitian menunjukkan bahwa kualitas informasi politik di media sosial dapat meningkatkan kepercayaan serta keterlibatan politik Generasi Z dalam kehidupan demokrasi digital.

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga memiliki pengaruh besar terhadap pembentukan pola pikir, perilaku sosial, dan partisipasi masyarakat, khususnya Generasi Z. Oleh karena itu, penting dilakukan penelitian mengenai peran media sosial dalam membentuk interaksi sosial Generasi Z agar dapat diketahui bagaimana pengaruh penggunaan media sosial terhadap kehidupan sosial generasi muda di era digital saat ini. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai dampak media sosial terhadap perubahan interaksi sosial serta menjadi bahan evaluasi dalam penggunaan media sosial secara bijak dan bertanggung jawab.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

### **Karakteristik Komunikasi dan Pola Perilaku Gen Z**

Generasi Z, atau yang sering diidentifikasi sebagai kelompok demografis kelahiran antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan fokus kajian yang sangat dinamis karena posisi mereka sebagai digital native tulen. Berbeda dengan generasi pendahulunya, kelompok ini tumbuh dan berkembang dalam lingkungan yang sejak awal telah terintegrasi secara utuh dengan teknologi digital, internet, dan telepon pintar (Wibowo & Ayuningtyas, 2024).

Keterbiasaan ini membentuk karakteristik psikologis yang sangat adaptif terhadap kemajuan teknologi, mandiri, kreatif, serta memiliki tingkat kepedulian yang tinggi terhadap isu sosial dan nilai-nilai autentisitas (*value-oriented*). Kendati demikian, paparan arus informasi yang serba cepat ini juga membawa dampak bagi kondisi psikologis mereka, seperti kecenderungan menyukai kepuasan yang bersifat instan (*instant gratification*) serta kerentanan terhadap kecemasan mengenai masa depan (Awalia & Zulkarnaini, 2025; Wibowo & Ayuningtyas, 2024).

Dinamika karakteristik tersebut secara langsung mentransformasi lanskap dan pola perilaku komunikasi interpersonal Generasi Z di era digital. Proses komunikasi mereka saat ini sangat didominasi oleh preferensi komunikasi berbasis layar (*screen-based communication*) yang mengutamakan media visual, kecepatan, dan efisiensi pesan singkat dibandingkan interaksi tatap muka langsung maupun panggilan suara konvensional (Awalia & Zulkarnaini, 2025). Platform media sosial seperti TikTok, Instagram, dan *YouTube* beralih fungsi menjadi ruang siber utama bagi Generasi Z untuk mencari informasi, melakukan interaksi bermedia, dan memelihara hubungan sosial dengan teman sebaya maupun figur publik. Tidak sebatas sebagai medium bertukar pesan, media sosial juga diadopsi secara aktif sebagai ruang pembentukan identitas sosial dan personal branding melalui pemanfaatan fitur-fitur interaktif seperti *Story*, *Reels*, *Live Streaming*, hingga *Direct Message* (DM) (Awalia & Zulkarnaini, 2025).

Perilaku komunikasi verbal Generasi Z turut melahirkan keunikan linguistik melalui tingginya intensitas penggunaan bahasa gaul atau slang baru di ruang digital, yang berfungsi sebagai kode identitas kelompok untuk mempererat soliditas antarsesama generasi mereka. Dalam proses menerima pesan atau informasi, khususnya yang berkaitan dengan preferensi konsumsi, mereka cenderung bersikap skeptis terhadap komunikasi pemasaran tradisional dan lebih memercayai ulasan daring berbasis asas kedekatan sesama pengguna (*peer-to-peer*) serta rekomendasi dari influencer yang dinilai jujur (Wibowo & Ayuningtyas, 2024).

Di samping itu, perilaku komunikasi mereka juga bersifat partisipatif yang ditunjukkan melalui keterlibatan aktif dalam aktivisme digital untuk menyuarakan gerakan sosial global (Awalia & Zulkarnaini, 2025). Meskipun menawarkan efisiensi konektivitas yang tanpa batas, pola komunikasi yang termediasi oleh teknologi digital ini memunculkan hambatan dan tantangan yang nyata bagi kelangsungan interaksi sosial Generasi Z. Ketergantungan yang tinggi pada gawai dapat memicu penurunan kualitas interaksi tatap muka di dunia nyata, melemahkan kemampuan dalam membaca isyarat nonverbal, serta berpotensi menimbulkan kesenjangan komunikasi (*generational gap*) ketika berhadapan dengan generasi yang lebih tua dalam lingkungan formal atau organisasi (Awalia & Zulkarnaini, 2025).

