

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan yang sangat cukup besar terhadap manusia dalam cara berkomunikasi dan berinteraksi. Salah satunya pada Generasi Z yang sangat berpengaruh oleh perkembangan ini, generasi ini merupakan penerus dari generasi sebelumnya millennial. Generasi Z bisa dikatakan sebagai *Igeneration* atau Generasi Net, yang lahir pada pertengahan tahun 1997 sampai dengan tahun 2012. Sebagai generasi yang tumbuh pada era digital, Generasi Z tentunya memiliki karakteristik yang sangat unik dalam berkomunikasi, termasuk dalam gaya Komunikasi interpersonal yang banyak dipengaruhi oleh media sosial (Sikumbang, Kartini et al., 2024)

Karakteristik Generasi Z adalah mereka tumbuh pada saat teknologi berkembang pesat, dengan personal komputer, ponsel pintar, internet dan perangkat gaming menjadi hal yang biasa. Generasi Z menghabiskan waktunya berselancar di Internet, seperti web dan juga sosial media. Generasi Z cenderung menyukai kegiatan di dalam rumah daripada bermain di luar ruangan dan berinteraksi dengan orang banyak. Hal ini disebabkan oleh kebiasannya menggunakan teknologi sehingga meyebabkan kecanduan. Generasi Z juga disebut sebagai generasi instan. Karena kecenderungan mereka untuk sesuatu yang cepat, generasi Z banyak menemukan cara baru yang lebih efisien untuk mengerjakan sesuatu, yang merupakan inovasi baru yang berasal dari kecenderungan ini untuk hasil instant (Zis et al., 2021)

Dan juga mereka menyukai gaya Komunikasi dengan santai, terbuka, ramah dan toleran terhadap setiap perbedaan. Generasi Z terkenal memiliki

Bahasa yang singkat, kekinian dan dapat mudah untuk dipahami. Mereka juga sangat amat menyukai Komunikasi secara virtual. Aplikasi pesan grup untuk memulai mereka berinteraksi sosial dengan mengirim pesan secara virtual. Mereka sering menggunakan *Group Chat* untuk berkomunikasi berbagi informasi meskipun teman-teman mereka berada di jarak yang jauh. (Zis Fuad et al., 2021)

Biasanya mereka Generasi Z ketika di Media Sosial melakukan aktivitas yang beragam mulai dari berbagi moment pribadi, mengikuti trend kekinian, mencari hiburan, membangun identitas diri, hingga memberikan opini terhadap apa yang sedang viral di media sosial. Tidak hanya membagikan hal tersebut juga, terkadang mereka juga melakukan komunikasi dengan teman-teman sebangunnya yang jauh, dengan keluarga atau bahkan sekalipun berkomunikasi dengan orang yang tidak dikenal. Fenomena ini menunjukkan bahwa media sosial bukan hanya alat komunikasi saja, tetapi telah menjadi ruang interaksi sosial dan ekspresi diri yang penting bagi Generasi Z.

Internet telah menyebar hampir keseluruh negeri. Banyak perubahan dengan adanya internet, terutama dalam interaksi antar manusia, termasuk di Indonesia terutama pada Generasi Z. manusia berinteraksi dan berkomunikasi dengan secara langsung sebelum adanya internet. Saat ini, Masyarakat dapat berhubungan atau berkomunikasi dengan satu sama lain melalui dunia maya atau media digital daripada bertemu secara langsung. Media sosial merupakan media yang paling umum untuk digunakan oleh orang modern. Termasuk dari anak-anak, remaja dan orang dewasa. Mereka banyak memanfaatkan platform ini untuk berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain. Dengan semakin banyak fasilitas dan konten yang tersedia di media sosial, hal ini tidak hanya sekedar melakukan interaksi saja melainkan menikmati konten hiburan, promosi, menjual barang, melakukan interaksi dan dapat menghasilkan uang dari media sosial. (Pujiono, A et al., 2022)

