

**PENGARUH KONTEN DIGITAL TERHADAP GENERASI Z DALAM
PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN DIGITAL NATIVE
DI KOTA SURABAYA**

Titis Tatasari ¹
Rizco Turino Ambadar ²
Nabila Anjani Faradiba Agustin ³

Email : titis.tatasari@stiemahardhika.ac.id

ABSTRAK

Penelitian ini dibuat untuk mengkaji pengaruh konten digital terhadap perilaku Generasi Z dalam pemanfaatan media sosial, khususnya di Kota Surabaya. Generasi Z, yang dikenal sebagai digital *native*, tumbuh di era teknologi dan menunjukkan ketergantungan tinggi terhadap perangkat dan platform digital. Penelitian menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif dengan metode survei daring melalui *Google Form*, yang disebarakan kepada responden berusia 15–27 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa konten hiburan merupakan jenis konten paling dominan yang dikonsumsi, diikuti oleh konten edukatif dan informatif. Medsos digunakan tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai ruang untuk berekspresi dan memperoleh informasi. Meskipun terdapat dampak positif seperti peningkatan kreativitas dan pembelajaran mandiri, paparan terhadap konten yang tidak mendidik juga berdampak negatif terhadap pola pikir dan perilaku sosial Generasi Z.

Kata kunci: Generasi Z, konten digital, media sosial, digital native.

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi digital yang sangat pesat dalam dua dekade terakhir telah mengubah cara masyarakat berkomunikasi, berinteraksi dengan orang lain, dan mendapatkan informasi. Pola perilaku generasi muda khususnya Generasi Z yang lahir antara tahun 1996 dan 2009, sangat dipengaruhi oleh perubahan ini. Generasi ini berkembang dalam lingkungan yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital dan internet, sehingga mereka memiliki kemampuan adaptasi yang tinggi terhadap transformasi teknologi dan media digital yang terus berkembang (Cahyono,2021)

Sebagai kelompok yang dikenal sebagai *digital native*, Generasi Z menunjukkan karakteristik yang berbeda dibandingkan dengan generasi-generasi sebelumnya. Sejak usia dini, mereka telah terbiasa menggunakan perangkat digital seperti smartphone, komputer, serta akses internet. Hal ini menjadikan media sosial sebagai bagian integral dalam kehidupan sehari-hari mereka. Media sosial dimanfaatkan tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai sarana untuk mengekspresikan diri, mencari informasi, membentuk identitas pribadi, serta memperluas jejaring sosial. Namun, intensitas paparan terhadap konten digital yang tinggi juga berpotensi menimbulkan dampak positif maupun negatif terhadap cara berpikir, perilaku, serta kualitas hubungan sosial (Krisnani dkk, 2021).

Data Digital 2025 Global *Overview Report* yang dirilis oleh *We Are Social* bersama Meltwater, jumlah pengguna aktif medsos di Indonesia pada Januari 2025 mencapai sekitar 143 juta orang, yang mewakili 50,2% dari total populasi nasional sebesar 285 juta jiwa (*We Are Social & Meltwater*, 2025). Fakta ini menunjukkan medsos telah menjadi bagian penting dalam kehidupan masyarakat Indonesia. Dari berbagai platform yang tersedia, YouTube menjadi yang paling banyak digunakan dengan 143 juta pengguna, diikuti oleh Facebook (122 juta), TikTok (108 juta), dan Instagram (103 juta) (Detikinet, 2025). Dominasi ini mencerminkan tidak hanya tren komunikasi digital modern, tetapi juga meningkatnya ketergantungan masyarakat terhadap konten digital dalam aktivitas sehari-hari (Detikinet, 2025)

Berbagai jenis konten digital yang beredar di platform media sosial memiliki daya tarik tersendiri bagi Generasi Z. Konten yang bersifat informatif, edukatif, atau menghibur, khususnya yang dikemas dalam format visual yang menarik, dapat memengaruhi pola konsumsi informasi dan cara pandang mereka. Di sisi lain, penyebaran konten negatif seperti provokasi, hoaks, dan informasi yang tidak mendidik dapat memberikan pengaruh buruk, termasuk menurunnya kemampuan berpikir kritis, meningkatnya ketergantungan terhadap media, serta pergeseran nilai dan norma sosial. Jadi, penting untuk mengkaji secara kritis bagaimana Generasi Z mengonsumsi dan memanfaatkan media sosial dalam konteks perkembangan literasi digital dan psikososial mereka.