Selain hambatan struktural tersebut, kebutuhan konstan untuk selalu terhubung dan menampilkan citra diri yang sempurna di media sosial demi mendapatkan validasi digital sering kali memicu tekanan psikologis, fenomena perbandingan sosial (*social comparison*), hingga risiko kecanduan digital yang berdampak buruk pada kesehatan mental mereka.

## **Teori Interaksi Sosial dan Komunikasi**

### ***Teori Interaksi Simbolik (George Herbert Mead)***

Menurut George Herbert Mead, manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna yang dimiliki sesuatu tersebut bagi mereka. Makna tidak muncul secara alamiah, melainkan dibentuk melalui proses interaksi sosial dan kemudian diinterpretasikan oleh individu. Konsep utama dalam teori ini terdiri atas mind (pikiran), self (diri), dan society (masyarakat) yang saling memengaruhi dalam pembentukan perilaku sosial. Menurut Mead, konsep diri seseorang berkembang melalui interaksi dengan orang lain. Individu belajar memahami dirinya melalui proses mengambil peran (*role-taking*) dan melihat dirinya dari sudut pandang orang lain. Oleh karena itu, identitas sosial seseorang terbentuk melalui komunikasi dan pertukaran simbol-simbol yang terjadi dalam kehidupan sehari-hari. Dalam konteks media sosial, teori interaksi simbolik sangat relevan karena berbagai simbol digital seperti foto profil, unggahan, emoji, komentar, likes, dan fitur berbagi menjadi sarana pembentukan makna sosial. Pengguna media sosial secara aktif menginterpretasikan simbol-simbol tersebut untuk membangun identitas diri dan memahami identitas orang lain. Penelitian terbaru menunjukkan bahwa Instagram menjadi ruang simbolik bagi Generasi Z untuk membangun citra diri, memperoleh validasi sosial, dan membentuk konsep diri melalui interaksi digital

### ***Teori Uses and Gratifications (Katz, Blumler, dan Gurevitch)***

Teori Uses and Gratifications dikembangkan oleh Elihu Katz, Jay G. Blumler, dan Michael Gurevitch pada tahun (1974). Teori ini menjelaskan bahwa khalayak merupakan pengguna media yang aktif dan memiliki tujuan tertentu dalam memilih media yang digunakan. Individu secara sadar menentukan media yang dianggap mampu memenuhi kebutuhan informasi, hiburan, interaksi sosial, maupun kebutuhan pribadi lainnya. Katz, Blumler, dan Gurevitch mengemukakan lima asumsi dasar teori ini, yaitu: (1) khalayak aktif dalam menggunakan media; (2) pemilihan media didasarkan pada kebutuhan tertentu; (3) media bersaing dengan sumber pemenuhan kebutuhan lainnya; (4) pengguna memiliki kesadaran terhadap motif penggunaan media; dan (5) penilaian terhadap isi media ditentukan oleh pengguna itu sendiri. Dalam perkembangan media digital, teori ini masih relevan untuk menjelaskan perilaku pengguna media sosial.

Pengguna tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi secara aktif memilih platform dan konten yang sesuai dengan kebutuhan mereka, seperti mencari informasi, hiburan, membangun identitas diri, memperluas relasi sosial, hingga memperoleh pengakuan sosial

Penelitian terkini menunjukkan bahwa Generasi Z menggunakan media sosial karena lima kebutuhan utama, yaitu kebutuhan kognitif (informasi), afektif (hiburan), integrasi personal (identitas diri), integrasi sosial (hubungan sosial), dan pelepasan ketegangan (relaksasi).

### **Definisi Konseptual Media Sosial**

Secara konseptual, media sosial merupakan sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas fondasi ideologi dan teknologi Web 2.0 yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content (Kaplan & Haenlein, 2010). Media sosial memfasilitasi komunikasi dua arah yang interaktif dan horizontal, sehingga mengubah peran masyarakat yang semula pasif hanya sebagai konsumen informasi kini merangkap sebagai produsen konten (Qadir & Ramli, 2024). Karakteristik utama yang membedakannya dengan media konvensional adalah hilangnya sekat birokrasi, kedekatan ruang, dan keterbatasan waktu dalam penyebaran pesan di ruang virtual (Cahyono, 2016).

