

Hubungan Penggunaan Media Sosial dengan Pola Interaksi Sosial Generasi Z di Era Digital

Enesha Kirana Prasetyo¹, Muhammad Budiman²

^{1,2} Universitas Bakrie, Indonesia

*Corresponding Author email: eneshakiranaprasetyo@gmail.com

Abstrak

Perkembangan media sosial telah mengubah cara Generasi Z berkomunikasi, memperoleh informasi, dan membangun interaksi sosial di era digital. Meskipun berbagai penelitian telah membahas dampak media sosial terhadap interaksi sosial, kajian yang mendeskripsikan karakteristik penggunaan media sosial dan persepsi Generasi Z terhadap pola interaksi sosial masih relatif terbatas. Penelitian ini bertujuan mendeskripsikan karakteristik penggunaan media sosial serta persepsi Generasi Z terhadap pola interaksi sosial di era digital. Penelitian menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei deskriptif terhadap 31 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner daring berbasis skala Likert lima poin dan dianalisis menggunakan statistik deskriptif berupa distribusi frekuensi dan persentase. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden menggunakan TikTok dan Instagram sebagai platform utama serta mengakses media sosial dengan intensitas tinggi untuk memperoleh informasi dan berkomunikasi. Meskipun demikian, sebagian besar responden tetap memandang interaksi tatap muka sebagai bagian penting dalam kehidupan sosial sehingga media sosial lebih dipersepsikan sebagai pelengkap daripada pengganti komunikasi langsung. Temuan ini memperkaya gambaran empiris mengenai perilaku penggunaan media sosial Generasi Z dan dapat menjadi dasar bagi pengembangan program literasi digital yang mendorong penggunaan media sosial secara bijaksana tanpa mengurangi kualitas interaksi sosial.

Kata kunci : Media Sosial, Generasi Z, Interaksi Sosial, Era Digital, Literasi Digital

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah mengubah cara masyarakat berkomunikasi, memperoleh informasi, dan membangun interaksi sosial. Kehadiran berbagai platform media sosial, seperti TikTok, Instagram, X (Twitter), dan YouTube, menjadikan komunikasi berlangsung lebih cepat, fleksibel, dan tanpa batas ruang maupun waktu. Di Indonesia, penggunaan media sosial terus meningkat, terutama pada kelompok usia muda yang menjadikan media sosial sebagai bagian dari aktivitas sehari-hari. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial tidak lagi hanya berfungsi sebagai sarana hiburan, tetapi juga menjadi media komunikasi, pencarian informasi, serta pembentukan jejaring sosial (Sahraz et al., 2025).

Generasi Z merupakan kelompok yang lahir dan tumbuh di tengah perkembangan teknologi digital sehingga memiliki tingkat adaptasi yang tinggi terhadap media sosial. Bagi kelompok ini, media sosial dimanfaatkan untuk berbagai aktivitas, mulai dari memperoleh informasi, berkomunikasi, belajar, hingga mengekspresikan diri. Intensitas penggunaan media sosial yang tinggi menjadikan platform digital sebagai salah satu ruang interaksi yang penting dalam kehidupan sehari-hari. Namun demikian, setiap individu dapat memiliki pola penggunaan media sosial dan preferensi komunikasi yang berbeda sesuai karakteristik serta kebiasaan masing-masing (Arganata & Hamka, 2025).

Berbagai penelitian sebelumnya lebih banyak membahas dampak penggunaan media sosial terhadap perilaku komunikasi maupun interaksi sosial Generasi Z (Ahmad Ramli Khatib et al., 2024; Hana Apriyanti et al., 2024; Erwan Ibrahim et al., 2025). Meskipun demikian, sebagian besar penelitian tersebut berfokus pada pengujian hubungan atau dampak penggunaan media sosial, sedangkan penelitian yang memberikan gambaran deskriptif mengenai karakteristik penggunaan media sosial, intensitas pemanfaatannya, fungsi komunikasi, ekspresi diri, serta partisipasi sosial Generasi Z masih relatif terbatas. Oleh karena itu, masih diperlukan kajian yang mendeskripsikan fenomena tersebut berdasarkan persepsi pengguna sebagai potret empiris perilaku media sosial Generasi Z.

Berdasarkan kondisi tersebut, penelitian ini bertujuan mendeskripsikan karakteristik penggunaan media sosial serta persepsi Generasi Z terhadap pola komunikasi dan partisipasi sosial di era digital melalui pendekatan survei deskriptif. Penelitian ini tidak dimaksudkan untuk menguji hubungan maupun pengaruh antarvariabel, melainkan untuk memberikan gambaran mengenai bagaimana media sosial dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari oleh Generasi Z berdasarkan hasil survei yang diperoleh.

