



Department of Digital Business

Journal of Artificial Intelligence and Digital Business (RIGGS)

Homepage: <https://journal.ilmudata.co.id/index.php/RIGGS>

Vol. 5 No. 2 (2025) pp: 349-356

P-ISSN: 2963-9298, e-ISSN: 2963-914X

Analisis Gaya Komunikasi Generasi Z di Media Sosial Menggunakan Pendekatan Social Media Analytics

¹Rafly Al Mousi, ²Vita Amelia Putri, ³Maulida Sari, ⁴Komputerio Akbar

^{1,2,3,4}STMIK Borneo Internasional Balikpapan

ralmousi@gmail.com, vitaamelia.25@stmik-borneo.ac.id, Maulida.25@stmik-borneo.ac.id,
komputerio@stmik-borneo.ac.id

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis gaya komunikasi Generasi Z di media sosial dengan menggunakan pendekatan Social Media Analytics. Perkembangan teknologi digital telah mendorong terjadinya transformasi pola komunikasi yang semakin cepat, interaktif, serta berbasis visual, terutama pada Generasi Z sebagai kelompok digital natives. Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed methods dengan mengombinasikan analisis kuantitatif dan kualitatif terhadap data komunikasi digital yang diperoleh dari platform media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Twitter (X). Data penelitian berupa komentar, caption, dan penggunaan hashtag yang mencerminkan praktik komunikasi Generasi Z dalam ruang digital. Analisis dilakukan melalui dua tahap, yaitu analisis kuantitatif untuk mengidentifikasi frekuensi penggunaan kata, emoji, dan simbol digital, serta analisis kualitatif menggunakan teknik content analysis untuk menafsirkan makna komunikasi dan pola interaksi yang terbentuk. Hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi Generasi Z didominasi oleh penggunaan bahasa informal, singkatan, serta simbol visual seperti emoji dan meme. Selain itu, komunikasi bersifat multimodal dan partisipatif, di mana pengguna tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga produsen konten aktif. Temuan lain menunjukkan adanya kecenderungan kebutuhan validasi sosial yang tinggi melalui interaksi digital seperti likes, komentar, dan shares. Hal ini menegaskan bahwa media sosial tidak hanya memengaruhi cara berkomunikasi, tetapi juga membentuk pola interaksi sosial dan konstruksi identitas diri Generasi Z. Penelitian ini memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian komunikasi digital berbasis data serta menjadi referensi dalam memahami dinamika komunikasi generasi muda di era media sosial.

Kata kunci: Generasi Z, Media Sosial, Gaya Komunikasi, Social Media Analytics, Komunikasi Digital

1. Latar Belakang

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi dalam beberapa dekade terakhir telah mengubah secara signifikan pola interaksi sosial masyarakat. Transformasi ini tidak hanya terjadi dalam aspek teknis komunikasi, tetapi juga menyentuh dimensi sosial dan budaya secara lebih luas. Kehadiran teknologi digital memungkinkan individu untuk berkomunikasi secara real-time tanpa batasan geografis. Hal ini menyebabkan pergeseran dari komunikasi konvensional menuju komunikasi berbasis digital yang lebih fleksibel. Perubahan tersebut turut membentuk cara individu dalam membangun relasi sosial. Dengan demikian, komunikasi tidak lagi terbatas pada ruang fisik, melainkan berkembang ke dalam ruang digital yang dinamis.

Media sosial sebagai bagian dari ekosistem digital memiliki peran strategis dalam transformasi tersebut. Platform media sosial memungkinkan individu untuk berbagi informasi secara cepat, luas, dan berkelanjutan. Selain itu, media sosial juga memberikan ruang bagi pengguna untuk mengekspresikan identitas diri secara terbuka. Interaksi yang terjadi di dalamnya bersifat dinamis, interaktif, dan partisipatif. Hal ini menjadikan media sosial sebagai medium komunikasi yang sangat berpengaruh dalam kehidupan modern. Oleh karena itu, media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang publik digital.

Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial merupakan aplikasi berbasis internet yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dihasilkan oleh pengguna. Konsep ini menegaskan bahwa pengguna tidak lagi sekadar menjadi konsumen informasi, melainkan juga produsen konten aktif. Papacharissi (2010) menyebut fenomena ini sebagai terbentuknya *digital public sphere* yang memperluas ruang diskusi publik. Dalam konteks ini, komunikasi menjadi lebih terbuka dan demokratis. Pengguna memiliki kebebasan untuk menyampaikan opini

dan berpartisipasi dalam percakapan global. Akibatnya, batas antara ruang privat dan publik menjadi semakin kabur.