Merujuk pada batasan operasionalnya, sebuah platform dapat dikonseptualisasikan sebagai jejaring sosial apabila memenuhi tiga elemen dasar (Boyd & Ellison, 2007), yaitu: 1) Konstruksi Profil (*Profiles*): Kebebasan pengguna untuk membangun profil digital secara publik atau semi-publik dalam suatu sistem yang terintegrasi, 2) Manajemen Jaringan (*Connections*): Fitur yang menampilkan daftar pengguna lain di mana mereka saling berbagi koneksi atau relasi, 3) Navigasi Relasi (*Traversal*): Kemampuan pengguna untuk melihat dan menjelajahi daftar koneksi yang dibuat oleh orang lain di dalam sistem tersebut untuk memperluas interaksi sosial.

### ***Landasan Teori Klasifikasi Media Sosial***

Andreas Kaplan dan Michael Haenlein (2010). Berdasarkan teori kehadiran sosial (*social presence*), kekayaan media (*media richness*), serta proses presentasi diri (*self-presentation*), media sosial dikelompokkan ke dalam enam jenis utama: 1) Proyek Kolaborasi (*Collaborative Projects*): Situs yang mengizinkan penambahan, penghapusan, dan perubahan konten secara kolektif oleh penggunanya, seperti Wikipedia, 2) Blog dan Microblog: Media personal berbentuk jurnal online untuk mengekspresikan opini atau pemikiran secara bebas, seperti Twitter/X, 3) Komunitas Konten (*Content Communities*): Platform digital yang memfasilitasi pengguna untuk saling berbagi konten multimedia spesifik, seperti YouTube,

4) Situs Jejaring Sosial (Social Networking Sites): Aplikasi yang memungkinkan pengguna terhubung dengan membuat representasi profil pribadi dan mengaitkannya dengan jaringan pertemanan, seperti Facebook.

### **3. METODE PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi literatur (*library research*). Studi literatur merupakan metode penelitian yang dilakukan dengan mengumpulkan, mengkaji, dan menganalisis berbagai sumber pustaka yang relevan dengan topik penelitian, seperti buku, jurnal ilmiah, artikel penelitian, laporan penelitian, peraturan perundang-undangan, serta sumber ilmiah lainnya. Metode ini bertujuan untuk memperoleh pemahaman yang komprehensif mengenai peran media sosial dalam membentuk interaksi sosial Generasi Z berdasarkan temuan-temuan penelitian terdahulu dan teori yang telah berkembang (Zed, 2018).

Melalui pendekatan ini, peneliti tidak melakukan pengumpulan data langsung di lapangan, melainkan memanfaatkan data sekunder yang berasal dari berbagai literatur yang kredibel dan relevan. Analisis dilakukan secara sistematis untuk mengidentifikasi pola, hubungan, serta dampak penggunaan media sosial terhadap perubahan interaksi sosial Generasi Z di era digital (Moleong, 2017).

#### **Teknik Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah dokumentasi atau studi dokumen. Teknik dokumentasi dilakukan dengan menelusuri, mengumpulkan, dan mengkaji berbagai sumber tertulis yang berkaitan dengan tema penelitian, antara lain: 1) Artikel jurnal nasional dan internasional yang membahas media sosial dan Generasi Z, 2) Buku-buku yang berkaitan dengan komunikasi digital, interaksi sosial, dan media sosial, 3) Hasil penelitian terdahulu yang relevan dengan topik penelitian, 3) Laporan lembaga resmi mengenai penggunaan media sosial di Indonesia, 4) Peraturan perundang-undangan yang berkaitan dengan penggunaan media digital dan media sosial, 5) Data statistik dari lembaga terpercaya seperti Badan Pusat Statistik, Kementerian Komunikasi dan Digital, maupun laporan survei penggunaan internet dan media sosial, 6) Pengumpulan data melalui dokumentasi dilakukan untuk memperoleh data yang sesuai dengan fokus penelitian dari berbagai sumber tertulis yang dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Sugiyono, 2022).