Penelitian ini memberikan kontribusi berupa penyajian gambaran empiris mengenai perilaku penggunaan media sosial Generasi Z pada konteks masyarakat Indonesia, khususnya terkait intensitas penggunaan, fungsi media sosial, ekspresi diri, preferensi komunikasi, dan partisipasi sosial. Temuan penelitian diharapkan dapat menjadi referensi bagi peneliti, pendidik, serta pemerhati media digital dalam memahami karakteristik penggunaan media sosial Generasi Z sekaligus menjadi dasar bagi pengembangan penelitian lanjutan yang menggunakan pendekatan inferensial untuk menguji hubungan antarvariabel.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain survei deskriptif untuk menggambarkan karakteristik penggunaan media sosial dan pola interaksi sosial Generasi Z di era digital. Populasi penelitian adalah individu yang lahir pada rentang tahun 1997–2012, sedangkan sampel terdiri atas 31 responden yang dipilih menggunakan teknik purposive sampling dengan kriteria sebagai pengguna aktif media sosial. Data dikumpulkan secara daring melalui Google Forms menggunakan kuesioner yang memuat karakteristik responden serta enam pernyataan berbasis skala Likert lima poin (Sangat Setuju hingga Sangat Tidak Setuju) mengenai intensitas penggunaan media

sosial, durasi penggunaan, fungsi media sosial sebagai sarana komunikasi dan informasi, ekspresi diri, preferensi komunikasi, serta partisipasi dalam kegiatan sosial secara langsung. Seluruh data dianalisis menggunakan statistik deskriptif berupa distribusi frekuensi dan persentase, kemudian disajikan dalam bentuk tabel untuk memberikan gambaran mengenai karakteristik penggunaan media sosial dan persepsi Generasi Z terhadap pola interaksi sosial di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Sebanyak 31 responden Generasi Z berpartisipasi dalam penelitian ini melalui pengisian kuesioner secara daring. Berdasarkan karakteristik demografis, mayoritas responden berusia 17–19 tahun (38,7%), diikuti kelompok usia 26–29 tahun (29,0%), 20–22 tahun (19,4%), dan 23–25 tahun (12,9%). Berdasarkan jenis kelamin, responden didominasi oleh perempuan (67,7%), sedangkan laki-laki berjumlah 32,3%. Dari sisi status, sebagian besar responden merupakan mahasiswa (45,2%), diikuti responden yang telah bekerja (35,5%), sedangkan pelajar dan kategori lainnya masing-masing sebesar 9,7%. Komposisi tersebut menunjukkan bahwa data penelitian lebih banyak merepresentasikan Generasi Z yang sedang menempuh pendidikan tinggi maupun memasuki dunia kerja.

Tabel 1. Karakteristik Demografis Responden

Karakteristik	Kategori	Persentase
Usia	17–19 tahun	38,7%
	20–22 tahun	19,4%
	23–25 tahun	12,9%
	26–29 tahun	29,0%
Jenis Kelamin	Laki-laki	32,3%
	Perempuan	67,7%
	Mahasiswa	45,2%
Status	Bekerja	35,5%
	Pelajar	9,7%
	Lainnya	9,7%

Hasil survei menunjukkan bahwa TikTok merupakan platform media sosial yang paling banyak digunakan responden (48,4%), disusul Instagram (41,9%), sedangkan X (Twitter), YouTube, dan platform lainnya digunakan oleh 9,7% responden. Dari sisi durasi penggunaan, sebagian besar responden menggunakan media sosial selama 4–6 jam per hari (38,7%), diikuti durasi 2–4 jam (35,5%), sedangkan penggunaan kurang dari 2 jam maupun lebih dari 6 jam masing-masing sebesar 12,9%. Temuan tersebut menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian dari aktivitas harian responden, terutama melalui platform berbasis visual dan video.