Media sosial adalah alat Komunikasi yang memungkinkan penggunaan media daring untuk membuat, berbagi dan berpartisipasi dalam konten. “Media sosial” adalah istilah yang seringkali digunakan untuk merujuk pada jenis media baru atau *New Media* yang memungkinkan orang-orang berinteraksi satu sama lain. Mereka sekarang lebih mudah untuk berinteraksi satu sama lain dalam skala yang besar daripada sebelumnya. Disebabkan oleh adanya perkembangan teknologi digital dan seluler. Akibatnya, fungsi dari media baru bergantung pada interaktivitas. Sekarang orang dapat berbicara dengan banyak orang dan mudah mendapatkan umpan balik. (Manning, 2014 dalam Sikumbang Kartini et al., 2022)

Media sosial terus berkembang dalam hal fitur dan kemudahan penggunaannya, sehingga dapat menarik bagi Generasi Z. selain itu, media sosial termasuk Generasi Z menjadi lebih dekat dan akrab dengan mereka, karena dapat memenuhi berbagai kebutuhan mereka, seperti informasi, hiburan, promosi dan membangun hubungan dengan orang lain. Salah satu media yang seringkali digunakan Generasi Z merupakan Instagram, karena Instagram merupakan salah satu platform media sosial yang sangat populer di kalangan Generasi Z yang memberikan berbagai macam fitur yang dapat memungkinkan mereka mudah dapat mengekspresikan diri, berinteraksi dan membangun hubungan sosial dengan orang-orang dikenal maupun tidak dikenal, sahabat, kerabat, teman dan keluarga (Sikumbang Kartini et al., 2022). Beberapa fitur saat digunakan untuk berinteraksi seperti, Komentar, Stories, *Direct Message (DM)*, unggahan foto dan video yang menjadi penggunaan media sosial, hal ini dapat menimbulkan tantangan baru dalam berkomunikasi. Terkadang mereka menghabiskan waktu luangnya untuk menjelajahi aplikasi tersebut, dengan berkembangnya media digital dan dapat mudah diakses kapan pun dan Dimana pun membuat generasi Z lebih cenderung nyaman di rumah, daripada keluar rumah untuk berinteraksi secara langsung

Tingkat penggunaan aplikasi media sosial diperingkat ke dua yang banyak digunakan di Indonesia berdasarkan hasil data *We Are Social* pada saat ini merupakan aplikasi Instagram yang mencapai sebanyak 86,5% penggunaannya. Dapat diakui bahwa Instagram telah menjadi platform media sosial yang sangat populer di Indonesia. Menurut data digital 2023, Indonesia telah menduduki peringkat keempat di dunia dalam hal jumlah pengguna Instagram terbanyak. Dengan rata-rata 15,4 jam dalam per bulan, atau 924 menit, ini lebih dari rata-rata 12 jam per bulan di seluruh dunia. Hingga akhir tahun 2023, angka tersebut diperkirakan akan terus meningkat. (Fadhilah Hana et al., 2023)

Generasi Z cenderung memilih untuk menggunakan media Sosial Instagram sebagai alat komunikasi yang dikarenakan banyak yang menggunakan platform tersebut, sehingga mereka berkomunikasi pun berbeda dan memiliki karakteristiknya tersendiri dengan generasi sebelumnya. Generasi Z lebih terbiasa dengan komunikasi berbasis teks, emoji, GIF, interaksi multitasking, penggunaan kata-kata asing untuk meningkatkan Bahasa yang bervariasi dan menggunakan Bahasa singkatan seperti “OMG (*Oh My God*), LOL (*Laugh Out Loud*)” dan lain sebagainya. dalam berkomunikasi seperti itulah yang memungkinkan mereka untuk menyampaikan pesan secara cepat, efisien dan berbasis digital. Akan tetapi, Kembali lagi dari Gaya Bahasa Generasi Z bervariasi tergantung dari kondisi, latar belakang, dan budaya sehingga mengikuti perubahan dalam tren sosial. Berkat akses ke berbagai platform media sosial, aplikasi pesan instan, dan internet sangatlah mudah dan cepat. Di era digitalisasi, fenomena ini membawa perubahan besar cara orang berhubungan, menyampaikan pendapat, dan berinteraksi secara langsung. (Saepudin et al., 2024)

Untuk memenuhi perubahan Gaya Bahasa ini, dapat menggunakan Teori Ekologi Media sebagai kerangka analisis. Teori ini memandang media

bukan hanya sebagai saluran penyampaian pesan, tetapi sebagai lingkungan yang membentuk cara berpikir, berkomunikasi dan berperilaku manusia. Dalam konteks Instagram, media tidak hanya memfasilitasi komunikasi, tetapi juga mempengaruhi cara Generasi Z membentuk makna, memilih kata, dan membangun identitas sosial melalui bahasa.