## **Teknik Analisis Data**

Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan analisis isi (*content analysis*). Tahapan analisis meliputi: 1) Mengumpulkan literatur yang relevan dengan topik penelitian, 2) Melakukan seleksi dan klasifikasi sumber berdasarkan relevansi dan kredibilitasnya, 3) Membaca dan memahami isi literatur secara mendalam, 4) Mengidentifikasi tema-tema utama terkait pengaruh media sosial terhadap interaksi sosial Generasi Z, 5) Menarik kesimpulan berdasarkan hasil sintesis berbagai sumber yang telah dianalisis.

Analisis isi digunakan untuk menginterpretasikan informasi yang diperoleh dari berbagai sumber literatur sehingga dapat menghasilkan pemahaman yang sistematis dan mendalam mengenai fenomena yang diteliti (Moleong, 2017; Zed, 2018).

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Pola Penggunaan Media Sosial pada Generasi Z**

Generasi Z adalah kelompok orang yang lahir dan berkembang di masa digital, sehingga mereka sangat terbiasa dan dekat dengan teknologi serta media sosial. Media sosial telah menjadi bagian penting dalam kehidupan sehari-hari Generasi Z. Tidak hanya sebagai alat untuk berkomunikasi, tetapi juga sebagai sarana mendapatkan informasi, hiburan, belajar, serta membentuk identitas diri mereka. Menurut Elkatmış (2024), Generasi Z menggunakan media sosial dengan sangat aktif karena platform digital telah menjadi tempat utama untuk melakukan berbagai kegiatan sosial dan pribadi.

Generasi Z biasanya menggunakan media sosial dengan tingkat yang cukup tinggi hingga sangat tinggi. Nafisah dan Jannah (2024) menemukan bahwa media sosial kini telah menjadi bagian yang tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari para mahasiswa Generasi Z. Platform seperti Instagram, TikTok, X (Twitter), dan YouTube kerap digunakan orang untuk berinteraksi, berbagi pengalaman, mencari informasi, serta mengikuti tren yang sedang ramai di masyarakat.

Cara Generasi Z menggunakan media sosial lebih suka konten yang menampilkan gambar, bisa diikuti, dan mudah dilihat. Fitriana (2024) mengatakan bahwa Generasi Z lebih suka melihat konten berupa video singkat, gambar, dan infografis daripada teks yang panjang. Fitur ini membentuk cara berkomunikasi yang cepat, langsung, dan tanggap. Melalui media sosial, generasi Z bisa mengekspresikan diri, menciptakan gambaran tentang diri sendiri, dan mendapatkan pengakuan dari orang lain melalui fitur seperti komentar, likes, shares, dan jumlah followers.

Dalam hal mencari informasi, media sosial telah menjadi salah satu sumber informasi utama bagi Generasi Z. Penelitian oleh Evita, Prestianta, dan Asmarantika tahun 2023 menunjukkan bahwa media sosial dan aplikasi pesan instan sering digunakan oleh Generasi Z untuk mendapatkan informasi tentang pendidikan, pekerjaan, hiburan, serta isu-isu sosial yang sedang ramai. Ini menunjukkan bahwa media sosial sekarang tidak hanya digunakan untuk berkomunikasi, tetapi juga bisa menjadi sumber informasi dan sarana belajar.

Penggunaan media sosial yang sangat intens juga bisa menimbulkan berbagai dampak terhadap kehidupan sosial para Generasi Z. Pangaribuan dkk. (2024) mengatakan bahwa penggunaan media sosial secara berlebihan dapat menyebabkan perubahan pada budaya dan norma sosial, seperti mengurangi frekuensi interaksi langsung secara tatap muka. Namun, di sisi lain, media sosial juga memberi manfaat seperti memudahkan dalam memperluas pertemanan, memperkuat hubungan sosial, serta meningkatkan keterlibatan dalam berbagai kegiatan sosial dan komunitas di dunia maya. Dengan demikian, pola penggunaan media sosial pada Generasi Z ditandai oleh tingginya intensitas penggunaan, dominasi konten visual dan interaktif, pemanfaatan sebagai sumber informasi, serta perannya sebagai sarana ekspresi diri dan interaksi sosial. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan Generasi Z dan memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pola interaksi sosial mereka (Nafisah & Jannah, 2024; Fitriana, 2024; Evita et al., 2023).

