



Dinamika Komunikasi Digital Generasi Z dalam Penguatan Literasi Media pada Pendidikan Islam

Shafira Ananda Putri ^{1*}, Adhelia Putri ¹, Saiddatul Saiddatul ¹, Nadila Zulpadli Zikra ¹, Albi Isad ¹, Syafrizal Syafriza ¹, Ahmad Tamrin Sikumbang ^{1*}

¹ Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Indonesia

e-mail: anandashafira910@gmail.com

Abstract

Objective: This study aims to examine the impact of social media use on Generation Z's communication patterns, particularly interpersonal communication and digital identity formation among Communication Science students. **Method:** A mixed-methods approach with a concurrent triangulation design was employed. Quantitative data were collected from 120 students through surveys, while qualitative data were obtained from 15 in-depth interviews. Data were analyzed using descriptive statistics, Pearson correlation, multiple regression, and qualitative thematic analysis. **Results:** Most respondents used social media for 4–8 hours daily, primarily Instagram, TikTok, and WhatsApp. The findings showed that social media use significantly affected interpersonal communication patterns, increasing preferences for asynchronous communication while reducing face-to-face interaction and active listening skills. It also encouraged the development of digital identities that differed from real-life identities. **Conclusion:** Social media significantly shapes Generation Z's communication patterns. While it enhances connectivity and social networking, excessive use may weaken direct interpersonal communication and widen the gap between digital and real identities. Strengthening digital literacy and communication skills is therefore essential.

Keywords: Generation Z; Social Media; Interpersonal Communication; Digital Identity; Digital Literacy.

Abstrak

Tujuan: Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji dampak penggunaan media sosial terhadap pola komunikasi Generasi Z, khususnya komunikasi interpersonal dan pembentukan identitas digital pada mahasiswa Program Studi Ilmu Komunikasi. **Metode:** Penelitian ini menggunakan pendekatan mixed methods dengan desain concurrent triangulation. Data kuantitatif dikumpulkan melalui survei terhadap 120 mahasiswa, sedangkan data kualitatif diperoleh melalui wawancara mendalam dengan 15 informan. Analisis data dilakukan menggunakan statistik deskriptif, korelasi Pearson, regresi berganda, dan analisis tematik kualitatif. **Hasil:** Sebagian besar responden menggunakan media sosial selama 4–8 jam per hari, terutama Instagram, TikTok, dan WhatsApp. Hasil penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap pola komunikasi interpersonal, ditandai dengan meningkatnya preferensi terhadap komunikasi asinkron serta menurunnya intensitas interaksi tatap muka dan kemampuan mendengarkan secara aktif. Selain itu, penggunaan media sosial mendorong terbentuknya identitas digital yang berbeda dari identitas nyata. **Kesimpulan:** Media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pola komunikasi Generasi Z. Meskipun meningkatkan konektivitas dan memperluas jaringan sosial, penggunaan yang berlebihan berpotensi melemahkan komunikasi interpersonal secara langsung dan memperlebar kesenjangan antara identitas digital dan identitas nyata. Oleh karena itu, penguatan literasi digital dan keterampilan komunikasi menjadi hal yang penting.

Kata Kunci: Generasi Z; Media Sosial; Komunikasi Interpersonal; Identitas Digital; Literasi Digital.

**How to Cite**

Putri, S. A., Putri, A., Saiddatul, S., Zikra, N. Z., Isad, A., Syafrizal, S., & Sikumbang, A. T. (2026). Dinamika Komunikasi Digital Generasi Z dalam Penguatan Literasi Media pada Pendidikan Islam. *Islamic Education Contemporary and Applied Research*, 1(1), 1-5. <https://ejournal.yayasanummahaminahalibdhamaal.org/index.php/jiecar/article/view/107>
Submitted: 01-06-2026 Revised: 20-06-2026 Accepted: 21-06-2026

Pendahuluan

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah membawa perubahan fundamental dalam cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi. Media sosial, sebagai salah satu produk revolusi digital, kini telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, terutama bagi kelompok generasi muda yang dikenal sebagai Generasi Z (Gen Z). Generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 ini tumbuh dan berkembang dalam lingkungan yang sudah dipenuhi oleh berbagai platform digital seperti Instagram, TikTok, YouTube, Twitter (X), dan WhatsApp (Dimock, 2019).