Secara empiris, berbagai survei menunjukkan bahwa Generasi Z di Indonesia menghabiskan waktu yang cukup tinggi di media sosial. Rata-rata durasi penggunaan berkisar antara tiga hingga lima jam per hari. Platform seperti TikTok, Instagram, dan WhatsApp menjadi yang paling dominan digunakan. Tingginya intensitas penggunaan ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari. Aktivitas komunikasi, hiburan, hingga pembentukan identitas diri banyak dilakukan melalui media sosial. Kondisi ini menjadikan Generasi Z sebagai kelompok yang sangat terpengaruh oleh perkembangan media digital.

Intensitas penggunaan media sosial tidak hanya berdampak pada frekuensi komunikasi, tetapi juga pada struktur komunikasi itu sendiri. Pola komunikasi yang sebelumnya bersifat linear dan formal mulai mengalami perubahan signifikan. Komunikasi menjadi lebih cepat, ringkas, dan tidak selalu mengikuti kaidah bahasa baku. Selain itu, komunikasi digital juga cenderung bersifat fragmentaris dan multimodal. Hal ini menunjukkan adanya adaptasi terhadap karakteristik media digital yang serba instan. Perubahan tersebut menandai evolusi komunikasi dalam era digital.

Fenomena tersebut sangat relevan dengan Generasi Z, yaitu kelompok yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Generasi ini tumbuh dalam lingkungan yang telah terintegrasi dengan teknologi digital sejak dini. Mereka dikenal sebagai *digital natives* karena memiliki kedekatan yang tinggi dengan teknologi (Prensky, 2001). Penggunaan perangkat digital bukan lagi hal baru, melainkan bagian dari rutinitas sehari-hari. Hal ini memengaruhi cara mereka berpikir, berinteraksi, dan berkomunikasi. Dengan demikian, pola komunikasi Generasi Z cenderung berbeda dibandingkan generasi sebelumnya.

Sebagai *digital natives*, Generasi Z memiliki kecenderungan untuk memanfaatkan media digital secara intensif dalam berbagai aspek kehidupan. Aktivitas komunikasi menjadi salah satu aspek yang paling terdampak. Mereka cenderung menggunakan media sosial sebagai sarana utama dalam berinteraksi. Baym (2015) menyatakan bahwa komunikasi digital memungkinkan individu untuk membangun hubungan sosial secara fleksibel. Hal ini juga menciptakan bentuk komunikasi yang lebih adaptif terhadap kebutuhan pengguna. Dengan demikian, media sosial menjadi ruang utama dalam praktik komunikasi Generasi Z.

Dalam praktiknya, gaya komunikasi Generasi Z di media sosial cenderung tidak formal dan lebih ekspresif. Penggunaan bahasa sehari-hari menjadi lebih dominan dibandingkan bahasa baku. Selain itu, mereka juga mengedepankan penggunaan simbol visual seperti emoji, meme, dan GIF. Herring (2007) menjelaskan bahwa komunikasi digital mengalami pergeseran menuju bentuk *computer-mediated communication*. Bentuk komunikasi ini memungkinkan integrasi antara teks dan elemen visual. Hal tersebut menunjukkan bahwa makna komunikasi tidak hanya dibangun melalui kata-kata, tetapi juga simbol.

Penggunaan simbol visual seperti emoji dan meme mencerminkan adanya pergeseran menuju komunikasi multimodal. Komunikasi tidak lagi bergantung pada teks semata, tetapi menggabungkan berbagai elemen visual dan simbolik. Hal ini memungkinkan penyampaian pesan menjadi lebih kaya dan ekspresif. Selain itu, penggunaan simbol visual juga membantu menyampaikan emosi yang sulit diungkapkan melalui teks. Dengan demikian, komunikasi menjadi lebih efektif dalam konteks digital. Perubahan ini menunjukkan evolusi cara manusia dalam berkomunikasi.

Selain bersifat ekspresif, komunikasi di media sosial juga bersifat interaktif dan partisipatif. Pengguna tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga berperan sebagai produsen konten. Jenkins (2006) menyebut fenomena ini sebagai *participatory culture*, di mana pengguna aktif terlibat dalam produksi dan distribusi konten. Hal ini menciptakan ekosistem komunikasi yang lebih terbuka dan kolaboratif. Interaksi antar pengguna menjadi lebih intens dan beragam. Dengan demikian, komunikasi digital bersifat dua arah dan dinamis.

Fenomena ini sejalan dengan konsep *network society* yang dikemukakan oleh Castells (2010). Dalam masyarakat jaringan, teknologi menjadi pusat dari berbagai aktivitas sosial. Interaksi sosial tidak lagi bergantung pada kedekatan geografis, melainkan pada konektivitas digital. Hal ini memungkinkan terbentuknya jaringan komunikasi yang luas dan kompleks. Generasi Z menjadi bagian dari masyarakat ini karena keterlibatan mereka yang tinggi dalam media digital. Oleh karena itu, komunikasi mereka sangat dipengaruhi oleh struktur jaringan digital.