### **Dampak Media Sosial terhadap Interaksi Sosial Generasi Z**

Media sosial telah membawa perubahan yang cukup besar terhadap interaksi sosial Generasi Z. Sebagai generasi yang tumbuh bersamaan dengan perkembangan internet dan teknologi digital, Generasi Z menjadikan media sosial sebagai bagian dari kehidupan sehari-hari. Platform seperti Instagram, TikTok, YouTube, dan Twitter digunakan tidak hanya untuk mencari informasi, tetapi juga untuk berkomunikasi, berbagi pengalaman, serta menjalin hubungan dengan orang lain. Kehadiran media sosial membuat proses komunikasi menjadi lebih cepat dan mudah karena seseorang dapat berinteraksi kapan saja dan di mana saja tanpa dibatasi oleh jarak dan waktu. Dalam kehidupan sosialnya, Generasi Z cenderung menggunakan media sosial sebagai sarana untuk mengekspresikan diri, menyampaikan pendapat, serta membangun identitas digital. Melalui unggahan foto, video, komentar, maupun berbagai konten lainnya, mereka dapat menunjukkan minat, nilai, dan pandangan yang dimiliki kepada lingkungan sosialnya. Selain itu, media sosial juga memberikan kesempatan bagi Generasi Z untuk memperluas jaringan pertemanan dan berinteraksi dengan banyak orang yang memiliki ketertarikan yang sama.

Hal ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga menjadi sarana pembentukan hubungan sosial di era digital. Di sisi lain, penggunaan media sosial yang semakin tinggi juga menimbulkan dampak terhadap kualitas interaksi sosial secara langsung. Generasi Z lebih sering melakukan komunikasi melalui media digital karena dianggap lebih praktis dan efisien. Akibatnya, interaksi tatap muka menjadi semakin berkurang.

Kondisi ini dapat memengaruhi kemampuan seseorang dalam memahami ekspresi, menunjukkan empati, serta membangun kedekatan emosional dengan orang lain. Komunikasi yang dilakukan melalui media sosial sering kali tidak dapat menggantikan makna dan kedalaman komunikasi secara langsung. Selain itu, muncul pula tekanan sosial akibat keinginan untuk mendapatkan pengakuan melalui jumlah suka, komentar, maupun pengikut di media sosial. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman mengenai literasi digital agar Generasi Z mampu memanfaatkan media sosial secara bijak serta menjaga keseimbangan antara komunikasi digital dan komunikasi tatap muka. Dengan demikian, media sosial memberikan dampak positif berupa kemudahan komunikasi dan perluasan relasi sosial, tetapi juga dapat menurunkan kualitas interaksi sosial apabila penggunaannya tidak dikendalikan dengan baik (Febriani & Astuti, 2025)

### **Perubahan Pola Komunikasi Generasi Z di Era Digital**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan yang signifikan terhadap pola komunikasi Generasi Z. Sebagai generasi yang lahir dan tumbuh dalam lingkungan digital, Generasi Z menjadikan internet, media sosial, dan berbagai platform komunikasi digital sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Kondisi tersebut menyebabkan terjadinya pergeseran pola komunikasi dari komunikasi konvensional yang mengandalkan tatap muka menuju komunikasi berbasis teknologi digital (Zis, Effendi, & Roem, 2021).

Generasi Z lebih banyak menggunakan media sosial seperti Instagram, TikTok, Twitter, Facebook, dan aplikasi pesan instan sebagai sarana utama dalam berinteraksi dengan orang lain. Kehadiran media sosial memungkinkan mereka untuk berkomunikasi tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Selain itu, media sosial juga menjadi wadah bagi Generasi Z untuk berbagi informasi, mengekspresikan diri, membangun identitas digital, serta menjalin hubungan sosial dengan individu maupun kelompok yang lebih luas (Ahmad, Amir, & Hapiipi, 2024). Perubahan pola komunikasi juga terlihat dari gaya komunikasi yang digunakan. Generasi Z cenderung menggunakan bahasa yang lebih santai, singkatan, emoji, stiker, serta berbagai bentuk komunikasi visual dalam percakapan sehari-hari.

