

Table Of Content

Journal Cover	2
Author[s] Statement	3
Editorial Team	4
Article information	5
Check this article update (crossmark)	5
Check this article impact	5
Cite this article	5
Title page	6
Article Title	6
Author information	6
Abstract	6
Article content	7

Conflict of Interest Statement

The author declare that the research was conducted in the absence of any commercial or financial relationships that could be construed as a potential conflict of interest.

Copyright Statement

Copyright © Author(s). This article is published under the Creative Commons Attribution (CC BY 4.0) licence. Anyone may reproduce, distribute, translate and create derivative works of this article (for both commercial and non-commercial purposes), subject to full attribution to the original publication and authors. The full terms of this licence may be seen at <http://creativecommons.org/licences/by/4.0/legalcode>

Editorial Team

Editor in Chief

[Dr. Totok Wahyu Abadi](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

Managing Editor

[Mochammad Tanzil Multazam](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

[Rohman Dijaya](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

Member of Editors

[Mahardhika Darmawan Kusuma Wardana](#) ([Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia](#)) [[Sinta](#)]

[Bobur Sobirov](#) ([Samarkand Institute of Economics and Service, Uzbekistan](#)) [[Google Scholar](#)]

[Farkhod Abdurakhmonov](#) ("[Silk Road](#)" International University of Tourism, Uzbekistan) [[Google Scholar](#)]

[Dr. Nyong Eka Teguh Iman Santosa](#) ([Universitas Islam Negeri Sunan Ampel SURabaya, Indonesia](#)) [[Scopus](#)]

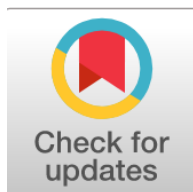
Complete list of editorial team ([link](#))

Complete list of indexing services for this journal ([link](#))

How to submit to this journal ([link](#))

Article information

Check this article update (crossmark)



Check this article impact ^(*)



Save this article to Mendeley



^(*) Time for indexing process is various, depends on indexing database platform

Ethical Criticism of Gen Z Language Style on Ganjar's Tegar Poster Declaring to be the Opposition on @pinterpolitik Instagram Account

Kritik Etis Gaya Bahasa Gen Z Pada Poster Tegar Ganjar Deklarasi Jadi Oposisi di Akun Instagram @pinterpolitik

Satria Muhammad Jumaddil , satriam@gmail.com, (1)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

Sufyanto Sufyanto, Sufyanto@umsida.ac.id, (0)

Universitas Muhammadiyah Sidoarjo, Indonesia

(1) Corresponding author

Abstract

General Background: The evolution of technology has transformed communication from traditional face-to-face interactions to modern digital platforms, notably social media. Specific Background: Instagram has emerged as a popular medium for sharing photos and information, with accounts like @pinterpolitik actively disseminating political content and viral information. Knowledge Gap: Despite the widespread use of sarcastic language among Gen Z on social media, there is limited research addressing the ethical implications of such communication styles in political discourse. Aims: This study aims to evaluate Gen Z's communication ethics concerning the use of sarcasm in comments on political content shared by @pinterpolitik. Results: Employing descriptive qualitative methods and data collection techniques such as interviews, findings indicate that many Gen Z users frequently employ sarcastic language and dark humor in their comments, particularly in response to political posters like the "Tegar Gajar Deklarasi." This usage often contradicts established communication etiquette and politeness norms. Novelty: This research sheds light on the nuanced ways in which Gen Z engages with political discourse through sarcasm, emphasizing the tension between humor and ethical communication. Implications: The results highlight the need for a deeper understanding of communication ethics in digital political interactions, which may inform future discussions on civility and engagement in online platforms.

Highlights:

Sarcastic Language Usage: Many Gen Z users frequently employ sarcastic language and dark humor in comments, impacting political discourse.

Ethical Implications: The use of sarcasm often contradicts established communication etiquette and politeness norms.

Need for Understanding: The study underscores the necessity for a deeper exploration of communication ethics in digital political interactions.