Menurut Marshall McLuhan, “*the medium is the message*” yang artinya karakteristik media itu sendiri memengaruhi isi pesan dan cara komunikasi berlangsung. Instagram, dengan fitur visual yang dominan penggunaan caption, story dan komentar, menciptakan ekosistem komunikasi yang berbeda dibandingkan dengan media konvensional. Gaya Bahasa yang digunakan pun menyesuaikan dengan karakteristik platform; cepat, ringkas, visual dan sering kali mengandung unsur humor atau ironi.

Apabila manusia berkomunikasi dengan melalui internet, maka akan terjadi pengurangan dalam interaksi langsung (*face to face*). Sebelum munculnya media digital ini, manusia lebih aktif melakukan interaksi secara langsung, akan tetapi dengan munculnya media digital ini kehidupan manusia semakin terikat era dengan penggunaan media digital yang sebagai alat utama Komunikasi dengan melalui platform digital dengan mudah dan cepat, sehingga menyebabkan motivasi untuk terlibat dalam interaksi langsung di dunia nyata yang menyebabkan Komunikasi menjadi pasif yang dikarenakan ketergantungan dalam penggunaan media sosial Instagram. Seiring kemajuan teknologi semakin pesat, fenomena pasifitas dalam berkomunikasi mulai muncul sebagai dampak dari perubahan gaya hidup. Komunikasi Interpersonal dalam hal ini, Generasi Z lebih aktif memberikan informasi menggunakan pesan pribadi, panggilan video, dan pertemuan secara daring yang dapat memungkinkan untuk menjalani hubungan sosial semakin dalam (Qurniawati et al., 2017 dalam Alfiah Qultsum et al., 2024)

Dengan adanya media digital tentu memudahkan cara berkomunikasi sehingga dalam penggunaan media digital tentunya bisa tanpa batas untuk

mengeluarkan pendapat. Ide, opini, gagasan dan lainnya, yang dimana media digital sudah mengambil peranan penting dalam kehidupan manusia yang sudah dapat dijadikan sebagai platform Komunikasi efektif. Dengan adanya peralihan generasi ini dipicu oleh pertumbuhan pesat teknologi global. Disisi lain generasi Z memiliki pola pikir yang lebih cenderung menginginkan hal-hal yang instan. Mereka sangat terlibat dengan teknologi dan sangat bergantung pada internet dalam hal pendidikan, pengetahuan, sosial, dan lain sebagainya. yang membuat mereka sulit berkomunikasi di dunia nyata. Contohnya seperti, kesulitan ketika menyampaikan perasaan yang sebenarnya, mungkin ada beberapa orang yang sulit ketika mengekspresikan emosi dengan melalui teks sehingga Komunikasi terasa kaku dan tidak nyambung. (Alfiyah Qultsum et al., 2024)

Namun, meskipun teknologi sangat efektif dan mudah digunakan, Generasi Z menghadapi masalah dalam komunikasi sosial. Ketergantungan mereka yang besar pada teknologi dan komunikasi online terkadang menyebabkan kurangnya interaksi sosial tatap muka. kurang memahami nuansa emosional makna nonverbal dan kurangnya rasa percaya diri, yang biasanya lebih mudah dipahami dalam Komunikasi secara langsung, tapi hal itu sulit untuk dipahami. Selain itu, kemampuan untuk berdialog secara mendalam juga dapat dikurangi oleh pola komunikasi online yang biasanya singkat.