Di sisi lain, intensitas penggunaan media sosial juga menimbulkan berbagai implikasi sosial dan psikologis. Salah satu fenomena yang muncul adalah kebutuhan akan validasi sosial. Generasi Z cenderung mengaitkan interaksi digital dengan penerimaan sosial. Hal ini tercermin dari perhatian terhadap jumlah *likes*, komentar, dan bentuk

respons lainnya. Turkle (2011) menyatakan bahwa interaksi digital dapat memengaruhi cara individu memandang diri sendiri. Kondisi ini berpotensi memengaruhi kesejahteraan psikologis individu.

Beberapa penelitian juga menunjukkan bahwa komunikasi Generasi Z di ruang digital semakin bersifat multimodal. Androutsopoulos (2023) serta Zappavigna dan Logi (2021) menjelaskan bahwa makna komunikasi dibangun melalui kombinasi teks dan elemen visual. Elemen seperti emoji, GIF, dan simbol digital lainnya memainkan peran penting dalam komunikasi. Hal ini memungkinkan pembentukan *stance* dan afiliasi dalam interaksi digital. Selain itu, komunikasi juga menjadi lebih kaya secara emosional. Dengan demikian, komunikasi digital memiliki kompleksitas yang lebih tinggi dibandingkan komunikasi tradisional.

Meskipun demikian, kajian mengenai gaya komunikasi Generasi Z masih memiliki keterbatasan, terutama dalam pendekatan berbasis data digital. Sebagian besar penelitian masih berfokus pada aspek deskriptif dan teoritis. Padahal, perkembangan teknologi memungkinkan analisis data komunikasi secara lebih sistematis. Oleh karena itu, diperlukan pendekatan yang mampu mengintegrasikan data kuantitatif dan kualitatif. Hal ini penting untuk memahami pola komunikasi secara lebih komprehensif. Dengan demikian, penelitian berbasis data menjadi semakin relevan.

Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini menggunakan pendekatan *Social Media Analytics* untuk menganalisis gaya komunikasi Generasi Z. Pendekatan ini memungkinkan pengolahan data komunikasi digital secara sistematis dan terukur (Chen & Ha, 2023). Selain itu, pendekatan ini juga dapat mengungkap pola komunikasi yang tidak terlihat secara kasat mata. Dengan mengombinasikan analisis kuantitatif dan kualitatif, penelitian ini diharapkan mampu memberikan pemahaman yang lebih mendalam. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam kajian komunikasi digital. Selain itu, penelitian ini juga dapat menjadi referensi dalam memahami dinamika komunikasi Generasi Z di era media sosial.

2. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed method berbasis Social Media Analytics untuk mengintegrasikan analisis kuantitatif dan kualitatif dalam memahami pola komunikasi Generasi Z. Pendekatan ini memungkinkan eksplorasi data digital secara komprehensif, baik dari sisi frekuensi penggunaan simbol komunikasi maupun interpretasi maknanya (Stachowiak-Krzyżan, 2021).

Data penelitian diperoleh dari platform media sosial seperti TikTok, Instagram, dan Twitter (X) dalam bentuk komentar, caption, dan hashtag. Pengumpulan data dilakukan melalui observasi non-partisipan serta dokumentasi digital terhadap konten publik dalam periode tertentu (We Are Social, 2024).

Analisis dilakukan melalui dua tahap. Pertama, analisis kuantitatif untuk mengidentifikasi pola frekuensi penggunaan kata, emoji, dan simbol digital. Kedua, analisis kualitatif menggunakan teknik content analysis untuk memahami makna komunikasi serta bentuk ekspresi yang digunakan (Herring, 2007).

Validitas penelitian dijaga melalui triangulasi sumber dan metode dengan membandingkan data lintas platform serta mengacu pada teori computer-mediated communication (Walther, 1996).

Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis isi (content Analysis) yang berfokus pada identifikasi pola, tema, dan kecenderungan Konseptual dari literatur yang dikaji. Teknik ini memungkinkan peneliti Menafsirkan informasi secara kritis untuk menghasilkan pemahaman baru.

Mengenai dinamika komunikasi Generasi Z dalam media sosial. Data yang Diperoleh kemudian direduksi, disintesis, dan diinterpretasi sehingga Menghasilkan gambaran komprehensif tentang transformasi pola komunikasi Yang terjadi. Validitas analisis diperkuat dengan triangulasi teori, yaitu Membandingkan temuan dengan berbagai perspektif teoretis sehingga hasil Penelitian memiliki kedalaman akademik dan dapat dipertanggungjawabkan Secara ilmiah.