Keywords: Sarcasm, Gen Z, Communication Ethics, Social Media, Political Discourse

Pendahuluan

Komunikasi merupakan suatu metode bertukar informasi agar antar sesama dapat mengetahui apa yang ingin di informasikan, komunikasi ini juga bagian penting dari tatanan kehidupan dimana manusia membutuhkan komunikasi agar keberlangsungan proses perjalanan hidup berjalan dengan lancar. Komunikasi ini mengalami perkembangan yang begitu signifikan, sekarang komunikasi tidak hanya ber tatap muka saling bertemu namun juga dapat melalui kecanggihan alat komunikasi yang telah diciptakan oleh para ilmuwan-ilmuan agar proses berkomunikasi lebih mudah dan lebih baik. Dalam perjalanannya proses komunikasi dari generasi ke generasi mengalami peningkatan dari yang kuno hingga modern, Sesuai perkembangan komunikasi dan kemunculan modernisasi yang begitu cepat sehingga banyaknya perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang telekomunikasi membuat media komunikasi yang dapat disesuaikan dengan perkembangan zaman sehingga berkembang juga produk-produk aplikasi dengan menawarkan segala macam fitur yang mudah di akses oleh masyarakat dengan beragam usia, salah satunya aplikasi Instagram. Instagram merupakan suatu aplikasi jejaring sosial atau media sosial yang berfungsi sebagai aplikasi berbagi foto, mengedit foto secara sederhana dengan filter-filter yang disediakan dan membagikannya kepada pengikut yang mengikuti. Instagram ini menjadi sebuah platform yang digunakan oleh berbagai kalangan pada akun-akun yang memuat berita-berita atau isu-isu yang viral atau yang hangat dimasyarakat. Salah satunya pada konten politik instagram @pinterpolitik, pada akun ini menampilkan banyak berita-berita yang viral dan hangat dibicarakan oleh khalayak masyarakat. Akun Instagram dengan nama usernya @pinterpolitik ini merupakan salah satu akun media sosial yang fokus dan aktif dalam memberikan informasi-informasi kepada pembacanya terkait dengan isu-isu perpolitikan, pada akun ini juga lebih kepada mengupas hal-hal unik seputaran politik, dengan pengikut sebesar 658 RB menjadikannya sebagai media yang dilirik oleh kalangan-kalangan yang suka dan tertarik dengan konten-konten politik berdasarkan informasi yang dikumpulkan bahwa akun instagram @pinterpolitik ini memposting hingga 2-5 postingan, hal ini menjadikannya sebuah media informasi di platform instagram yang cukup aktif dalam perkontennan politik.

Dalam postingan akun instagram @pinterpolitik ini ditemukan salah satu postingan poster dengan konten yang memuat sebuah poster dengan tema tegar ganjar deklarasi jadi oposisi, Postingan ini menjadi sebuah perbincangan hangat dimata masyarakat. Gen z sebagai bagian dari masyarakat yang dekat sekali dengan teknologi tidak menjadikan mereka tertinggal informasi atau isu-isu yang diberikan, hal ini juga menjadi sebuah kedekatan tersendiri bagi kalangan gen z, sebagai generasi yang melek teknologi menjadikan para gen z juga terlibat aktif dalam berkomentar di postingan tersebut hal ini menjadi sebuah identitas gen z yang lebih tertarik pada pembahasan isu-isu viral. Dalam menyampaikan feedback atau komentar yang ditinggalkan gen z memiliki sebuah keunikan dalam proses penyampaian komentarnya, pada penelitian ini penulis membahas tentang gaya bahasa yang akan digunakan oleh gen z dalam memberikan komentarnya, terdapat gaya bahasa yang mencari khaskan bagaimana gen z merespond suatu berita atau isu-isu viral, salah satunya pada poster yang di publikasikan oleh akun instagram @pinterpolitik dengan tema poster tegar ganjar deklarasi jadi oposisi. Pembahasan postingan instagram @pinterpolitik juga ditemukan gaya bahasa yang menjadikan gen z terlihat memilki etika yang tidak baik dalam berkomentar dibuktikan dengan beberapa komentar-komentar yang diberikan pada postingan tersebut. Etika menjadi sebuah ilmu yang mengkaji bagaimana nilai-nilai kehidupan itu berjalan dan menjadi sebuah pedoman kehidupan, ketika etika telah dijalankan maka perilaku yang menjalankan etika tersebut disebut dengan etis. Dalam perkembangan nilai-nilai etika ini ketika menjadi nilai etis yang lebih jelasnya disebut perilaku yang berpedoman pada nilai-nilai etika dan moral menjadi suatu hal yang perlu dibudayakan sehingga makna dari kata manusia yang beretika itu tetap ada, maka diperlukannya kritik atau evaluasi dari perilaku-perilaku masyarakat atau generasi-generasi yang khususnya luntur terhadap etika atau perilaku etis. Etika dan Komunikasi merupakan sebuah satu kesatuan yang merepresentasikan bidang ilmu yaitu komunikasi memiliki nilai-nilai atau norma atau batasan dalam berkomunikasi, berfungsi sebagai media pengukur atau pembatas dalam komunikasi. Sarkasme dan Humor gelap menjadi sebuah sorotan kepada gen z yang sering menggunkan gaya bahasa ini sebagai gaya komunikasi mereka dalam mengomentari sesuatu, humor sebagai bahan komentar mereka dalam menyindir dan serta mengungkapkan perasaan mereka terhadap suatu hal yang ingin dikomentari. Maka tujuan penelitian ini yaitu mengkritisi secara etis perilaku gen z pada kolom komentar dengan gaya bahasa yang merujuk penggunaan bahasa sarkas dan humor gelap dalam menyampaikan isi perasaan mereka didalam kolom komentar postingan tegar ganjar deklarasi jadi oposisi di akun instagram @pinterpolitik.