Media sosial seperti Instagram merupakan platform visual yang memfasilitasi ekspresi diri, generasi Z berkomunikasi tidak hanya melalui kata-kata. Tetapi juga dengan menggunakan elemen nonverbal seperti gambar, video, emoji dan fitur interaktif lainnya. seperti, penggunaan emoji untuk memberikan reaksi nuansa emosional dan memberikan dukungan dalam situasi yang sesuai dengan keadaan yang dibutuhkan. Serta, Komunikasi nonverbal pun sering kali sulit untuk dipahami dalam gaya Komunikasi Generasi Z di media sosial Instagram, karena dalam Komunikasi secara langsung, Bahasa tubuh, ekspresi wajah dan Intonasi suara sangatlah berperan penting dalam

menyampaikan dan mudah untuk dimaknai. Namun, di Instagram Komunikasi lebih banyak berbasis teks dan gambar, yang dapat mengurangi tanda isyarat nonverbal secara langsung. Sehingga Generasi Z dapat menggantikannya Komunikasi nonverbal dengan berbasis emoji, Stiker atau GIF. Namun, simbol-simbol tersebut masih dapat ditafsirkan secara berbeda oleh orang yang menerima pesan, sehingga makna yang ingin disampaikan tidak selalu tersampaikan dengan jelas. Tanpa adanya ekspresi wajah atau nada suara, pada komentar dan pesan teks dapat disalahartikan. Contohnya, sarkas atau humor dalam teks yang sering kali sulit dipahami tanpa adanya konteks tambahan. Meskipun Instagram berbasis gambar dan video, Komunikasi nonverbal dalam bentuk foto atau video bisa memiliki makna yang berbeda bagi setiap orang, itu pun tergantung dari latar belakang dan pengalaman mereka. (Febriana Ika et al., 2025)

Pertumbuhan media sosial telah memiliki dampak yang signifikan terhadap cara generasi Z dalam berkomunikasi dan menjalani hubungan sosial. Bahkan, Media sosial membuat orang cenderung menggunakan pola komunikasi yang lebih santai, sering kali menggunakan pesan teks, emoji, dan konten visual. Selain itu, media sosial memungkinkan orang untuk mengakses berbagai informasi dan opini, yang memungkinkan mereka untuk terlibat dalam diskusi online dan memperoleh pemahaman yang lebih baik tentang dunia di sekitar mereka. Oleh karena itu, kesadaran akan peran media sosial dalam mengubah cara generasi Z berinteraksi dan berkomunikasi dengan orang lain semakin meningkat seiring dengan peningkatan pemahaman tentang dinamika hubungan mereka. (Pujiono et al., 2021)

Media sosial adalah jenis media online yang digunakan untuk terlibat Dalam interaksi sosial dan digunakan sebagai teknologi berbasis web. Pengguna dapat dengan mudah terlibat di sosial media (Doni., 2017). Interaksi sosial merupakan syarat utama terjadinya aktivitas sosial, yang dimana manusia saling membutuhkan satu sama lain untuk memenuhi kebutuhan hidupnya, dan

interaksi sosial adalah dasar dari aktivitas sosial. Dalam hidup, orang harus bekerja sama dengan orang lain karena pada dasarnya manusia tidak memiliki kemampuan untuk memenuhi kebutuhannya sendiri. Sebagai makhluk sosial, manusia tentunya memiliki hubungan dengan orang lain. Dalam bergaul, berbicara, berjabat tangan, bahkan bertentangan saat kita memerlukan orang lain. Bersosialisasi dengan orang lain selalu melibatkan umpan balik atau melibatkan dua orang (Adriansyah Rian et al., 2022)

Namun, pada era digital dimana teknologi semakin maju seperti sekarang, manusia mulai dapat digantikan dengan adanya teknologi padahal seharusnya manusia bisa mengendalikan teknologi, bukan teknologi yang mengendalikan manusia (Mulyadi et al., 2020 dalam Hutabara Rut K., 2024). Interaksi sosial di media merujuk pada hubungan timbal balik yang terjadi antara individu ataupun kelompok dengan melalui platform media seperti media sosial Instagram, yang dapat memungkinkan Komunikasi dan pertukaran informasi secara interaktif. Media sosial dapat diciptakan untuk berinteraksi sosial dengan interaktif melalui teknologi internet, mengubah pola penyebaran informasi dari sebelumnya bersifat satu ke banyak audiens menjadi banyak audiens ke banyak audiens. (Putri Intan et al., 2022)

