

Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z

Kartini Sikumbang¹, Widya Ramadhina², Emi Riska Yani³, Della Arika⁴, Nazmi Hayati⁵, Nur Aini Hasibuan⁶, Bagus Gigih Permana⁷

^{1,2,3,4,5,6,7}Universitas Islam Negeri Sumatera Utara, Jl. Lap Golf No. 120, Kp Tengah, Kec. Pancur Batu Kabupaten Deli Serdang, Sumatera Utara
kartinisikumbang86@gmail.com

Abstract

Instagram is a popular social media platform and is used by many people, including generation Z. This platform offers various features that support users in spreading content, interacting with friends, and building social networks. In recent years, Instagram has become a very popular platform among generation Z. This platform offers various interesting features, such as short video displays (IGTV), various content formats (carousel, album, and hybrid video), and interactive features such as stories and interactions with friends (likes, comments and shares). Therefore, Instagram is an ideal place for young people to interact socially and promises interesting content. This platform allows users to display their content creatively and interact with friends, either directly directing friends through comments and likes, or through the interactive feature Instagram Stories. In this context, we will discuss how Instagram's features influence the way generation Z interacts socially, as well as how this platform has become an important tool in their daily lives. Additionally, we'll discuss how users can optimize their Instagram experience to increase social interactions and build a strong network. In the results of this research, we will discuss the use of Instagram by generation Z in various aspects, from the features used to successful marketing strategies. By understanding the role of social media Instagram in social interaction in generation Z, we can conclude that Instagram has the potential to become a very important tool in the life and rise of generation Z in the digital world.

Keywords: Instagram, Generation Z, Social Interaction

Abstrak

Instagram adalah salah satu platform sosial media yang populer dan digunakan oleh banyak orang, termasuk generasi Z. Platform ini menawarkan berbagai fitur yang mendukung pengguna dalam menyebarkan konten, berinteraksi dengan teman, dan membangun jaringan sosial. Dalam beberapa tahun terakhir, Instagram telah menjadi platform yang sangat populer di antara generasi Z. Platform ini menawarkan berbagai fitur yang menarik, seperti penampilan video singkat (IGTV), berbagai format konten (carousel, album, dan video hybris), dan fitur interaktif seperti story dan interaksi dengan teman (like, komentar, dan share). Dengan demikian, Instagram menjadi tempat yang ideal untuk pemuda berinteraksi sosial dan menjajikan konten yang menarik. Platform ini memungkinkan pengguna untuk menampilkan konten mereka secara kreatif dan mendapatkan interaksi dengan teman, baik secara langsung mengarah teman melalui komentar dan like, maupun melalui fitur interaktif Instagram Stories. Dalam konteks ini, kita akan membahas bagaimana fitur-fitur Instagram mempengaruhi cara generasi Z berinteraksi sosial, serta bagaimana platform ini menjadi alat yang penting dalam kehidupan sehari-hari mereka. Selain itu, kita akan membahas bagaimana pengguna dapat mengoptimalkan pengalaman Instagram untuk meningkatkan interaksi sosial dan membangun jaringan yang kuat. Dalam hasil penelitian ini, kita akan membahas penggunaan Instagram oleh generasi Z dalam berbagai aspek, mulai dari fitur yang digunakan hingga strategi pemasaran yang sukses. Dengan memahami peranan media sosial Instagram dalam interaksi sosial pada generasi Z, kita dapat menyimpulkan bahwa Instagram sangat berpotensi menjadi alat yang sangat penting dalam kehidupan dan kebangkitan generasi Z di dunia digital.

Kata Kunci: Instagram, Generasi Z, Interaksi Sosial

Copyright (c) 2023 Kartini Sikumbang, Widya Ramadhina, Emi Riska Yani, Della Arika, Nazmi Hayati, Nur Aini Hasibuan, Bagus Gigih Permana

✉ Corresponding author: Kartini Sikumbang

Email Address: kartinisikumbang86@gmail.com (Jl. Lap Golf No. 120, Kab. Deli Serdang, Sumatera Utara)

