

BAB I

PENDAHULUAN

1.1. Latar Belakang

Komunikasi adalah aktivitas manusia yang sangat penting, tidak hanya dalam organisasi, tapi juga dalam kehidupan manusia secara umum. Manusia akan berinteraksi dengan sesama, dengan melakukan komunikasi. Komunikasi dapat dilakukan mulai dari yang sederhana sampai yang kompleks, kini teknologi telah merubah cara manusia berkomunikasi secara drastis. Komunikasi menjadi peranan terpenting bagi kehidupan manusia dalam berinteraksi di kehidupannya sehari-hari. Salah satunya komunikasi yang terjadi didalam lingkungan terkecil, yaitu keluarga. Tentu di dalam komunikasi, *feedback* sangat diharapkan untuk mencapai tujuan yang dimaksud dalam berkomunikasi.

Pada umumnya setiap orang dapat berkomunikasi satu sama lain, tidak hanya makhluk individu tetapi juga makhluk sosial yang selalu mempunyai kebutuhan untuk berkomunikasi dengan sesama. Namun tidak semua orang dapat terampil dalam berkomunikasi. Oleh sebab itu dibutuhkan beberapa cara dalam menyampaikan informasi. Berdasarkan cara menyampaikan informasi dapat dibedakan menjadi komunikasi verbal dan nonverbal, sedangkan komunikasi berdasarkan perilaku dapat dibedakan menjadi komunikasi formal, komunikasi informal, dan komunikasi non formal.

Berdasarkan cara penyampaian informasi seperti komunikasi verbal yaitu (lisan) yaitu, yang terjadi secara tidak langsung akibat dibatasi oleh jarak contohnya seperti telepon. Komunikasi nonverbal (tertulis) yaitu, naskah yang biasanya digunakan untuk menyampaikan kabar yang bersifat kompleks. Kini teknologi sudah semakin maju termasuk teknologi komunikasi yang mudah diakses pada perangkat seluler. Kegunaan media komunikasi telah menjadi kebutuhan penting di era digital saat ini dalam kehidupan sehari-hari, salah satunya untuk menjalin koneksi komunikasi jarak jauh karena lebih efisien.

Gaya komunikasi merupakan aspek penting dalam membangun relasi dan menyampaikan informasi secara efektif. Dalam konteks komunikasi interpersonal,

gaya komunikasi mencakup cara seseorang memilih kata, menyusun kalimat, mengekspresikan emosi, hingga menafsirkan pesan nonverbal seperti gestur, ekspresi wajah, dan intonasi (Tubs & Moss, 2008). Perkembangan media sosial telah memperluas definisi gaya komunikasi ke bentuk-bentuk digital seperti penggunaan emoji, stiker, voice note, meme, dan caption yang ringkas. Media sosial memberikan dampak yang signifikan terhadap hubungan interpersonal, terutama di kalangan Generasi-Z. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan media sosial oleh kaum muda dapat mengurangi interaksi mereka dengan keluarga. Media sosial diketahui mempengaruhi empati dan keterampilan interpersonal (Utomo, P.S & Rusmawati, 2019).

Media sosial memiliki peran yang sangat penting dalam kehidupan manusia, termasuk kalangan anak muda seperti Gen-Z. Media sosial sangat berpengaruh pada kehidupan sehari-hari Gen-Z. Media sosial tidak hanya sebagai alat komunikasi, tetapi juga dapat digunakan untuk mengekspresikan diri, berkreasi, dan gaya komunikasi mereka. Menurut Denis McQuail (2010), dalam *McQuail's Mass Communication Theory*, media massa tidak hanya berfungsi sebagai sarana penyampaian informasi, tetapi juga memiliki kemampuan untuk membentuk pengetahuan, sikap, persepsi, serta perilaku individu melalui paparan pesan yang diterima secara terus-menerus. Dalam konteks perkembangan media digital, media sosial seperti TikTok dan Instagram menjadi bagian dari media massa modern yang menyampaikan informasi dalam bentuk teks, gambar, audio, maupun video yang dapat memengaruhi cara berpikir dan berinteraksi para penggunanya. Semakin sering individu terpapar oleh pesan-pesan yang disampaikan melalui media sosial, semakin besar pula kemungkinan terjadinya perubahan pada cara berkomunikasi dalam kehidupan sehari-hari.

Berdasarkan pandangan McQuail tersebut, media sosial tidak hanya dimanfaatkan sebagai media hiburan dan berbagi informasi, tetapi juga menjadi ruang yang membentuk pola komunikasi penggunanya. Generasi Z sebagai kelompok yang tumbuh bersama perkembangan teknologi digital merupakan pengguna media sosial yang sangat aktif. Intensitas penggunaan TikTok dan Instagram memungkinkan Generasi Z memperoleh berbagai bentuk informasi,

bahasa, simbol visual, maupun gaya penyampaian pesan yang kemudian berpotensi memengaruhi gaya komunikasi mereka, baik dalam komunikasi verbal maupun nonverbal.

Fenomena tersebut juga terlihat pada anggota Ekstrakurikuler Kabaret Potret SMA Negeri 19 Kota Bandung. Sebagai Generasi Z yang aktif menggunakan TikTok dan Instagram, mereka tidak hanya memanfaatkan media sosial untuk memperoleh hiburan, tetapi juga sebagai referensi dalam berkomunikasi dan berekspresi. Penggunaan istilah yang sedang tren, penyampaian pendapat, penggunaan ekspresi nonverbal, hingga cara memberikan respons dalam percakapan menunjukkan adanya perubahan yang diduga dipengaruhi oleh paparan media sosial. Kondisi ini menjadi dasar penting untuk mengkaji apakah media sosial benar-benar memberikan pengaruh terhadap gaya komunikasi Generasi Z.

Cara atau gaya komunikasi terkadang lebih menjadi penting daripada konten komunikasi. Banyak orang memahami konten dengan baik tetapi pesan komunikasinya tidak sampai atau tidak diterima orang lain karena ketidakmampuan dalam menyampaikan pesan tersebut. Setiap orang akan menggunakan gaya komunikasi yang berbeda ketika marah, kesal, senang, sedih, tertarik, atau bosan. Seperti seseorang yang berbicara dengan sahabat baiknya, orang yang baru dikenal, dan dengan anak-anak tentu akan berbicara dengan gaya yang berbeda-beda.

Masing-masing gaya komunikasi terdiri dari sekumpulan perilaku komunikasi yang dipakai untuk mendapatkan respon atau tanggapan tertentu dalam situasi tertentu. Kesesuaian dari gaya komunikasi yang digunakan bergantung pada maksud sender dan harapan dari penerima pesan. Pada aspek gaya komunikasi untuk sebuah konten menurut Norton yaitu, *Impression Leaving* yaitu kemampuan seorang komunikator dalam membentuk kesan pada pendengarnya. *Friendly* yaitu komunikator bersikap ramah dan sopan saat sedang menyampaikan pesan kepada penerima pesan (Ayuningtyas F & Surbakti G, 2025).

Generasi-Z telah menggunakan media sosial seperti Instagram dan TikTok, sebagai platform utama berbagi konten untuk berinteraksi, dan berpartisipasi dalam aktivitas sosial. Gen-Z adalah generasi yang lahir setelah Gen Milenial, Gen-Z lahir pada tahun 1997-2012. Jarak dan waktu kehadiran mereka di bumi ini merupakan

rentangan waktu dengan perkembangan teknologi yang sangat maju, dan berbeda dengan kelahiran generasi sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa Gen-Z merupakan generasi yang tumbuh dan berkembang begitu erat dengan kemajuan teknologi masa kini.

Mereka tumbuh dalam era di mana teknologi digital telah merasuki setiap aspek kehidupan sehari-hari, mulai dari komunikasi, hiburan, belajar, serta pekerjaan. Adanya *gadget*, internet, media sosial, dan inovasi teknologi lainnya menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan mereka.

Gen-Z cenderung memanfaatkan teknologi sebagai alat untuk mengeksplorasi dunia, mengekspresikan diri, dan berinteraksi dengan orang lain. Mereka tidak hanya menggunakan teknologi untuk alat komunikasi, tetapi juga sebagai *platform* untuk menciptakan konten, mengembangkan keterampilan, mencari wawasan dan ilmu, bahkan mempengaruhi perubahan sosial (Ahmad, K.R dkk, 2024).

Perkembangan teknologi informasi membawa perubahan dalam lingkungan kehidupan. Lahirnya media sosial menjadikan pola perilaku pada kehidupan, mengalami pergeseran baik budaya, etika, dan norma yang ada. Media sosial adalah sebuah media online, yang penggunaanya bisa dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan sebuah konten seperti blog, konten media sosial, forum di dunia virtual merupakan media sosial yang paling umum digunakan.

Media sosial merupakan bagian yang tak terpisahkan bagi kehidupan sehari-hari Gen-Z. Selain sebagai media komunikasi, media sosial juga menjadi pilihan utama untuk memenuhi kebutuhan informasi. Banyaknya informasi di media sosial seperti TikTok dan Instagram, memungkinkan Gen-Z melakukan pencarian yang mereka inginkan, termasuk dalam hal informasi yang muncul pada beranda.

Gen-Z melakukan pencarian di media sosial dengan cara *scrolling* melalui halaman beranda atau FYP TikTok maupun Instagram mereka. Tentunya Gen-Z harus bijak memanfaatkan waktunya dengan berusaha untuk menemukan informasi, penemuan informasi melalui *scrolling* didapatkan karena media sosial merupakan jejaring yang memungkinkan pengguna terhubung antara satu dengan lainnya.

Media sosial tentunya memiliki dampak positif maupun negatif tersendiri. Adapun dampak positifnya yaitu, dengan media sosial kita dapat dengan mudah berinteraksi dengan siapa saja termasuk artis favorit kita yang juga menggunakan media sosial pada umumnya seperti TikTok dan Instagram. Media sosial juga bisa membuat kita memiliki banyak koneksi dan jaringan yang luas, tentunya hal ini berdampak positif bagi orang yang ingin mendapatkan teman, pasangan, atau koneksi lainnya dari tempat yang jauh atau bahkan negara asing.

Media sosial memberikan sarana baru bagi manusia dalam mengekspresikan diri. Orang biasa, pemalu, atau yang selalu gugup mengungkapkan pendapat di depan umum, akhirnya mampu menyuarakan diri mereka dengan bebas. Penyebaran informasi dapat berlangsung secara cepat, dengan media sosial siapapun dapat menyebarkan informasi baru kapan saja, sehingga orang lain juga dapat memperoleh informasi yang tersebar di media sosial kapan saja.

Adapun dampak negatif pada media sosial yaitu, dapat menjauhkan orang-orang yang sudah dekat dan sebaliknya. Orang yang terjebak dalam media sosial memiliki kelemahan besar yaitu beresiko mengabaikan orang-orang di kehidupannya sehari-hari. Interaksi tatap muka pun cenderung menurun karena mudahnya berinteraksi melalui media sosial, membuat seseorang semakin malas untuk bertemu secara langsung dengan orang lain.

Konten apapun saat ini sangat mudah diakses melalui media sosial yang umum digunakan seperti TikTok dan Instagram. Paparan media sosial yang terjadi secara simultan dan berulang-ulang bertindak sebagai *stimulus* kuat yang menuntut adanya respons psikologis maupun perilaku dari audiens. Kecenderungan Generasi-Z dalam melakukan *scrolling* tanpa batas memicu proses imitasi sosial secara tidak sadar. Gaya bicara *pada influencer*, tren penggunaan istilah baru, hingga cara merespon argumen di kolom komentar media sosial, secara perlahan diadopsi oleh remaja ke dalam struktur komunikasi nyata mereka sehari-hari.

Fenomena ini terlihat pada komunitas remaja yang aktif dalam berorganisasi dan mengandalkan kemampuan olah vokal serta tubuh, seperti halnya para anggota aktif dan alumni Ekstrakurikuler Kabaret Potret 19 SMAN 19 Kota Bandung. Subjek penelitian ini akan berfokus pada siswa dan alumni ekskul Kabaret Potret

19 yang termasuk Generasi-Z pada SMA Negeri 19 Kota Bandung. Ekstrakurikuler Kabaret Potret merupakan salah satu wadah pengembangan minat dan bakat siswa di bidang seni pertunjukan (*performing arts*) yang berada di SMA Negeri 19 Kota Bandung, Jalan Ir. H. Juanda No. 286, Dago. Kata “Potret” dalam komunitas ini merupakan singkatan dari “Pondok Teater dan Kabaret”.

Sejak awal didirikan, ekskul ini berfokus pada pelestarian dan pengembangan kesenian kabaret yaitu sebuah bentuk teater modern yang memadukan unsur drama, tarian, komedi, musik, dan teknik penyelarasan suara (*lipsync* atau *audio mixing*), salah satu pendiri awal Potret 19 ini adalah Aming Suganda yang sekarang menjadi aktor dan komedian terkenal di Indonesia, pada awal terbentuknya komunitas ini bernama “Kasebel” singkatan dari “Kabaret Sembilan Belas”, namun seiring berjalannya waktu sempat beberap kali mengalami perubahan nama yang pada akhirnya menjadi sebuah nama yang banyak dikenal orang luar yaitu “Potret 19”. Di lingkungan SMAN 19 Bandung, Kabaret Potret dikenal sebagai salah satu ekstrakurikuler yang paling dinamis, memiliki basis massa yang besar, serta struktur keorganisasian yang solid yang mengikat hubungan antara anggota aktif (siswa) dengan para alumni lintas angkatan.

Sebagai komunitas seni pertunjukan, Kabaret Potret memiliki karakteristik unik dalam gaya komunikasinya. Anggota organisasi ini tidak hanya dituntut memiliki kemampuan acting di atas panggung, tetapi juga kepekaan komunikasi interpersonal yang tinggi dalam proses produksi sebuah pertunjukan, seperti proses *brainstorming* naskah, latihan fisik, koreografi hingga manajemen panggung. Hal ini membentuk budaya organisasi yang ekspresif, terbuka, dan adaptif terhadap perkembangan tren digital, termasuk pemanfaatan media sosial (seperti TikTok dan Instagram) sebagai sarana karya dan ruang interaksi sosial antar anggota.

Adapun perbedaan pada pengaruh media sosial pada masing-masing karakteristik gender. Selain fokus pada variabel terpaan media digital dan gaya komunikasi interpersonal, penting untuk mempertimbangkan dimensi gender sebagai aspek sosio-demografis yang memediasi bagaimana stimulus media sosial diterima dan direspon oleh Generasi-Z. Secara teoritis, preferensi penggunaan media sosial serta ekspresi komunikasi interpersonal dipengaruhi oleh perbedaan

gender. Menurut perspektif komunikasi gender, perempuan cenderung menggunakan platform berbasis visual (seperti TikTok dan Instagram) dengan tingkat keterikatan emosional dan interaksi sosial yang lebih tinggi, serta lebih peka terhadap tren visual dan ekspresi emosional. Sebaliknya, laki-laki cenderung memanfaatkan media digital untuk orientasi informasi atau fungsional tertentu, namun tetap memperlihatkan fleksibilitas dan keterbukaan responsif dalam pola komunikasi nyata. Integrasi variabel gender dalam Tinjauan Pustaka ini menjadi landasan teoritis yang krusial untuk menjelaskan variasi implikasi empiris, di mana dinamika terpaan media sosial dan respons gaya komunikasi dianalisis secara komparatif berdasarkan jenis kelamin responden anggota Ekskul Kabaret Potret.

Berdasarkan pemaparan di atas, terdapat kesenjangan yang nyata antara media sosial TikTok dan Instagram oleh Generasi-Z dengan pembentukan gaya komunikasi mereka di dalam organisasi dan kehidupannya. Guna mengisi celah penelitian tersebut dan membuktikan pengaruh antar variabel ini secara empiris, maka diperlukan sebuah pembatasan dan penegasan masalah.

1.2. Rumusan Masalah

“Seberapa besar pengaruh media sosial TikTok dan Instagram terhadap gaya komunikasi Generasi-Z di SMA Negeri 19, Kota Bandung?”

1.3. Identifikasi Masalah

Berdasarkan uraian latar belakang yang telah dipaparkan, identifikasi masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Seberapa besar pengaruh kualitas Informasi di media sosial TikTok dan Instagram terhadap gaya komunikasi pada anggota Ekskul Potret Generasi-Z?
2. Seberapa besar pengaruh daya tarik visual di media sosial TikTok dan Instagram terhadap gaya komunikasi pada anggota Ekskul Potret Generasi-Z?
3. Seberapa besar pengaruh intensitas paparan media sosial TikTok dan Instagram terhadap gaya komunikasi pada anggota Ekskul Potret Generasi-Z?

1.4. Tujuan Penelitian

Sesuai dengan pertanyaan yang diajukan, tujuan dari penelitian ini adalah untuk:

1. Mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh kualitas Informasi di media sosial TikTok dan Instagram terhadap gaya komunikasi anggota Ekskul Potret SMAN 19 Kota Bandung.
2. Mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh daya tarik visual di media sosial TikTok dan Instagram terhadap gaya komunikasi anggota Ekskul Potret SMAN 19 Kota Bandung.
3. Mengetahui dan menganalisis besarnya pengaruh intensitas paparan media sosial TikTok dan Instagram terhadap gaya komunikasi anggota Ekskul Potret SMAN 19 Kota Bandung.

1.5. Kegunaan Penelitian

Diharapkan hasil dari penelitian ini dapat menjadi sumber informasi yang bermanfaat bagi pembaca mengenai pengaruh media sosial dan dapat menjadi data acuan bagi penelitian selanjutnya.

1.5.1. Kegunaan Akademis

Pada penelitian ini diharapkan dapat berguna bagi:

1. Bagi seluruh mahasiswa sebagai penambah wawasan ilmu komunikasi yang berkaitan dengan pengaruh media sosial TikTok dan Instagram terhadap gaya komunikasi Gen-Z. Hasil penelitian ini dapat menjadi referensi bagi peneliti selanjutnya yang mengkaji pengaruh konvergensi media sosial terhadap dinamika perilaku remaja atau kelompok organisasi kemahasiswaan.

1.5.2. Kegunaan Praktis

Bagi Generasi-Z, diharapkan:

1. penelitian ini memberikan kesadaran dan pemahaman tentang bagaimana sumber informasi yang mereka konsumsi di media sosial secara tidak langsung membentuk gaya komunikasi mereka.

2. Bagi responden anggota Potret 19, memberikan refleksi kritis agar para anggota dan alumni bersikap lebih bijak dan selektif terhadap arus stimulus media digital, serta mampu menempatkan gaya komunikasi yang efektif baik di ranah panggung maupun kehidupan nyata.
3. Bagi Lembaga Pendidikan SMAN 19 Bandung, memberikan Potret data empiris mengenai perilaku komunikasi siswa saat ini, guna membantu pihak sekolah menyusun pola pembinaan karakter berbasis literasi digital.