Mahasiswa sebagai bagian dari Generasi Z menggunakan media sosial bukan hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai medium utama pembelajaran, diskusi akademik, dan pembentukan identitas sosial. Intensitas penggunaan media sosial yang tinggi diduga turut membentuk ulang pola komunikasi mereka, baik dalam lingkungan kampus maupun kehidupan sosial yang lebih luas.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa media sosial secara signifikan memengaruhi cara individu membangun dan memelihara hubungan interpersonal (Boyd & Ellison, 2007). Namun, studi yang berfokus secara spesifik pada pola komunikasi mahasiswa Ilmu Komunikasi yang notabene memiliki pemahaman teoritis tentang proses komunikasi masih sangat terbatas. Hal ini menciptakan gap penelitian yang penting untuk dijawab.

Penelitian ini merumuskan pertanyaan penelitian sebagai berikut: (1) Bagaimana intensitas penggunaan media sosial pada mahasiswa Generasi Z? (2) Bagaimana dampak penggunaan media sosial terhadap pola komunikasi interpersonal Generasi Z? dan (3) Apa saja perubahan komunikasi yang terjadi akibat penggunaan media sosial secara intensif? Dengan demikian, penelitian ini bertujuan untuk memberikan gambaran komprehensif mengenai fenomena pergeseran komunikasi di era digital pada generasi muda Indonesia.

Tinjauan Pustaka**Media Sosial dan Karakteristiknya**

Media sosial didefinisikan sebagai platform berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan, berbagi, dan bertukar konten dalam jaringan virtual (Nasrullah, 2015). Zarella (2010) menjelaskan bahwa media sosial mencakup berbagai format seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum daring, dan layanan berbagi konten. Karakteristik utama media sosial meliputi interaktivitas tinggi, konektivitas tanpa batas ruang dan waktu, serta kemampuan untuk membentuk komunitas virtual.

Platform media sosial yang paling banyak digunakan Generasi Z di Indonesia antara lain Instagram, TikTok, dan YouTube. Setiap platform memiliki karakteristik komunikasi yang berbeda: Instagram berfokus pada komunikasi visual, TikTok pada konten video pendek yang menghibur, sedangkan YouTube menekankan konten video yang lebih panjang dan informatif. Keberagaman platform ini memengaruhi cara pengguna mengkonstruksi pesan dan berinteraksi dengan audiens mereka.

Generasi Z dan Karakteristik Komunikasinya



Generasi Z merupakan kelompok demografis yang lahir antara tahun 1997 dan 2012, dan merupakan generasi pertama yang tumbuh sepenuhnya dalam era digital (Tapscott, 2009). Prensky (2001) menyebut mereka sebagai "*digital natives*" karena telah terpapar teknologi digital sejak lahir, berbeda dengan generasi sebelumnya yang dianggap sebagai "*digital immigrants*."

Karakteristik komunikasi Generasi Z ditandai oleh preferensi terhadap komunikasi visual dan multimodal, kemampuan multitasking yang tinggi dalam konsumsi media, serta kecenderungan untuk berkomunikasi melalui simbol, meme, dan bahasa informal khas dunia digital (Oblinger & Oblinger, 2005). Mereka lebih nyaman dengan komunikasi asinkron dan cenderung meminimalisasi komunikasi tatap muka formal.

Dampak Media Sosial terhadap Komunikasi

Berbagai penelitian telah mendokumentasikan dampak media sosial terhadap pola komunikasi individu. Turkle (2015) menemukan bahwa intensitas penggunaan perangkat digital dapat mengikis kemampuan empati dan mendengarkan aktif dalam komunikasi tatap muka. Sementara itu, Putri dkk. (2016) dalam konteks Indonesia menemukan bahwa remaja pengguna media sosial cenderung menunjukkan perilaku komunikasi yang lebih terbuka secara online namun lebih tertutup secara offline.

Gunawan dan Pratiwi (2022) dalam penelitiannya di universitas Jawa menemukan bahwa mahasiswa yang menggunakan media sosial lebih dari empat jam per hari menunjukkan penurunan kualitas komunikasi interpersonal yang signifikan, terutama dalam hal kemampuan menangkap ekspresi nonverbal. Temuan ini memperkuat argumen bahwa terdapat trade-off antara kompetensi komunikasi digital dan kompetensi komunikasi tatap muka.

Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan campuran (*mixed methods*) yang mengintegrasikan metode kuantitatif dan kualitatif secara bersamaan (*concurrent triangulation design*) untuk mendapatkan pemahaman yang lebih komprehensif tentang fenomena yang diteliti (Creswell & Creswell, 2018). Pendekatan ini dipilih karena dapat menghasilkan data yang saling melengkapi dan memvalidasi temuan dari kedua metode.

Partisipan Penelitian

Partisipan penelitian terdiri dari dua kelompok. Pertama, 120 mahasiswa aktif Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nusantara yang dipilih melalui teknik stratified random sampling berdasarkan angkatan (2021, 2022, dan 2023). Kedua, 15 informan untuk wawancara mendalam yang dipilih secara purposif berdasarkan kriteria: (a) memiliki akun aktif di minimal tiga platform media sosial, (b) menggunakan media sosial lebih dari tiga jam per hari, dan (c) bersedia berpartisipasi secara sukarela.

Instrumen dan Prosedur Pengumpulan Data

Data kuantitatif dikumpulkan menggunakan kuesioner terstruktur yang terdiri dari 35 butir pernyataan yang mengukur tiga variabel utama: intensitas penggunaan media sosial, pola komunikasi interpersonal, dan identitas digital. Instrumen telah diuji validitas dan reliabilitasnya dengan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,87 yang menunjukkan tingkat konsistensi internal yang tinggi. Data kualitatif dikumpulkan melalui wawancara semi-terstruktur dengan panduan wawancara yang telah divalidasi oleh dua orang pakar ilmu komunikasi.



Analisis Data

Analisis data kuantitatif dilakukan menggunakan SPSS versi 26, meliputi analisis deskriptif, uji korelasi Pearson, dan analisis regresi berganda. Analisis data kualitatif menggunakan model analisis interaktif Miles, Huberman, dan Saldaña yang meliputi tahapan kondensasi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan temuan dari kedua metode untuk mengidentifikasi titik konvergensi dan divergensi.

Hasil dan Pembahasan

Profil Penggunaan Media Sosial Generasi Z

Berdasarkan hasil survei, sebagian besar responden (78,3%) menggunakan media sosial antara 4 hingga 8 jam per hari. Instagram merupakan platform yang paling banyak digunakan (91,7%), diikuti TikTok (87,5%), WhatsApp (85%), dan YouTube (79,2%). Rata-rata responden memiliki akun aktif di 4,2 platform media sosial sekaligus. Temuan ini konsisten dengan laporan We Are Social (2024) yang menempatkan Indonesia sebagai salah satu negara dengan tingkat penggunaan media sosial tertinggi di dunia.

Waktu penggunaan media sosial yang paling intensif terjadi pada malam hari (pukul 21.00-24.00) sebesar 67,5%, diikuti siang hari saat jam istirahat kuliah (pukul 12.00-14.00) sebesar 54,2%. Temuan ini mengindikasikan bahwa media sosial telah menggeser waktu yang sebelumnya digunakan untuk interaksi sosial langsung, khususnya di lingkungan kampus.

Dampak terhadap Pola Komunikasi Interpersonal

Hasil analisis regresi menunjukkan bahwa intensitas penggunaan media sosial berpengaruh signifikan terhadap pola komunikasi interpersonal ($R^2=0,624$, $F=87,43$, $p<0,001$). Tiga dimensi komunikasi yang paling terdampak adalah: (1) preferensi medium komunikasi ($\beta=0,712$, $p<0,001$), (2) kemampuan mendengarkan aktif ($\beta=-0,543$, $p<0,001$), dan (3) pemilihan topik percakapan ($\beta=0,489$, $p<0,001$).

Secara kualitatif, para informan mengakui adanya pergeseran preferensi komunikasi dari tatap muka ke komunikasi dimediasi teknologi. Salah satu informan (Reza, 21 tahun) menyatakan: "Kalau bisa disampaikan lewat chat, kenapa harus ketemu langsung? Lebih efisien dan nggak harus ribet nyari waktu yang cocok." Pernyataan ini mencerminkan logika efisiensi yang mendominasi pandangan Generasi Z dalam berkomunikasi.