Sebagai kota metropolitan dengan tingkat penetrasi internet yang tinggi, Surabaya menjadi lokasi yang tepat untuk mengkaji fenomena ini. Akses yang luas terhadap teknologi dan media digital memberikan peluang besar bagi generasi muda di kota ini untuk aktif dalam ruang digital. Namun, tingginya partisipasi tersebut juga menimbulkan tantangan, khususnya terkait paparan terhadap konten digital yang tidak selalu mendukung pertumbuhan intelektual dan emosional mereka.

Penelitian ini penting dilakukan untuk memahami lebih dalam hubungan antara konten digital dan perilaku media sosial Generasi Z di Surabaya.

TINJAUAN PUSTAKA

Generasi Z

Codrington dan Grant-Marshall (2004) dalam teori generasi (*generation theory*) mengelompokkan manusia ke dalam lima generasi berdasarkan tahun kelahirannya, yaitu: (1) Generasi Baby Boomer (1946–1964), (2) Generasi X (1965–1979), (3) Generasi Y atau milenial (1980–1995), (4) Generasi Z (1996–2009) yang juga dikenal sebagai *iGeneration*, *Net Generation*, atau *Generasi Internet*, dan (5) Generasi Alpha, yang dimulai sejak tahun 2010 dengan batas akhir yang masih belum ditentukan secara pasti.

Setiap generasi menunjukkan perbedaan karakteristik dalam hal perkembangan kepribadian dan pola perilaku, yang dipengaruhi oleh konteks sosial dan teknologi pada masa pertumbuhannya. Fokus penelitian ini adalah Generasi Z, yang merupakan hasil perpaduan karakter dari Generasi X dan Y. Generasi Z lahir dan tumbuh dalam lingkungan yang sangat dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital. Kehidupan mereka tidak dapat dipisahkan dari teknologi informasi dan komunikasi yang terus berkembang, yang membentuk cara berpikir, berperilaku, dan berinteraksi yang berbeda secara signifikan dibandingkan dengan generasi sebelumnya.

Media Sosial

Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), media sosial merupakan platform daring berupa laman atau aplikasi yang memungkinkan penggunaannya untuk membuat, membagikan konten, serta terlibat dalam jejaring sosial. Kaplan dan Haenlein (dalam Cahyono, t.t.) mendefinisikan media sosial sebagai “kelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0, serta memungkinkan penciptaan dan pertukaran konten yang dihasilkan oleh pengguna (user-generated content)” (Hassanin, 2014).

Media sosial memungkinkan partisipasi aktif pengguna dalam bentuk berbagi informasi, berinteraksi, serta menciptakan berbagai bentuk konten digital seperti blog, jejaring sosial, wiki, forum diskusi, hingga dunia virtual. Media ini memungkinkan komunikasi dua arah dalam bentuk teks, gambar, video, atau gabungan dari semuanya, sehingga menciptakan ruang kolaboratif yang bersifat interaktif dan partisipatif.

Digital Native

Istilah digital native pertama kali diperkenalkan oleh Prensky (2001), yang merujuk pada individu yang sejak lahir telah hidup dalam era digital dan terbiasa menggunakan teknologi seperti komputer, internet, permainan video, pesan singkat, dan surat elektronik. Menurut Sukirman (dalam Akcayir, 2016), meskipun tidak terdapat batasan tahun kelahiran yang mutlak, generasi yang tergolong digital native umumnya adalah mereka yang lahir setelah tahun 1980 (Sukirman, 2017)

Karakteristik digital native mencakup kecepatan dalam mengakses dan mengolah informasi digital, kemampuan multitasking, serta ketergantungan yang tinggi terhadap teknologi dalam kehidupan sehari-hari.

METODE PENELITIAN

Pendekatan dan Jenis Penelitian

Penelitian ini menerapkan pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif untuk mengeksplorasi secara mendalam perspektif, pengalaman, serta pandangan Generasi Z di Kota Surabaya mengenai pengaruh konten digital dalam pemanfaatan media sosial. Pendekatan ini dipilih karena memungkinkan peneliti memahami secara kontekstual dinamika perilaku digital dan interaksi sosial generasi ini sebagai kelompok digital native yang intens terlibat dalam ekosistem media digital.

Lokasi dan Subjek Penelitian

Penelitian dilakukan di Kota Surabaya, yang dipilih karena merupakan salah satu kota besar dengan akses internet dan penggunaan media sosial yang tinggi di kalangan remaja dan dewasa muda. Subjek dalam penelitian ini adalah Generasi Z, yakni individu yang lahir antara tahun 1996 hingga 2009 dan menetap di Surabaya. Kriteria responden meliputi usia 15 hingga 27 tahun, memiliki aktivitas rutin di media sosial, serta pernah atau sering mengakses berbagai jenis konten digital. Pengambilan informan dilakukan secara purposive, yakni berdasarkan pertimbangan tertentu yang relevan dengan kebutuhan penelitian.