Metode

Dalam penelitian ini penulis memfokuskan pembahasan pada media sosial Instagram dengan menganalisa etika komunikasi dari komentar sebuah postingan poster pada akun instagram@pinterpolitik dengan pendekatan kualitatif sebagai pengembangan dari penelitian ini, tujuan metode kualitatif ini menjadi sebuah analisa pada etika gen z dalam memberikan komentar pada postingan instagram@pinterpolitik. Penelitian ini juga bersifat deskriptif dikarenakan lebih kepada analisa komentar yang merujuk pada etika komunikasi gen z. Teori yang digunakan dalam penelitian ini, yaitu teori tindakan komunikatif oleh Jurgen Habermas (1981), sedangkan Objek dari penelitian ini yaitu komentar sarkas gen z pada poster tagar ganjar deklarasi jadi oposisi di akun instagram @pinterpolitik.

Penulis juga melakukan wawancara secara singkat kepada lima orang secara acak, untuk memperkuat argumentasi

terhadap komentar-komentar yang menggunakan kalimat atau kata-kata sarkas dan melanggar etika kesopanan dan dapat menyinggung perasaan orang lain. Dalam penulisan artikel ilmiah ini penulis memberikan informasi berbentuk teks, gambar, statistik, serta table untuk memperjelas pembahasan dari hasil penelitian penulis. Penelitian ini juga menyajikan data-data skunder sebagai literatur atau tambahan informasi dari tahun 2019-2024, hal ini bertujuan agar penulis menyajikan kebaharuan informasi dan data terkait sesuai dengan judul yang penulis teliti.

Hasil dan Pembahasan

A. Landasan Teori

Kritik yaitu sebuah tanggapan atau analisa seseorang atau lebih pada suatu hal yang menarik untuk diberikan tanggapan atau analisa, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia kritik adalah kecaman atau tanggapan, terkadang disertai uraian dan pertimbangan baik buruk terhadap suatu hasil karya, pendapat, dan sebagainya[1]. Perlu kita ketahui bahwa kritik ini bukan tentang baik atau buruknya hal tersebut melainkan bagaimana cara menganalisisnya, buruk belum tentu benar begitupun sebaliknya. Menurut para ahli bahwa terdapat teori dalam sebuah kritik harus kritis, menurut Martes (1991) berfikir kritis merupakan proses sadar dan sengaja yang digunakan untuk menafsirkan serta mengevaluasi sebuah temuan informasi dan juga pengalaman disertai sikap reflektif dan kemampuan memandu keyakinan serta tindakan, berdasarkan pendapat Martes tersebut dapat kita tarik kesimpulan bahwa dalam proses terjadinya sebuah proses kritik terdapat pemikiran kritis didalamnya yaitu proses sadar dan sengaja digunakan untuk menafsirkan atau mengevaluasi suatu informasi dan pengalaman[2]. Kritis juga memiliki kaidah yang harus di pengang erat dalam melaksanakannya yaitu harus beretika dan tata krama dalam proses mengkritik suatu informasi atau temuan-temuan lainnya.