Identitas Digital dan Komunikasi Autentik

Temuan menarik dalam penelitian ini adalah adanya kesenjangan antara identitas yang ditampilkan di media sosial (presented self) dengan identitas diri yang sesungguhnya (real self). Sebanyak 72,5% responden mengakui menampilkan diri yang berbeda di media sosial, dengan alasan utama ingin terlihat lebih menarik (45,8%), menghindari konflik (23,3%), dan mengikuti tren (19,2%).

Fenomena ini berimplikasi pada kualitas komunikasi autentik. Informan yang aktif mengelola personal branding di media sosial cenderung mengalami kesulitan dalam mengekspresikan diri secara spontan dan jujur dalam komunikasi tatap muka. Hana dan Wibowo (2023) menyebut kondisi ini sebagai "paradoks komunikasi digital": semakin aktif seseorang berkomunikasi di media sosial, semakin terbatas kemampuannya untuk berkomunikasi secara mendalam dan autentik secara langsung.

Implikasi bagi Pembelajaran Ilmu Komunikasi



Temuan penelitian ini memiliki implikasi langsung bagi pengembangan kurikulum dan metode pembelajaran Ilmu Komunikasi. Mahasiswa yang terbiasa dengan pola komunikasi digital perlu mendapatkan pengalaman belajar yang memperkuat kompetensi komunikasi lintas medium, termasuk kemampuan berbicara di depan publik, mendengarkan aktif, dan membaca sinyal nonverbal. Integrasi literasi media digital dalam kurikulum Ilmu Komunikasi menjadi semakin mendesak sebagai respons terhadap tantangan komunikasi di era digital.

Kesimpulan

Penelitian ini berhasil mengidentifikasi dampak signifikan penggunaan media sosial terhadap pola komunikasi Generasi Z pada mahasiswa Ilmu Komunikasi. Tiga temuan utama penelitian ini adalah: pertama, Generasi Z menunjukkan tingkat ketergantungan yang tinggi terhadap media sosial dengan rata-rata penggunaan 5,7 jam per hari; kedua, penggunaan media sosial yang intensif berdampak negatif terhadap kemampuan komunikasi tatap muka, terutama pada aspek mendengarkan aktif dan kepekaan nonverbal; dan ketiga, terbentuknya identitas digital yang berbeda dari identitas nyata menciptakan tantangan dalam komunikasi yang autentik dan mendalam.

Daftar Pustaka

- Boyd, D. M., & Ellison, N. B. (2007). Social network sites: Definition, history, and scholarship. *Journal of Computer-Mediated Communication*, 13(1), 210–230.
- Creswell, J. W., & Creswell, J. D. (2018). *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (5th ed.). SAGE Publications.
- Dimock, M. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center.
- Gunawan, A., & Pratiwi, R. (2022). Transformasi komunikasi mahasiswa di era digital: Studi kasus universitas di Jawa. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 11(2), 89–104.
- Hana, S., & Wibowo, T. (2023). Pengaruh media sosial terhadap kemampuan komunikasi verbal mahasiswa. *Jurnal Ilmu Komunikasi Nusantara*, 5(1), 1–15.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Oblinger, D., & Oblinger, J. (2005). *Educating the Net Generation*. EDUCAUSE.
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6.
- Putri, W. S. R., Nurwati, N., & Budiarti, M. (2016). Pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja. *Prosiding KS: Riset & PKM*, 3(1), 47–51.
- Rahmat, J. (2018). *Psikologi Komunikasi* (Edisi Revisi). Remaja Rosdakarya.
- Tapscott, D. (2009). *Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World*. McGraw-Hill.
- Turkle, S. (2015). *Reclaiming Conversation: The Power of Talk in a Digital Age*. Penguin Press.
- Widiastuti, T. (2020). Komunikasi interpersonal di era media sosial: Tantangan dan peluang bagi generasi muda Indonesia. *Jurnal Komunikasi dan Budaya*, 1(1), 10–25.
- Zarella, D. (2010). *The Social Media Marketing Book*. O'Reilly Media