Penggunaan bahasa gaul dan simbol-simbol digital menjadi ciri khas komunikasi mereka sebagai bentuk adaptasi terhadap perkembangan teknologi dan media sosial. Pola komunikasi tersebut dianggap lebih cepat, praktis, dan mampu menciptakan kedekatan dalam interaksi daring (Ahmad et al., 2024).

Di sisi lain, meningkatnya penggunaan media sosial turut memengaruhi kualitas komunikasi interpersonal Generasi Z. Intensitas penggunaan gawai yang tinggi menyebabkan sebagian individu lebih fokus pada interaksi virtual dibandingkan interaksi langsung. Akibatnya, kemampuan komunikasi tatap muka, keterampilan mendengarkan secara aktif, serta kedekatan sosial dalam kehidupan nyata dapat mengalami penurunan. Bahkan penggunaan media sosial yang berlebihan berpotensi menimbulkan ketergantungan dan mengurangi perhatian terhadap lingkungan sekitar (Ahmad et al., 2024). Meskipun demikian, perkembangan teknologi digital tidak hanya memberikan dampak negatif. Media sosial juga memberikan berbagai manfaat, seperti mempermudah penyebaran informasi, memperluas jaringan pertemanan, meningkatkan partisipasi sosial, serta memfasilitasi Generasi Z dalam menyampaikan pendapat dan aspirasinya kepada masyarakat luas. Oleh karena itu, perubahan pola komunikasi Generasi Z di era digital perlu disikapi secara bijak agar teknologi dapat dimanfaatkan secara optimal tanpa mengurangi kualitas komunikasi interpersonal dan hubungan sosial dalam kehidupan sehari-hari (Zis et al., 2021; Ahmad et al., 2024).

### **Hambatan dan Tantangan Interaksi Sosial Berbasis Media**

Media sosial telah menjadi ruang utama interaksi sosial bagi Generasi Z, namun penggunaannya juga menghadirkan berbagai tantangan yang memengaruhi kualitas hubungan sosial. Salah satu tantangan utama adalah menurunnya kualitas komunikasi interpersonal akibat berkurangnya intensitas interaksi tatap muka. Generasi Z cenderung memanfaatkan media sosial sebagai sarana komunikasi utama sehingga proses komunikasi sering kali berlangsung secara cepat, singkat, dan berbasis visual. Kondisi ini dapat mengurangi kemampuan individu dalam memahami ekspresi emosional, bahasa tubuh, dan keterampilan komunikasi mendalam yang biasanya diperoleh melalui interaksi langsung. Penelitian menunjukkan bahwa pola komunikasi Generasi Z semakin bergeser ke bentuk komunikasi digital yang praktis, namun berpotensi mengurangi kedalaman hubungan sosial dan kemampuan berpikir kritis dalam berkomunikasi (Fitriana, 2024). Tantangan lainnya adalah fenomena information overload atau kelebihan informasi. Media sosial memungkinkan pengguna menerima berbagai informasi dalam jumlah besar setiap hari sehingga individu kesulitan memilah informasi yang relevan dan kredibel. Kondisi ini dapat menyebabkan kelelahan informasi, menurunkan kualitas pengambilan keputusan, serta memengaruhi cara individu berinteraksi dengan lingkungannya.

Penelitian Stepaniuk dkk. (2024) menemukan bahwa interaksi media sosial pada Generasi Z sering dipengaruhi oleh arus informasi yang berlebihan sehingga mendorong perilaku mengikuti opini kelompok (herd behavior) tanpa proses evaluasi yang mendalam. Penyebaran informasi yang tidak akurat atau hoaks masih menjadi hambatan besar dalam interaksi sosial digital. Generasi Z sering memperoleh informasi melalui media sosial berdasarkan rekomendasi algoritma dan jaringan pertemanan. Ketergantungan pada sumber informasi yang muncul secara otomatis di linimasa dapat meningkatkan risiko penerimaan informasi yang belum terverifikasi. Penelitian Hassoun dkk. (2023) menunjukkan bahwa Generasi Z lebih sering menemukan informasi secara tidak sengaja melalui media sosial dibandingkan mencarinya secara aktif, sehingga kemampuan memverifikasi informasi menjadi tantangan penting dalam membangun interaksi sosial yang sehat. Hambatan lain yang semakin mendapat perhatian adalah menurunnya autentisitas hubungan sosial akibat dominasi algoritma media sosial. Kehadiran teknologi kecerdasan buatan (AI) dalam platform media sosial membuat interaksi pengguna semakin dipengaruhi oleh sistem rekomendasi konten. Akibatnya, hubungan sosial yang terbentuk sering kali didasarkan pada preferensi algoritmik daripada interaksi yang alami.