Komunikasi merupakan sebuah proses bertukarnya informasi dari komunikator, dan penerima informasi. Dalam komunikasi komunikator harus memberikan sembuah informasi yang valid atau benar sebelum disebarluaskan, adapun dalam penelitian ini fokus pada komentar-komentar Gen Z yang memberikan komentar yang belum tentu akan kepastiannya hanya berdasarkan subjektifitas atau penilaian pribadi terhadap poster tegar ganjar deklarasi jadi oposisi pada akun instagram @pintarpolitik. Jurgen Hubermas dengan teorinya yaitu teori tindakan komunikatif yang fokus pada intarkasi sosial dan juga fokus pada komunikasi yang etis, teori ini dapat membantu menganalisis bagaimana gen z dalam berintraksi dalam kolom komentar serta tantangan yang gen z hadapi pada penerapan etika komunikasi yang baik dalam media sosial. Teori ini fokus pada pentingnya komunikasi bebas dan terbuka di masyarakat, dan Jurgen melihat jika terdapat tindakan komunikatif dalam proses komunikasi harus memiliki rasionalitas komunikatif dan kejelasan informasi atau argumentasi yang logis agar suatu informasi yang disampaikan dapat diterima oleh semua pihak. Hubermas juga menekankan bahwa komunikasi yang efektif yaitu bersifat rasional dan saling pengertian yang mana nilai kesantunan dan penghormatan terhadap orang lain menjadi sebuah keefektifan dalam proses komunikasi.[3]

Etika merupakan bagian atau cabang dari filsafat yang mana perwujudannya dari kritis moralitas tindakan manusia. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia etika yaitu ilmu tentang apa yang baik dan apa yang buruk dan tentang hak dan kewajiban moral. Ketika berbicara tentang etika maka ada etis, keduanya memiliki keterkaitan yang sangat erat dan saling berhubungan satu sama lain dengan berlandaskan asas yang disepakati secara umum. Etika dan etis satu bagian yang sama, etika dengan penyajian ilmu-ilmu atau studi dengan teori-teori, sedangkan etis berbicara tentang penerapan dari ilmu-ilmu etika. Etis menjadi dasar pembahasan ilmu etika yang menjadikan suatu bahan pembahasan terhadap perilaku gen z dalam bermedia sosial, tanpa kita sadari bahwa fungsi etis ini sangat berpengaruh dalam perkembangan gen z pada zaman modernisasi dengan teknologinya yang berkembang pesat.[4]

Kritik Etis merupakan suatu pendekatan pada kritik yang mengedepankan nilai-nilai etika didalam proses mengkritik, dalam hal ini mendorong kritik menjadi alat dari proses pengevaluasian serta perbaikan dan saling menghormati antar individu atau kelompok. Kritik etis dalam komunikasi sangat diperlukan untuk menjaga kestabilisasian komunikasi agar terjadi komunikasi yang baik antara komunikator dan penerima informasi dimana peran etis atau perilaku yang mengedepankan etika sebagai pedoman dalam melakukan komunikasi tersebut. Hal ini berkaitan dengan bagaimana seharusnya peran etika komunikasi digunakan dengan baik.

Berkomunikasi yang baik dibutuhkan bahasa yang baik dalam melakukan komunikasi, bahasa menjadi bagian utama dari terjadinya komunikasi, Menurut Umi Aisyah Siregar dkk (2023) bahasa merupakan alat yang paling efektif dalam menyampaikan pikiran, serta pesan yang ingin disampaikan, dalam konteks komunikasi bahasa menjadi sebuah alat mempermudah proses terjadinya pertukaran komunikasi. Dalam komunikasi bahasa terdiri dari bahasa verbal dan non verbal, pada akhirnya dalam setiap komunikasi terdapat bahasa yang digunakan sesuai dengan gaya yang pakai. Berbicara gaya bahasa dalam komunikasi yaitu penggunaan bahasa yang khas dan kreatif dalam menyampaikan pesan gaya ini tidak hanya fokus pada penyampaian kata melainkan pada struktur dan retorika yang digunakan, terdapat banyak gaya-gaya bahasa yang digunakan yaitu gaya bahasa kiasan, bahasa repetisi, bahasa retorika, serta bahasa sindiran.

Perlu kita ketahui Gen z merupakan generasi yang lahir pada zaman melek teknologi, modernisasi, dan digitalisasi

semakin berkembang. Dengan berdasarkan data yang ada gen z sangat memiliki pengaruh dalam dunia perpolitikan. Putri Yolanda. H., & Halim (2020) dengan fokus penelitian yaitu partisipasi politik pada gen z, hasilnya menerangkan bahwa gen z lebih banyak melakukan partisipasi politik instrumental dan informatik dibandingkan strategis[5]. Karakter politik merupakan suatu hal yang melekat pada individu maupun kelompok dengan merujuk pada nilai-nilai, sifat-sifat, dan perilaku individu dan kelompok itu sendiri berkaitan dengan politik. Dalam karakter politik ini juga individu atau kelompok harus memegang nilai-nilai yang diterapkan dalam berpolitik dari nilai kejujuran, nilai kebebasan, nilai kesetaraan, nilai kejujuran, dan nilai-nilai yang dapat menjadi sebuah dasar dalam berpolitik. Dalam pemilu yang dilaksanakan pada tahun 2024 ini KPU merilis jumlah DPT sejumlah 204.807.222 Pemilih jika di runut menjadi pembagian generasi yaitu Milenial 66,82 juta, Gen X 57.49 juta, Gen Z 46,8 juta, Baby Boomers 28,13 juta, serta Pre Boomers 3, 57 juta[6]. Jika kita tarik data statistik yang di buat oleh Katadata.co.id ini jumlah Gen z ini menjadi salah satu jumlah pemilih terbanyak yang dapat mempengaruhi perpolitikan di Indonesia.

Dapat kita perhatikan bahwa keterkaitan antara etika, bahasa, dan keterlibatan politik Gen z di Instagram ini cukup memberikan kita pemahaman bahwa bahasa yang digunakan oleh gen z tidak mempertimbangkan stabilisasi politik yang terjadi, dengan bahasa-bahasa yang mereka ungkapkan dalam sebuah kolom komentar bisa jadi dapat mengguncangkan perpolitikan yang terjadi. Dari hasil wawancara salah satu Gen z yang berkomentar pada postingan konten tersebut dapat mewakili mengapa mereka memberikan tanggapan pada kolom komentar, dapat penulis simpulkan yaitu karena mereka mengikuti isu-isu politik yang terjadi dan mengingat kembali pada pembahasan isu sebelumnya, dan menjadi sebuah hal yang biasa terjadi. Gen Z mengkritisi isu tersebut dengan menggunakan bahasa-bahasa yang dianggap dapat mewakili isi hati mereka. Namun pada dasarnya komentar-komentar Gen Z yang ditinggalkan pada akun @pintarpolitik dengan membahas konten "Tegar Ganjar Deklarasi Oposisi" ini dapat menjadi buruk atau tidaknya tergantung kualitas penyampaian pesan atau penerima pesan.

Dalam berkomunikasi pastinya akan terjadi komunikasi dua arah atau lebih yang mana seorang komunikator akan memberikan suatu informasi kepada lawan bicaranya dengan berbagai metode agar pesan atau informasi dapat tersampaikan dengan baik. Pola komunikasi antar generasi dari zaman ke zaman memiliki bermacam-macam perbedaan, contohnya saja pada proses komunikasi masyarakat zaman dulu berkomunikasi dengan bertemu secara langsung untuk bertukar informasi agar tidak terjadi kesalahan dalam bertukar informasi. Generasi z atau yang kita kenal dengan Gen Z ini memiliki gaya komunikasi yang mengikuti perkembangan zaman yaitu modernisasi dimana teknologi yang berkembang pesat dapat berpengaruh pada gaya komunikasi Gen Z. Bertukar informasi yang berawal dari telepon via telpin wartel sekarang dapat berkomunikasi dengan handphone dengan fasilitas tidak hanya pada mode telpin melainkan dapat berkomunikasi dengan cara video call, chat, dan tukar gambar.

