

ANALISIS POLA KOMUNIKASI GEN Z DALAM BERKOMENTAR TERHADAP ISU VIRAL DI MEDSOS

Darmawati¹, Jamaludinnur²

darmawati@uin-suska.ac.id, jamal092004@gmail.com

UIN Suska Riau

ABSTRAK

Generasi Z (Gen Z) memiliki karakteristik komunikasi yang unik, terutama dalam menanggapi isu viral di media sosial. Penelitian ini menganalisis pola komunikasi Gen Z dalam memberikan komentar terhadap isu-isu yang sedang menjadi perhatian publik. Hasil analisis menunjukkan bahwa Gen Z cenderung menggunakan bahasa informal, kreatif, dan sering kali disertai humor, sarkasme, atau penggunaan meme untuk menyampaikan pendapat. Mereka lebih responsif terhadap tren, bersikap spontan, dan kerap mengedepankan emosi dalam berkomentar. Selain itu, komentar-komentar Gen Z dipengaruhi oleh kebutuhan akan validasi sosial melalui interaksi seperti "likes" atau "replies". Pola ini juga menunjukkan adanya keberanian untuk berbicara tentang isu-isu sensitif, meskipun sering kali kurang didukung oleh literasi digital yang memadai. Dalam konteks isu viral, Gen Z berperan dalam membangun opini kolektif yang dapat memperkuat narasi tertentu, baik yang positif maupun negatif. Namun, pola komunikasi ini berisiko memicu misinformasi atau perdebatan yang kurang konstruktif. Penelitian ini menyoroti pentingnya meningkatkan literasi digital dan tanggung jawab dalam berkomunikasi di ruang publik digital bagi Gen Z.

Kata Kunci: Gen Z, Pola Komunikasi, Media Sosial.

PENDAHULUAN

Komunikasi merupakan sebuah kegiatan penting dan rutin dilakukan manusia sejak dilahirkan, mulai dari tangisan sang bayi yang menyampaikan pesan berisi kebutuhan psikologis yang dibutuhinya. Semua makhluk hidup tidak terlepas dari proses komunikasi, bagaimana setiap individu dan makhluk hidup lainnya menyampaikan komunikasi dengan berbagai cara masing-masing.

Pada era globalisasi sekarang ini, terdapat banyak cara perkembangan berkomunikasi antar manusia. Beberapa tahun terakhir, teknologi informasi dan komunikasi atau disebut dengan TIK menjadikan internet sebagai alat komunikasi yang banyak diminati oleh masyarakat, baik contohnya berupa WhatsApp, Facebook, Twitter, Youtube, bahkan yang sangat ramai berkecimpung di dalam kehidupan sekarang adalah TikTok. Hal inilah yang melatar belakangi perubahan teknologi komunikasi dari konvensional menjadi modern.

Kehadiran internet sebagai media komunikasi modern telah membuat istilah dunia telah berada di dalam genggamannya manusia. Artinya, semua isu-isu terhadap perkembangan dunia atau berita dari berbagai manca negara pun dapat diakses dalam media elektronik. Namun permasalahannya bagaimana seseorang merespon berbagai informasi yang berseliweran di media sosial khususnya Gen Z yang lagi marak sekarang dengan cara menggunakan media komunikasi antar mereka.

METODE PENELITIAN

Pada penelitian ini, penulis menggunakan metode penelitian bersifat sekunder yang mana data- data yang kami dapatkan berasal dari analisis dari beberapa buku, jurnal, atau karya ilmiah, dan beberapa pengalaman dengan mewawancarai beberapa tokoh Gen Z di lingkungan penulis.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Ditarik dari landasan teori diatas, penulis dapat menarik pembahasan yang cukup

menarik dengan bagaimana respon atau gaya berkomunikasi gen Z terhadap isu-isu media sosial masyarakat? Seiring berkembangnya zaman, kemajuan teknologi membuat manusia mudah mendapatkan berita-berita terbaru. Bahkan berita-berita yang kerap tidak penting juga bisa di boomingkan dengan modernnya teknologi.

Melihat dari beberapa pola komunikasi diatas, semua pola komunikasi mempunyai kelebihan dan kekurangannya masing-masing. Bahkan pola yang sangat sering dilakukan oleh masyarakat dalam berkomunikasi digital adalah menggunakan pola bintang, yang mana semua informasi dapat menyebar luas ke seluruh anggota tanpa ada perantara manapun. Artinya, semua isu-isu media sosial baik itu isu pemerintahan, tindak pidana, bahkan kehidupan preseiden bisa di komentari oleh semua masyarakat yang menggunakan media sosial.

Komunikasi Publik dapat dilakukan oleh siapapun, dapat pula dilakukan oleh seorang komunikator public professional. Mereka yang termasuk komunikator public professional antara lain, manager dan staf PR/Humas, wartawan, penyiar radio, presenter, penyaji ramalan cuaca dan sebagainya. Dengan mudahnya penyiaran komunikasi tersebut, maka banyak hal-hal atau isu-isu yang tidak penting bahkan Hoax bermunculan di sosial media. Maka darin itu dengan mengerucutkan pembahasan ini, terkait gen Z tentang bagaimana para gen Z ini menanggapi isu-isu di media sosial baik itu isu positif ataupun negative.