Penelitian Fadlan dkk. (2025) menjelaskan bahwa personalisasi berbasis AI berpotensi mengurangi keaslian komunikasi dan membentuk identitas digital yang berbeda dari identitas sosial pengguna di dunia nyata. Media sosial juga memunculkan tekanan sosial yang berdampak pada kesehatan mental pengguna. Paparan terhadap konten yang menampilkan pencapaian, gaya hidup, dan citra diri yang ideal sering mendorong individu melakukan perbandingan sosial secara terus-menerus. Akibatnya, muncul perasaan tidak puas terhadap diri sendiri, kecemasan sosial, hingga rendahnya kepercayaan diri. Kajian empiris yang dilakukan Fitriana (2024) menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang intensif dapat menciptakan tekanan psikologis dan memengaruhi pola pikir serta kesejahteraan mental Generasi Z. Secara keseluruhan, hambatan dan tantangan interaksi sosial berbasis media sosial meliputi menurunnya kualitas komunikasi interpersonal, kelebihan informasi, penyebaran hoaks, pengaruh algoritma terhadap autentisitas hubungan sosial, serta tekanan psikologis akibat perbandingan sosial. Oleh karena itu, peningkatan literasi digital, kemampuan berpikir kritis, dan penggunaan media sosial secara bijak menjadi kebutuhan penting agar media sosial dapat berfungsi sebagai sarana interaksi sosial yang positif dan produktif.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan Generasi Z karena generasi ini tumbuh dan berkembang di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital. Pola penggunaan media sosial pada Generasi Z ditandai oleh tingginya intensitas penggunaan, dominasi konten visual dan interaktif, serta pemanfaatannya sebagai sarana komunikasi, pencarian informasi, hiburan, pembelajaran, dan ekspresi diri. Platform seperti Instagram, TikTok, X (Twitter), YouTube, dan berbagai aplikasi pesan instan menjadi media utama yang digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

Keberadaan media sosial telah mengubah pola komunikasi Generasi Z menjadi lebih cepat, fleksibel, dan interaktif. Mereka cenderung menggunakan bahasa yang lebih santai, simbol digital, emoji, stiker, serta berbagai bentuk komunikasi visual yang dianggap lebih praktis dan efektif. Selain memudahkan komunikasi tanpa batas ruang dan waktu, media sosial juga memberikan kesempatan bagi Generasi Z untuk membangun identitas digital, memperluas jaringan pertemanan, serta meningkatkan partisipasi dalam berbagai aktivitas sosial. Di sisi lain, penggunaan media sosial yang tinggi juga membawa sejumlah tantangan. Intensitas interaksi digital yang berlebihan berpotensi mengurangi frekuensi komunikasi tatap muka dan memengaruhi kualitas hubungan interpersonal.

Kondisi tersebut dapat berdampak pada kemampuan berkomunikasi secara langsung, membangun empati, memahami ekspresi nonverbal, serta menciptakan kedekatan emosional dengan orang lain. Dengan demikian, media sosial memiliki peran yang sangat besar dalam membentuk interaksi sosial Generasi Z, baik dalam aspek komunikasi maupun hubungan sosial. Oleh karena itu, diperlukan kemampuan literasi digital dan penggunaan media sosial secara bijak agar manfaat yang diperoleh dapat dimaksimalkan, sementara dampak negatifnya dapat diminimalkan. Keseimbangan antara interaksi digital dan interaksi langsung menjadi kunci dalam membangun hubungan sosial yang sehat di era digital.

## DAFTAR REFERENSI

- Ahmad, K. R., Amir, L. S., & Hapipi, M. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Pola Komunikasi dan Hubungan Sosial dalam Kalangan Generasi Z. *Sanskara Ilmu Sosial dan Humaniora*, 1(2), 85–94.
- Angeline, D., & Pribadi, M. A. (2025). Motif Gen Z Mengonsumsi Konten Makeup Beauty Influencer di Media Sosial: Pendekatan Teori Kegunaan dan Gratifikasi. *Prologia*, 9(1).
- Apriyanti, H., Aeni, I. S., Kinaya, R. S., Nabilla, N. H., Laksana, A., & Latief, L. M. (2024). Keterlibatan Penggunaan Media Sosial pada Interaksi Sosial di Kalangan Gen Z. *Sosial Simbiosis: Jurnal Integrasi Ilmu Sosial dan Politik*, 1(4).