3. Hasil dan Diskusi

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi Generasi Z di media sosial mengalami perubahan yang sangat signifikan dibandingkan dengan pola komunikasi konvensional. Perubahan ini tidak hanya terjadi pada aspek bahasa, tetapi juga mencakup cara penyampaian pesan dan bentuk interaksi sosial. Generasi Z cenderung menggunakan gaya komunikasi yang lebih fleksibel dan tidak terikat pada norma formal yang kaku. Mereka mampu menyesuaikan cara berkomunikasi sesuai dengan konteks serta karakteristik masing-masing platform digital. Hal ini menunjukkan adanya kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap perkembangan teknologi informasi. Dengan demikian, media sosial berperan sebagai faktor utama dalam membentuk pola komunikasi baru.

Perubahan gaya komunikasi ini juga memperlihatkan adanya pergeseran dari komunikasi yang bersifat linear menjadi lebih dinamis dan interaktif. Komunikasi tidak lagi berlangsung satu arah, tetapi melibatkan partisipasi aktif dari berbagai pengguna. Generasi Z terbiasa dengan komunikasi yang cepat dan responsif terhadap berbagai situasi. Hal ini dipengaruhi oleh fitur media sosial yang memungkinkan interaksi secara real-time. Selain itu, komunikasi menjadi lebih terbuka dan mudah diakses oleh siapa saja. Dengan demikian, pola komunikasi menjadi lebih kompleks dan berlapis.

Selain itu, fleksibilitas dalam komunikasi juga terlihat dari kemampuan Generasi Z dalam menyesuaikan gaya bahasa berdasarkan audiens. Mereka dapat menggunakan bahasa santai ketika berinteraksi dengan teman sebaya, namun tetap mampu menggunakan bahasa yang lebih formal dalam konteks tertentu. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran situasional dalam komunikasi digital. Kemampuan ini menjadi salah satu ciri khas Generasi Z dalam berinteraksi di media sosial. Adaptasi tersebut memperkuat efektivitas komunikasi yang dilakukan. Dengan demikian, komunikasi menjadi lebih kontekstual.

Salah satu temuan utama dalam penelitian ini adalah dominasi penggunaan bahasa informal dalam komunikasi Generasi Z. Bahasa yang digunakan cenderung santai, ringkas, dan mudah dipahami oleh sesama pengguna. Penggunaan singkatan, akronim, serta bahasa gaul menjadi bagian dari praktik komunikasi sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa efisiensi menjadi faktor utama dalam komunikasi digital. Baym (2015) menyatakan bahwa komunikasi digital memungkinkan fleksibilitas dalam penggunaan bahasa. Oleh karena itu, penggunaan bahasa formal mulai mengalami penurunan.

Penggunaan bahasa informal juga berkaitan dengan upaya menciptakan kedekatan sosial antar pengguna. Generasi Z cenderung menggunakan bahasa yang mencerminkan keakraban dan kesetaraan. Hal ini membuat komunikasi terasa lebih personal dan tidak kaku. Selain itu, bahasa informal juga mempermudah proses interaksi dalam ruang digital. Pengguna tidak perlu memikirkan struktur bahasa yang kompleks. Dengan demikian, komunikasi menjadi lebih praktis dan efisien.

Penggunaan singkatan dalam komunikasi juga menjadi salah satu ciri khas yang menonjol. Singkatan digunakan untuk mempercepat penyampaian pesan serta menghemat waktu. Contohnya seperti “btw”, “otw”, atau “gpp” yang sering digunakan dalam percakapan sehari-hari. Penggunaan ini mencerminkan kebutuhan akan komunikasi yang cepat dan efisien. Selain itu, singkatan juga menunjukkan adanya kesepahaman antar pengguna. Dengan demikian, komunikasi menjadi lebih ringkas.

Selain bahasa, penggunaan simbol visual seperti emoji menjadi karakteristik yang sangat menonjol. Emoji digunakan untuk menyampaikan emosi yang sulit diungkapkan melalui teks. Kehadiran emoji membantu memperjelas makna pesan yang disampaikan. Herring (2007) menjelaskan bahwa fenomena ini merupakan bagian dari *computer-mediated communication*. Dalam konteks ini, komunikasi tidak hanya berbasis teks, tetapi juga melibatkan simbol visual. Dengan demikian, makna komunikasi menjadi lebih kaya.