Tabel 2. Platform dan Durasi Penggunaan Media Sosial

Indikator	Kategori	Persentase
Platform yang paling sering digunakan	TikTok	48,4%
	Instagram	41,9%
	X (Twitter), YouTube, dan lainnya	9,7%
	< 2 jam	12,9%
Durasi penggunaan per hari	2–4 jam	35,5%
	4–6 jam	38,7%
	> 6 jam	12,9%

Sebagian besar responden menyatakan sering mengakses media sosial dalam aktivitas sehari-hari. Sebanyak 93,5% responden memilih kategori Setuju atau Sangat Setuju bahwa mereka membuka media sosial berkali-kali dalam sehari, sedangkan 77,4% mengaku menggunakan media sosial lebih dari tiga jam setiap hari. Selain itu, 93,5% responden menyatakan media sosial menjadi salah satu sarana utama untuk memperoleh informasi sekaligus berkomunikasi. Hasil tersebut menggambarkan bahwa media sosial memiliki posisi yang penting dalam aktivitas komunikasi dan pencarian informasi di kalangan responden.

Tabel 3. Distribusi Respons terhadap Intensitas dan Fungsi Penggunaan Media Sosial

Pernyataan	Temuan
Mengakses media sosial beberapa kali dalam sehari	93,5% memilih Setuju/Sangat Setuju
Menggunakan media sosial lebih dari 3 jam per hari	77,4% memilih Setuju/Sangat Setuju
Media sosial menjadi sarana utama memperoleh informasi dan berkomunikasi	93,5% memilih Setuju/Sangat Setuju

Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi responden mengenai penggunaan media sosial sebagai sarana berekspresi masih cukup beragam. Sebanyak 36,7% responden memilih kategori Netral dan 36,7% Tidak Setuju terhadap pernyataan bahwa mereka lebih bebas mengungkapkan perasaan melalui media sosial dibandingkan komunikasi langsung. Sementara itu, hanya 26,6% responden yang menyatakan Setuju atau Sangat Setuju. Pola serupa juga terlihat pada preferensi komunikasi, di mana hampir separuh responden (48,4%) memberikan jawaban Netral terhadap pernyataan bahwa mereka lebih sering berkomunikasi melalui media sosial dibandingkan bertemu secara langsung. Temuan ini menunjukkan adanya variasi persepsi responden mengenai fungsi media sosial sebagai media komunikasi interpersonal.

Tabel 4. Distribusi Respons terhadap Ekspresi Diri dan Preferensi Komunikasi

Pernyataan	Hasil Dominan
Lebih bebas mengekspresikan perasaan melalui media sosial dibandingkan komunikasi langsung	Netral (36,7%) dan Tidak Setuju (36,7%)
Lebih sering berkomunikasi melalui media sosial dibandingkan bertemu langsung	Netral (48,4%)

Mayoritas responden tidak menyatakan bahwa penggunaan media sosial menyebabkan mereka lebih jarang mengikuti kegiatan sosial secara langsung. Sebanyak 51,6% responden memilih kategori Tidak Setuju dan 6,5% Sangat Tidak Setuju terhadap pernyataan tersebut, sedangkan 32,3% memberikan jawaban Netral dan 9,7% memilih Setuju. Berdasarkan data survei, sebagian besar responden masih melaporkan keterlibatan dalam aktivitas sosial secara langsung meskipun menggunakan media sosial dengan intensitas yang relatif tinggi. Temuan ini menggambarkan persepsi responden mengenai keberlangsungan aktivitas sosial mereka, tanpa menunjukkan adanya hubungan sebab-akibat antara penggunaan media sosial dan partisipasi sosial.

Tabel 5. Distribusi Respons terhadap Partisipasi Sosial Langsung

Pernyataan	SS	S	N	TS	STS
Lebih jarang mengikuti kegiatan sosial langsung sejak aktif menggunakan media sosial	0%	9,7%	32,3%	51,6%	6,5%

Secara keseluruhan, hasil survei menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari Generasi Z, terutama sebagai sarana memperoleh informasi dan berkomunikasi. TikTok dan Instagram merupakan platform yang paling banyak digunakan, dengan durasi penggunaan yang relatif tinggi pada sebagian besar responden. Di sisi lain, persepsi mengenai media sosial sebagai ruang berekspresi maupun sebagai pengganti komunikasi tatap muka masih bervariasi, dan mayoritas responden tidak melaporkan berkurangnya keterlibatan dalam kegiatan sosial secara langsung. Temuan-temuan tersebut memberikan gambaran deskriptif mengenai karakteristik penggunaan media sosial pada Generasi Z sesuai dengan persepsi responden yang terlibat dalam penelitian ini. Tidak ada pengujian hubungan maupun pengaruh antarvariabel, sehingga hasil penelitian ini dipahami sebagai potret empiris mengenai perilaku penggunaan media sosial dan persepsi responden terhadap aktivitas komunikasi serta partisipasi sosial mereka.