Setiadi & Kolip mendefinisikan, bahwa Interaksi Sosial merupakan suatu hubungan-hubungan yang dapat menyangkut perorangan, antar kelompok-kelompok, ataupun antara perorangan dan kelompok (Setiadi et al., 2011). Inti yang dapat ditarik dari kehidupan sosial adalah bahwa interaksi merupakan aksi atau Tindakan yang saling berbalasan satu sama lain. Orang saling menanggapi Tindakan interaksi mereka. Masyarakat terdiri dari banyak hubungan timbal balik. Satu orang berbicara, yang lain akan mendengarkan, yang satu bertanya, yang lain akan menjawab, yang satu memberikan perintah, yang lain mentaati, yang lain melakukan hal yang salah dan yang lain akan membalas dendam tapi tidak semuanya akan melakukan hal itu. Yang satu mengundang, yang lain datang. Akan selalu tampak orang saling pengaruh dan

mempengaruhi. Max Weber menekankan bahwa pada hakikatnya interaksi terletak dalam mengarahkan kelakuan kepada orang lain, harusnya ada orientasi timbal balik antara pihak yang saling bersangkutan. (Islamiyah, Salimatul et al., 2024)

Interaksi sosial Generasi Z mengalami pergeseran yang signifikan dibandingkan generasi sebelumnya, terutama karena kuatnya pengaruh teknologi digital dan media sosial. Bagi Generasi Z, interaksi tidak lagi terbatas pada ruang fisik, melainkan banyak terjadi di ruang virtual melalui platform seperti Instagram, Tiktok, WhatsApss dan lainnya. Mereka lebih cenderung mengeskpresikan diri melalui unggahan visual, komentar, emoji serta konten digital lainnya. Pola komunikasi ini memperlihatkan bahwa media sosial telah menjadi sarana utama dalam membangun dan mempertahankan hubungan sosial, baik dengan teman sebaya, komunitas maupun publik yang lebih luas.

Fenomena ini dapat dianalisis melalui Teori Determinisme Teknologi yang dikemukakan oleh Marshall McLuhan dan para pemikir lainnya. Teori ini menyatakan bahwa perkembangan teknologi khususnya teknologi komunikasi bukan hanya sebagai alat bantu, melainkan sebagai kekuatan yang membentuk cara manusia berpikir, berinteraksi, dan berperilaku. Dalam konteks Generasi Z, teknologi tidak hanya memfasilitasi interaksi sosial, tetapi juga mengubah struktur dan nilai-nilai sosial itu sendiri. Misalnya, popularitas, validasi sosial, dan identitas diri kini banyak dibangun melalui jumlah "likes", komentar, dan followers. Dengan demikian, teknologi digital memegang peran determinan dalam membentuk dinamika sosial generasi ini. Interaksi sosial bukan lagi sekadar proses komunikasi, melainkan telah dikonstruksi oleh karakteristik dan algoritma media sosial itu sendiri.

Faktor interaksi sosial terhadap media sosial dapat meliputi terdiri dari komunikasi, pengaruh sosial, eksposur informasi, pembentukan identitas dan dinamika kelompok. Media sosial dapat memungkinkan interaksi dengan cepat,

luas dan efisien. Juga dapat mempengaruhi opini dan perilaku individu dengan melalui trend dan viralitas. Algoritma juga bertanggung jawab untuk menciptakan lingkungan sosial, yang dapat memperkuat atau membatasi perspektif pengguna. Dan juga interaksi sosial di media sosial dapat mencerminkan di kehidupan nyata, akan tetapi dengan skala yang lebih luas dan lebih cepat (Ardiansyah Rian et al., 2022). Contohnya seperti, ketika seseorang membuat komentar yang kontroversial pada media sosial, lalu orang lain dapat memberikan tanggapan dengan berdebat melalui kolom komentar. Hal itu merupakan contoh dari interaksi sosial dalam bentuk perselisihan atau konflik sosial.

