

BAB V

PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian tentang Gaya Bahasa Generasi Z dalam Interaksi Sosial dalam Penggunaan Media Sosial Instagram (Studi Kasus Pada Mahasiswa Jurusan Komunikasi Penyiaran Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi Islam, UIN Siber Syekh Nurjati Cirebon). Generasi Z merupakan generasi yang tidak dapat terlepas dari Media Online, media tersebut merupakan media yang dapat menjangkaun keberadaan seseorang yang jauh. Serta, instagram juga menyediakan fitur-fitur untuk berkomunikasi dan juga wadah untuk membangun identitas diri dan juga memberikan peluang bagi penggunanya. Selain itu juga, instagram memiliki tantangan yang signifikan terhadap penggunanya.

1. Karakteristik Gaya Bahasa Generasi Z dalam Interaksi Sosial terhadap penggunaan media sosial Instagram

Hasil wawancara menunjukkan bahwa Instagram berperan penting dalam interaksi sosial Generasi Z. Selain untuk berbagi momen, Instagram digunakan sebagai media komunikasi, mencari informasi, dan mengikuti tren. Platform ini juga membantu membentuk identitas diri dan memperluas relasi sosial, meskipun WhatsApp tetap dominan untuk komunikasi harian. Setiap informan menunjukkan kebiasaan berbeda dalam menggunakan Instagram. WM dan AW aktif, SN jarang tetapi tetap menganggap penting, sementara A.S.A lebih memilih WhatsApp dan TikTok. Gaya komunikasi Generasi Z cenderung santai, singkat, menggunakan bahasa gaul, emoji, dan kadang mencampur bahasa. Mereka terbiasa multitasking saat berinteraksi di media sosial. Secara umum, media sosial, khususnya Instagram, menjadi bagian penting dalam pola komunikasi dan interaksi Generasi Z yang cepat, efisien, dan berbasis visual.

2. Faktor yang mempengaruhi perubahan Gaya Komunikasi Interpersonal Generasi Z dalam Penggunaan Media Sosial Instagram

Penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram memainkan peran penting dalam kehidupan sosial dan komunikasi Generasi Z. Platform ini tidak hanya digunakan untuk berbagi foto atau video, tetapi juga menjadi sarana mengekspresikan identitas diri, membangun personal branding, memperluas jaringan sosial, serta mencari hiburan dan informasi. Empat informan dalam penelitian ini menunjukkan bahwa penggunaan Instagram bersifat selektif dan disesuaikan dengan kepribadian masing-masing. Mereka memanfaatkan fitur seperti *close friends* untuk menjaga privasi, serta menyaring informasi berdasarkan kredibilitas sumber. Hal ini menunjukkan adanya kesadaran digital dan kemampuan mengelola citra diri di ruang publik. Secara keseluruhan, Instagram bukan sekadar media sosial visual, tetapi telah menjadi bagian penting dari pembentukan identitas digital, ekspresi emosional, dan interaksi sosial Generasi Z di era digital.

B. Implikasi

1. Secara teoritis

Penelitian ini memperkaya kajian komunikasi Interpersonal di era digital, terutama dalam konteks penggunaan media sosial Instagram oleh Generasi Z. pada temuan ini dapat dijadikan acuan untuk pengembangan teori komunikasi di lingkungan digital yang semakin kompleks

2. Secara praktis

hasil penelitian ini dapat menjadi bahan evaluasi dan refleksi bagi mahasiswa sebagai bagian dari Generasi Z, agar lebih bijak dalam penggunaan media sosial dan tetap menjaga keseimbangan antara komunikasi digital dan interaksi sosial langsung. Selain itu, pihak akademisi dan keluarga juga dapat memahami pola komunikasi Generasi Z dan memberikan pendekatan yang sesuai.

C. Saran

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

1. Bagi Generasi Z

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

2. 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.

3. Bagi Akademisi

Dapat dijadikan penelitian lebih lanjut bagi yang memiliki permasalahan yang sama, lebih tepatnya mengenai Gaya Komunikasi Interpersonal 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

UINSSC

UNIVERSITAS ISLAM NEGERI SIBER
SYEKH NURJATI CIREBON