Teknik Pengumpulan Data

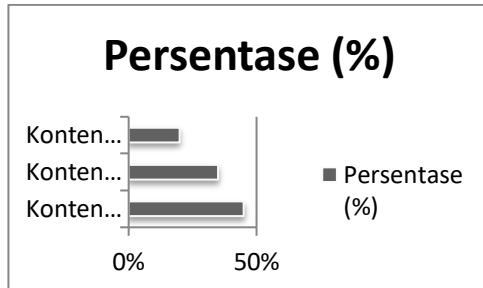
Data diperoleh melalui survei online menggunakan platform Google Form. Kuesioner disusun dalam bentuk pertanyaan terbuka dan semi-terstruktur agar memungkinkan responden mengemukakan pendapatnya secara rinci. Pertanyaan mencakup tema seperti jenis konten yang dikonsumsi, persepsi terhadap konten positif maupun negatif, tingkat literasi digital, serta dampak penggunaan media sosial terhadap aspek sosial dan psikologis mereka. Seluruh tanggapan yang dikumpulkan dijadikan bahan dokumentasi untuk dianalisis secara mendalam.

Teknik Analisis Data

Analisis data dilakukan dengan pendekatan analisis tematik, yakni mengidentifikasi dan mengelompokkan pola-pola tematik dari jawaban responden. Proses ini melibatkan reduksi data, penyajian dalam bentuk tematik, serta penarikan kesimpulan berdasarkan kategori makna yang ditemukan. Keabsahan data dijaga melalui triangulasi sumber dan pengecekan makna agar interpretasi hasil tetap akurat. Dengan metode ini, diharapkan dapat diperoleh pemahaman utuh mengenai pengaruh konten digital terhadap pola konsumsi media sosial Generasi Z, serta implikasinya sebagai kelompok digital native dalam era digital saat ini (Moleong,2017).

HASIL

Berikut hasil penelitian dari jenis konten digital yang paling banyak digunakan oleh responden generasi Z di kota Surabaya, yang dapat dilihat dari gambar presentasi berikut:



Disimpulkan bahwa Generasi Z di Kota Surabaya sangat bergantung pada media sosial untuk mendapatkan hiburan, pengetahuan, serta informasi terkini. Meskipun konten hiburan mendominasi, kecenderungan mereka untuk mengakses konten edukatif menunjukkan bahwa mereka juga memiliki kesadaran terhadap pentingnya pemanfaatan teknologi untuk tujuan yang lebih positif. Jadi penting bagi pemangku kepentingan untuk terus mendorong dan memfasilitasi penyediaan konten yang edukatif dan informatif, sekaligus mengurangi potensi dampak negatif dari konten hiburan yang tidak mendidik.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z di Kota Surabaya memiliki kecenderungan yang kuat terhadap konsumsi konten digital, khususnya yang bersifat hiburan. Hal ini mencerminkan realitas bahwa media sosial bagi generasi ini bukan hanya sekadar alat komunikasi, melainkan sudah menjadi bagian dari gaya hidup dan ruang ekspresi diri. Konsumsi konten hiburan yang tinggi (45%) menunjukkan bahwa platform seperti TikTok, YouTube, dan Instagram menjadi tempat utama mereka menghabiskan waktu luang dan mencari hiburan yang ringan, cepat, dan visual (Supratman, L. P. 2018).

Namun demikian, temuan bahwa 35% responden secara aktif mengakses konten edukatif menjadi catatan penting. Ini menandakan adanya potensi besar bagi pengembangan literasi digital dan pembelajaran informal melalui media sosial. Generasi Z menunjukkan ketertarikan untuk belajar hal-hal baru secara mandiri, baik melalui video tutorial, infografik edukatif, hingga kanal-kanal belajar daring. Fenomena ini membuka peluang bagi pendidik, kreator konten, dan institusi untuk menghadirkan materi edukasi yang menarik dan mudah diakses oleh generasi digital native ini.