Penulis telah melakukan observasi awal kepada tiga Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon. Yang dimana penulis lihat disekitaran atau melihat kehidupan seseorang dari melalui media sosial dan secara langsung itu memiliki sebuah perbedaan, bahkan ada saja ketika mereka menggunakan Instagram selalu membuat konten untuk memperkenalkan dirinya, selalu berbagi pengalaman melalui unggahan, dan chatting pun selalu interaktif bahkan terlihat sangatlah terbuka ketika memberikan pengalaman atau bercerita akan hal apapun, akan tetapi hal itu ketika saya melihat pribadinya dengan secara langsung mereka sangatlah berbeda dengan apa yang mereka tujukan di sosial media, bahkan sangatlah terlihat pendiam dan berinteraksi secara langsung pun sangat minim, entahlah karna hal faktor apa yang menjadi mereka seperti itu . Akan tetapi, ada saja yang lebih nyaman berinteraksi secara langsung daripada berinteraksi melalui *Direct Message (DM)* karena Komunikasi dengan tatap muka itu lebih mengetahui kondisi dari lawan bicara dan mengetahui atau memahami dari Komunikasi nonverbalnya. Tapi tidak semuanya Generasi Z interaktif di media sosial ataupun secara langsung tergantung dari pihak dan kondisi mereka butuhkan dalam berinteraksi.

Ketika mereka berinteraksi online tidak lupa selalu memberi ekspresi dengan menggunakan emoji, stiker, GIF dan lain sebagainya agar lawan bicara mereka dapat mengetahui apa yang mereka ekspresikan, akan tetapi dengan menggunakan element tersebut pun belum tentu sesuai dengan apa yang mereka ekspresikan. Tidak hanya itu saja, melainkan mereka pun dapat interkasi multitasking Ketika berinteraksi secara langsung dapat melakukan hal lain seperti menggenggam *smartphone* untuk melihat konten-konten di reels, Feeds, insta Story bahkan dapat sekaligus berinteraksi dengan secara online.

Generasi Z memiliki Gaya Bahasa komunikasi yang berbeda dari Generasi sebelumnya. Mereka menggunakan bahasa yang ringkas, visual, penuh simbol seperti emoji, meme serta diksi yang dipengaruhi oleh tren Internet. Gaya bahasa ini tidak muncul secara alami semata, tetapi merupakan hasil dari adaptasi terhadap karakteristik dan batasan-batasan media digital yang mereka gunakan. Dengan kata lain, media sosial dalam hal ini Instagram membentuk cara berpikir, berbahasa dan berinteraksi sosial dari para penggunanya.

Untuk memahami fenomena ini secara mendalam, penulis menggunakan pendekatan Teori Determinisme Teknologi Komunikasi dari Marshall McLuhan 1962. Dalam teorinya, McLuhan menyatakan bahwa media bukan sekedar saluran untuk menyampaikan pesan, tetapi juga memiliki kekuatan untuk mengubah struktur sosial dan pola pikir masyarakat. Ungkapannya yang terkenal, "*the medium is the message*," menggambarkan bagaimana karakteristik teknologi itu sendiri berpengaruh besar terhadap cara manusia berkomunikasi dan memahami dunia. Dalam konteks ini, Instagram sebagai medium memiliki struktur dan logika tersendiri yang membentuk gaya bahasa dan pola interaksi Generasi Z. Dengan demikian, penelitian ini penting dilakukan untuk melihat bagaimana teknologi komunikasi dalam bentuk media sosial Instagram membentuk gaya bahasa Generasi Z dalam Interaksi Sosial mereka. Penelitian ini tidak hanya menjelaskan fenomena linguistik yang

berkembang di media digital, tetapi juga menggambarkan bagaimana teknologi membentuk budaya komunikasi modern