Penggunaan emoji juga menunjukkan adanya upaya untuk mempertahankan aspek emosional dalam komunikasi digital. Emoji sering digunakan sebagai pengganti ekspresi wajah dalam komunikasi tatap muka. Hal ini menunjukkan bahwa kebutuhan akan ekspresi emosi tetap tinggi meskipun komunikasi dilakukan secara daring. Selain itu, emoji juga berfungsi sebagai penanda sikap dalam komunikasi. Pengguna dapat menyampaikan humor, empati, atau sarkasme melalui simbol tersebut. Dengan demikian, komunikasi menjadi lebih ekspresif.

Fungsi emoji dalam komunikasi Generasi Z sangat beragam dan tidak terbatas pada ekspresi emosi semata. Emoji juga digunakan untuk memperkuat makna pesan dan menghindari kesalahpahaman. Dalam beberapa kasus, emoji bahkan dapat menggantikan kata-kata tertentu. Hal ini menunjukkan fleksibilitas dalam penggunaan simbol visual. Selain itu, emoji juga dapat memperkaya konteks komunikasi. Dengan demikian, komunikasi menjadi lebih komunikatif.

Selain emoji, meme juga menjadi bagian penting dalam komunikasi Generasi Z. Meme digunakan sebagai bentuk ekspresi yang menggabungkan unsur visual dan teks. Selain bersifat menghibur, meme juga sering digunakan untuk menyampaikan kritik sosial. Penggunaan meme menunjukkan adanya kesamaan referensi budaya antar pengguna. Meme yang bersifat viral dapat menyebar dengan sangat cepat di media sosial. Dengan demikian, meme menjadi bagian dari bahasa komunikasi digital.

Penggunaan meme juga mencerminkan kreativitas Generasi Z dalam menyampaikan pesan. Mereka mampu mengemas pesan kompleks menjadi bentuk yang sederhana dan mudah dipahami. Meme sering kali digunakan untuk menyampaikan opini secara tidak langsung. Hal ini membuat komunikasi menjadi lebih menarik dan tidak monoton. Selain itu, meme juga dapat meningkatkan keterlibatan pengguna. Dengan demikian, komunikasi menjadi lebih efektif.

Komunikasi Generasi Z juga menunjukkan kecenderungan bersifat multimodal. Artinya, komunikasi tidak hanya menggunakan teks, tetapi juga menggabungkan gambar, video, dan simbol digital lainnya. Androutsopoulos (2023) serta Zappavigna dan Logi (2021) menjelaskan bahwa komunikasi digital bersifat multimodal. Hal ini memungkinkan penyampaian pesan menjadi lebih kompleks dan bermakna. Selain itu, komunikasi multimodal juga meningkatkan daya tarik pesan. Dengan demikian, komunikasi menjadi lebih efektif.

Penggunaan komunikasi multimodal juga berkaitan dengan preferensi visual Generasi Z. Mereka lebih tertarik pada konten yang bersifat visual dibandingkan teks panjang. Hal ini memengaruhi cara mereka dalam membuat dan mengonsumsi konten. Konten visual cenderung mendapatkan perhatian lebih tinggi. Selain itu, visualisasi membantu mempercepat pemahaman informasi. Dengan demikian, komunikasi menjadi lebih efisien.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa interaksi di media sosial bersifat partisipatif. Pengguna tidak hanya menjadi penerima informasi, tetapi juga sebagai produsen konten. Jenkins (2006) menyebut fenomena ini sebagai *participatory culture*. Dalam budaya ini, setiap individu memiliki peran dalam proses komunikasi. Hal ini menciptakan hubungan yang lebih setara antar pengguna. Dengan demikian, komunikasi menjadi lebih demokratis.

Partisipasi aktif ini juga terlihat dari tingginya interaksi antar pengguna. Generasi Z cenderung memberikan respons terhadap konten yang mereka lihat. Respons tersebut dapat berupa komentar, *likes*, maupun *shares*. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi berlangsung secara dua arah. Interaksi yang terjadi bersifat cepat dan berkelanjutan. Dengan demikian, komunikasi digital menjadi lebih hidup.

Fenomena ini sejalan dengan konsep *network society* yang dikemukakan oleh Castells (2010). Dalam masyarakat jaringan, interaksi sosial terjadi melalui konektivitas digital. Generasi Z menjadi bagian dari jaringan ini karena keterlibatan mereka yang tinggi. Teknologi menjadi sarana utama dalam membangun relasi sosial. Hal ini menyebabkan komunikasi menjadi lebih luas dan terhubung. Dengan demikian, batas geografis tidak lagi menjadi hambatan.

Selain itu, komunikasi Generasi Z juga menunjukkan kecenderungan yang lebih egaliter. Hubungan komunikasi tidak lagi didasarkan pada hierarki sosial yang kaku. Generasi Z lebih memilih gaya komunikasi yang santai dan setara. Hal ini terlihat dalam interaksi sehari-hari di media sosial. Komunikasi menjadi lebih terbuka dan bebas. Dengan demikian, media sosial mendorong demokratisasi komunikasi.