- Awalia, F., & Zulkarnaini. (2025). Memahami Pola Perilaku Generasi Z di Era Digital. *JTSMI: Jurnal Teknologi dan Sains Modern*, 2(1), 15-25.
- Elkatmış, M. (2024). Examination of Social Media Usage Habits of Generation Z. *Frontiers in Psychology*,
- Elkatmış, M. (2024). Examination of social media usage habits of Generation Z. *Frontiers in Psychology*, 15, 1370823. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2024.1370823>.
- Evita, N., Prestianta, A. M., & Asmarantika, R. A. (2023). Patterns of media and social media use in Generation Z in Indonesia. *Jurnal Studi Komunikasi*, 7(1), 195–214. <https://doi.org/10.25139/jsk.v7i1.5230>.
- Fadilan, M. R., Purwanto, E., Azizurohman, A., Hakim, A. N., & Furqon, M. H. (2025). Dampak Platform Media Sosial Berbasis AI terhadap Kualitas Interaksi Sosial Generasi Z. *Interaction Communication Studies Journal*, 2(2).
- Fitriana. (2024). Media Sosial dalam Membentuk Pola Komunikasi dan Pemikiran Generasi Z: Retorika. *Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 6(2).
- Fitriana. (2024). Media sosial dalam membentuk pola komunikasi dan pemikiran Generasi Z: Tinjauan empiris tiga tahun terakhir. Retorika: *Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 6(2), 145–158.
- Hassoun, A., Beacock, I., Consolvo, S., Goldberg, B., Kelley, P. G., & Russell, D. M. (2023). Practicing Information Sensibility: How Gen Z Engages with Online Information.
- Herdiana, A., & Pribadi, R. (2023). Analisis Interaksi Simbolik Gamers Mobile Legends dalam Perspektif George Herbert Mead. *Jurnal Komunikasi Peradaban*, 1(2), 17–28.
- Hidayatullah, M. S., Rusnawati, R., Belarozza, G., & Nabiyina, B. A. C. (2025). Peran Digital dalam Membentuk Pola Interaksi Komunikasi Interpersonal Generasi Z. *SABER Jurnal Teknik Informatika Sains dan Ilmu Komunikasi*, 3(1), 40–45.
- Nafisah, Y. F., & Jannah, M. (2024). Penggunaan media sosial pada Generasi Z. Character: *Jurnal Penelitian Psikologi*, 11(2), 705–713.
- Pangaribuan, I., Sinaga, I., Panjaitan, T., Waruwu, Y., & Lumbantobing, R. (2024). Penggunaan media sosial oleh Generasi Z: Implikasi terhadap perubahan budaya dan norma sosial. *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, dan Humaniora*, 2(5), 289–293.
- Putri, S., & Prihardini Wibawa, D. (2023). Peran Media Sosial dalam Keterlibatan Politik Generasi Z. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 4(3), 2014–2027.
- Saputra, A. (2025). Survei Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Kota Padang Menggunakan Teori Uses and Gratifications. *BACA: Jurnal Dokumentasi dan Informasi*, 40(2), 207–216.
- Stepaniuk, K., dkk. (2024). Behavioural Mimicry or Herd Behaviour of Generation Z? Social Media Interactions in the Context of Information Overload. *Engineering Management in Production and Services*, 16(4), 21–33.
- Wibowo, W., & Ayuningtyas, F. (2024). Generasi Z sebagai Konsumen Masa Depan: Karakteristik, Preferensi, dan Tantangan Baru. *Buana Komunikasi: Jurnal Penelitian dan Studi Ilmu Komunikasi*, 5(2), 90-99.
- Wumbu, Y. L. E., Putri, I. A., & Hendrik, D. (2025). Peran Media Sosial Sebagai Wadah Partisipasi Politik Masa Kini di Kalangan Generasi Z. *Jurnal Ilmu Hukum, Humaniora dan Politik*, 6(1).

Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87.