



## Diferensiasi Interaksi Sosial Antara Generasi Milenial dan Gen Z

**Intan Rahmadhani<sup>1</sup> (\*), Devi Mutiara Sari<sup>2</sup>, Irma Novianti<sup>3</sup>, Ginanjar Hatta Finalson<sup>4</sup>, Salwa Amanda Khoirunnisa<sup>5</sup>.**

<sup>1,2,3,4,5</sup>Fakultas Ilmu Pendidikan Universitas PGRI Semarang, Semarang

---

### Abstract

Received : 3 Des 2023

Revised : 27 Des 2023

Accepted : 7 Jan 2024

This article examines the differences in social interactions between the millennial and Gen Z generations. Through a scientific approach, this study aims to explore the differences in social interaction behavior between the two. Surveys and data analysis are used in the research approach to describe growing social interaction tendencies among millennials and Gen Z.

**Keywords:** Interaksi sosial; Millennial; Gen Z.

(\*). Corresponding Author: [Intanrahmadhani485@gmail.com](mailto:Intanrahmadhani485@gmail.com);

**How to Cite:** Rahmadhani, I., Sari, D. M., Novianti, I., Finalson, G. H., & Khoirunnisa, S. A. (2023). Diferensiasi Interaksi Sosial Antara Generasi Milenial dan Gen Z. *Pena Edukasia*, 1 (4): .

---

### PENDAHULUAN

Generasi milenial dan Gen Z merupakan kelompok yang tumbuh dalam era teknologi canggih. Perkembangan teknologi memberikan dampak signifikan terhadap cara mereka berinteraksi sosial. Dalam konteks ini, penelitian ini berupaya untuk menyelidiki perbedaan dalam aspek interaksi sosial antara kedua generasi tersebut. Generasi milenial sendiri merupakan generasi yang masa kecilnya penuh dengan berbagai aktifitas kegiatan, sehingga akhirnya mereka tumbuh menjadi sosok yang mudah bosan, menyukai hal yang menantang, tidak multitasking dan ingin di hargai kontribusinya. Generasi milenial besar dengan kondisi teknologi internet yang telah berkembang pesat, ditambah juga dengan acara televisi yang semakin bervariasi sehingga membentuk karakter yang ingin selalu mengikuti tren dan kecintaan pada diri sendiri. Selain hal itu juga membentuk karakter generasi milenial yang lebih menyukai proses belajar dengan cara yang menyenangkan ketimbang diberikan ceramah. Sedangkan generasi z adalah orang-orang yang lahir di generasi internet, generasi yang sudah menikmati keajaiban teknologi usai kelahiran internet.

Bagi Generasi Z, perkembangan pesat dari teknologi internet ini memiliki dampak yang besar. Saat ini anak muda lebih senang menonton melalui gadget dari pada televisi, memesan belanjaan melalui aplikasi online, belajar dengan guru aplikasi online, dan sebagainya. Dapat terlihat bahwa hiburan merupakan hal yang paling digemari dari teknologi internet. Terutama pada Generasi Z, hiburan melalui game dan media sosial seperti Instagram, YouTube, dan Twitter lebih cenderung diminati.

Tujuan penulisan artikel ini adalah untuk memahami tingkat perbedaan perilaku interaksi sosial antara generasi Milenial dan Gen Z. Metode penelitian melibatkan survei dan analisis data untuk menggambarkan tren interaksi sosial yang muncul di kalangan milenial dan Gen Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa perbedaan generasi memengaruhi cara berinteraksi seseorang. Pemikiran serta cara bersikap menunjukkan bahwa setiap generasi memiliki perbedaan. Dengan adanya perkembangan teknologi yang pesat ini berpengaruh pada kehidupan manusia. Pengaruh ini juga terjadi pada interaksi antar individu, dimana tiap individu melakukan penyesuaian pada hal-hal baru. Sehingga masa remaja yang dialami dari masing-masing generasi jelas memiliki perbedaan dalam melakukan interaksi sosial.

### METODE

Penelitian ini menggunakan metode survei online yang melibatkan responden dari kedua generasi. Pertanyaan dalam survei difokuskan pada penggunaan media sosial, preferensi komunikasi, dan aktivitas sosial online maupun offline. Data yang terkumpul kemudian dianalisis secara statistik untuk mengidentifikasi pola dan tren.



## **HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Hasil**

Hasil analisis menunjukkan perbedaan signifikan dalam preferensi media sosial dan cara komunikasi antara milenial dan Gen Z. Milenial cenderung lebih aktif di platform tertentu, sementara Gen Z menunjukkan kecenderungan berinteraksi melalui metode komunikasi yang lebih visual dan singkat. Perbedaan ini dapat dipahami sebagai respons terhadap perubahan teknologi yang terus berlanjut. Analisis data tersebut diambil dari hasil survey terhadap 24 responden. Diantaranya 12 generasi Milenial dan 12 Gen Z. Berikut hasil analisis yang kita dapat:

#### NO 1

58% Gen Z lebih suka berbagi foto.

75% Milenial lebih suka posting status text.

#### NO 2 (persamaan)

83% Gen Z lebih cenderung berkomunikasi melalui pesan singkat.

91,6% Milenial lebih cenderung berkomunikasi melalui pesan singkat.

#### NO 3

50% platform media sosial Gen Z paling populer di masa remaja yaitu Instagram.

50% platform media sosial Milenial paling populer di masa remaja yaitu Facebook.

#### NO 4 (persamaan)

91% preferensi Gen Z terkait pembentukan hubungan sosial melalui pertemuan langsung.

100% preferensi Milenial terkait pembentukan hubungan sosial melalui pertemuan langsung.

#### NO 5 (persamaan)

66% Gen Z lebih cenderung lebih aktif dalam grup komunitas offline.

91% Milenial lebih cenderung lebih aktif dalam grup komunitas offline.

#### NO 6 (persamaan)

51% Gen Z sering dalam menggunakan emoji dalam komunikasi online.

66% Milenial lebih sering menggunakan emoji dalam komunikasi online.

#### NO 7 (persamaan)

100% Gen Z tidak sering berbagi informasi pribadi di media sosial.

83% Milenial tidak sering berbagi informasi pribadi di media sosial.

#### NO 8

66% Gen Z merespon positif konten yang mendukung keberagaman sosial.

58% Milenial merespon netral konten yang mendukung keberagaman sosial.

#### NO 9 (persamaan)

91% Gen Z lebih suka berinteraksi dengan merek melalui Media sosial.

58% Milenial lebih suka berinteraksi dengan merek melalui media sosial.

#### NO 10 (persamaan)

50% Gen Z lebih memilih netral untuk memiliki jejaring sosial yang besar.

41% Gen Z lebih memilih netral untuk memiliki jejaring sosial yang besar.

#### NO 11 (persamaan)

91,6% Gen Z lebih cenderung tidak terlibat dalam kampanye sosial melalui media sosial.



91,6% Gen Z lebih cenderung tidak terlibat dalam kampanye sosial melalui media sosial.

NO 12

83,3% Gen Z lebih minat berbelanja online.

58,3% Milenial lebih minat berbelanja offline.

NO 13 (persamaan)

58,3% Gen Z lebih mengutamakan kesamaan minat dalam interaksi sosial.

58,3% Milenial lebih mengutamakan kesamaan minat dalam interaksi sosial.

NO 14 (persamaan)

83,3% Gen Z lebih suka menghadiri acara sosial secara fisik.

83,3% Milenial lebih suka menghadiri acara sosial secara fisik.

NO 15 (persamaan)

91,6% Gen Z lebih cenderung menjaga jarak dalam merespon kontroversi sosial yang terjadi di media sosial.

100% Milenial lebih cenderung menjaga jarak dalam merespon kontroversi sosial yang terjadi di media sosial.

NO 16

58,3% peran meme sangat besar dalam menyampaikan pesan sosial bagi Gen Z.

41,6% peran meme netral dalam menyampaikan pesan sosial bagi Milenial.

NO 17 (persamaan)

83% Gen Z lebih memilih hubungan sosial dalam kelompok kecil.

83% Gen Z lebih memilih hubungan sosial dalam kelompok kecil.

NO 18 (persamaan)

75% Gen Z lebih memilih menetapkan batas waktu harian dalam mengelola waktu di media sosial agar tidak terlalu mengganggu interaksi sosial offline.

75% Milenial lebih memilih menetapkan batas waktu harian dalam mengelola waktu di media sosial agar tidak terlalu mengganggu interaksi sosial offline.

## **Pembahasan**

Analisis data tersebut diambil dari hasil survey terhadap 24 responden. Diantaranya 12 generasi Milenial dan 12 Gen Z. Hasil tersebut menunjukkan perbedaan dan persamaan dari setiap generasi. Perbedaan tersebut terdapat pada preferensi platform media sosial tentang cara berinteraksi sosial dari tiap generasi.

Perbedaan pertama, menunjukkan bahwa Gen Z lebih suka berbagi foto dan Generasi Milenial yang lebih suka posting status text.

