

## **Pengalaman Penggunaan Media Sosial dalam Memaknai Perubahan Sosial: Studi Kualitatif Deskriptif Pada Generasi Milenial dan Z di Kota Medan**

**Winda Kustiawan<sup>1</sup>, Andini<sup>2</sup>, Roni Syahputra<sup>3</sup>, Anisa Fitri<sup>4</sup>, Terbit Rizkinta Ginting<sup>5</sup>**

<sup>1,2,3,4,5</sup> Dakwah dan Komunikasi, Universitas Islam Negeri Sumatera Utara

e-mail: [Windakustiawan@gmail.com](mailto:Windakustiawan@gmail.com)<sup>1</sup>, [ndanadawiyah@gmail.com](mailto:ndanadawiyah@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[ronisyahputraroni@gmail.com](mailto:ronisyahputraroni@gmail.com)<sup>3</sup>, [anisafitri1758@gmail.com](mailto:anisafitri1758@gmail.com)<sup>4</sup>, [terbitrizkinta21@gmail.com](mailto:terbitrizkinta21@gmail.com)<sup>5</sup>

### **Abstrak**

Penelitian ini bertujuan untuk memahami pengalaman pengguna media sosial dari Generasi Milenial dan Generasi Z dalam memaknai perubahan sosial di era digital, khususnya di Kota Medan. Latar belakang penelitian ini didasari oleh minimalnya kajian mendalam mengenai bagaimana generasi muda memaknai fenomena sosial melalui media sosial dalam konteks lokal. Metode yang digunakan adalah pendekatan deskriptif kualitatif dengan teknik purposive sampling terhadap 10 partisipan aktif media sosial dari kedua generasi tersebut. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam dan diskusi kelompok terfokus (FGD), kemudian dianalisis menggunakan analisis tematik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial berperan penting sebagai media refleksi dan negosiasi identitas sosial, dengan Generasi Z lebih dipengaruhi oleh konten digital dan influencer, sementara Generasi Milenial cenderung lebih kritis dan reflektif terhadap perubahan sosial. Temuan ini juga mengungkap dampak media sosial terhadap budaya, perilaku sosial, dan pola konsumsi generasi muda, serta tantangan seperti tekanan sosial dan fenomena Fear of Missing Out (FOMO). Penelitian ini memberikan kontribusi penting dalam pengembangan strategi komunikasi sosial yang relevan dan efektif bagi generasi muda di Kota Medan.

**Kata kunci:** *Media Sosial, Perubahan Sosial, Generasi Milenial, Generasi Z, Era Digital*

### **Abstract**

This research aims to understand the experiences of social media users from the Millennial Generation and Generation Z in interpreting social change in the digital era, especially in Medan City. The background of this research is based on the lack of in-depth studies on how young generations interpret social phenomena through social media in a local context. The method used is descriptive qualitative approach with purposive sampling technique to 10 active social media participants from both generations. Data were collected through in-depth interviews and focus group discussions (FGDs), then analyzed using thematic analysis. The results show that social media plays an important role as a medium for reflection and negotiation of social identity, with Generation Z being more influenced by digital content and influencers, while Millennials tend to be more critical and reflective of social change. The findings also reveal the impact of social media on young people's culture, social behavior and consumption patterns, as well as challenges such as social pressure and the Fear of Missing Out (FOMO) phenomenon. This research makes an important contribution to the development of relevant and effective social communication strategies for the younger generation in Medan City.

**Keywords :** *Social Media, Social Change, Millennial Generation, Generation Z, Digital Age*

### **PENDAHULUAN**

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, khususnya media sosial, telah membawa perubahan signifikan dalam berbagai aspek kehidupan masyarakat. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi dan hiburan, tetapi juga menjadi ruang baru bagi interaksi sosial, pembentukan identitas, serta penyebaran informasi yang cepat dan luas. Di Indonesia, pengguna media sosial terus meningkat pesat; data menunjukkan bahwa lebih dari

setengah penduduk Indonesia aktif menggunakan berbagai platform media sosial seperti YouTube, WhatsApp, dan Facebook, yang semakin memperkuat peran media sosial dalam kehidupan sehari-hari (Taufik 2020).

Perilaku masyarakat sangat dipengaruhi oleh perubahan ini. Media sosial mengubah gaya hidup dan pola interaksi sosial masyarakat dan memungkinkan orang untuk kembali terhubung dengan teman lama, menjalin hubungan baru, dan berbagi berbagai jenis konten seperti foto, suara, dan video. Namun kemudahan ini juga mengubah norma, budaya, dan etika yang berlaku. Misalnya, perbedaan antara ruang pribadi dan publik menjadi tidak jelas karena kehidupan pribadi pengguna media sosial menjadi lebih terbuka. Di Indonesia, media sosial memiliki dampak yang sangat beragam (Fauziah, Saputri, and Herlambang 2024). Di sisi lain, media sosial membantu orang berkomunikasi dengan lebih mudah, memperluas jaringan sosial, dan membuka peluang bisnis online gratis. Banyak komunitas baru membentuk hubungan sosial dan kesempatan ekonomi yang lebih besar. Media sosial juga membantu pemerintah dan lembaga negara menyampaikan aspirasi, menjadikan komunikasi lebih terbuka dan adil (Prasanti and Fuady 2023).