KESIMPULAN

Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial telah menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari Generasi Z, terutama sebagai sarana memperoleh informasi dan berkomunikasi. TikTok dan Instagram merupakan platform yang paling banyak digunakan, sementara intensitas penggunaan media sosial tergolong tinggi pada sebagian besar responden. Meskipun demikian, hasil survei menunjukkan bahwa responden masih memandang interaksi tatap muka sebagai bagian penting dalam

kehidupan sosial sehingga media sosial lebih berperan sebagai pelengkap komunikasi daripada pengganti interaksi langsung. Temuan ini menjawab tujuan penelitian dengan memberikan gambaran empiris mengenai karakteristik penggunaan media sosial dan persepsi Generasi Z terhadap pola komunikasi serta partisipasi sosial di era digital. Selain itu, penelitian ini mengisi keterbatasan studi terdahulu yang lebih banyak berfokus pada pengujian hubungan atau dampak media sosial dengan menyajikan potret deskriptif mengenai perilaku penggunaan media sosial berdasarkan persepsi Generasi Z. Secara praktis, hasil penelitian ini dapat menjadi masukan bagi pendidik, orang tua, dan pembuat kebijakan untuk mengembangkan program literasi digital yang mendorong penggunaan media sosial secara bijaksana tanpa mengurangi kualitas interaksi sosial secara langsung. Penelitian selanjutnya disarankan melibatkan jumlah responden yang lebih besar dan lebih beragam serta menggunakan pendekatan korelasional, eksplanatori, atau *mixed methods* agar mampu menguji hubungan antarvariabel dan memberikan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai dinamika penggunaan media sosial dan interaksi sosial Generasi Z.

REFERENSI

- Ahmad Ramli Khatib, Amir Sibuan Lalu, & Hapiipi Muh. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Pola Komunikasi dan Hubungan Sosial dalam Kalangan Generasi Z. *Sanskara Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(2), 85–94.
- Arganata, Z., & Hamka, M. Y. (2025). PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP POLA KOMUNIKASI GENERASI Z DALAM INTERAKSI SOSIAL. *Jurnal Dinamika Sosial Dan Sains*, 2(1), 412–416. <https://jurnalsentral.com/index.php/jdss>
- Erwan I., F., Sukmana, O., & Wahyudi, W. (2025). Peran Media Sosial Dalam Pola Komunikasi Generasi-Z; Antara Tantangan Dan Peluang. *COMSERVA: Jurnal Penelitian Dan Pengabdian Masyarakat*, 4(11), 3945–3953.
- Hana Apriyanti, Ira Safaat Aeni, Reva Sila Kinaya, Nasywa Hasna Nabilla, April Laksana, & Lika Mulki Latief. (2024). Keterlibatan Penggunaan Media Sosial pada Interaksi Sosial di Kalangan Gen Z. *Sosial Simbiosis : Jurnal Integrasi Ilmu Sosial Dan Politik*, 1(4), 229–237. <https://doi.org/10.62383/sosial.v1i4.929>
- Muhamad Syarif Hidayatullah, Rini Rusnawati, Gita Belaroza, Bunga Astri Cahya Nabiyina, & April Laksana. (2024). Peran Digital dalam Membentuk Pola Interaksi Komunikasi Interpersonal Generasi Z. *SABER : Jurnal Teknik Informatika, Sains Dan Ilmu Komunikasi*, 3(1), 40–45. <https://doi.org/10.59841/saber.v3i1.1987>
- Nafisah, Y. F., & Jannah, M. (2024). Penggunaan Media Sosial pada Generasi Z Use of Social Media in Generation Z. *Character: Jurnal Penelitian Psikologi*, 11(02), 705–713. <https://doi.org/10.26740/cjpp.v11n2.p705-713>
- Pangaribuan, I., Sinaga, I., Panjaitan, T., Waruwu, Y., Lumbantobing, R., Sos, S., & Pd, M. (2024). Penggunaan Media Sosial Oleh Generasi Z: Implikasi Terhadap Perubahan Budaya Dan Norma Sosial. *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora*, 2(5), 289–293.
- Sahraz, A., Lily, A., & Syah, A. (2025). Media Sosial Membentuk dan Memengaruhi Identitas Sosial Generasi Z Di Kecamatan Bandung Kidul. *Multidisciplinary Research Journal*, 1(1), 6–10. <https://doi.org/10.70716/murej.v1i1.10>