Perbedaan kedua, pada platform media sosial Gen Z yang paling populer di masa remaja yaitu Instagram, sedangkan platform media sosial Generasi Milenial yang paling populer di masa remaja yaitu Facebook.

Perbedaan ketiga, dalam konten yang mendukung keberagaman sosial Gen Z lebih cenderung merespon positif, sedangkan Generasi Milenial lebih cenderung bersikap netral dalam konten yang mendukung keberagaman sosial.

Perbedaan keempat, Gen Z lebih minat berbelanja online, sedangkan Milenial lebih minat berbelanja offline.

Perbedaan kelima, terlihat pada peran meme bagi Gen Z sangat besar dalam menyampaikan pesan sosial, sedangkan untuk Generasi Milenial peran meme dalam menyampaikan pesan sosial adalah netral.

Perbedaan ini disebabkan oleh beberapa faktor yang melibatkan aspek teknologi, nilai-nilai, dan pengalaman hidup. Berikut penjelasannya:



Pertama, Teknologi : Perkembangan teknologi yang cepat telah memainkan peran penting. Milenial mungkin lebih akrab dengan penggunaan media sosial seperti Facebook, sementara Gen Z mungkin lebih tertarik pada platform visual seperti Instagram atau TikTok. Perbedaan preferensi teknologi ini dapat memengaruhi cara keduanya berkomunikasi dan berinteraksi.

Kedua, Pendidikan dan Pengalaman Hidup: Perbedaan dalam sistem pendidikan dan pengalaman hidup juga dapat mempengaruhi cara generasi ini berinteraksi. Gen Z mungkin memiliki akses lebih awal terhadap informasi dan pengalaman global melalui internet, sementara milenial mungkin mengalami perubahan sosial yang lebih besar di tengah-tengah kehidupan mereka.

Ketiga, Nilai-nilai dan Kesadaran Sosial: Generasi milenial sering kali diidentifikasi dengan nilai-nilai seperti keberagaman, dan kesadaran sosial. Gen Z juga dikenal sebagai generasi yang sangat peduli terhadap isu-isu sosial dan lingkungan.

Keempat, Gaya Hidup dan Prioritas: Perbedaan dalam gaya hidup, seperti kecenderungan milenial untuk menekankan keseimbangan pekerjaan-hidup dan Gen Z yang mungkin lebih fokus pada keberlanjutan, dapat mempengaruhi cara mereka membangun dan menjalani hubungan sosial.

## **PENUTUP**

Dalam era yang terus berkembang ini, pemahaman terhadap perbedaan interaksi sosial antara milenial dan Gen Z penting untuk mengenali dinamika sosial masa kini. Implikasi hasil penelitian ini dapat membantu pembentukan strategi komunikasi dan interaksi yang lebih efektif sesuai dengan preferensi masing-masing generasi. Dari hasil yang kita dapat terlihat bahwa hasil perbedaan dari setiap generasi tidak terlalu berbeda jauh, karena meskipun berbeda generasi, generasi Milenial juga mengikuti perkembangan zaman.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Tanuwijaya, Albert Chandra. (2023). *Pengaruh Sikap dan Persepsi Kontrol Perilaku Terhadap Niat Pembelian Dengan Variabel Moderasi Norma Subjektif Pada Produk Fashion Batik Bagi Generasi Muda*. S1 thesis, Universitas Atma Jaya Yogyakarta.
- Ma'rufah, N., Rahmat, H.K., & Widana, I. D. K. K. (2020). Degradasi Moral sebagai Dampak Kejahatan Siber pada Generasi Millennial di Indonesia. *NUSANTARA: Jurnal Ilmu Pengetahuan Sosial*, 7(1), 191-201.
- Nurdin, Ali dan Labib, Mufti. (2021). Komunikasi Sosial Generasi Milenial di Era Industri 4.0. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 5(2), 231-248.
- Qonitatin, N., dkk. (2020). *Dinamika Keluarga & Komunitas Dalam Menyambut Society 5.0*. Fakultas Psikologi Universitas Diponegoro Semarang.
- Siswanto, A. H., Haniza, N., & Rosyad, A. (2023). *DE FACTO : Journal Of International Multidisciplinary Science*, 1(2), 85-95.
- Xiao, Angeline. (2018). Konsep interaksi sosial dalam komunikasi, teknologi, masyarakat. *Jurnal Komunika : Jurnal Komunikasi, Media Dan Informatika*, 7(2), 94-99.
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika : Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69-87.