Pergeseran menuju komunikasi yang lebih ringkas juga menjadi temuan penting. Generasi Z cenderung menyampaikan pesan secara singkat namun tetap jelas. Hal ini dipengaruhi oleh karakteristik media sosial yang serba cepat. Selain itu, keterbatasan perhatian pengguna juga memengaruhi bentuk komunikasi. Tagg dan Seargeant (2021) menyebut fenomena ini sebagai *informalization*. Dengan demikian, komunikasi menjadi lebih efisien.

Selain itu, penggunaan *code-switching* atau campur kode juga cukup dominan. Generasi Z sering menggabungkan bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris. Penggunaan bahasa Inggris dianggap lebih modern dan relevan. Hal ini menunjukkan adanya pengaruh globalisasi dalam komunikasi digital. Selain itu, penggunaan bahasa asing memperkaya ekspresi komunikasi. Dengan demikian, komunikasi menjadi lebih dinamis.

Pengaruh budaya global juga terlihat dari penggunaan istilah populer. Istilah dari budaya populer internasional sering digunakan dalam komunikasi. Media sosial menjadi sarana utama dalam penyebaran budaya tersebut. Hal ini menunjukkan adanya proses pertukaran budaya global. Selain itu, penggunaan istilah global mencerminkan identitas generasi muda. Dengan demikian, komunikasi menjadi lebih kosmopolitan.

Dalam konteks kesantunan, komunikasi Generasi Z mengalami perubahan. Androutsopoulos (2022) menjelaskan adanya *reconfiguration of politeness*. Generasi Z cenderung menggunakan gaya komunikasi yang santai. Namun

demikian, kesopanan tetap dijaga dalam bentuk berbeda. Emoji digunakan sebagai penanda emosi dan niat komunikasi. Dengan demikian, kesantunan tetap hadir dalam komunikasi digital.

Komunikasi digital juga berperan dalam pembentukan identitas diri. Generasi Z menggunakan media sosial untuk membangun citra diri. Hal ini dilakukan melalui konten dan gaya komunikasi yang digunakan. Pfeifer et al. (2022) menyatakan bahwa komunikasi digital berkaitan dengan konstruksi identitas. Media sosial menjadi ruang ekspresi diri. Dengan demikian, komunikasi menjadi bagian dari identitas sosial.

Namun demikian, intensitas penggunaan media sosial juga membawa dampak negatif. Salah satu dampak utama adalah kebutuhan validasi sosial. Generasi Z cenderung mengukur penerimaan sosial melalui interaksi digital. Hal ini terlihat dari perhatian terhadap jumlah *likes* dan komentar. Turkle (2011) menyatakan bahwa hal ini dapat memengaruhi kepercayaan diri. Dengan demikian, komunikasi digital memiliki implikasi psikologis.

Kebutuhan validasi sosial juga dapat menimbulkan tekanan sosial. Generasi Z merasa perlu mendapatkan respons positif dari orang lain. Hal ini dapat memicu kecemasan jika tidak terpenuhi. Larasati et al. (2025) menunjukkan dampak terhadap kesehatan mental. Oleh karena itu, penggunaan media sosial perlu dikelola dengan baik. Dengan demikian, keseimbangan menjadi penting.

Selain itu, komunikasi digital memengaruhi pola interaksi sosial secara keseluruhan. Generasi Z lebih sering berkomunikasi melalui media digital. Hal ini mengurangi intensitas komunikasi tatap muka. Meskipun demikian, komunikasi digital tetap memberikan kemudahan. Perubahan ini menunjukkan transformasi hubungan sosial. Dengan demikian, komunikasi menjadi lebih bergantung pada teknologi.

Media sosial juga berperan sebagai ruang pembentukan norma komunikasi baru. Norma yang berkembang berbeda dengan komunikasi tradisional. Generasi Z menciptakan aturan komunikasi sendiri. Norma ini bersifat dinamis dan terus berkembang. Hal ini mencerminkan fleksibilitas komunikasi digital. Dengan demikian, komunikasi terus mengalami perubahan.

Selain itu, kecepatan penyebaran informasi juga menjadi karakteristik penting. Informasi dapat menyebar dalam waktu singkat melalui media sosial. Hal ini memengaruhi cara Generasi Z dalam mengonsumsi informasi. Mereka cenderung memilih informasi yang cepat dan relevan. Selain itu, informasi juga mudah mengalami distorsi. Dengan demikian, literasi digital menjadi penting.

Komunikasi digital juga mendorong terbentuknya komunitas virtual. Generasi Z dapat terhubung dengan individu yang memiliki minat yang sama. Hal ini memperluas jaringan sosial mereka. Komunitas virtual menjadi ruang interaksi yang aktif. Selain itu, komunitas ini juga menjadi tempat berbagi informasi. Dengan demikian, komunikasi menjadi lebih terarah.

Interaksi dalam komunitas virtual juga memperkuat rasa identitas kelompok. Generasi Z dapat menemukan kelompok yang sesuai dengan minat dan nilai mereka. Hal ini meningkatkan rasa keterikatan sosial. Selain itu, komunitas juga menjadi ruang dukungan sosial. Dengan demikian, media sosial tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai ruang sosial.

Selain itu, algoritma media sosial juga memengaruhi pola komunikasi. Konten yang sering muncul akan memengaruhi preferensi pengguna. Hal ini menciptakan pola komunikasi yang berulang. Generasi Z cenderung mengikuti tren yang sedang populer. Dengan demikian, komunikasi menjadi dipengaruhi oleh sistem digital.

Secara keseluruhan, hasil penelitian menunjukkan bahwa gaya komunikasi Generasi Z merupakan hasil interaksi antara teknologi, budaya, dan kebutuhan sosial. Media sosial tidak hanya memengaruhi cara berkomunikasi, tetapi juga membentuk pola interaksi sosial. Komunikasi menjadi lebih fleksibel, ekspresif, dan partisipatif. Namun demikian, terdapat implikasi yang perlu diperhatikan, terutama aspek psikologis. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang lebih komprehensif mengenai komunikasi digital. Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami dinamika komunikasi Generasi Z di era digital.

4. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa perkembangan media sosial telah membawa perubahan signifikan terhadap gaya komunikasi Generasi Z. Pola komunikasi yang awalnya bersifat formal dan linear kini bertransformasi menjadi lebih fleksibel, cepat, dan interaktif. Generasi Z cenderung menggunakan bahasa informal, singkatan, serta simbol visual seperti emoji, meme, dan GIF sebagai sarana utama dalam mengekspresikan pesan di ruang digital. Pendekatan *Social Media Analytics* menunjukkan bahwa komunikasi Generasi Z tidak hanya dipengaruhi oleh perkembangan teknologi, tetapi juga oleh kebutuhan sosial, khususnya dalam memperoleh validasi melalui interaksi digital seperti *likes*, komentar, dan *shares*. Hal ini menegaskan bahwa media sosial tidak sekadar menjadi alat komunikasi, melainkan juga ruang pembentukan identitas dan relasi sosial. Selain memberikan kemudahan dalam berkomunikasi, intensitas penggunaan media sosial juga berdampak pada perubahan pola interaksi sosial, termasuk kecenderungan berkurangnya komunikasi tatap muka dan meningkatnya ketergantungan terhadap respon digital. Oleh karena itu, diperlukan pemahaman yang lebih komprehensif serta literasi digital yang memadai agar penggunaan media sosial dapat memberikan manfaat yang optimal tanpa mengabaikan aspek sosial dan psikologis. Dengan demikian, penelitian ini menegaskan bahwa gaya komunikasi Generasi Z merupakan hasil dari interaksi antara teknologi digital, budaya global, dan kebutuhan sosial individu. Pendekatan *Social Media Analytics* terbukti efektif dalam mengidentifikasi pola komunikasi tersebut secara sistematis, sehingga dapat menjadi dasar bagi pengembangan penelitian selanjutnya di bidang komunikasi digital. Berdasarkan hasil penelitian mengenai gaya komunikasi Generasi Z di media sosial, terdapat beberapa saran yang dapat diberikan: **Bagi Pengguna (Generasi Z)**, Generasi Z diharapkan dapat menggunakan media sosial secara bijak dengan tetap menjaga keseimbangan antara komunikasi digital dan komunikasi langsung (tatap muka). Selain itu, penting untuk meningkatkan kesadaran terhadap dampak kebutuhan validasi sosial agar tidak bergantung secara berlebihan pada respons digital seperti *likes* dan komentar. **Bagi Pendidik dan Institusi Pendidikan**, Diperlukan penguatan literasi digital yang tidak hanya berfokus pada keterampilan teknis, tetapi juga pada etika komunikasi, pengelolaan emosi, serta pemahaman dampak psikologis dari penggunaan media sosial. Hal ini penting agar generasi muda mampu berkomunikasi secara sehat dan bertanggung jawab. **Bagi Pengembang Platform Media Sosial**, Pengembangan diharapkan dapat merancang fitur yang mendukung interaksi yang lebih positif dan sehat, seperti pengendalian notifikasi, fitur well-being digital, serta algoritma yang tidak hanya berorientasi pada engagement tetapi juga pada kualitas interaksi pengguna. **Bagi Peneliti Selanjutnya**, Penelitian selanjutnya disarankan untuk memperluas cakupan data dengan melibatkan lebih banyak platform media sosial serta mempertimbangkan faktor demografis lainnya seperti latar belakang budaya, pendidikan, dan wilayah. Selain itu, dapat dilakukan pendekatan longitudinal untuk melihat perubahan gaya komunikasi Generasi Z dalam jangka waktu yang lebih panjang. **Bagi Masyarakat Umum**, Masyarakat diharapkan dapat memahami bahwa perubahan gaya komunikasi merupakan bagian dari perkembangan zaman. Oleh karena itu, diperlukan sikap adaptif tanpa mengabaikan nilai-nilai komunikasi yang sopan, empatik, dan efektif dalam kehidupan sehari-hari.

Referensi

1. Alhazmi, A., & Kaufmann, A. (2022). Phenomenological qualitative methods applied to the analysis of cross-cultural experience in novel educational social contexts. *Frontiers in Psychology, 13*, 785964.
2. Androutsopoulos, J. (2023). Punctuating the other: Graphic cues, voice, and positioning in digital discourse. *Language & Communication, 88*, 141–152. <https://doi.org/10.1016/j.langcom.2022.11.004>
3. Baym, N. K. (2015). *Personal connections in the digital age* (2nd ed.). Polity Press.
4. boyd, d. (2014). *It's complicated: The social lives of networked teens*. Yale University Press.
5. Castells, M. (2010). *The rise of the network society* (2nd ed.). Wiley-Blackwell.
6. Chen, Y., & Ha, L. (2023). Social media engagement and communication patterns among youth: A digital analytics perspective. *Journal of Communication Research, 15*(2), 120–135.
7. Febriani, F., & Astuti, D. (2025). Pengaruh media sosial terhadap pola komunikasi Generasi Z di Indonesia. *Jurnal Komunikasi Digital, 7*(1), 45–58.
8. Gill, R. (2020). *Gender and the media*. Polity Press.
9. Herring, S. C. (2007). A faceted classification scheme for computer-mediated discourse. *Language@Internet, 4*, 1–37.
10. Hidayat, A., Nugroho, R., & Pratama, Y. (2023). Digital leadership dan komunikasi Generasi Z di era media sosial. *Jurnal Ilmu Komunikasi, 11*(2), 89–102.
11. Ismiati, I., Rahman, A., & Putri, N. (2024). Uses and gratification theory in social media usage among Generation Z. *Jurnal Komunikasi, 16*(1), 34–49.
12. Jenkins, H. (2006). *Convergence culture: Where old and new media collide*. New York University Press.
13. Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons, 53*(1), 59–68.
14. Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia. (2023). *Laporan literasi digital Indonesia 2023*.
15. Larasati, K. D., Prajoko, R., & Putro, F. H. A. (2025). Pengaruh motivasi melalui komunikasi di media sosial terhadap kesehatan mental Generasi Z. *Jurnal Komunikasi, 6*(2), 233–245.
16. Lim, M. (2024). Digital culture and communication in Southeast Asia. *Journal of Digital Society, 8*(1), 1–12.
17. Manurung, R. (2022). *Metodologi penelitian komunikasi: Pendekatan kualitatif dan kuantitatif*. Prenada Media.
18. Nasrullah, R. (2015). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.

19. Papacharissi, Z. (2010). *A private sphere: Democracy in a digital age*. Polity Press.
20. Pavlovna, T. (2024). Digital interaction and communication trends among Generation Z. *International Journal of Communication Studies*, 12(3), 210–225.
21. Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.
22. Ratnasari, D., & Fitriyanti, N. (2024). Gaya komunikasi mahasiswa di media sosial. *Jurnal Ilmu Sosial*, 10(2), 77–90.
23. Stachowiak-Krzyżan, M. (2021). Consumer communication behavior in social media environment. *Journal of Marketing Communications*, 27(4), 345–360.
24. Susilawati, F. L., Widiyanarti, T., Ashari, S. D., Zahra, T., & Fadhilah, S. A. (2024). Pengaruh globalisasi terhadap perubahan pola komunikasi antar budaya pada Generasi Z. *Indonesia Culture and Religion Issues*, 4(1), 1–10.
25. Turkle, S. (2011). *Alone together: Why we expect more from technology and less from each other*. Basic Books.
26. UNESCO. (2023). *Global digital literacy report*. UNESCO Publishing.
27. We Are Social. (2024). *Digital 2024: Indonesia*.
28. Zappavigna, M., & Logi, L. (2021). Emoji in social media discourse about working from home. *Discourse, Context & Media*, 44, 100543. <https://doi.org/10.1016/j.dcm.2021.100543>