Sebagai langkah awal, tujuan penulis meneliti Generasi Z pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, Di UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon. Karena mereka memiliki latar belakang akademis yang berkaitan dengan Komunikasi, termasuk gaya bahasa Generasi Z dalam Interaksi Sosial pada media sosial dan teknologi. Hal ini membuat mereka relevan sebagai subjek penelitian ini yang berfokus pada gaya bahasa komunikasi, tentunya mereka juga termasuk dalam pengguna aktif instagram sebagai keperluan pribadi. Tentunya mereka juga selalu berinteraksi melalui Instagram untuk memenuhi dengan kebutuhan mereka seperti untuk membangun citra diri mereka dan mereka juga ketika berkomunikasi menggunakan gaya bahasa yang santai, formal, gaya bahasa gaul atau bahasa yang bervariasi ketika berkomunikasi. Akan tetapi, dengan menggunakan gaya komunikasi tersebut tergantung dari latar belakang budaya lawan interaksi mereka. serta untuk mengetahui komunikasi yang efektif dan etikanya dalam menggunakan media sosial instagram. Dengan adanya Gaya bahasa ini, sangatlah berpengaruh untuk keberlangsungan dalam melanjutkan Komunikasi yang efektif dalam berinteraksi dengan lingkungan secara langsung.

Walaupun Generasi Z menggunakan kata-kata gaul singkatan atau menggunakan gaya bahasa yang bervariasi, akan tetapi tidak semua Mahasiswa Komunikasi Penyiaran Islam menggunakan bahasa seperti itu dan tentunya ada saja yang menggunakan gaya bahasa seperti itu tetapi menyesuaikan dengan kondisi sosial dan latar belakang dari lawan interaksi mereka.

Dalam penelitian ini penulis menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi kasus, yang bertujuan untuk mempelajari sedalam-dalamnya salah satu gejala nyata dalam kehidupan generasi Z dalam berinteraksi sosial dalam penggunaan media sosial Instagram di sekitara

kampus UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon, Khususnya pada Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam. Studi kasus dapat digunakan untuk menelaah suatu keadaan, kelompok, Lembaga maupun individu. Serta mengumpulkan data-data yang sesuai dengan judul penelitian dengan cara observasi, wawancara, dan dokumentasi. Setelah mendapatkan dari hasil itu semua peneliti akan langsung menganalisis data dengan cara penyusunan secara sistematis data yang diperoleh dari hasil wawancara dan catatan di lapangan.

Berdasarkan pemaparan diatas, maka peneliti sangat tertarik untuk melakukan penelitian terkait dengan *Gaya Bahasa Generasi Z Dalam Interaksi Sosial dalam penggunaan Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah Dan Komunikasi Islam, UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon)*. Peneliti berpikir bahwa perlu adanya penelitian mengenai hal ini, guna untuk memahami perubahan gaya Komunikasi generasi Z pada era digital dalam berinteraksi dengan sesama manusia dan tidak hanya itu saja melainkan bisa untuk dijadikan bahan penelitian lanjutan untuk Mahasiswa/Mahasiswi, terutama pada lingkungan kampus khususnya pada Mahasiswa/Mahasiswi Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.

B. Perumusan Masalah

1. Identifikasi Masalah

Dari uraian yang sudah dikemukakan pada latar belakang, Masalah-masalah di atas menciptakan tantangan bagi Generasi Z dalam berinteraksi secara efektif di dunia nyata. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang mendalam tentang Gaya Komunikasi Interpersonal dan dampaknya terhadap Interaksi Sosial serta kesejahteraan emosional, sehingga dapat diidentifikasi solusi untuk meningkatkan kualitas Interaksi di era digital. Penelitian ini dengan melakukan observasi terhadap Generasi

Z pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon. Untuk mengetahui dari permasalahan-permasalahan Gaya Komunikasi Interpersonal Generasi Z dalam Interaksi Sosial dalam penggunaan media sosial Instagram. Diantaranya sebagai berikut:

- a. Karakteristik Gaya Bahasa Generasi Z yang digunakan dalam Interaksi Sosial di Instagram
- b. Gaya Bahasa yang digunakan oleh Generasi Z dalam berkomunikasi
- c. Kekuatan Teknologi Informasi dalam Mempengaruhi Komunikasi Generasi Z dalam interaksi sosial