Media sosial juga menimbulkan dampak negatif yang perlu diwaspadai. Penyebaran informasi palsu atau hoax menjadi masalah serius karena berita dapat disebar dengan cepat tanpa adanya verifikasi yang mampu. Hal ini menimbulkan panas, prasangka, dan potensi perpecahan dalam masyarakat. Selain itu, kemudahan akses informasi pribadi membuka peluang bagi tindakan penipuan dan kejahatan siber. Media sosial juga sering digunakan untuk menyebarkan kebencian, kebencian, dan hasutan yang dapat mengancam keharmonisan sosial. Bahkan, penggunaan media sosial yang tidak terkendali dapat menimbulkan konflik dalam keluarga, seperti konflik dan keretakan hubungan, yang berdampak negatif terutama pada anak-anak (Asmawati 2021). Kurangnya interaksi langsung dengan lingkungan sekitar juga menunjukkan perubahan perilaku masyarakat. Kepekaan sosial dan tatap komunikasi muka menurun karena banyak orang yang lebih fokus pada ponsel mereka saat berada di tempat umum.

Anak-anak dan remaja, sebagai generasi penerus, juga mengalami dampak negatif seperti kecanduan media sosial, kurangnya perhatian terhadap lingkungan mereka, dan kesulitan berkomunikasi dengan orang tua mereka. Mereka lebih suka mengungkapkan diri mereka di internet dan sering membagikan masalah pribadi mereka secara terbuka, yang dapat membahayakan kesehatan mental dan privasi mereka. Selain itu, prinsip budaya orang Indonesia telah diubah oleh media sosial. Karena berkomentar tentang kebebasan, yang kadang-kadang disertai kritik tajam, hinaan, atau makian tanpa mempertimbangkan etika, budaya sopan santun mulai berubah. Selain itu, perspektif masyarakat berubah.

Saat ini, orang tidak lagi menganggap pertemuan langsung atau silaturahmi penting karena komunikasi dapat dilakukan secara virtual. Hal ini dapat menyebabkan gaya hidup yang lebih tertutup dan eksklusif (Jie et al. 2023). Secara keseluruhan, masyarakat Indonesia terkena dampak besar dan kompleks dari fenomena media sosial. Media sosial dapat menjadi alat yang sangat bermanfaat untuk meningkatkan interaksi sosial, memperluas wawasan, dan mendukung kemajuan ekonomi digital jika digunakan dengan bijak dan penuh. Namun, jika digunakan tanpa pengawasan dan kontrol yang cukup, media sosial juga dapat berdampak buruk secara sosial, budaya, dan psikologis. Oleh karena itu, masyarakat, pemerintah, dan berbagai pihak terkait harus bekerja sama untuk mengelola penggunaan media sosial sehingga memaksimalkan manfaatnya dan meminimalkan risikonya.

Generasi Milenial dan Generasi Z merupakan generasi yang tumbuh bersama dengan kemajuan teknologi digital, generasi milenial dan generasi Z adalah kelompok usia yang paling sering menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Mereka melihat dan menanggapi perubahan sosial melalui media sosial. Generasi Z, khususnya mereka yang lahir antara pertengahan 1990-an dan awal 2010-an, sangat mengandalkan platform seperti Instagram, TikTok, dan Snapchat untuk berkomunikasi, berekspresi, dan mengakses informasi dari berbagai sumber di seluruh dunia. Mereka tidak hanya menggunakan media sosial untuk berinteraksi secara pribadi, tetapi juga untuk membangun identitas digital, berpartisipasi dalam diskusi, dan berpartisipasi dalam gerakan sosial yang berdampak pada norma sosial yang berlaku. Dengan demikian, media sosial menjadi medium utama yang membentuk cara generasi ini berpartisipasi dan berkontribusi dalam dinamika sosial modern (Kadir 2022). Milenial, di sisi lain, menunjukkan

penggunaan media sosial yang tinggi; Platform yang mereka sukai seperti YouTube, WhatsApp, dan Facebook adalah tempat utama mereka berkomunikasi dan berbagi informasi. Generasi kedua ini menggunakan media sosial sebagai alat untuk mengakses berita, mengikuti tren, dan terlibat dalam isu-isu sosial dan politik secara real-time. Generasi Z, misalnya, aktif menggunakan media sosial untuk mengakses konten politik, berbicara tentang masalah sosial, dan mendorong perubahan melalui kampanye digital yang menyebar ke seluruh dunia (Arief, Lestari, and Rachim 2024).

Generasi ini berinteraksi sosial melalui media sosial, yang menggantikan komunikasi secara langsung dengan pesan instan, komentar, dan tanda suka. Ini menciptakan dinamika sosial baru di mana pengakuan sering diukur dari jumlah pengikut atau suka. Namun, penggunaan media sosial yang berlebihan juga membawa masalah seperti kecanduan, kehilangan kesopanan dan norma sosial, dan risiko cyberbullying yang dapat membahayakan kesehatan mental dan hubungan sosial mereka. Meski demikian, media sosial tetap menjadi platform utama bagi Generasi Z dan Milenial untuk mengekspresikan diri, belajar, dan berpartisipasi aktif dalam membentuk budaya digital dan sosial di era modern (Pratama et al. 2024). Oleh karena itu, Generasi Milenial dan Generasi Z tidak hanya menggunakan media sosial tetapi juga menciptakan tren dan norma baru, menjadikan media sosial sebagai bagian penting dari kehidupan sosial, budaya, dan politik mereka (Sikumbang et al. 2024).

Namun penelitian mendalam tentang perubahan sosial masih jarang dilakukan, terutama di lingkungan lokal seperti Kota Medan. Semua kelompok sosial memiliki cara dan perspektif yang berbeda-beda untuk menangani fenomena sosial. Latar belakang budaya, ekonomi, dan sosial mempengaruhi cara ini. Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk memahami perubahan sosial yang terjadi di era digital saat ini dengan melihat pengalaman subjektif pengguna media sosial dari Generasi Milenial dan Generasi Z di Kota Medan. Penelitian ini dilakukan dengan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mendapatkan pemahaman yang lebih baik tentang cara pengguna media sosial melihat perubahan sosial dan bagaimana media sosial berfungsi sebagai alat untuk berpikir dan berbicara tentang identitas sosial. Hasil penelitian ini diharapkan dapat membantu menciptakan pendekatan pengembangan komunikasi sosial yang lebih sesuai dengan kebutuhan generasi muda saat ini (Milyane et al. 2022).

## **METODE**

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam dan rinci tentang pengalaman pengguna media sosial Generasi Milenial dan Generasi Z dalam memahami perubahan sosial di era digital. Metode deskriptif kualitatif memungkinkan peneliti menggunakan narasi dan pengalaman subjek penelitian untuk menggambarkan fenomena sosial secara kontekstual tanpa menggunakan data kuantitatif (Rahmayanti 2023).

Studi ini dilakukan di Kota Medan, khususnya di daerah Jalan Bromo dan Mandala, yang memiliki banyak pengguna media sosial. Pengguna media sosial yang aktif dari Generasi Milenial (lahir 1981–1996) dan Generasi Z (lahir 1997–2012) yang tinggal di Kota Medan adalah subjek penelitian ini. Untuk memilih partisipan yang relevan dan memiliki pengalaman yang signifikan dalam menggunakan media sosial terkait perubahan sosial, metode sampling purposive digunakan. Jumlah peserta adalah sepuluh, dengan pembagian generasi yang seimbang. Untuk memastikan data akurat, wawancara mendalam dan diskusi kelompok terfokus (FGD) digunakan untuk mengumpulkan data; wawancara mendalam mengeksplorasi makna subjektif dan pengalaman pengguna media sosial secara mendalam, dan diskusi kelompok terfokus dicatat dan ditranskripsikan secara verbatim untuk memastikan keakuratan data.

Analisis tematik digunakan untuk menganalisis data FGD dan hasil wawancara. Pengkodean data, pembagian kode ke dalam tema-tema utama, dan pembuatan narasi deskriptif yang menggambarkan bagaimana pengguna media sosial memaknai perubahan sosial adalah semua bagian dari proses analisis. Analisis tematik dipilih karena mampu memberikan hasil yang menyeluruh dan sistematis dalam memahami pola-pola makna yang muncul dari data (Damayanti, Priharsari, and Tibyani 2021).

Penelitian ini menggunakan triangulasi sumber dan metode untuk meningkatkan validitas dan keabsahan data. Triangulasi dilakukan dengan membandingkan data dari wawancara dan fokus kelompok fokus, sedangkan member check bertujuan untuk memastikan bahwa interpretasi peneliti sesuai dengan pengalaman dan perspektif para partisipan. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran yang komprehensif tentang pengalaman subjektif pengguna media sosial dari Generasi Milenial dan Generasi Z di Kota Medan dalam memahami perubahan sosial di era komputer dan internet dengan menggunakan metodologi ini.

## HASIL DAN PEMBAHASAN

Penelitian ini menemukan bahwa pengalaman pengguna media sosial di Kota Medan dari Generasi Milenial dan Generasi Z sangat beragam dalam memahami dan menafsirkan perubahan sosial yang terjadi di era digital. Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat untuk berkomunikasi dan bersantai, tetapi juga berfungsi sebagai tempat untuk menyebarkan dan menyebarkan identitas sosial. Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa faktor-faktor yang mempengaruhi persepsi pengguna terhadap informasi fenomena sosial.

Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi dan hiburan; bagi kedua generasi ini, ia telah berkembang menjadi ruang yang lebih kompleks dan multifungsi, di mana mereka menggunakannya untuk berekspresi secara kreatif, berinteraksi dengan teman dan keluarga, dan mendapatkan informasi terbaru. Namun lebih dari itu, media sosial juga berfungsi sebagai media refleksi, di mana pengguna dapat memikirkan identitas mereka sendiri dalam konglomerasi orang lain (Arianto 2024). Dalam proses kehidupan sosial di era digital, pengguna media sosial dari Generasi Milenial dan Generasi Z sering kali menggunakan platform ini untuk membentuk dan menegosiasikan identitas sosial mereka. Misalnya, melalui unggahan foto, status, atau komentar, mereka dapat menunjukkan siapa mereka sebenarnya, nilai-nilai yang mereka pegang, serta kelompok sosial atau komunitas yang mereka ingin identifikasi. Proses ini sangat penting karena identitas sosial yang terbentuk di media sosial dapat memengaruhi bagaimana mereka dipandang oleh orang lain dan bagaimana mereka memahami posisi mereka dalam masyarakat.

Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai tempat berinteraksi dan mengekspresikan diri, tetapi juga menjadi sumber informasi utama, yang berdampak pada cara Generasi Milenial dan Generasi Z melihat berbagai fenomena sosial. Melalui konten yang mereka bagikan di platform seperti Instagram, Twitter, Facebook, dan TikTok, mereka mendapatkan berita, pendapat, dan berbagai perspektif. Hal ini menyebabkan pemahaman mereka tentang masalah sosial, politik, budaya, dan ekonomi akhirnya dibentuk dan disesuaikan dengan informasi yang mereka peroleh dari media sosial. Namun karena media sosial sangat dinamis dan terkadang penuh dengan informasi yang tidak dapat dipastikan, pemahaman mereka tentang fenomena sosial juga dapat sangat bervariasi dan kompleks (Ahdiyanti and Waluyati 2021).

Studi ini juga menekankan perbedaan dalam cara kedua generasi ini menggunakan media sosial. Generasi milenial, yang tumbuh selama transisi dari era analog ke digital, cenderung menggunakan media sosial dengan lebih selektif dan kritis. Di sisi lain, Generasi Z, yang lahir dan besar di era digital, lebih terbiasa dengan kecepatan informasi dan menggunakan berbagai fitur media sosial secara intensif. Perbedaan ini mempengaruhi cara mereka melihat perubahan sosial dan mengembangkan identitas mereka di dunia maya.

### ***Perbedaan Perspektif antara Generasi Milenial dan Generasi Z***

Menurut penelitian mengenai pengaruh influencer Rachel Venny dan Fadil Jaidi di Kota Medan, Generasi Z, yang dikenal sebagai kelompok yang paling aktif menggunakan media sosial, menunjukkan respon yang signifikan terhadap konten yang dibagikan oleh influencer tersebut (Lubis 2024). Generasi Z tidak hanya sekadar mengikuti aktivitas influencer di media sosial, melainkan juga mengalami perubahan sikap dan praktik sosial yang signifikan akibat pengaruh budaya digital yang terbentuk melalui interaksi mereka di platform tersebut. Media sosial menjadi ruang di mana mereka tidak hanya mengonsumsi konten, tetapi juga aktif berpartisipasi dalam pembentukan identitas dan nilai-nilai sosial yang mereka anut. Proses ini mencerminkan transformasi cara Generasi Z memandang diri mereka sendiri dan lingkungan sosialnya, yang dipengaruhi oleh dinamika komunikasi digital yang cepat dan interaktif (Nurlaila et al. 2024).



Penggunaan media sosial oleh Generasi Z memungkinkan mereka untuk mengekspresikan diri secara kreatif dan membangun komunitas yang sejalan dengan minat dan nilai-nilai mereka. Melalui berbagai fitur seperti postingan, story, komentar, dan live streaming, mereka dapat berinteraksi secara langsung dengan influencer maupun sesama pengguna, sehingga memperkuat rasa keterikatan dan identitas sosial. Interaksi ini tidak hanya bersifat personal, tetapi juga kolektif, karena mereka turut membentuk budaya digital yang dinamis dan inklusif yang memengaruhi sikap serta perilaku sosial mereka sehari-hari (Pangaribuan et al. 2024). Selain itu, Generasi Z dimotivasi untuk berpartisipasi aktif dalam berbagai masalah sosial dan politik karena budaya digital yang dibangun di media sosial. Mereka menggunakan platform ini sebagai cara untuk menyuarakan pendapat mereka, berpartisipasi dalam kampanye sosial, dan mengorganisir aksi kolektif, baik secara online maupun offline, menunjukkan bahwa media sosial adalah wadah penting bagi Generasi Z untuk berkontribusi terhadap perubahan sosial dan memperjuangkan nilai-nilai yang mereka anggap penting. Dengan demikian, peran mereka sebagai agen perubahan sosial semakin jelas (Abidin 2025).

Perubahan sikap dan praktik sosial Generasi Z juga dipengaruhi oleh paparan mereka terhadap berbagai perspektif dan informasi yang tersedia di media sosial. Karena mereka memiliki akses yang luas dan cepat ke berbagai konten, mereka cenderung mengembangkan perspektif yang lebih kritis dan terbuka terhadap masalah sosial. Namun, hal ini juga membawa tantangan, seperti risiko terpapar informasi yang salah atau tekanan sosial yang berlebihan, sehingga Generasi Z (Wandira, Agusdianita, and Bengkulu 2024). Secara keseluruhan, media sosial bagi Generasi Z lebih dari sekedar tempat hiburan atau komunikasi; itu adalah ruang sosial yang rumit di mana perubahan sosial dimulai, identitas diri terbentuk, dan interaksi sosial terjadi. Melalui media sosial, Generasi Z mampu mengartikulasikan diri dalam budaya digital yang terus berubah sekaligus berperan aktif dalam membentuk masa depan sosial yang lebih inklusif dan memenuhi kebutuhan zaman.

Generasi milenial, di sisi lain, berbeda dari Gen Z dalam menggunakan media sosial; yang pertama cenderung menggunakannya sebagai alat utama untuk mendapatkan informasi yang akurat dan terpercaya. Bagi mereka, media sosial bukan hanya tempat hiburan; itu juga sumber penting untuk mengikuti perkembangan masalah sosial, politik, dan ekonomi di sekitar mereka. Selain itu, generasi milenial menggunakan media sosial sebagai cara untuk memperluas jaringan sosial mereka. Mereka dapat membangun koneksi dengan berbagai orang, baik secara profesional maupun pribadi, melalui berbagai platform. Mereka tidak hanya memperoleh keuntungan dalam karir dan bisnis mereka, tetapi juga memperluas wawasan dan pengalaman hidup mereka dengan berinteraksi dengan orang-orang dari berbagai latar belakang.

Generasi milenial memiliki kecenderungan yang lebih besar untuk menjadi kritis dan berpikir kritis ketika berbicara tentang masalah sosial. Mereka tidak hanya menerima informasi begitu saja; sebelum mengambil sikap, mereka harus melakukan analisis dan verifikasi. Sikap kritis ini membuat mereka lebih memilih konten yang mereka konsumsi dan sebarkan, sehingga peran mereka dalam diskusi sosial menjadi lebih bermakna dan konstruktif. Cara Generasi Milenial menyikapi perubahan sosial juga dipengaruhi oleh pengalaman hidup mereka yang lebih luas, terutama dalam hal ekonomi dan budaya. Mereka mengalami berbagai dinamika, mulai dari krisis ekonomi hingga transformasi budaya yang cepat, sehingga perspektif mereka terhadap masalah sosial menjadi lebih matang dan berimbang. Hal ini memungkinkan mereka untuk memahami masalah sosial dengan lebih baik dan menawarkan solusi yang lebih masuk akal.

Secara keseluruhan, generasi milenial menggunakan media sosial tidak hanya sebagai alat komunikasi tetapi juga sebagai alat pembelajaran dan refleksi sosial. Pandangan kritis mereka dan pengalaman hidup yang kaya menjadikan mereka agen perubahan yang bijak dan penuh kesadaran dalam menavigasi berbagai tantangan sosial di era digital.

### ***Dampak Media Sosial terhadap Perubahan Sosial dan Identitas***

Penggunaan media sosial oleh Generasi Milenial dan Generasi Z telah memberikan dampak yang signifikan terhadap cara mereka memahami dan memaknai perubahan sosial, khususnya dalam aspek budaya dan perilaku sosial. Melalui media sosial, kedua generasi ini memperoleh akses yang luas terhadap berbagai informasi dan interaksi sosial yang sebelumnya

sulit dijangkau (Hasan and Hamidah 2024). Hal ini memungkinkan mereka untuk lebih cepat mengenali dan menyesuaikan diri dengan perubahan yang terjadi di masyarakat. Media sosial berfungsi sebagai medium yang memungkinkan kedua generasi tersebut untuk aktif berpartisipasi dalam diskusi sosial.

Mereka dapat menyuarakan pendapat, berbagi pengalaman, dan terlibat dalam berbagai gerakan sosial secara lebih mudah dan luas. Selain itu, media sosial juga menjadi sarana bagi mereka untuk mengadopsi nilai-nilai baru yang berkembang, baik dalam konteks budaya, gaya hidup, maupun norma sosial yang terus berubah mengikuti perkembangan zaman (Watugigir et al. 2024).

Media sosial tidak hanya mendorong kedua generasi untuk mengadopsi nilai-nilai baru, tetapi juga mendorong mereka untuk menyesuaikan diri dengan tren dan norma yang berkembang di dunia digital. Tren seperti gaya berpakaian, bahasa, dan cara orang berinteraksi dengan orang lain sangat dipengaruhi oleh konten yang beredar di platform media sosial. Proses kondisi ini membuat perilaku sosial dinamis dan fleksibel, yang memungkinkan mereka mengikuti perkembangan budaya yang cepat (Soemarsono et al. 2024). Namun, keuntungan dari penggunaan media sosial tidak terlepas dari masalah yang muncul.

*Fear of Missing Out* (FOMO), atau ketakutan ketinggalan informasi, pengalaman, atau tren yang sedang populer di media sosial, terutama dirasakan oleh Generasi Z, yang sering merasakan tekanan untuk tetap terhubung dan aktif di internet (Fitri, Hariyono, and Arpandy 2024). Ekspektasi digital menimbulkan tekanan sosial yang signifikan bagi kedua generasi, terutama dalam hal mempertahankan identitas dan memenuhi standar sosial yang seringkali tidak realistis. Hal ini dapat menyebabkan stres, kecemasan, dan ketidakpuasan diri. Oleh karena itu, meskipun media sosial memberikan banyak manfaat dalam memaknai perubahan sosial, penting bagi pengguna untuk mengelola penggunaan media sosial secara bijak agar dampak negatif tersebut dapat diminimalkan (Hakim and Yulia 2024).

Perilaku konsumtif sangat dipengaruhi oleh media sosial, terutama di kalangan Gen Z di kota-kota medan. Generasi ini, yang tumbuh dan berkembang di era digital, sangat akrab dengan berbagai platform media sosial yang menyajikan berbagai produk, gaya hidup, dan tren terbaru. Mereka sering terdorong untuk mengikuti gaya hidup digital yang sedang populer melalui konten yang mereka lihat, seperti iklan, endorsement oleh influencer, dan unggahan teman sebaya. Hal ini menyebabkan orang ingin membeli barang atau jasa tertentu untuk mengikuti tren dan norma sosial yang berkembang di dunia maya (Asrun and Gunawan 2024). Media sosial yang mempengaruhi gaya hidup digital Generasi Z bukan hanya tentang mengikuti tren, tetapi juga tentang bagaimana Generasi Z mengelola keuangan mereka. Pengetahuan mereka tentang pengelolaan keuangan menjadi faktor penting dalam menentukan pola pengeluaran mereka, dan Generasi Z yang memiliki pemahaman yang baik tentang pengelolaan keuangan cenderung lebih bijak dalam mengatur pengeluaran meskipun mereka terpapar berbagai godaan konsumtif di media sosial. Sebaliknya, kurang pengetahuan tentang keuntungan dan kerugian yang dimiliki oleh Generasi Z (Kusumaningtyas, Oktafiah, and Mufidah 2024).

Pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumtif ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya berdampak pada hal-hal kultural seperti perubahan nilai dan norma sosial, tetapi juga masuk ke bidang ekonomi, yang menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Media sosial menjadi salah satu faktor yang mempengaruhi pola konsumsi masyarakat, khususnya generasi muda, yang mempengaruhi keuangan dan kesejahteraan mereka. Dengan kata lain, media sosial berfungsi sebagai penggerak ekonomi mikro yang mempengaruhi keputusan konsumen tentang barang-barang yang mereka beli dan gaya hidup mereka (Ohy, Kawung, and Zakarias 2020). Fenomena ini juga menimbulkan masalah sosial yang harus diperhatikan. Perilaku konsumtif yang dipicu oleh media sosial dapat menyebabkan stres dan kecemasan, serta ketimpangan sosial antara mereka yang mampu mengikuti tren dan yang tidak. Oleh karena itu, Generasi Z harus dididik tentang pengelolaan konsumsi yang sehat dan literasi keuangan (Somsom et al. 2024).

Secara keseluruhan, media sosial tidak hanya mempengaruhi cara Gen Z melihat perubahan sosial secara kultural, tetapi juga mempengaruhi aspek ekonomi dan sosial praktis dalam kehidupan mereka. Pengaruh ini mencerminkan kompleksitas interaksi antara teknologi digital, perilaku individu, dan dinamika sosial-ekonomi yang terus berkembang di era modern.

Media sosial dapat digunakan sebagai alat untuk memberi generasi muda pola konsumsi yang lebih sadar dan berkelanjutan jika digunakan dengan benar.

Penelitian ini menegaskan bahwa media sosial berfungsi sebagai ruang penting bagi Generasi Milenial dan Generasi Z untuk melakukan refleksi diri sekaligus menegosiasikan identitas sosial mereka. Melalui berbagai bentuk interaksi digital, kedua generasi ini dapat mengekspresikan diri secara bebas, membangun komunitas yang sesuai dengan minat dan nilai mereka, serta merespons perubahan sosial yang terjadi secara cepat dan real time. Temuan ini juga sejalan dengan hasil studi lain yang menunjukkan bahwa generasi muda di Medan aktif berkomunikasi dengan influencer, yang kemudian memicu perubahan budaya yang berdampak pada pengetahuan, sikap, dan praktik sosial mereka dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian ini menunjukkan bahwa metode komunikasi sosial yang efektif harus disesuaikan dengan preferensi dan kebutuhan Generasi Milenial dan Generasi Z. Sangat penting untuk menggunakan pendekatan yang relevan dan kontekstual agar pesan sosial dapat diterima dengan baik dan diinternalisasi dengan baik oleh kedua generasi tersebut, terutama di lingkungan lokal seperti Kota Medan, yang memiliki dinamika sosial dan budaya yang berbeda. Oleh karena itu, komunikasi yang dirancang harus mempertimbangkan teknologi, budaya, dan sosial yang melekat pada setiap generasi. Selain itu, dua aspek penting dalam membantu generasi muda mengelola dampak positif media sosial adalah literasi media dan keuangan. Literasi media akan membantu mereka memilah yang benar dan bermanfaat, dan literasi keuangan akan membantu mereka mengatur pengeluaran dan menghindari perilaku konsumtif informasi yang berlebihan yang disebabkan oleh media sosial.

Hasil dan diskusi penelitian ini menggabungkan hasil dari beberapa penelitian sebelumnya yang dilakukan di Kota Medan. Pendekatan multidimensi ini memungkinkan pemahaman yang lebih mendalam tentang bagaimana pengalaman pengguna media sosial memaknai perubahan sosial di era digital dan bagaimana media sosial mempengaruhi aspek budaya, sosial, dan ekonomi kehidupan sehari-hari generasi muda di kota tersebut. Oleh karena itu, penelitian ini tidak hanya menunjukkan bagaimana media sosial berfungsi sebagai media komunikasi tetapi juga sebagai tempat interaksi sosial yang rumit yang mempengaruhi identitas, sikap, dan perilaku pengguna. Penelitian ini juga pentingnya penggunaan strategi komunikasi yang fleksibel dan edukasi yang terus-menerus untuk membantu generasi muda menghadapi tantangan dan peluang di era digital.

Secara keseluruhan, hasil ini memberikan dasar penting bagi pembuat kebijakan, guru, dan praktisi komunikasi sosial untuk membuat program yang relevan dan berguna untuk membantu generasi Milenial dan Gen Z di Kota Medan menggunakan media sosial dengan baik dan bertanggung jawab atas perubahan sosial yang sedang terjadi.

## **SIMPULAN**

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memainkan peran yang signifikan dalam membentuk pemahaman dan makna perubahan sosial di kalangan Generasi Milenial dan Generasi Z di Kota Medan. Generasi kedua ini menggunakan media sosial tidak hanya sebagai cara untuk berkomunikasi dan bersantai, tetapi juga sebagai wadah untuk berpikir dan berinteraksi dengan orang lain secara dinamis. Meskipun keduanya aktif di media sosial, mereka berbeda dalam cara mereka melihat perubahan sosial: Generasi Z lebih terpengaruh oleh influencer dan konten digital, sementara Generasi Milenial cenderung lebih kritis dan reflektif terhadap masalah sosial karena pengalaman hidup mereka yang lebih luas.

Media sosial tidak hanya menjadi alat komunikasi, tetapi juga menjadi media pembentukan identitas sosial dan ruang negosiasi budaya yang dinamis. Namun, penggunaan media sosial juga membawa tantangan, seperti tekanan sosial, kecemasan akibat fenomena Fear of Missing Out (FOMO), serta resiko penyebaran informasi yang tidak akurat. Oleh karena itu, literasi digital dan kesadaran kritis sangat diperlukan agar generasi muda dapat menggunakan media sosial secara sehat dan bijak. Penelitian ini memberikan gambaran penting tentang bagaimana generasi Milenial dan Z di Kota Medan mengalami dan memaknai perubahan sosial melalui media sosial. Temuan ini diharapkan dapat menjadi dasar bagi pengembangan program edukasi literasi digital dan

strategi komunikasi sosial yang lebih efektif dan relevan dengan kebutuhan generasi muda di era digital.

Media sosial juga mempengaruhi budaya, perilaku sosial, dan pola konsumsi kedua generasi ini. Selain memberikan ruang bagi partisipasi sosial dan pembentukan identitas, media sosial juga menimbulkan tantangan seperti tekanan sosial dan fenomena Fear of Missing Out (FOMO), khususnya pada Generasi Z. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan strategi komunikasi sosial yang sesuai dengan karakteristik dan kebutuhan masing-masing generasi, serta meningkatkan upaya untuk memenuhi kebutuhan dan karakteristik masing-masing generasi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa pemaknaan perubahan sosial melalui media sosial adalah proses yang kompleks yang dipengaruhi oleh berbagai faktor budaya, ekonomi, dan sosial. Media sosial menjadi arena penting bagi generasi muda di Kota Medan untuk mengekspresikan diri, beradaptasi dengan perkembangan zaman, dan membangun identitas sosial yang relevan dengan era digital. Hasilnya membantu membangun metode komunikasi sosial yang lebih baik dan relevan untuk menghadapi dinamika perubahan sosial di era komputer dan internet.

## DAFTAR PUSTAKA

- Abidin, Rofiq. 2025. "Konsumsi Media Sosial Generasi Z Menentukan Perubahan Perilaku Sosial Keluarga Muslim Masa Kini." *Journal of Comprehensive Science* 4(4): 1336–44.
- Ahdiyanti, Istika, and Ida Waluyati. 2021. "Perilaku Keberagamaan Dan Fenomena Media Sosial Tik-Tok Pada Generasi Z." *Sosioreligius: Jurnal Ilmiah Sosiologi Agama* 6(2): 74–83.
- Arianto, Tomi. 2024. *Realitas Budaya Masyarakat Urban*. Cetakan Pe. ed. Septriani. Sumatera Barat: Yayasan Tri Edukasi Ilmiah.
- Arief, Iriyani Astuti, Indra Lestari, and Muh. Djufri Rachim. 2024. "Partisipasi Politik Generasi Z Pada New Media Menjelang Pemilihan Gubernur Sulawesi Tenggara 2024." *Journal Publicuho* 7(4): 2297–2308.
- Asmawati, Luluk. 2021. "Peran Orang Tua Dalam Pemanfaatan Teknologi Digital Pada Anak Usia Dini." *Jurnal Obsesi: Jurnal Pendidikan Anak Usia Dini* 6(1): 82–96.
- Asrun, Nicky Armayfa, and Ade Gunawan. 2024. "Pengaruh Gaya Hidup Dan Media Sosial Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Z Di Kota Medan Dengan Literasi Keuangan Sebagai Media Intervening." *Jurnal Manajemen Bisnis dan Keuangan* 5(1): 173–86.
- Damayanti, Anindya Agustina, Diah Priharsari, and Tibyani Tibyani. 2021. "Analisis Kualitatif Penggunaan Media Sosial Terhadap Bisnis Usaha Mikro, Kecil, Dan Menengah (UMKM)." *Jurnal Pengembangan Teknologi Informasi dan Ilmu Komputer* 5(8): 3316–23.
- Fauziah, Isna Nadifah Nur, Selly Ade Saputri, and Yusuf Tri Herlambang. 2024. "Teknologi Informasi: Dampak Media Sosial Pada Perubahan Sosial Masyarakat." *Indo-MathEdu Intellectuals Journal* 5(1): 757–66.
- Fitri, Hidayatul, Dyta Setiawati Hariyono, and Ghea Amalia Arpandy. 2024. "Pengaruh Self-Esteem Terhadap Fear Of Missing Out (Fomo) Pada Generasi Z Pengguna Media Sosial." *Jurnal Psikologi* 1(4): 21.
- Hakim, Aulia Nur, and Leni Yulia. 2024. "Dampak Teknologi Digital Terhadap Pendidikan Saat Ini." *Jurnal Pendidikan Sosial dan Humaniora* 3(1): 145–63.
- Hasan, Muhammad Syahrul, and Fauziyah Hamidah. 2024. "Budaya Tabligh Di Media Sosial: Nilai Spiritual Terhadap Tabligh Ustadz Hanan Attaki Di Media Instagram Pada Generasi Z Di Indonesia." 03(02): 95–114.
- Jie, Brenky et al. 2023. "Pemanfaatan Dan Dampak Penggunaan Teknologi Informasi Pada Bidang Sosial." *Journal of Information System and Technology* 04(02): 392–97.
- Kadir, Nuryadi. 2022. "Media Sosial Dan Politik Partisipatif : Suatu Kajian Ruang Publik, Demokrasi Bagi Kaum Milenial Dan Gen Z." *RESIPROKAL: Jurnal Riset Sosiologi Progresif Aktual* 4(2): 180–97.
- Kusumaningtyas, Evira, Yufenti Oktafiah, and Eva Mufidah. 2024. "Pengaruh Gaya Hidup Terhadap Pengelolaan Keuangan Melalui Literasi Keuangan Sebagai Variabel Intervening Pada Generasi Z Di Kota Pasuruan." *Jurnal Akuntansi dan Manajemen Bisnis* 4(2): 133–39.



- Lubis, Annisa Chairani. 2024. "Generation Z Generation Z's Response in Medan City to Social Media Instagram Influencers (A Case Study of Rachel Venny and Fadil Jaidi's Followers)." *Kanal: Jurnal Ilmu Komunikasi* 12(2): 98–108.
- Milyane, Tita Melia et al. 2022. *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Pertaman. ed. Aas Masruroh. Bandung: Widina Bhakti Persada Bandung (CV. Widina Media Utama).
- Nurlaila, Cindy, Qurrotul Aini, Sharla Setyawati, and April Laksana. 2024. "Dinamika Perilaku Gen Z Sebagai Generasi Internet." 1: 95–102.
- Ohy, Grafita, Evelin J R Kawung, and Jhon D Zakarias. 2020. "Perubahan Gaya Hidup Sosial Masyarakat Pedesaan Akibat Globalisasi Di Desa Rasi Kecamatan Ratahan Kabupaten Minahasa Tenggara." *Jurnal Holistik* 13(3): 1–16.
- Pangaribuan, Irawati et al. 2024. "Penggunaan Media Sosial Oleh Generasi Z : Implikasi Terhadap Perubahan Budaya Dan Norma Sosial." *Jurnal Ilmu Sosial dan Humaniora* 2(5): 289.
- Prasanti, Ditha, and Ikhsan Fuady. 2023. "Strategi Komunikasi Dalam Kesiapan Menghadapi Bencana Longsor Bagi Masyarakat Di Bandung Barat Studi Kasus Tentang Strategi Komunikasi Dalam Kesiapan Menghadapi Bencana Longsor Bagi Masyarakat Kawasan Pertanian Di Kaki Gunung Burangrang, Kab.Bandung B." *Jurnal Komunikasi* 11(2): 135.
- Pratama, Bryan, Moch Hafidz, Arsy Nabawi, and Camelia Gladis Febrianti. 2024. "Peran Sosial Media Dalam Mengubah Pandangan Norma Kesopanan Pada Generasi Z." *Seminar Nasional Ilmu-ilmu Sosial*: 427–32.
- Rahmayanti, Santi Dwi. 2023. "Kecenderungan Perilaku Narsistik Pada Pengguna Media Sosial." Universitas Katolik Soegijapranata.
- Sikumbang, Kartini et al. 2024. "Peranan Media Sosial Instagram Terhadap Interaksi Sosial Dan Etika Pada Generasi Z." *Journal on Education* 6(2): 11029–37.
- Soemarsono, Anisa Andiana Wulandari, Hana Vernanda, Lisa Roselawati, and Ajeng Cahya Safitri. 2024. "Budaya Konsumerisme Pekerja Kafe Di Wilayah Jember Kota." *AKADEMIK: Jurnal Mahasiswa Humanis* 4(2): 347–61.
- Somsom, Sarofus et al. 2024. "Pengaruh E-Commerce Terhadap Perilaku Konsumtif Mahasiswa Di Era Digital Sarofus." *Mutiara : Multidisciplinary Scientific Journal* 2(11): 1–23.
- Taufik, Ahmad. 2020. "Interaksi Komunikasi Dalam Pendidikan." *Edification Journal* 2(2): 123–32.
- Wandira, Bella Ayu, Neza Agusdianita, and Universitas Bengkulu. 2024. "Dampak Media Sosial Terhadap Karakter Gen Z." 16(November): 296–301.
- Watugigir, Olifa et al. 2024. "Pengaruh Sastra Terhadap Pembentukan Opini Publik: Kasus Karya Sastra Di Era Digital." (2022): 554–67.