Received 19 Desember 2023, Accepted 26 Desember 2023, Published 3 Januari 2024

PENDAHULUAN

Media sosial adalah alat komunikasi di mana pengguna media daring dapat dengan mudah berbagi, membuat, dan berpartisipasi dalam konten. Putri, Nurwati, dan S. Media sosial juga merupakan tempat media berkonsentrasi pada eksistensi penggunanya, menurut Van Dijk (Nasrullah, 2015). Istilah "media sosial" sering digunakan untuk merujuk pada jenis media baru yang memungkinkan orang berpartisipasi secara interaktif (Manning, 2014). Sekarang orang dapat berinteraksi satu sama lain dalam skala besar lebih mudah daripada sebelumnya karena munculnya teknologi digital dan seluler. Akibatnya, interaktivitas adalah inti dari fungsi media baru. Satu orang sekarang dapat berbicara dengan banyak orang, dan ada kemungkinan umpan balik instan. Sekarang orang-orang dan pelanggan memiliki suara yang lebih banyak dan tidak teredam daripada sebelumnya. (Manning, 2014)

Salah satu perkembangan internet adalah media sosial. Kamera smartphone yang bagus memungkinkan banyak orang melakukan aktivitas baru yang menyenangkan; orang dapat dengan mudah mengambil gambar di mana pun dan kapan pun dan kemudian menguploadnya ke media sosial. Beberapa jenis media sosial yang paling populer adalah Instagram, Facebook, Twitter, Path, dan Path. Instagram adalah aplikasi berbagi foto di mana pengguna dapat mengambil foto, menggunakan filter digital, dan membagikannya ke berbagai layanan jejaring sosial.

Hasil penelitian sebuah perusahaan riset dan analisis dari Inggris Masyarakat Indonesia senang menggunakan Instagram untuk mencari inspirasi, berbagi petualangan, dan mengikuti tren terbaru. Komunitas pertama di ponsel juga telah menghasilkan hasil bisnis yang signifikan bagi perusahaan besar maupun kecil di Indonesia. Sembilan puluh tujuh persen pengguna Instagram selalu menuliskan komentar dan menandai teman-teman mereka; dan sembilan puluh tujuh persen menggunakan mesin pencari untuk mencari informasi lebih lanjut. (Prihatiningsih, 2017)

Media sosial bukan ruang pribadi melainkan ruang publik bagi remaja. Berdasarkan observasi mereka bisa menghabiskan waktu ber jam-jam untuk menggunakan media sosial, entah itu untuk meng-upload atau berbagi gambar, foto, video, hanya sekedar melihat-lihat, berkomentar di akun temannya. Penelitian ini ingin mendeskripsikan kebutuhan bermedia yang didapat remaja pada media sosial instagram.

Orang-orang yang lahir dimulai dari tahun 2001 sampai tahun 2010 disebut juga dengan generasi Z. Karakteristik generasi ini adalah mereka tumbuh ketika teknologi sudah berkembang pesat, dimana personal komputer, ponsel pintar, internet dan juga perangkat gaming sudah lumrah digunakan. Generasi Z banyak menghabiskan waktu untuk berselancar di internet, seperti di 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 kebiasaan menggunakan teknologi sehingga banyak yang kecanduan. Generasi Z juga dikenal sebagai generasi yang serba instan. Menginginkan hasil yang instan dan menyebabkan kemunculan teknologi *artificial intelligent* yang dapat membuat semua hal menjadi mudah. Karena kecendrungannya akan sesuatu yang cepat,

generasi Z juga banyak menemukan cara baru yang lebih efisien dalam mengerjakan sesuatu yang mana hal ini juga merupakan inovasi baru yang lahir karena kebiasaan ini. (Zis et al., 2021)

Instagram merupakan salah satu platform yang populer dan digunakan oleh hampir semua generasi Z. Gen Z cenderung menggunakan Instagram sebagai alat untuk membangun identitas digital, personal branding, dan ruang untuk menjadi diri mereka sendiri. Mereka juga menikmati konten yang menghibur, terlibat dalam aksi sosial, dan dapat mempersonalisasi identitas digital mereka melalui platform ini.

Beberapa penelitian juga menyoroti bahwa Instagram memainkan peran dalam pembentukan identitas diri Gen Z dan bahwa Gen Z memiliki hubungan kompleks dengan media sosial seperti Instagram. Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa Instagram memengaruhi cara Gen Z memahami diri mereka dan berinteraksi dengan dunia di sekitar mereka.

METODE

Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif Menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong, penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2010).

Adapun pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini adalah pendekatan deskriptif Secara keseluruhan teknik analisis data yang dilakukan diawali dengan pengumpulan data dengan cara kajian dokumen dan literature review, reduksi data dan memilah informasi sesuai dengan tujuan penelitian, serta pengambilan kesimpulan. Adapun untuk validasi data peneliti menggunakan cara triangulasi. Triangulasi dalam pengujian kredibilitas ini diartikan sebagai pengecekan data dari berbagai sumber dengan berbagai cara, dan berbagai waktu. Dengan demikian terdapat triangulasi sumber, triangulasi teknik pengumpulan data dan triangulasi waktu.

HASIL DAN DISKUSI

Instagram

Instagram berasal dari kata "insta" atau "instan" yang terinspirasi dari kamera polaroid yang dulunya terkenal dengan sebutan "foto instan". Instagram awalnya hanya berfungsi sebagai platform untuk berbagi foto, tetapi seiring waktu, Instagram pun kini bisa dijadikan sebagai ajang untuk membuat konten video, upload video, insta story, dan masih banyak yang lainnya. Instagram menjadi sangat populer dan memiliki jutaan pengguna di seluruh dunia karena seringnya memberikan fitur yang inovatif untuk para penggunanya. Pada tanggal 9 April 2012, Facebook mengakuisisi Instagram senilai hampir \$1 miliar. Saat ini, Instagram memiliki fitur-fitur seperti Profesional Dashboard, Recently Delete, Matikan Video dan Audio ketika Live, Live Room, Reel Remix, Security Check Up, dan Insta Story. (Agianto et al., 2020)

Dalam beberapa tahun terakhir, Instagram telah berkembang pesat dan menjadi platform media sosial yang populer, diikuti oleh berbagai kelompok pengguna, termasuk remaja, millennium muda,

dan pelaku bisnis. Instagram pertama kali diluncurkan pada bulan Oktober 2010 oleh Kevin Systrom dan Mike Krieger sebagai aplikasi check-in mobile bernama Burbn, Inc.

Instagram memiliki 2 miliar pengguna aktif tiap bulannya, yang menjadikan instagram platform sosial media terbanyak berdasarkan jumlah penggunanya di dunia. Instagram banyak digunakan oleh generasi Z salah satunya adalah karena Instagram merupakan platform sosial media visual yang ideal untuk menampilkan produk dan berbagai jenis konten multimedia, banyaknya fitur yang bisa digunakan menjadi daya tarik tersendiri.

Saat ini instagram bukan lagi sebagai alat komunikasi, namun menjadi platform aktualisasi diri yang populer. Seiring dengan populernya instagram makin banyak pula bermunculan *influencer*, atau yang kerap disebut sebagai selebriti instagram. Mereka adalah yang memiliki banyak followers di instagram dan banyak yang mengidolakan mereka. Bidang yang digeluti juga bermacam-macam, seperti beauty, makanan, fashion, pendidikan, story telling dan masih banyak lagi.

Akibat banyaknya influencer yang bermunculan juga turut berpengaruh pada interaksi sosial bagi generasi Z, karena kecendrungan generasi Z untuk menirukan apa yang dilihat. Sebagian besar generasi Z melek informasi, artinya adalah dapat memilah informasi yang benar dan tidak benar hal ini dikarenakan teknologi yang sudah berkembang pesat dan generasi Z mampu mengoperasikannya dengan baik.

Penelitian menunjukkan bahwa Instagram memiliki pengaruh yang signifikan pada generasi Z. Platform ini tidak hanya berfungsi sebagai media untuk berbagi foto dan video, tetapi juga telah menjadi sarana penting bagi influencer dan selebriti internet untuk mempromosikan berbagai produk, termasuk produk fashion. Generasi Z cenderung menghabiskan waktu yang signifikan untuk mengakses dan berinteraksi dengan konten di Instagram, sehingga endorsement dan promosi produk oleh influencer dapat memengaruhi preferensi dan keputusan pembelian mereka. (Sumartono et al., 2015)

Selain itu, Instagram juga mempengaruhi pola komunikasi generasi Z, terutama melalui fitur Direct Message (DM), yang digunakan secara aktif untuk berinteraksi dengan idola mereka. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa Instagram memainkan peran penting dalam membentuk preferensi, keputusan pembelian, dan pola komunikasi generasi Z.

Berhasilnya Instagram menjadi platform media sosial populer berkembang pesat ini disebabkan oleh beberapa faktor, yaitu :

1. Fungsi Mobile: Instagram merupakan platform social media yang berbasis aplikasi mobile, sehingga mudah digunakan dimana saja
2. Fleksibilitas: Instagram memungkinkan pengguna untuk membagikan konten tanpa harus diedit dan rekayasa, sehingga memudahkan pembagian konten
3. Visualisasi: Manusia memang lebih mudah untuk menyaring informasi melalui visual dibandingkan teks, sehingga marketing visual menjadi populer
4. Format Persegi: Instagram menarik perhatian dengan format persegi yang nyaman untuk mata,

yang menarik audiens muda

5. Fitur Inovatif: Instagram sering memberikan fitur yang inovatif untuk para pengguna, seperti berbagai tingkatan akses, pengalaman berbeda untuk pengguna berbagai usia, dan fitur yang memungkinkan pengguna untuk menghubungkan dengan audiens yang luas
6. Pemasaran dan Promosi: Instagram menjadi alat yang efektif untuk memasarkan produk dan layanan, karena memiliki audiens yang luas dan berpotensi beli
7. Integrasi dengan Instagram Stories: Instagram Stories memungkinkan pengguna untuk mengunggah foto dan video sementara dan mengizinkan mereka untuk menanggapi konten Stories dengan mengirimkan foto dan lengkap dengan efek Instagram.

Media sosial, termasuk Instagram, memiliki pengaruh yang signifikan bagi remaja Generasi Z. Beberapa dampaknya termasuk kemungkinan terlibat dalam cyber-bullying, kecanduan media sosial, perubahan gaya komunikasi, dan potensi terlibat dalam perilaku konsumtif. Generasi Z cenderung terbuka terhadap berbagai informasi, namun juga rentan terhadap dampak negatif seperti kecanduan internet dan kurangnya kedisiplinan. Sebuah penelitian juga menyoroti pengaruh intensitas penggunaan Instagram dan konformitas terhadap perilaku konsumtif di kalangan Generasi Z. Oleh karena itu, penting untuk memahami dan mengelola pengaruh media sosial, termasuk Instagram, secara bijaksana dalam kehidupan remaja Generasi Z. (Afandi, 2020)

Generasi Z

Generasi Z adalah kelompok demografis yang mengantikan Generasi Milenial dan sebelum Generasi Alfa. Mereka lahir pada rentang tahun 1997 sampai dengan tahun 2012. Generasi Z dikenal sebagai generasi yang tumbuh dan berkembang pada era teknologi yang terus berkembang, sehingga teknologi dan media sosial menjadi bagian penting dari kehidupan mereka. Generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dari generasi sebelumnya, seperti milenial, dengan kecenderungan untuk lebih sensitif terhadap isu-isu sosial dan lingkungan

Mereka juga sering dianggap memiliki mental yang lemah atau manja karena sensitif dengan perubahan, namun hal ini bukan berarti mereka lebih rentan terhadap masalah kesehatan mental daripada generasi lain.

Generasi Z memiliki beberapa karakteristik, yaitu :

1. kecendrungan terhadap teknologi dan media sosial. Hal ini disebabkan oleh mereka hidup di era teknologi yang sudah berkembang pesat, dan mereka cenderung menggunakan media sosial secara aktif.
2. FOMO (*Fear of Missing Out*) yaitu takut ketinggalan tren yang ada. Hal ini tidak hanya berlaku untuk tren yang ada tetapi juga takut ketinggalan oleh pencapaian orang lain. Sehingga hal ini menyebabkan tingginya tingkat stress oleh generasi Z.
3. Keterampilan sosial dan pola pikir terbuka: Generasi Z cenderung memiliki keterampilan sosial yang berbeda dan pola pikir terbuka, namun juga mungkin kesulitan dalam mengelola tekanan dan mengekspresikan ketidakpuasan mereka dengan cara yang berbeda, termasuk dengan

mengeluh.

Pengaruh Instagram terhadap Interaksi Sosial Generasi Z

Kegiatan sosial yang melibatkan pertemuan masih berlangsung di kalangan gen Z namun jika dibandingkan dengan generasi sebelumnya seperti milenial, dan boomer maka frekuensinya mengalami penurunan. Hal ini disebabkan oleh banyaknya gen Z yang lebih individualis dan cenderung menyukai ruang lingkup pertemanan yang kecil dan hanya yang sepemahaman olehnya saja.

Salah satu aspek penting dari kegiatan sosial Gen Z adalah peran mereka dalam aktivisme daring. Mereka menggunakan media sosial dan Internet untuk menyuarakan pandangan mereka tentang isu-isu sosial dan politik.

Selain daripada itu, berdasarkan survei yang dilakukan, mayoritas generasi Z dan milenial di Indonesia menunjukkan tingkat kesadaran dan kepedulian yang tinggi terhadap isu perubahan iklim. Hasil survei Indikator Politik Indonesia bersama dengan Yayasan Indonesia Cerah menunjukkan bahwa tingkat kesadaran akan isu perubahan iklim sangat besar, dengan 82% responden generasi Z dan milenial menilai pemerintah harus berbuat lebih banyak untuk mengatasi masalah ini. Selain itu, survei lain juga menunjukkan bahwa sebanyak 77,4% anak muda di Indonesia tertarik dengan isu lingkungan hidup, dengan 81,1% responden juga beranggapan bahwa masalah perubahan iklim dalam kondisi darurat. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa sebagian besar generasi Z di Indonesia menunjukkan kepedulian yang tinggi terhadap isu perubahan iklim.

Generasi Z juga dikenal berani untuk menyuarakan pendapat. Mereka sering dianggap memiliki kepekaan dan perhatian besar terhadap isu-isu kesehatan mental, serta diakui sebagai pembawa perubahan yang berani bermimpi, menyuarakan pendapat, dan mengambil tindakan. Meskipun demikian, ada juga pandangan yang menyebutkan bahwa jarang ditemukan Generasi Z yang berani untuk menyuarakan pendapatnya dalam mengkritik pemerintah, terutama di media sosial.

Generasi Z tumbuh dalam era saat mereka memiliki akses langsung ke berbagai informasi dan memiliki kebebasan berpendapat di media sosial memberikan platform untuk diskusi yang lebih terbuka dan menciptakan pemahaman yang lebih mendalam tentang isu-isu tersebut, oleh sebab itu mereka lebih ekspresif dan berani menyuarakan pendapat dan kritiknya. Generasi Z juga menunjukkan minat yang besar dalam kegiatan amal dan sukarela. Mereka terlibat dalam berbagai proyek sukarela dan kegiatan amal, baik di tingkat lokal maupun global. Kegiatan ini sering kali didokumentasikan dan dibagikan di media sosial untuk menginspirasi yang lain. (Khrishnanto & Adriansyah, 2021)

Adanya media sosial instagram juga merupakan salah satu promosi yang efektif untuk melakukan campaign berupa relawan. Karena empati yang tinggi yang dimiliki oleh generasi Z maka banyak kegiatan yang membutuhkan sukarelawan banyak diikuti oleh generasi Z.

Generasi Z cenderung tertarik pada berbagai kegiatan volunteering yang dapat meningkatkan keterlibatan mereka dalam membuat perubahan positif. Beberapa kegiatan volunteering yang cocok

untuk Gen Z termasuk :

1. Konservasi lingkungan: Melibatkan diri dalam kegiatan yang bertujuan menjaga kelestarian lingkungan dan alam.
2. Pemberdayaan masyarakat: Menjadi relawan untuk program-program pemberdayaan dan kesejahteraan masyarakat.
3. Pendidikan: Terlibat dalam kegiatan relawan sebagai guru atau mentor untuk anak-anak.
4. Kegiatan virtual: Menjadi relawan virtual dalam berbagai bidang, seperti administrasi, pemasaran, pengumpulan dana, dan penerjemahan.

Generasi Z menghadapi beberapa kekhawatiran akibat penggunaan Instagram. Salah satunya adalah dampak negatif terhadap kesehatan mental. Menurut laporan dari Jurnal Kesehatan Anak dan Remaja, penggunaan media sosial seperti Instagram telah dikaitkan dengan peningkatan risiko depresi, kecemasan, dan gangguan makan pada remaja. Selain itu, kecanduan media sosial juga menjadi perhatian, dengan penelitian yang menunjukkan bahwa penggunaan berlebihan dapat berdampak negatif pada kesejahteraan psikologis. Selain itu, kekhawatiran tentang citra tubuh dan tekanan untuk menampilkan kehidupan yang sempurna juga merupakan masalah yang sering muncul di kalangan pengguna Instagram. (Sumartono et al., 2015)

Dalam survei Global Gen Z yang dilakukan pada tahun 2022, McKinsey mensurvei lebih dari 42 miliar responden di 16 negara. Mereka ditanyai tentang topik mental, fisik, sosial, dan spiritual. Kerugian pertama adalah dampak negatif dari media sosial. Gen Z tampaknya memiliki distribusi dampak positif dan negatif yang relatif sama (32% dan 27%), berbeda dengan generasi sebelumnya yang memiliki distribusi dampak positif yang relatif lebih besar (37%). Sebagai contoh, mitokondria memiliki 36% dampak positif dibandingkan dengan 19% dampak negatif. Generasi baby boomer terdiri dari sekitar 34% dan 9% dari populasi, dibandingkan dengan Gen X yang hanya 35% dan 14%. (Erlianti, 2020)

Survei McKinsey Health Institute menemukan bahwa Gen Z merupakan kelompok yang paling sering menggunakan media sosial dan melaporkan keadaan kesehatan mental yang buruk, dengan 21% dari mereka di Indonesia melaporkan kondisi tersebut. Selain daripada itu, akibat dari penggunaan teknologi yang berlebihan dapat mendorong generasi Z kehilangan kemampuan untuk berinteraks dan bersosialisasi secara langsung.

Berbagai faktor mempengaruhi perilaku anti-sosial pada Generasi Z, antara lain:

1. Faktor internal: Emosi, intelegensi, kesehatan, jenis kelamin, dan kedudukan dalam keluarga dapat mempengaruhi terjadinya perilaku anti-sosial
2. Pengaruh teknologi: Generasi Z, yang lahir dalam rentang tahun kelahiran 1995-2010, telah terpapar kemajuan teknologi sejak lahir, sehingga mereka memiliki ketergantungan yang tinggi pada teknologi dan internet
3. Penggunaan teknologi khususnya smartphone dapat mendorong kehilangan kemampuan untuk berinteraksi dan bersosialisasi secara tatap

4. Faktor eksternal: Kondisi eksternal, seperti adanya media yang intens, pengaruh sosial budaya yang sifatnya unik terhadap individu, dan ketegangan antara kebudayaan dan struktursosial, dapat mengakibatkan perilaku yang menyimpang
5. Pendidikan dan kesempatan: Generasi Z mengalami perubahan dalam pendidikan dengan menggunakan teknologi seperti e-learning atau blended learning, yang mungkin mempengaruhi perilaku anti-sosial. (Istiani & Islamy, 2020)

Generasi Z memiliki hubungan yang kompleks dengan media sosial, terutama Instagram. Mereka cenderung menggunakan Instagram sebagai platform favorit karena fokusnya pada konten visual, yang memungkinkan mereka untuk berbagi foto dan video, mengikuti influencer, dan mengekspresikan diri melalui cerita dan postingan. Selain itu, media sosial, termasuk Instagram, juga digunakan oleh Generasi Z sebagai sumber informasi dan berita, serta sebagai alat ekspresi diri. Namun, penelitian juga menunjukkan bahwa penggunaan media sosial, termasuk Instagram, dapat memiliki dampak negatif pada kesehatan mental Generasi Z, dengan sebagian dari mereka menghabiskan waktu yang cukup lama di platform tersebut. (Irwanto & Hariatiningsih, 2019)

KESIMPULAN

Dalam jurnal ini, kita membahas peranan media sosial Instagram terhadap interaksi sosial pada generasi Z. Berikut ini adalah beberapa kesimpulan penting yang diperoleh dari penelitian: Instagram, sebagai salah satu platform media sosial yang populer, telah menjadi alat yang sangat efektif dalam meningkatkan keterlibatan dan interaksi sosial pada generasi Z. Platform ini memungkinkan pengguna untuk menyebarkan konten dan berkomunikasi dengan mudah, baik secara individu maupun bersamaan. Kedua, penggunaan Instagram telah mempengaruhi cara generasi Z dalam menjajaki hidup mereka, termasuk dalam aspek interaksi sosial. Platform ini menyediakan berbagai fitur yang memungkinkan pengguna untuk menyejajikan detail kehidupan mereka, mendukung eksplorasi identitas, dan membangun jaringan sosial yang lebih luas. Ketiga, dalam konteks penelitian yang diberikan, kita mengidentifikasi beberapa fitur Instagram yang mempengaruhi interaksi sosial pada generasi Z, seperti photo tagging, geotagging, dan interaksi komentar. Kita menemukan bahwa fitur-fitur ini mempengaruhi cara pengguna berinteraksi satu sama lain dan meningkatkan keterlibatan mereka dalam platform. Keempat, beberapa strategi penetapan yang dapat diambil Instagram untuk meningkatkan interaksi sosial meliputi penggunaan potongan video dan berbagai fitur yang memungkinkan pengguna untuk berkomunikasi secara lebih interaktif dan menjawab keterlibatan pengguna lain. Kelima, dalam beberapa kasus, kita melihat bagaimana fitur Instagram, seperti geotagging dan photo tagging, memungkinkan pengguna untuk mengembangkan jaringan sosial dan mendukung eksplorasi identitas mereka, baik dalam ruang publik maupun pribadi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa Instagram memiliki peranan penting dalam interaksi sosial pada generasi Z dan menawarkan peluang untuk peningkatan keterlibatan dan berinteraksi satu sama lain melalui fitur yang menarik dan inovatif yang ditawarkan oleh platform.

REFERENSI

- Afandi, I. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Interaksi Sosial (Studi Kasus Pada Remaja Usia 16-19 Tahun di Wilayah Kelurahan Karang Timur Kecamatan Karang Tengah Kota Tangerang). *Repository.Uinjkt.Ac.Id.* http://repository.uinjkt.ac.id/dspace/handle/123456789/51042%0Ahttp://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/51042/1/1113015000067_Ikhwan Afandi - Ikhwan Afandi.pdf
- Agianto, R., Setiawati, A., & Firmansyah, R. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Gaya Hidup dan Etika Remaja. *Tematik*, 7(2), 130–139. <https://doi.org/10.38204/tematik.v7i2.461>
- Erlianti, G. (2020). Pola Perilaku Pencarian Informasi Generasi Z Berperspektif Ellisian. *AL Maktabah*, 5(1), 1. <https://doi.org/10.29300/mkt.v5i1.3135>
- Irwanto, I., & Hariatiningsih, L. R. (2019). Aktivitas Santap dan Minum Generasi Z pada Media Sosial Instagram. *Mediator: Jurnal Komunikasi*, 12(2), 141–154. <https://doi.org/10.29313/mediator.v12i2.5048>
- Istiani, N., & Islamy, A. (2020). Fikih Media Sosial Di Indonesia. *Asy Syar'Iyyah: Jurnal Ilmu Syari'Ah Dan Perbankan Islam*, 5(2), 202–225. <https://doi.org/10.32923/asy.v5i2.1586>
- Khrishananto, R., & Adriansyah, M. A. (2021). Pengaruh Intensitas Penggunaan Media Sosial Instagram dan Konformitas Terhadap Perilaku Konsumtif di Kalangan Generasi Z. *Psikoborneo: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 9(2), 323. <https://doi.org/10.30872/psikoborneo.v9i2.5973>
- Prihatiningsih, W. (2017). Motif Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Remaja. *Communication*, 8(1), 51. <https://doi.org/10.36080/comm.v8i1.651>
- Sumartono, Fitria, & Melita, E. (2015). Dampak Online Shop Di Instagram Dalam Shopaholic Di Samarinda. *E-Jurnal Ilmu Komunikasi*, 1(3), 117–128.
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>