Penjelasan diatas Gen z memiliki bebrapa kemampuan yang ada pada diri mereka sejak lahir. Seperti survey diatas, mengatakan gen Z lebih banyak membuang waktu mereka dengan memainkan ponsel lebih dari 8 jam sehari. ini menandakan dibalik adanya kelebihan karakter maka ada juga kekuarangan terhadap karakter gen Z tersebut. Sebagai contoh positifnya, tanggapan gen Z terhadap isu-isu media sosial memberikan banyak komentar positif yang bermanfaat bagi masyarakat. Contohnya, di era kepresidenan Bapak H. Prabowo Subianto yang baru di lantik beberapa bulan yang lalu banyak para koruptor-koruptor yang langsung di selidiki dan di tangkap atas perilakunya setelah sekian lama mereka melakukan tindak pidana.

Oleh karena itu, muncullah gen Z- gen Z ini di berbagai media menanggapi hal positif tersebut dengan contoh berbagai macam komentar-komentar di media dengan maksud dan tujuan memuji kinerja presiden bahkan memberikan impact besar kepada para koruptor lain. Bahkan bukan cuma berkomentar saja, para generasi Z ini dengan ide kreatifnya bisa memanfaatkan hal tersebut (sosial media) menjadi sarana menyampaikan unek-uneknya terhadap pemerintahan mereka masing-masing seperti pada gambar berikut ini:



Gambar 1.

Pada gambar diatas terdapat sebuah kreativitas gen Z dengan memanfaatkan media sebagai alternative laporan pengaduan terhadap kepemimpinan mereka atas kinerja kepala desa mereka yang tidak layak mengurus pedesaan mereka. Maka jangan salah jika gen Z banyak menghabiskan waktunya melebihi 8 jam dengan ponsel tersebut, dibalik kesibukan mereka dengan posel, mereka juga dapat berfikir dan memanfaatkan keadaan seperti diatas yang namanya Cyber Attack.

Dibalik nilai-nilai positif terhadap gen Z, maka ada juga terdapat nilai-nilai negative terhadap isu-isu media sosial. Sebagai contoh, mereka terkadang dengan santainya hanya mendengar berita atau isu yang penting bahkan sangat berpengaruh bagi kemajuan mereka. Oleh karena itu mari memanfaatkan kreativitas seseorang untuk selalu melakukan perubahan demi kemajuan negara, agama, dan buaya, serta kehidupan berbangsa dan bernegara

KESIMPULAN

Analisis pola komunikasi Gen Z dalam berkomentar terhadap isu viral di media sosial menunjukkan bahwa generasi ini memiliki karakteristik unik dalam menyampaikan pendapatnya. Gen Z cenderung menggunakan bahasa yang santai, kreatif, dan sering kali disertai humor atau sarkasme untuk mengekspresikan pandangan mereka. Mereka juga memanfaatkan meme, singkatan, atau istilah gaul untuk menyampaikan pesan secara singkat namun tetap menarik perhatian. Selain itu, Gen Z menunjukkan tingkat keberanian yang tinggi dalam menyuarakan pendapat, termasuk dalam isu-isu sensitif atau kontroversial. Namun, komentar mereka sering kali bersifat impulsif, emosional, dan reaktif terhadap opini orang lain. Pola komunikasi ini juga dipengaruhi oleh kebutuhan akan validasi sosial melalui like, share, atau komentar balasan. Dalam konteks isu viral, Gen Z lebih cenderung membangun narasi kolektif, baik untuk mendukung atau mengkritik suatu isu. Meski demikian, pola komunikasi ini dapat memicu misinformasi atau perdebatan negatif apabila tidak disertai dengan literasi digital yang baik. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan kesadaran dan tanggung jawab dalam berkomunikasi di ruang digital.

DAFTAR PUSTAKA

- Astari Calra Sari Dkk, Komunikasi dan Media sosial, (Fakultas Sastra, Universitas Muslim Indonesia. Makasar, 2018)
- Cahyono, Eddy, 2017, Manajemen Strategik Komunikasi Publik, (Artikel), Setkab.go.id.
- Hardjana, Andre. (2016). Komunikasi Organisasi, Strategi dan Kompetensi. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Lines, C., & Metcalf, B. 2017. iGeneration and Their Acceptance of Technology. International Journal of Management & Information System. Vol. 21. No. 2.
- Warsito, 2005, Pengantar Ilmu Komunikasi, Jakarta, Gramedia Widiaswara, Indonesia.
- Kriyantono, Rackhmat. (2007). Teknik Praktis Riset Komunikasi. Jakarta:Kencana Prenada Media.
- Wayne, P. R., & Faules, D. F. (2000). Komunikasi Organisasi. ROSDA, Bandung.
- Mungkasa, Oswar. (2020). Bekerja dari Rumah (Working From Home/WFH): Menuju Tatanan Baru Era Pandemi COVID 19. Jurnal Perencanaan Pembangunan: The Indonesian Journal of Development Planning Vol. 4 No. 2 (2020): Edisi Khusus Covid-19 - Juni 2020
- Hardjana, Andre. (2016). Komunikasi Organisasi, Strategi dan Kompetensi. Jakarta: Penerbit Buku Kompas.
- Nguyen, M. H., Gruber, J., Fuchs, J., Marler, W., Hunsaker, A., & Hargittai, E. (2020). Changes in Digital Communication During the COVID-19 Global Pandemic: Implications for Digital Inequality and Future Research. Social media+ society, 6(3), <https://doi:10.1177/2056305120948255> journals.sagepub.com/home/sms