Sementara itu, konten informatif menempati porsi terendah (20%) dalam konsumsi responden. Hal ini mengindikasikan bahwa meskipun informasi aktual penting, minat terhadap berita dan informasi terkini masih kalah dibandingkan dengan konten hiburan dan edukasi. Rendahnya konsumsi konten informatif juga dapat dikaitkan dengan rendahnya literasi media di kalangan remaja, yang cenderung menghindari konten berat atau dianggap membosankan. Padahal, akses

terhadap informasi aktual sangat penting untuk membentuk generasi yang kritis dan melek isu sosial.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil analisis data dan pembahasan maka diperoleh kesimpulan sebagai berikut:

1. Pengaruh Signifikan Konten Digital terhadap Perilaku Generasi Z Konten digital memainkan peran penting dalam membentuk pola perilaku dan preferensi Generasi Z dalam menggunakan media sosial. Sebagai generasi yang lahir dan tumbuh di era teknologi, mereka sangat akrab dengan media digital dan cenderung menghabiskan banyak waktu untuk mengakses konten, terutama yang bersifat hiburan, diikuti oleh konten edukatif dan informatif.
2. Media Sosial sebagai Ruang Ekspresi dan Interaksi Media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan Generasi Z, berfungsi sebagai wadah untuk berekspresi, membangun identitas diri, berkomunikasi, dan memperoleh informasi. Keterampilan mereka dalam mengoperasikan perangkat digital sejak usia dini memperkuat peran media sosial sebagai sarana utama dalam aktivitas keseharian.
3. Literasi Digital dan Dampak Negatif Konten Meskipun media digital membuka peluang pembelajaran dan kreativitas, paparan terhadap konten yang tidak mendidik dapat menurunkan kualitas berpikir kritis dan memengaruhi perilaku sosial secara negatif. Rendahnya minat terhadap konten informatif mengindikasikan kebutuhan mendesak akan penguatan literasi digital dan pendampingan dalam penggunaan media secara sehat dan bertanggung jawab.

SARAN

beberapa saran yang dapat diajukan adalah sebagai berikut :

1. Peningkatan Literasi Digital pemerintah, institusi pendidikan, dan organisasi nonformal diharapkan meningkatkan program literasi digital yang tidak hanya mengenalkan teknologi, tetapi juga menanamkan nilai-nilai etika digital, kemampuan berpikir kritis, serta keterampilan dalam menyaring dan memproduksi konten secara positif.
2. Kolaborasi dengan Kreator Konten Positif Kolaborasi antara pembuat kebijakan dan kreator konten dapat mendorong produksi konten digital edukatif dan informatif yang dikemas dengan cara menarik sesuai dengan karakteristik Generasi Z.

DAFTAR PUSTAKA

Cahyono, A. S. (2021). Pengaruh media sosial terhadap perilaku remaja. *Jurnal Komunikasi Digital*, 9(2), 145–158.

Codrington, G., & Grant-Marshall, S. (2004). *Mind the gap!*. Penguin Books.

- Detikinet. (2025). Jumlah pengguna media sosial di Indonesia tembus 143 juta. Diakses dari <https://inet.detik.com>
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). Perilaku Generasi Z terhadap penggunaan media sosial TikTok: TikTok sebagai media edukasi dan aktivisme. *Share: Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Generasi Z. (2022, 11 Juni). *Wikipedia*. https://id.wikipedia.org/wiki/Generasi_Z
- Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI). (2023). *Media sosial*. Diakses dari <https://kbbi.kemdikbud.go.id>
- Kaplan, A. M., & Haenlein, M. (2010). Users of the world, unite! The challenges and opportunities of social media. *Business Horizons*, 53(1), 59–68. <https://doi.org/10.1016/j.bushor.2009.09.003>
- Mayssara, A. A., & Hassanin, S. A. (2014). Pengaruh karakteristik Generasi Z terhadap motivasi belajar mahasiswa Pendidikan Agama Islam angkatan 2017 & 2018 Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. *Paper Knowledge. Toward a Media History of Documents*.
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif* (Edisi Revisi). Remaja Rosdakarya
- Prensky, M. (2001). Digital natives, digital immigrants. *On the Horizon*, 9(5), 1–6. <https://doi.org/10.1108/10748120110424816>
- Sukirman. (2017). Digital native: Antara peluang dan tantangan dalam pendidikan. *Jurnal Teknologi Pendidikan*, 19(2), 111–120.
- Sukirman. (2017). Peningkatan atmosfer belajar siswa generasi digital native melalui pembelajaran berbasis game. *Seminar Nasional Kedua Pendidikan Berkemajuan dan Menggembirakan*, 21–30. <http://publikasiilmiah.ums.ac.id/handle/11617/9601>
- Supratman, L. P. (2018). Penggunaan media sosial oleh digital native. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(1), 47–60. <https://doi.org/10.24002/jik.v15i1.1243>
- We Are Social & Meltwater. (2025). *Digital 2025: Indonesia overview*. Retrieved from <https://datareportal.com/reports/digital-2025-indonesia>

