

EFEKTIVITAS PENGGUNAAN MEDIA ONLINE DI GEN Z

Romeo Dharma Rizaldi¹, Herma Saputra Malongi², Rapi Pebrianto³, Amirul Haqqi Qurbana⁴

romeorizaldi@gmail.com¹, hermansaputramallongi@gmail.com²

Universitas Bina Bangsa

ABSTRAK

Generasi Z (Gen Z) adalah kelompok masyarakat yang lahir di tengah pesatnya perkembangan teknologi digital dan media online. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui efektivitas penggunaan media online dalam menunjang kehidupan sehari-hari Gen Z, khususnya dalam aspek pendidikan, komunikasi, dan hiburan. Metode penelitian yang digunakan adalah survei kuantitatif dengan menyebarkan kuesioner kepada 200 responden usia 15–25 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media online sangat efektif dalam mendukung proses belajar dan interaksi sosial, namun juga memiliki dampak negatif seperti stres digital dan penurunan fokus. Penelitian ini merekomendasikan pendekatan penggunaan media online secara bijak.

Kata Kunci: Media Online, Gen Z, Efektivitas, Digital Native, Komunikasi Digital.

ABSTRACT

Generation Z (Gen Z) is a group of people who were born in the midst of the rapid development of digital technology and online media. This study aims to determine the effectiveness of the use of online media in supporting the daily life of Gen Z, especially in the aspects of education, communication, and entertainment. The research method used was a quantitative survey by distributing questionnaires to 200 respondents aged 15–25 years. The results show that online media is very effective in supporting the learning process and social interaction, but it also has negative impacts such as digital stress and decreased focus. This study recommends a wise approach to using online media wisely.

Keywords: Online Media, Gen Z, Effectiveness, Digital Natives, Digital Communication.

PENDAHULUAN

Transformasi digital yang terjadi dalam dua dekade terakhir telah mengubah cara manusia berinteraksi, belajar, dan mengonsumsi informasi. Generasi Z merupakan generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, yang sejak kecil telah mengenal teknologi digital dan internet. Gen Z dikenal sebagai "digital natives" yang mengandalkan media online untuk hampir seluruh aktivitas harian mereka, mulai dari belajar, berkomunikasi, bekerja, hingga mencari hiburan.

Generasi Z, sering disebut sebagai iGeneration, generasi net, atau generasi internet, lahir dan tumbuh dalam era teknologi yang semakin mapan. Mereka dikenal dengan kesehariannya yang selalu bersentuhan dengan gadget dan dominasi komunikasi melalui media sosial. (Laksana, Dkk. 2024).

Media sosial jugamemberikan ruang bagi pengguna untuk bereksperimen dengan bahasa, yang mengarah pada perkembangan bahasa yang lebih dinamis dan cepat berubah. Beberapa studi telah dilakukan untuk menganalisis penggunaan bahasa gaul di media sosial. Pada sebuah penelitian menunjukkan bahwa bahasa gaul di media sosial sering mencerminkan trend budaya dan fenomena sosial yang sedang populer sehingga menemukan bahwa bahasa gaul dapat berfungsi sebagai alat untuk mengekspresikan kreativitas dan humor untuk pengguna media sosial. (Laksana, Dkk. 2024)

Generasi Z dikenal dalam cara menyampaikan pesan secara singkat dan jelas. Bagi Generasi Z, media sosial bukan hanya sekadar sarana untuk berkomunikasi, tetapi juga sebagai wadah untuk berekspresi, membentuk identitas, serta mengakses informasi dan

hiburan. Platform seperti Instagram, TikTok, Twitter, dan Snapchat telah mengubah cara mereka berinteraksi satu sama lain dan dengan dunia di sekitar mereka. (Laksana, Dkk. 2024)

Teknologi digital membuka akses gen-z terhadap informasi global dan memperluas jaringan sosial mereka. Di sisi lain, ketergantungan berlebihan pada teknologi dapat menimbulkan masalah seperti kecanduan dan isolasi sosial. Dimana gen-z cenderung untuk lebih banyak menghabiskan waktu di

dunia maya dibandingkan berinteraksi langsung dengan orang lain secara tatap muka, sehingga menimbulkan kekhawatiran akan berkurangnya aktivitas sosial dan perkembangan emosional. (Laksana, Dkk. 2024)

Media sosial memungkinkan Gen Z untuk tetap terhubung dengan keluarga, teman, dan rekan meskipun terpisah jarak. Gaya komunikasi yang disukai Gen Z yakni gaya komunikasi yang santai, berpikiran terbuka, bersahabat, dan toleran terhadap perbedaan. Generasi Z dikenal dalam cara menyampaikan pesan secara singkat dan jelas. (Laksana, Dkk. 2024)

Aplikasi pesan grup menjadi sarana untuk berinteraksi sosial dengan mengirim pesan secara virtual. Gen Z memanfaatkan grup Chatting untuk berbagi informasi, dan berkomunikasi meskipun memiliki teman dengan lokasi jarak jauh. (Laksana, Dkk. 2024)

Penggunaan media online membawa banyak manfaat, seperti kemudahan akses informasi, efisiensi komunikasi, serta fleksibilitas dalam belajar. Namun di sisi lain, media online juga menimbulkan tantangan baru seperti paparan hoaks, cyberbullying, hingga kecanduan internet. Oleh karena itu, perlu adanya kajian tentang seberapa efektif media online digunakan oleh Gen Z, serta bagaimana dampaknya terhadap aspek kehidupan mereka.

Sebagian besar dari mereka, cenderung memilih kata-kata dengan hati-hati saat berbicara dengan orang banyak, tetapi tampak lebih santai atau kurang waspada ketika berkomunikasi di dalam kelompok pribadi atau pesan langsung. (Laksana, Dkk 2024)

Dampak Negatif Ada beberapa faktor yang memengaruhi produktivitas Gen Z dalam penggunaan media sosial. Gen Z banyak menghabiskan waktu dengan online di media sosial, bahkan bahkan sampai dini hari. Hal ini dapat menyebabkan penurunan kualitas hingga pola tidur, dimana seharusnya dapat tidur tanpa membuat stres pikiran Woran (2021).

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif.

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah remaja usia 15–25 tahun yang termasuk dalam kategori Gen Z. Sampel berjumlah 200 orang dari berbagai kota besar di Indonesia yang aktif menggunakan media online minimal 3 jam per hari.

Teknik Pengumpulan Data

Data dikumpulkan melalui kuesioner online yang disebarakan melalui media sosial dan email. Kuesioner terdiri dari 20 pertanyaan tertutup yang mengukur frekuensi penggunaan, tujuan penggunaan, dan persepsi terhadap efektivitas media online.

Teknik Analisis Data

Data dianalisis menggunakan statistik deskriptif dan korelasi sederhana dengan bantuan perangkat lunak SPSS

HASIL DAN PEMBAHASAN

Frekuensi Penggunaan Media Online

Hasil survei menunjukkan bahwa:

- 85% responden menggunakan media online lebih dari 4 jam per hari.
- 60% menggunakan media sosial sebagai sumber informasi dan hiburan.
- 40% menggunakan media online untuk kegiatan belajar.

Responden mengaku berhasil memanfaatkan media sosial untuk membangun karier sebagai content creator, influencer, atau wirausahawan online.

Tujuan Penggunaan

Responden menyatakan tujuan utama penggunaan media online adalah:

- Komunikasi (70%)
- Hiburan (65%)
- Pendidikan (55%)
- Bisnis dan promosi (15%)

Persepsi Efektivitas

Temuan penelitian menyoroti dominasi komunikasi digital, media sosial, dan teknologi dalam interaksi Generasi Z.

Untuk menjaga keterlibatan dan produktivitas, strategi komunikasi korporasi harus disesuaikan dengan integrasi media sosial, pesan singkat, serta pemahaman mendalam terhadap nilai-nilai mereka. Sebanyak 78% responden merasa media online efektif dalam membantu proses pembelajaran, khususnya selama pembelajaran daring. Namun, 42% responden merasa sering terganggu konsentrasinya karena notifikasi media sosial saat belajar.

Dampak Negatif yang Dirasakan

- 50% responden mengalami kelelahan digital.
- 38% mengaku mengalami penurunan produktivitas akibat terlalu sering online.
- 25% merasa cemas ketika tidak dapat mengakses media sosial (FOMO).

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa efektivitas media online tergantung pada cara dan tujuan penggunaannya. Media online menjadi sangat efektif jika dimanfaatkan untuk edukasi dan komunikasi produktif. Namun tanpa pengelolaan waktu yang baik, pengguna dapat mengalami dampak negatif seperti gangguan kesehatan mental dan penurunan fokus.

KESIMPULAN

Media online memiliki tingkat efektivitas yang tinggi dalam menunjang kehidupan Gen Z, khususnya dalam hal komunikasi dan pembelajaran. Akan tetapi, penggunaan yang tidak terkontrol dapat menimbulkan dampak negatif, baik secara psikologis maupun sosial.

Saran

- Diperlukan literasi digital yang lebih kuat bagi Gen Z agar mereka mampu menggunakan media online secara bijak.
- Lembaga pendidikan harus mengintegrasikan media online dengan pendekatan pembelajaran yang sehat dan terstruktur.
- Orang tua dan pendidik perlu mengedukasi pentingnya manajemen waktu dan keseimbangan antara dunia digital dan kehidupan nyata.

DAFTAR PUSAKA

- Prensky, M. (2001). Digital Natives, Digital Immigrants. On the Horizon.
- Tapscott, D. (2009). Grown Up Digital: How the Net Generation is Changing Your World.

McGraw-Hill.

Siemens, G. (2014). *Connectivism: A Learning Theory for the Digital Age*.

Pew Research Center (2022). *Social Media Use in 2022*.

Kominfo (2023). *Laporan Penggunaan Internet di Indonesia*.

Woran (2021). *Dampak penurunan produktivitas Gen Z*.

Laksana (2024). *Peran media sosial x dalam perkembangan komunikasi di era digital*.

Laksana (2022). *Sosialisasi pengembangan media dalam pemanfaatan tv digital di desa banyumas*.

Laksana (2024). *Dinamika perilaku gen z sebagai generasi internet*.

Laksana (2024). *Dinamika komunikasi korporasi dalam meningkatkan keterlibatan karyawan gen Z*.

Laksana (2025). *Tantangan komunikasi generasi Z dalam perkembangan digital di era teknologi 5.0*

Laksana (2024). *Etika berkomunikasi di media sosial: Perspektif Generasi Z*.

Laksana (2024). *Interaksi Generasi Z (Gen Z) dalam dunia digital sangat beragam dan unik karena mereka adalah generasi pertama yang tumbuh besar dengan teknologi digital sebagai bagian integral dari kehidupan mereka*.

Laksana (2025). *Peran digital dalam membentuk pola interaksi komunikasi interpersonal generasi Z*.

Laksana (2025). *Dimana gen-z cenderung untuk lebih banyak menghabiskan waktu di dunia maya dibandingkan berinteraksi langsung dengan orang lain secara tatap muka, sehingga menimbulkan kekhawatiran akan berkurangnya aktivitas sosial dan perkembangan emosional*.

Laksana (2024). *Generasi Z dikenal dalam cara menyampaikan pesan secara singkat dan jelas. Bagi Generasi Z, media sosial bukan hanya sekadar sarana untuk berkomunikasi, tetapi juga sebagai wadah untuk berekspresi, membentuk identitas, serta mengakses informasi dan hiburan*.