2. Pembatasan Masalah

Berdasarkan uraian identifikasi masalah yang sudah dijelaskan sebelumnya, diharapkan penelitian akan membatasi dan fokus pada fenomena Komunikasi Interpersonal Generasi Z di era digital terutama dalam penggunaan media sosial Instagram dan pengaruh teknologi informasi terhadap penelitian yang akan dilakukan, agar pembatasan penelitian ini tidak melebar ke aspek-aspek secara luas, penelitian menentukan batasan masalah dalam penelitian ini diantaranya sebagai berikut:

- a. Karakteristik Komunikasi dalam Gaya Bahasa Generasi Z di Instagram dalam proses Interaksi Sosial
- b. Penelitian ini hanya mendeskripsikan emoji, konten dan fitur yang diberikan Instagram dalam Interaksi Sosial di Instagram

3. Pertanyaan Penelitian

Agar penelitian ini menjadi terarah dan mempunyai titik fokus yang jelas, maka penelitian memfokuskan permasalahan ini pada:

- a. Bagaimana karakteristik Gaya Bahasa Generasi Z dalam interaksi sosial pada penggunaan media sosial Instagram?

- b. Apa Saja faktor yang merubah Gaya Komunikasi Generasi Z dalam penggunaan media sosial Instagram?

4. Tujuan Penelitian

Tujuan dari penelitian ini, antara lain:

1. Untuk mengetahui karakteristik Gaya Bahasa Komunikasi Generasi Z dalam interaksi sosial di terhadap penggunaan media sosial Instagram.
2. Untuk mengetahui faktor yang mempengaruhi perubahan Gaya Bahasa Komunikasi Generasi Z dalam penggunaan media sosial Instagram.

Dengan adanya tujuan ini, penelitian diharapkan dapat memberikan pemahaman yang baik, cara Generasi Z berkomunikasi dan berinteraksi dengan menggunakan media sosial Instagram serta pemanfaat fitur-fitur yang telah disediakan.

3. Manfaat Penelitian

Besar harapan dari peneliti bahwa hasil dari penelitian ini dapat berguna secara teoritis maupun praktis. Karena, setiap penelitian pastinya akan memiliki manfaat dengan secara teoritis dan praktis. Untuk itu, manfaat teoritis dan praktis dari peneliti ini antara lain:

1. Manfaat Teoritis

Secara teoritis, Gaya Bahasa Generasi Z di Instagram dapat memberikan wawasan tentang bagaimana media sosial dapat membentuk Interaksi Sosial, dapat membangun Identitas diri, Visualisasi dan Interaktivitas Instagram mempengaruhi pola komunikasi. Selain itu, penggunaan media sosial ini juga memfasilitasi interaksi sosial yang lebih dinamis. Karena, Gaya Bahasa yang digunakan di Instagram memungkinkan interaksi yang cepat dan responsif. Dengan penggunaan emoji, Stiker, GIF dan fitur Interaksi Polling. Dengan demikian, penelitian ini tidak hanya memperdalam Teori Komunikasi Interpersonal, akan tetapi memberikan kontribusi disiplin tentang bagaimana Komunikasi Digital berkembang dan perilaku sosial Generasi Z di Media Sosial Instagram.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis penelitian tentang Gaya Bahasa Generasi Z dalam Interaksi Sosial dalam Penggunaan Media Sosial Instagram dapat memiliki berbagai manfaat praktis bagi beberapa pihak, antara lain:

a. Bagi Generasi Z

Dapat memahami bagaimana Gaya Bahasa mereka berbeda dengan generasi sebelumnya, karena Generasi Z cenderung menggunakan media digital dalam berinteraksi.

b. Bagi Orang Tua dan Keluarga

Dapat memberikan pemahaman bagaimana cara berinteraksi dan berkomunikasi, serta dapat memahami dampak positif dan negatif dari penggunaan media sosial terhadap Interaksi Sosial kepada anak-anak Generasi Z di Media Sosial Instagram.

c. Bagi Akademisi

Dapat dijadikan penelitian lebih lanjut bagi yang memiliki permasalahan yang sama, lebih tepatnya mengenai Gaya Bahasa Generasi Z dalam Interaksi Sosial dalam Penggunaan Media Sosial Instagram (Studi Kasus pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon.