



Pola Komunikasi Interpersonal Generasi Z dalam Membangun Hubungan Pertemanan Digital di Kuningan Jakarta Selatan

I'i Maulana^{1*}, Siti Qona'ah²

^{1,2} Ilmu Komunikasi, Fakultas Komunikasi dan Bahasa, Universitas Bina Sarana Informatika, Indonesia

Email: iimaulana774@gmail.com¹, siti.sqa@bsi.ac.id²

*Penulis Korespondensi: iimaulana774@gmail.com

Abstract. *The transformation of interpersonal communication through the development of new media has changed the way Generation Z builds social relationship, especially digital friendships mediated by Instagram. This study aims to analyze the interpersonal communication patterns of Generation Z in Kuningan, Jakarta Selatan, in building digital friendships through structured interviews with five informants selected by purposive sampling, supported by digital behavior observation, documentation, and source and technique triangulation. The findings reveal that Generation Z communication patterns on Instagram are incremental and contextual: initiated through public feature-based interactions such as story replies and comments, then developing into more intimate dyadic communication through direct message by utilizing multiformat modalities. Text, emoji, and voice notes serve as compensatory strategies for the absence of nonverbal cues. Trust is formed gradually through the accumulation of consistent communication behavior, while self-disclosure is facilitated by the mechanism of online disinhibition. The main obstacles include semantic ambiguity in text message, ghosting phenomena, and limitations in digital identity verification. This study concludes that the effectiveness of Generation Z digital friendships substantially depends on interpersonal empathy, honesty, and relational consistency.*

Keywords: *Generation Z; Instagram; Interpersonal Communication Patterns; Digital Friendship; New Media.*

Abstrak. Transformasi komunikasi interpersonal akibat perkembangan media baru telah mengubah cara Generasi Z membangun hubungan sosial, khususnya pertemanan digital yang dimediasi Instagram. Penelitian ini bertujuan menganalisis pola komunikasi interpersonal Generasi Z di Kuningan, Jakarta Selatan dalam membangun pertemanan digital melalui wawancara terstruktur terhadap lima informan yang dipilih secara purposive sampling, didukung observasi perilaku digital, dokumentasi, serta triangulasi sumber dan teknik. Hasil penelitian mengungkapkan bahwa pola komunikasi Generasi Z di Instagram bersifat incremental dan kontekstual: diinisiasi melalui interaksi berbasis fitur publik seperti *story reply* dan komentar, kemudian berkembang ke komunikasi diadik yang lebih intim melalui *direct message* dengan memanfaatkan modalitas multiformat. Teks, emoji, dan *voice note* sebagai strategi kompensasi atas ketiadaan isyarat nonverbal. Kepercayaan terbentuk secara gradual melalui akumulasi konsistensi perilaku komunikasi, sementara *self-disclosure* difasilitasi oleh mekanisme efek distribusi daring. Hambatan utama meliputi ambiguitas semantic pesan teks, fenomena *ghosting*, dan keterbatasan verifikasi identitas digital. Penelitian ini menyimpulkan bahwa efektivitas pertemanan digital Generasi Z secara substansial bergantung pada kompetensi komunikasi interpersonal yang mencakup empati, kejujuran, dan konsistensi relasional.

Kata Kunci: Generasi Z; Instagram; Media Baru; Pertemanan Digital; Pola Komunikasi Interpersonal.

1. LATAR BELAKANG

Komunikasi merupakan instrument fundamental dalam eksistensi manusia, mengingat interaksi antarindividu, kelompok, maupun organisasi tidak dapat teraktualisasi tanpa adanya proses pertukaran informasi yang efektif. Sebagai makhluk sosial, manusia secara kodrat memiliki urgensi untuk berinteraksi guna memenuhi kebutuhan sosiologis maupun praktis dalam kehidupannya (Ira Fatmawati, 2022). Dalam cakupan yang lebih luas, komunikasi berfungsi sebagai mekanisme transmisi pengetahuan, pengalaman, serta aspirasi di dalam sebuah sistem sosial yang terstruktur.

Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 mewakili kelompok demografis terbesar di Indonesia dengan jumlah mencapai 92,5 juta jiwa atau 32% dari total populasi nasional (Badan Pusat Statistik, 2026). Mereka dikenal sebagai digital *native* yang tumbuh bersama *smartphone* dan media sosial, menjadikan komunikasi interpersonal sebagai perpaduan unik antara dunia maya dan nyata.

Di era 2026, Gen Z Indonesia menghabiskan rata-rata 7,2 jam per hari untuk aktivitas digital, dengan TikTok dan Instagram mendominasi 65% interaksi sosial mereka (We Are Social, 2025). Platform ini menjadi arena utama dalam membangun pertemanan, di mana *like*, *comment*, dan *direct message* (DM) berfungsi sebagai fondasi awal hubungan.

Pola komunikasi interpersonal Gen Z dalam pertemanan sering dimulai dari “*online first*”: *follow account*, *react story*, hingga masuk grup WhatsApp pribadi untuk kedekatan lebih dalam (Saraswati, 2024). Namun transisi ini tidak selalu mulus karena banyak yang terjebak pada level *superficial*. Salah satu yang menjadi ciri khas adalah cara membangun kedekatan melalui *micro-interactions*, seperti *streak* TikTok atau *daily check-in via voice note*, yang menciptakan rasa *ownership* dalam pertemanan (Nugroho, A. S. & Pratiwi, 2021).

Di era pasca pandemi Covid-19 pada tahun 2025-2026, Generasi Z di wilayah urban seperti Kuningan, Jakarta Selatan, semakin mengandalkan media sosial seperti Instagram sebagai medium utama untuk membangun dan mempertahankan hubungan pertemanan, di mana pola komunikasi mereka mencerminkan perpaduan antara ekspresi visual cepat dan tantangan kedalam emosional, sehingga mengubah dinamika pembentukan kedekatan dari inisiasi hingga bonding yang intens (Unikom, 2025b). Fenomena ini terasa sangat relevan di Kuningan, Kawasan premium dengan populasi Generasi Z muda yang aktif secara digital, di mana kafe hybrid dan event online menjadi arena sosialisasi baru.

Transformasi ini dipicu oleh aksesibilitas Instagram, yang mendominasi 51,9% pengguna harian Generasi Z Indonesia, memungkinkan gaya komunikasi santai melalui emoji, meme, dan reels yang autentik untuk membangun rasa keterikatan awal dalam pertemanan (Databoks, 2026). Gaya komunikasi Generasi Z menunjukkan spektrum dari terbuka hingga tertutup di mana oversharing melalui konten dan kolaborasi tren mempercepat kedekatan, sementara untuk Generasi Z yang menutup akun (privat) mencerminkan kehati-hatian (Unikom, 2025a). Penelitian jurnal terkini mengonfirmasi bahwa gaya terbuka ini efektif untuk insiasi pertemanan di Instagram, tapi gaya tertutup muncul saat menghadapi konflik langsung demi menjaga harmoni virtual. DeVito (2007) dalam karyanya mengklasifikasikan *self-disclosure* sebagai kunci keterbukaan ini, yang ada pada Generasi Z Jakarta Selatan diadaptasi menjadi ekspresi visual untuk mengurangi beban verbal.

Peran empati menjadi krusial dalam mengimbangi pola ini, di mana dukungan emosional melalui komentar empati dan *direct message* pribadi membantu Generasi Z mengatasi depresi sosial pasca pandemi, meski empati digital sering bersifat simbolik dan kurang kontekstual dibanding tatap muka (Tidore & Widiarto, 2026). Di Kuningan, empati ini terbentuk melalui interaksi komunitas *niche* seperti grup pertemanan antar teman kantor, tapi tantangannya adalah membaca isyarat emosi di balik filter visual.

Paradigma konstruktivisme memberikan landasan teori yang kuat, memandang realitas pertemanan sebagai konstruksi subjektif melalui interaksi komunikatif berulang di Instagram, di mana makna kedekatan diciptakan bersama oleh partisipan. Pendekatan ini selaras dengan fenomenologi Alfred Schtuz, yang mengeksplorasi *lived experience* Generasi Z untuk mengungkap esensi fenomena komunikasi pasca pandemi (Prof. Dr. Engkus Kuswarno, 2009).

Pendekatan fenomenologi Husserl (2017) relevan untuk mengurangi bias dan menggali esensi pengalaman Gen Z: dari horizon digital (*screen time*) ke encounter autentik (*hangout nyata*) (Max van Manen, 2016). Metode ini mudah dapat data *relatable* dari 5 responden kalangan Gen Z via wawancara mendalam.

Implikasi sosial luas: pola komunikasi buruk Gen Z berpotensi tingkatan masalah mental health, dengan depresi remaja naik 25% (Kemenkes, 2026). Penelitian ini krusial untuk intervensi dini di kalangan Gen Z. Secara ekonomi, Gen Z sebagai konsumen konten sosial media memengaruhi industri, platform seperti TikTok butuh fitur *empathy nudge* untuk kurangi *toxicity friendship* (Prof. Dr. Manfred Spitzer, 2022). Penelitian ini penulis rasa dilaksanakan pada waktu yang tepat, karena pada saat ini Gen Z memasuki dunia kerja—pola pertemanan masa kini akan membentuk jaringan profesional dimasa depan (Creswell & Cheryl N. Poth, 2018).

2. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain fenomenologi untuk memahami secara mendalam pengalaman subjektif Generasi Z dalam membangun hubungan pertemanan digital melalui Instagram. Pendekatan kualitatif berfokus pada pemaknaan pengalaman partisipan melalui data berbentuk narasi, sedangkan fenomenologi bertujuan memahami makna pengalaman hidup sebagaimana dialami langsung oleh individu (Safarudin et al., 2023; Fadilah, 2025; Suryanto, 2021). Penelitian dilaksanakan di Kuningan, Jakarta Selatan karena wilayah tersebut memiliki intensitas penggunaan media digital yang tinggi dan relevan sebagai ruang interaksi Generasi Z. Unit analisis penelitian ini adalah pola komunikasi interpersonal Generasi Z dalam membangun dan mempertahankan hubungan pertemanan

digital di Instagram. Secara konseptual, penelitian mengkaji pola komunikasi sebagai proses pertukaran pesan yang membentuk hubungan interpersonal (Kurniadini & Putranto, 2025), karakteristik Generasi Z sebagai generasi digital yang lahir pada 1997–2012 (Untag, 2024; Ma'rifat et al., 2024), serta konsep pertemanan digital yang dibangun melalui berbagai fitur komunikasi di media sosial (Rahmawati & Dr. Wenty Marina Minza, 2018).

Pemilihan informan dilakukan menggunakan teknik *purposive sampling* terhadap lima informan Generasi Z yang berdomisili atau beraktivitas di Kuningan, Jakarta Selatan, aktif menggunakan Instagram, memiliki pengalaman membangun pertemanan digital, serta bersedia memberikan informasi secara terbuka. Jumlah informan ditentukan berdasarkan kebutuhan kedalaman data sesuai karakteristik penelitian fenomenologi. Pengumpulan data dilakukan melalui wawancara mendalam, observasi nonpartisipan, studi pustaka, dan dokumentasi. Wawancara digunakan sebagai teknik utama untuk menggali pengalaman dan pemaknaan informan terhadap pola komunikasi interpersonal, sedangkan observasi dilakukan dengan mengamati aktivitas komunikasi di Instagram tanpa keterlibatan langsung peneliti. Studi pustaka dimanfaatkan untuk memperkuat landasan teori, sementara dokumentasi berupa catatan, foto, dan *screenshot* digunakan sebagai data pendukung guna meningkatkan validitas temuan penelitian (Risnita et al., 2023; Muallif, 2023; Zanariyah, 2024).

Analisis data dilakukan secara berkelanjutan sejak proses pengumpulan data menggunakan model Miles dan Huberman yang meliputi reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan dan verifikasi (University, 2026). Reduksi data dilakukan dengan memilih dan menyederhanakan informasi yang relevan dengan fokus penelitian, yaitu pola komunikasi interpersonal Generasi Z dalam membangun hubungan pertemanan di Instagram. Data yang telah direduksi kemudian disajikan dalam bentuk narasi tematik berdasarkan pola komunikasi, proses membangun kedekatan, dan dinamika hubungan digital yang disertai kutipan informan. Tahap akhir berupa penarikan kesimpulan dan verifikasi dilakukan dengan membandingkan seluruh temuan lapangan agar menghasilkan interpretasi yang valid, kontekstual, dan sesuai dengan pengalaman informan (University, 2026).

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil Penelitian

Bab ini membahas hasil penelitian, pada bagian ini peneliti menyajikan hasil penelitian yang diperoleh melalui wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap informan yang merupakan Generasi Z di Kuningan, Jakarta Selatan. Hasil penelitian ini disusun berdasarkan rumusan masalah yang ditetapkan, sehingga pembahasan yang disajikan tetap terarah dan

sesuai dengan fokus penelitian. Secara umum, hasil temuan menunjukkan bahwa Instagram menjadi media yang paling dominan digunakan oleh informan dalam membangun hubungan pertemanan digital karena fitur-fiturnya dianggap mampu mempermudah proses pengenalan, mempercepat interaksi, dan menjaga kedekatan sosial secara lebih fleksibel.

Media Digital Sebagai Ruang Awal Pertemanan

Hasil wawancara juga memperlihatkan bahwa informan menggunakan media digital bukan hanya sebagai alat komunikasi, tetapi sebagai ruang awal untuk mencari dan memilih calon teman. Informan 1 menjelaskan bahwa ia menggunakan X dan Instagram untuk menemukan orang dengan minat yang sama.

Saya biasanya memulainya dengan interaksi ringan menggunakan cara seperti melakukan hal dengan mutuals (teman yang saling follow). Topik untuk membuka pembrolannya itu tidak pernah jauh dari ketertarikan yang sama dari suatu hal yang kita tau, misalnya, kalau mereka mengunggah foto cityscape atau playlist lagu, saya akan merespons dari hal itu yang mana jadi ketertarikan saya. Obrolannya biasanya yang berawal dari apresiasi terhadap karya atau hobi jauh lebih mudah mengalir menjadi lebih intens. (Zidan, 2026)

Sedangkan Informan 2 menyebut bahwa ia memilih LinkedIn dan Instagram untuk mencari koneksi atau sekadar teman ngobrol.

"LinkedIn dan Instagram, untuk LinkedIn alasan nya adalah untuk mencari koneksi dan relasi. Untuk Instagram adalah sekedar teman ngobrol." (Raka, 2026)

Informan 3 menegaskan bahwa Instagram memudahkannya berteman dengan orang dari luar negeri hanya melalui aktivitas saling follow

"Kelebihan yang paling utama adalah pengguna bisa menjalin pertemanan, berkenalan, dan berkomunikasi dengan orang yang tinggal di luar negeri. Sebagai contoh saya yang tinggal di Indonesia bisa mendapat teman baru dari luar negeri hanya dengan saling "follow" di media sosial dan kita bisa langsung berkomunikasi dengan orang tersebut." (Rayhan, 2026)

Temuan ini menunjukkan bahwa media digital telah memperluas ruang pertemanan Generasi Z. Jika sebelumnya pertemanan cenderung terbatas pada lingkungan sekolah, kampus, tempat kerja, atau tempat tinggal, kini pertemanan bisa dimulai dari ruang digital yang tidak mengenal batas geografis. Informan juga menilai bahwa media digital memungkinkan mereka memilih pertemanan berdasarkan minat, kesamaan hobi, atau ketertarikan terhadap konten tertentu. Dengan demikian, media digital bukan hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga sarana seleksi sosial yang membantu individu menentukan dengan siapa mereka ingin membangun hubungan lebih lanjut.

Keterbukaan, Kepercayaan dan Kedekatan

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa media digital membuat sebagian informan merasa lebih bebas dan terbuka dalam berkomunikasi. Informan 1 menyebut bahwa lapisan layar memberi perlindungan psikologis sehingga ia merasa lebih aman untuk menceritakan opini, keluhan, atau keresahan tanpa rasa dijudge secara langsung.

Saya merasa lebih bebas dan terbuka untuk menampilkan apa yang saya inginkan atau menjadi apa dan siapa. Lapisan layar memberikan semacam perlindungan psikologis terhadap diri saya dimana saya tidak merasa dijudge secara langsung bahkan terkadang, jauh lebih mudah menceritakan opini, keluhan, atau keresahan kepada teman secara online karena mereka memiliki jarak objektif dari kehidupan nyata kita, sehingga kita merasa lebih aman dari judgement langsung. (Zidan,2026)

Informan 2 dan Informan 4 juga menyampaikan bahwa media digital memberi rasa aman karena mereka tidak berhadapan langsung dengan lawan bicara, sehingga lebih leluasa mengekspresikan pendapat.

"Terkadang membuat lebih terbuka karena bisa berekspresi lewat ketikan daripada kata kata." (Raka,2026)

Lebih terbuka, menurut saya. Ada semacam rasa aman karena tidak berhadapan langsung, jadi saya bisa lebih jujur menyampaikan pendapat atau perasaan tanpa takut ekspresi wajah saya "terbaca". Tapi ada juga sisi negatifnya. Kadang justru terlalu mudah untuk tidak membalas atau menghindari topik tertentu, yang kalau dibiarkan bisa membuat hubungan jadi dangkal. Jadi keterbukaannya perlu disengaja, tidak bisa sepenuhnya mengandalkan media saja. (Dedi,2026)

Namun, keterbukaan tersebut tidak selalu muncul secara otomatis. Dari jawaban Informan 4 terlihat bahwa keterbukaan di media digital tetap perlu disengaja dan dijaga, karena kalau tidak, hubungan bisa menjadi dangkal. Informan 3 menambahkan bahwa kepercayaan dibangun melalui konsistensi komunikasi, keaslian diri, dan penghormatan terhadap batasan pribadi. Hal ini menunjukkan bahwa kepercayaan dalam komunikasi digital tidak muncul secara instan, tetapi melalui interaksi berulang dan perilaku yang dianggap konsisten.

"Prosesnya bertahap dan tidak bisa dipaksakan. Saya biasanya memperhatikan konsistensi apakah cara dia bicara, nilai-nilai yang dia ungkapkan, dan perilakunya di berbagai platform itu sejalan atau tidak. Saya juga melihat bagaimana dia memperlakukan orang lain di kolom komentar atau dalam ceritanya. Biasanya butuh waktu beberapa bulan sebelum saya benar-benar merasa percaya dan nyaman berbagi hal yang lebih pribadi." (Rayhan,2026)

Informan 4 juga menyebut bahwa keterbukaan yang bermakna memerlukan konsistensi, kejujuran, dan perhatian dua arah.

Kuncinya menurut saya adalah konsistensi kecil, tidak harus selalu percakapan panjang, tapi cukup hadir secara rutin, misalnya like dan komentar yang tulus, atau sesekali mengirim sesuatu yang relevan dengan minat mereka. Tantangan terbesarnya adalah ketika salah satu pihak mulai sibuk atau frekuensi komunikasi menurun drastis, karena di dunia digital tidak ada "ketemu tidak sengaja" seperti di dunia nyata yang bisa menjaga hubungan tetap hidup. Kalau tidak aktif dijaga, pertemanan digital bisa menghilang begitu saja tanpa drama. (Dedi,2026)

Dalam mempertahankan kedekatan, para informan menyebutkan bahwa konsistensi kecil lebih penting daripada percakapan panjang yang jarang. Misalnya, Informan 4 menyebut like, komentar tulus, atau mengirim sesuatu yang relevan sebagai bentuk kehadiran yang menjaga hubungan tetap hidup. Informan 5 juga menekankan pentingnya komunikasi yang tidak terputus.

"Ada, komunikasi nya agar tidak terputus jika ingin menjalin hubungan pertemanan dengan jangka panjang." (Widia,2026)

Sementara Informan 3 menyebut pentingnya menunjukkan ketertarikan yang tulus, seperti mengingat ulang tahun teman atau menanyakan kabar.

"Bagi saya yang utama adalah menjaga komunikasi secara rutin tidak harus setiap hari tetapi rutin menanyakan sekedar "gimana kabarnya". Menunjukan ketertarikan yang tulus contohnya seperti mengingatkan ulang tahun teman kita, hobinya apa, dan target yang mereka sedang kejar. Hal-hal sederhana seperti ini bisa menunjukkan kepedulian dan membuat pertemanan menjadi awet." (Rayhan,2026)

Temuan ini menunjukkan bahwa pertemanan digital tetap membutuhkan pemeliharaan yang terus-menerus agar tidak berhenti di level interaksi permukaan.

Hambatan Komunikasi Digital

Dalam hasil wawancara, beberapa hambatan yang sering muncul adalah miskomunikasi, perbedaan waktu, ghosting, dan kesulitan memahami nada bicara dalam teks. Informan 3 dan Informan 4 sama-sama menyoroti bahwa pesan singkat sering disalahartikan karena tidak adanya ekspresi wajah dan intonasi suara. Oleh sebab itu, mereka menggunakan emoji, kalimat yang jelas, voice note, atau klarifikasi langsung ketika pesan berpotensi disalahpahami.

“Kesalahpahaman dalam komunikasi adalah tantangan yang selalu muncul dalam pertemanan daring, seperti pesan singkat yang dianggap dingin atau marah dan penggunaan emoji yang berbeda makna. Cara mengatasinya adalah dengan tulis pesan singkat yang jelas maknanya dan hindari topik yang tidak penting dan sensitif.” (Rayhan,2026)

Memengaruhi, tapi tidak selalu negatif. Pertemanan digital bisa sangat dalam kalau kedua pihak sama-sama berkomitmen untuk komunikasi yang jujur dan konsisten. Tapi secara umum, saya merasa pertemanan yang juga punya dimensi offline cenderung lebih kuat. Ada lapisan kepercayaan dan pemahaman yang sulit dibangun hanya lewat layar. Bahasa tubuh, energi ketika bertemu langsung, dan pengalaman bersama secara fisik memberikan kedalaman yang berbeda yang tidak bisa sepenuhnya digantikan oleh teks atau video call. (Dedi,2026)

Informan 5 juga menyebut bahwa kesibukan masing-masing pihak sering membuat komunikasi terputus dan berujung pada miskomunikasi.

”Terjadinya miskom atau putusya komunikasi karena masing masing mempunyai kesibukan di dunia nyata. Oleh karena itu sempatkan waktu jika sudah sama sama senggang untuk bertukar cerita atau video call.”(Widia,2026)

Selain itu, Informan 4 menyoroti kesulitan memverifikasi identitas seseorang di dunia digital. Karena tidak semua orang menampilkan diri secara jujur di media sosial, rasa percaya perlu dibangun perlahan dan tidak boleh terburu-buru.

Hambatan yang paling sering saya alami adalah miskomunikasi akibat tidak adanya nada suara dalam teks, dan ghosting yang tiba-tiba tanpa penjelasan. Untuk miskomunikasi, solusinya adalah langsung clarify dan tidak berasumsi. Untuk ghosting, saya belajar untuk tidak terlalu bergantung pada satu orang dan menerima bahwa tidak semua interaksi akan berkembang menjadi pertemanan. Masalah lain adalah kesulitan memverifikasi keaslian identitas seseorang, yang saya atasi dengan tidak terburu-buru memberi kepercayaan dan tetap menjaga batas informasi pribadi di awal. (Dedi,2026)

Temuan ini memperlihatkan bahwa sekalipun media digital membuka peluang pertemanan yang luas, tetap ada risiko dalam proses membangun hubungan yang harus disikapi secara hati-hati.

Peran Media Baru

Berdasarkan jawaban para informan, media baru telah mengubah makna pertemanan menjadi lebih luas, cair, dan tidak lagi bergantung pada jarak geografis. Informan 3 menyebut bahwa Generasi Z dapat berteman dengan orang dari kota, pulau, bahkan negara yang berbeda karena media digital. Informan 4 menambahkan bahwa media baru membuat pertemanan

menjadi lebih luas tetapi juga lebih cair, sehingga tidak semua teman di dunia digital benar-benar dekat.

"Menurut saya, media baru membuat pertemanan menjadi lebih luas tapi juga lebih cair. Kita bisa punya ratusan "teman" tapi tidak semuanya benar-benar dekat. Sisi positifnya, Gen Z jadi lebih inklusif dan terbuka terhadap perbedaan karena berinteraksi dengan banyak orang dari latar belakang berbeda." (Dedi, 2026)

Informan 5 menilai bahwa media digital membantu menghemat biaya dan mempermudah menjaga relasi.

"Peran media digital sangat membantu dalam lingkup pertemanan Generasi Z. karena bisa meminimalkan budget untuk bertemu secara langsung dan hemat dalam transportasi." (Widia, 2026)

Dalam kutipan di atas dapat dilihat bahwa media digital mempunyai peran yang sangat besar bagi Generasi Z dalam membangun hubungan pertemanan di dunia digital.

Dengan demikian, hasil penelitian menunjukkan bahwa media baru tidak hanya mengubah cara berteman, tetapi juga mengubah definisi pertemanan itu sendiri di kalangan Generasi Z. Pertemanan kini lebih ditentukan oleh kecocokan minat, intensitas interaksi, dan konsistensi komunikasi dibandingkan hanya lokasi fisik atau kedekatan lingkungan.

Pembahasan

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji *new media* yang dilakukan Generasi Z di Kuningan, Jakarta Selatan dalam pola komunikasi interpersonal dalam membangun hubungan pertemanan digital di Instagram. Peneliti menggunakan teori *new media* yang berfokus pada bagaimana internet dan teknologi digital mengubah cara manusia berinteraksi, mencari informasi, dan membentuk budaya (Suharta & handayani, 2024). Selain itu, penelitian ini juga menyoroti bagaimana persepsi Generasi Z di Kuningan dalam membangun hubungan pertemanan di media digital.

Interaktivitas dalam Proses Perkenalan

Salah satu ciri utama *new media* adalah interaktivitas, yaitu kemampuan media untuk memungkinkan pengguna saling merespons secara aktif dalam proses komunikasi. Dalam konteks penelitian ini, interaktivitas terlihat dari cara para Informan memulai hubungan pertemanan melalui respons terhadap *story*, komentar, *direct message*, dan fitur balasan lain yang tersedia di Instagram. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi di media baru tidak berlangsung secara satu arah, tetapi berkembang menjadi percakapan dua arah yang lebih cair dan personal.

Informan 1 dan Informan 4 menegaskan bahwa membalas *story* adalah cara yang paling natural untuk membuka percakapan tanpa terkesan memaksa. Sementara itu, Informan 3 menyatakan bahwa percakapan yang dimulai dari pertanyaan ringan mengenai kabar dan kondisi seseorang membuat obrolan lebih mengalir. Dari temuan ini dapat dipahami bahwa interaktivitas dalam *new media* bukan hanya berkaitan dengan fitur teknis, tetapi juga dengan kemampuan pengguna memanfaatkan fitur tersebut untuk membangun hubungan sosial secara bertahap.

Multimodalitas dalam Penyampaian Pesan

Karakter lain dari *new media* adalah multimodalitas, yaitu penggunaan berbagai mode komunikasi dalam satu ruang digital, seperti teks, gambar, audio, video, emoji, dan simbol lain. Dalam penelitian ini, para Informan menunjukkan bahwa mereka tidak hanya menggunakan teks dalam berkomunikasi, tetapi juga memakai *voice note*, emoji, *video call*, dan *story* untuk memperjelas makna pesan. Ini menunjukkan bahwa komunikasi di Instagram berlangsung melalui banyak saluran sekaligus, sehingga pesan dapat disampaikan dengan lebih kaya dan fleksibel.

Informan 1 menyampaikan bahwa emoji, huruf yang dipanjangkan, *voice note*, atau telepon digunakan untuk menghindari salah paham. Informan 4 juga menjelaskan bahwa emoji dan *voice note* membantu memperjelas nada bicara yang tidak terbaca dalam teks. Dari sini terlihat bahwa multimodalitas dalam *new media* sangat penting karena komunikasi digital tidak mampu menyampaikan emosi secara utuh melalui tulisan saja. Oleh sebab itu, para Informan memanfaatkan berbagai mode komunikasi agar pesan yang disampaikan terasa lebih jelas, hangat, dan sesuai dengan maksud sebenarnya.

Penghapusan Batas Ruang dan Waktu

New media memungkinkan komunikasi berlangsung tanpa terikat oleh batas ruang dan waktu. Dalam penelitian ini, hal tersebut tampak dari pengalaman Informan yang dapat menjalin pertemanan dengan orang dari luar kota, luar pulau, bahkan luar negeri melalui Instagram. Informan 3 dan Informan 4 secara jelas menyebut bahwa media digital memungkinkan mereka bertemu dan berkomunikasi dengan orang yang tidak pernah mereka jumpai secara fisik. Ini menunjukkan bahwa ruang sosial dalam *new media* tidak lagi dibatasi oleh kedekatan geografis, melainkan dibentuk oleh koneksi yang melampaui lokasi fisik.

Dari sisi waktu para Informan menjelaskan bahwa komunikasi dapat dilakukan kapan saja sesuai kesempatan masing-masing. Informan 2 menyebut tidak ada pola waktu tertentu dalam berinteraksi karena media digital tidak terikat waktu. Informan 1 dan Informan 4 bahkan menatakan bahwa interaksi lebih sering terjadi pada malam hari ketika mereka telah selesai dengan aktivitas utama. Hal ini menunjukkan bahwa *new media* memberi fleksibilitas tempirial yang besar, sehingga pengguna dapat menyesuaikan ritme komunikasi dengan kesibukan pribadi mereka.

Pembentukan Identitas Diri dalam Ruang Digital

Teori *new media* juga menyoroti bagaimana media digital menjadi ruang bagi pengguna untuk membentuk dan menampilkan identitas diri. Dalam penelitian ini, identitas digital tampak dari cara para Informan menampilkan diri melalui profil Instagram, unggahan, *story*, dan cara mereka berinteraksi. Informan 4 menyebut bahwa profil Instagram dapat digunakan untuk melihat minat dan kepribadian seseorang sebelum memulai interaksi. Hal ini menunjukkan bahwa identitas digital memainkan peran penting dalam proses seleksi sosial dan pembentukan kesan awal dalam pertemanan daring.

Selain itu, Informan 3 menekankan pentingnya menjadi diri sendiri dan tidak melebih-lebihkan status atau pencapaian ketika berinteraksi di ruang digital. Pandangan ini menunjukkan bahwa identitas digital yang dianggap kredibel harus sejalan dengan perilaku komunikasi yang konsisten. Dalam konteks *new media*, identitas bukan lagi sesuatu yang sepenuhnya tetap, tetapi dapat dikelola dan ditampilkan secara strategis sesuai dengan audiens yang dihadapi. Karena itu, media baru bukan hanya tempat berkomunikasi, tetapi juga ruang untuk mengkonstruksi citra diri dan membangun kepercayaan sosial.

Perluasan Jejaring Sosial

Ciri penting lain dari *new media* adalah kemampuannya memperluas jejaring sosial secara signifikan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa para informan tidak hanya membangun pertemanan dengan orang-orang di sekitar mereka, tetapi juga dengan individu dari latar belakang, kota, bahkan negara yang berbeda. Informan 1 menggunakan X dan Instagram untuk menemukan orang dengan minat yang sama, Informan 2 mencari koneksi melalui LinkedIn dan komunitas seperti Career Talks, sedangkan Informan 3 dan 4 menilai bahwa Instagram membuka peluang untuk berteman dengan orang yang jauh secara geografis.

Fenomena ini memperlihatkan bahwa media baru membentuk pola pertemanan yang lebih berbasis minat dibandingkan lokasi. Dengan kata lain, *new media* memungkinkan individu terhubung melalui kesamaan hobi, topik, atau cara pandang, bukan semata-mata karena kedekatan ruang fisik. Namun, perluasan jejaring ini juga membuat hubungan menjadi lebih cair dan tidak selalu mendalam. Informan 4 menilai bahwa seseorang bisa memiliki banyak teman daring, tetapi tidak semuanya benar-benar dekat. Oleh karena itu, perluasan jejaring sosial dalam *new media* harus dipahami sebagai peluang sekaligus tantangan dalam membangun hubungan yang bermakna.

Keterbukaan dan Kepercayaan dalam Komunikasi Digital

Keterbukaan menjadi salah satu aspek penting dalam interaksi di media baru. Para informan menyebut bahwa mereka merasa lebih bebas menyampaikan pendapat, keluhan, atau perasaan melalui media digital karena tidak berhadapan langsung dengan lawan bicara. Informan 1 menyebut adanya perlindungan psikologis dari layar, sedangkan Informan 4 merasa lebih aman karena ekspresi wajahnya tidak langsung terbaca. Hal ini menunjukkan bahwa *new media* memberi ruang yang lebih longgar bagi pengguna untuk mengatur cara mereka tampil dan berkomunikasi.

Namun, keterbukaan tersebut tetap harus dibarengi dengan kepercayaan yang dibangun secara bertahap. Informan 3 dan Informan 4 sama-sama menekankan bahwa kepercayaan tidak muncul secara instan, melainkan melalui konsistensi, kejujuran, dan penghormatan terhadap batasan pribadi. Dalam konteks *new media*, ini menunjukkan bahwa walaupun akses komunikasi menjadi lebih mudah, kualitas hubungan tetap bergantung pada etika dan komitmen komunikasi antarindividu. Dengan demikian, media baru memfasilitasi keterbukaan, tetapi tidak dapat menggantikan proses sosial yang membentuk kepercayaan secara perlahan.

Hambatan Komunikasi dalam Media Baru

Meskipun *new media* menawarkan kemudahan, hasil penelitian juga menunjukkan adanya sejumlah hambatan dalam komunikasi daring. Hambatan yang paling sering muncul adalah miskomunikasi karena pesan teks tidak memiliki nada suara, ekspresi wajah, dan bahasa tubuh. Informan 3 dan Informan 4 menyebut bahwa mereka mengatasi hal ini dengan menggunakan emoji, *voice note*, atau klarifikasi langsung. Ini menegaskan bahwa media baru memiliki keterbatasan tertentu dalam menyampaikan nuansa emosional, sehingga pengguna perlu menyesuaikan strategi komunikasi mereka.

Hambatan lain yang muncul adalah ghosting, kesibukan masing-masing pihak, dan kesulitan memverifikasi identitas seseorang. Informan 4 menilai bahwa tidak semua interaksi akan berkembang menjadi pertemanan, sehingga seseorang perlu menerima bahwa hubungan digital bisa saja berhenti di tengah jalan. Ini menunjukkan bahwa *new media* memang memperluas kesempatan berinteraksi, tetapi juga menghadirkan relasi yang lebih cair dan tidak selalu stabil. Oleh sebab itu, keberhasilan komunikasi interpersonal dalam *new media* tetap sangat bergantung pada kejelasan pesan, konsistensi interaksi, dan kesediaan untuk menjaga hubungan secara aktif.

Pergeseran Makna Pertemanan pada Generasi Z

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media baru telah mengubah makna pertemanan di kalangan Generasi Z menjadi lebih luas, fleksibel, dan berbasis minat. Informan 3 menyebut bahwa pertemanan tidak lagi dibatasi oleh lokasi, sedangkan Informan 4 menegaskan bahwa pertemanan digital membuat hubungan menjadi lebih cair. Ini berarti bahwa media baru bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga medium yang ikut membentuk cara generasi muda memahami konsep pertemanan.

Dalam kerangka *new media*, pertemanan tidak lagi semata-mata dibentuk oleh kedekatan fisik, tetapi oleh interaksi digital yang berulang, kesamaan minat, dan kesediaan untuk tetap hadir dalam ruang sosial satu sama lain. Oleh karena itu, media baru memperluas definisi pertemanan menjadi lebih kompleks: luas dalam jumlah, tetapi harus tetap dijaga dalam kualitas. Dengan demikian, *new media* tidak menghapus pertemanan tradisional, melainkan melengkapi dan mengubah cara generasi muda menjalin hubungan sosial di era digital.

Secara keseluruhan, temuan penelitian memperlihatkan bahwa Instagram sebagai *new media* memiliki peran besar dalam membentuk pola komunikasi interpersonal Generasi Z dalam membangun hubungan pertemanan digital. Interaktivitas memungkinkan percakapan berjalan dua arah, multimodalitas membantu mengatasi keterbatasan teks, penghapusan batas ruang dan waktu memperluas kesempatan bertemu orang baru, pembentukan identitas digital memengaruhi kesan awal, dan perluasan jejaring sosial membuka ruang pertemanan yang lebih luas. Semua karakteristik tersebut tampak jelas dalam pengalaman Informan yang menggunakan Instagram sebagai ruang untuk memulai, menjaga, dan memaknai pertemanan.

Namun, hasil penelitian juga menunjukkan bahwa media baru hanya mempermudah proses komunikasi, sedangkan kualitas hubungan tetap ditentukan oleh kejujuran, konsistensi, kesopanan, dan kesediaan untuk menjaga interaksi secara berkelanjutan. Dengan demikian, teori *new media* membantu menjelaskan bahwa perubahan pola pertemanan di kalangan

Generasi Z bukan hanya akibat teknologi, tetapi juga karena perubahan cara mereka memahami komunikasi, identitas, dan kedekatan sosial

4. KESIMPULAN

Penelitian ini bertujuan untuk mengungkap pola komunikasi interpersonal Generasi Z di Kuningan, Jakarta Selatan dalam membangun hubungan pertemanan digital melalui Instagram. Berdasarkan hasil wawancara, observasi, dan dokumentasi terhadap lima Informan Generasi Z, serta analisis yang menggunakan kerangka teori *new media* pendekatan fenomenologi konstruktivisme, penelitian ini menghasilkan beberapa temuan penting.

Instagram telah menjadi ruang utama bagi Generasi Z di Kuningan, Jakarta Selatan dalam memulai, membangun, dan memelihara hubungan pertemanan digital. Platform ini dipilih karena menawarkan fitur-fitur seperti *story*, *direct message*, *close friends*, *reels*, dan komentar menjadi sarana utama dalam proses membangun kedekatan secara bertahap, di mana setiap fitur memiliki peran yang berbeda sesuai dengan tingkat keintiman hubungan yang sedang dibangun.

Pola komunikasi interpersonal yang diterapkan oleh Generasi Z dalam membangun pertemanan digital bersifat bertahap dan kontekstual. Proses pengenalan umumnya diawali melalui interaksi ringan seperti membalas *story* atau memberikan komentar terhadap konten yang relevan dengan minat bersama, kemudian berkembang ke percakapan yang lebih personal melalui *direct message*. Pola ini mencerminkan karakteristik komunikasi *new media* yang interaktif dan multimodal, di mana pesan tidak hanya disampaikan melalui teks, tetapi juga melalui *voice note*, emoji, dan konten visual untuk menghindari miskomunikasi dan memperkaya makna pesan yang ingin disampaikan.

Keterbukaan diri (*self-disclosure*) dan kepercayaan merupakan dua elemen kunci dalam pembentukan pertemanan digital yang bermakna. Para informan mengakui bahwa media digital memberikan perlindungan psikologis yang membuat mereka merasa lebih bebas mengekspresikan pendapat, keluh kesah, dan perasaan tanpa khawatir ekspresi wajah mereka terbaca secara langsung. Namun demikian, kepercayaan tidak muncul secara instan, melainkan dibangun melalui konsistensi komunikasi, keaslian diri, dan penghormatan terhadap batasan pribadi selama berbulan-bulan. Keterbukaan yang bermakna harus disengaja dan dijaga agar hubungan tidak berhenti pada level interaksi permukaan yang dangkal.

New media telah mengubah definisi dan makna pertemanan di kalangan Generasi Z secara fundamental. Pertemanan kini tidak lagi dibatasi oleh kedekatan geografis, melainkan ditentukan oleh kesamaan minat, intensitas interaksi, dan konsistensi kehadiran digital. Instagram memungkinkan para informan membangun pertemanan dengan individu dari berbagai kota bahkan negara, sehingga jejaring sosial menjadi lebih luas namun juga lebih cair. Kondisi ini membawa peluang sekaligus tantangan, karena tidak semua hubungan digital berkembang menjadi kedekatan yang mendalam dan bermakna.

Hambatan utama dalam komunikasi pertemanan digital meliputi miskomunikasi akibat ketiadaan ekspresi wajah dan intonasi dalam teks, fenomena ghosting, kesibukan masing-masing pihak, serta kesulitan dalam memverifikasi keaslian identitas digital seseorang. Para informan mengatasi hambatan ini dengan memanfaatkan multimodalitas komunikasi seperti penggunaan emoji, voice note, dan klarifikasi langsung, yang menunjukkan bahwa kecerdasan komunikatif menjadi keterampilan penting yang harus dimiliki Generasi Z dalam membangun pertemanan di era digital.

Secara keseluruhan, penelitian ini mengonfirmasi bahwa Instagram sebagai *new media* berperan signifikan dalam membentuk pola komunikasi interpersonal Generasi Z. Namun, teknologi hanyalah fasilitator. Kualitas pertemanan yang terbentuk tetap sangat bergantung pada nilai-nilai dasar komunikasi interpersonal seperti kejujuran, empati, konsistensi, dan kesediaan untuk menjaga hubungan secara aktif dan berkesinambungan. Dengan demikian, *new media* tidak menghapus esensi pertemanan yang sesungguhnya, melainkan mengubah cara dan ruang di mana esensi tersebut diwujudkan oleh Generasi Z dalam kehidupan sehari-hari.

DAFTAR REFERENSI

- Badan Pusat Statistik. (2026). No Title. <https://www.bps.go.id/id/statistics-table/3/WVc0%20MGEyMXBkVFUxY25KeE9HdDZkbTQzWkVkb1p6MDkjMw==/jumlah-penduduk-menurut-kelompok-umur-dan-jenis-kelamin--2023.html>
- Batubara, M. (2022). *Komunikasi Interpersonal di Era Digital: Tantangan dan Peluang*.
- Creswell, J. W., & Cheryl N. Poth. (2018). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches (Fourth Edition)*.
- Databoks. (2026). *Media Sosial Favorit Utama*. Dyatmika, T. (2021). *Komunikasi Organisasi*.
- Fadilah, M. A. (2025). *STRATEGI BRANDING GAGAS STUDIO MELALUI KONTEN BINCANG PRENEUR UNTUK MEMBANGUN CITRA PERUSAHAAN*.
- Hidayat, H. (2020). *Penyampaian Pesam Melalui Media Internal Dalam Pemenuhan Informasi Karyawan PT. Kereta Api Indonesia*.
- Husserl, E. (2017). *Ide-Ide: Pengantar Umum Fondasi Fenomenologi Murni (Judul asli: Ideen zu einer reinen Phänomenologie und phänomenologischen Philosophie)*.

- Ira Fatmawati. (2022). Komunikasi Organisasi Dalam Hubungannya Dengan Kepemimpinan Dan Perilaku Kerja Organisasi. *Revorma: Jurnal Pendidikan Dan Pemikiran*, 2(1), 39–55. <https://doi.org/10.62825/revorma.v2i1.18>
- Kemenkes. (2026). *kenaikan 25% depresi remaja akibat pola komunikasi buruk Gen Z dari Kemenkes 2026*.
- Komunikasi, J. I. (2023). *Efektivitas Penggunaan Instagram Dalam Membentuk Citra (Studi Pada Palembang Beatbox Family)*.
- Kurniadini, S. Z., & Putranto, T. D. (2025). Pola Komunikasi Interpersonal Mahasiswa Indonesia (Review of Literature). *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 15(2), 83–102. <http://jurnalfdk.uinsby.ac.id/index.php/JIK>
- Ma'rifat, R. A., Suraharta, I. M., & Jaya, I. I. (2024). MAKNA HIDUPBAHAGIABAGI KAUM MUDA GENERASI Z DALAM TERANG DOKUMEN CHRISTUS VIVIT. 2(2), 306–312.
- Max van Manen. (2016). *Phenomenology of Practice: Meaning-Giving Methods in Phenomenological Research and Writing*.
- Muallif. (2023). *Tiga Teknik Wawancara dalam Penelitian: Pengertian, Kelebihan, dan Kekurangan*.
- Nisa, F. R. (2024). *STUDI LITERATUR: TRANSFORMASI POLA KOMUNIKASI INTERPERSONAL DI ERA DIGITAL DI INDONESIA: SUDUT PANDANG PSIKOLOGI KOMUNIKASI*.
- Nugroho, A. S., & Pratiwi, M. R. (2021). *Micro-interactions dan Rasa Kepemilikan (Sense of Ownership) dalam Komunikasi Interpersonal di Media Sosial (atau judul yang senada dalam lingkup perilaku komunikasi digital)*.
- Prof. Dr. Engkus Kuswarno, M. . (2009). *Metodologi Penelitian Komunikasi Fenomenologi: Konsepsi, Pedoman, dan Contoh Penelitiannya (Beberapa katalog perpustakaan mencatatnya dengan judul utama Fenomenologi: Metode Penelitian Komunikasi)*.
- Prof. Dr. Manfred Spitzer. (2022). *The Smartphone Epidemic: How It Changes Our Lives, Our Health, and Our Society (Atau versi edisi bahasa Jerman: Die Smartphone-Epidemi)*.
- Qadir, A., & Ramli, M. (2024). *MEDIA SOSIAL(DEFINISI, SEJARAH DAN JENIS-JENISNYA)*. 3(6), 2713–2724.
- Rahmawati, A. D., & Dr. Wenty Marina Minza, M. . (2018). *PERSAHABATAN ERA DIGITAL: PEMELIHARAAN PERSAHABATAN ONLINE PADA REMAJA*.
- Risnita, Ardiansyah, & Jailani, M. S. (2023). *Teknik Pengumpulan Data dan Instrumen Penelitian Ilmian Pendidikan Pada Pendekatan Kualitatif dan Kuantitatis*.
- Safarudin, R., Zulfamanna, Kustati, M., & Sepriyanti, N. (2023). *Penelitian Kualitatif*. 3, 9680–9694.
- Saraswati, P. (2024). *POLA KOMUNIKASI INTERPERSONAL PADA GENERASI Z*. 10(02), 120–126.
- Silviani, I. (2020). *Komunikasi Organisasi*.
- Simanjuntak, T., Situmorang, Y., Harianja, T., Gaol, D. W. L., & Hutahaeon, R. (2025). *PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP*.

- Suharta, C. D., & Handayani, W. S. (2026). *PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DISCORD SEBAGAI MEDIA KOMUNIKASI OLEH GENERASI Z DI PERUMAHAN CITRA*. 1(3), 1–16.
- Suryanto. (2021). *Fenomenologi Sebagai Metode dalam Penelitian Pertunjukan Teater Musikal*. <https://doi.org/10.33153/lakon.v16i1.3154>
- Tidore, J. N., & Widiarto, D. S. (2026). *Literasi Digital dan Digital Empathy Gap : Analisis Kemampuan Empatik Pengguna Media Sosial di Kalangan Generasi Z*. 5(01), 74–91.
- Unikom. (2025a). *FOMO DAN OVERSHARING GAYA KOMUNIKASI GENERASIZ DI MEDIA SOSIAL*. <https://web.unikom.ac.id/fomo-dan-oversharing-gaya-komunikasi-generasi-z-di-media-sosial/>
- Unikom. (2025b). *Generasi Z dan Media Sosial: Gaya Komunikasi dan Identitas Digital*. web.unikom.ac.id/generasi-z-dan-media-sosial-gaya-komunikasi-dan-identitas-digital/
- University, M. (2026). *Mengenal Teknik Analisis Data Model Miles dan Huberman pada Skripsi Kualitatif*.
- Untag. (2024). *Mengenal Gaya Komunikasi Gen Z*. Komunikasi.Untag. <https://komunikasi.untag-sby.ac.id/web/beritadetail/mengenal-gaya-komunikasi-gen-z.html>
- We Are Social. (2025). *Digital 2026: Tren digital dan media sosial teratas di Indonesia*. <https://wearesocial.com/id/blog/2025/11/digital-2026-top-digital-and-social-media-trends-in-indonesia/>
- Wirany, D., Natasha, S., & Kurniawan, R. (2022). *KOMUNIKASI TERHADAP PERUBAHAN SISTEM*. 8(November), 242–252.
- Zanariyah, S. (2024). *Teknik Obseervasi yang Efektif dan Efisien pada Kegiatan Kuliah Kerja Nyata*.