Pada akhirnya sekarang masyarakat dapat menikmati teknologi yang lebih modern lagi yaitu media sosial, menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) media sosial merupakan laman atau aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial. Aplikasi yang sangat dikenal dan selalu digunakan di Indonesia adalah Youtube, Instagram, Facebook, Tiktok, X, dan Telegram. Indonesia menjadi negara ke tiga setelah china sebagai pengguna media sosial terbanyak didunia. Menjadi sebuah negara dengan tiga besar yang mendominasi sebagai pengguna media sosial terbanyak dunia Indonesia memiliki berbagai macam pilihan namun pilihan-pilihan aplikasi media sosial yang banyak digunakan adalah Youtube 88%, WhatsApp 84%, Instagram 79%, Facebook 79%, dapat kita lihat pada data yang bersumber dari databox.com ini menggambarkan jumlah presentasi penggunaan dan daya tarik dari media sosial bagi masyarakat Indonesia dengan latar belakang dan usia yang beragam[7]. Media sosial ini juga dinikmati dan diakses oleh beragam usia dari yang usia muda hingga usia tua dari usia sekitaran 16 tahun sampai 64 tahun. media sosial ini dianggap sebagai bagian teknologi yang dapat membantu dalam proses komunikasi. Beragam platform yang menjadi bagian dari media sosial, yang mana platform-platform ini membantu gen z dan generasi-generasi lainnya dan menyesuaikan dengan kebutuhan. Terdapat media sosial yang hanya fokus sebagai alat komunikasi dan ada juga yang menggabungkan sebagai alat komunikasi, alat mencari informasi, dan alat menanggapi suatu informasi. Media sosial kalangan gen z sangatlah erat hubungannya karena pada dasarnya generasi yang hidup pada era modernisasi atau yang kita ketahui seluruh alat komunikasi berkembang menjadi sebuah teknologi-teknologi yang dimanfaatkan atas kebutuhan gen z. media sosial juga berkembang menyajikan fitur-fitur yang menarik simpati gen z, dari yang gen z mendapatkan teman tanpa harus berkomunikasi diawal, bahkan terdapat platform media sosial yang memberikan dalam satu platform dapat digunakan apa saja, dari telephone, videocall, bertukar gambar, memposting gambar atau video, hingga merespond dari informasi-informasi yang diberikan melalui platform media sosial tersebut. Media sosial terus berkembang mengikuti zamannya, bahkan platform media sosial banyak melakukan upgrade fitur-fitur sesuai dengan kebutuhan gen z.



Figure 1. Data Durasi Gen Z Online di media sosial

Dari Gambar 1. Ini kita dapat melihat gen z baik itu prempuan ataupun laki-laki rata-rata sangat aktif menggunakan media sosial dengan durasi penggunaannya yang hampir besar, dari data bersumber dari website Good Stats para gen z berselancar di media sosial selama kurang lebih 1 sampai 6 jam perhari. Inilah mengapa generasi ini sebagai generasi yang melek dengan teknologi karena tidak ada hari tanpa teknologi atau yang kita kenal dengan media sosial[8]. Gen z yang tidak luput dari teknologi ini juga memiliki kebiasaan pengamatan dan penilaian dari media sosial yang mana data atau konten yang disampaikan melalui media sosial ini mereka ikuti dan alami, gen z melakukan penilaian secara awam melalui konten-konten yang tersajikan dan menjadikannya bahan pembicaraan yang hangat di media sosial.

Berbicara tentang komunikasi digital gen z lebih memilih mengikuti perkembangan digitalisasi dalam berkomunikasi, generasi ini lebih senang berkomunikasi dengan menggunakan media sosial mereka yang memiliki fitur-fitur terbaik dan mendukung cara mereka mengekspresikan peranan komunikasi kepada sesama gen z atau bahkan ke khalayak generasi. Komunikasi secara digital dianggap mempermudah mereka dalam menyampaikan apa yang ingin disampaikan, dari bentuk komunikasi digital menggunakan media foto, video, bahkan voice note dan video call. Dengan beragamnya fitur-fitur ini menjadikan cara gen z berkomunikasi lebih banyak menggunakan komunikasi digital dibandingkan dengan harus bertemu langsung atau yang kita kenal dengan sebutan tatap muka. Dalam berkomunikasi digital gen z banyak juga yang menggunakan bahasa komunikasi yang hanya dimengerti oleh generasi mereka sendiri, bukan karena mereka meng eksklusifkan diri melainkan pada dasarnya gaya komunikasi gen z dalam bermedia mengikuti perkembangan zaman, dari penggunaan tanda baca yang hanya dimengerti oleh mereka hingga singkatan-singkatan yang dimengerti oleh generasi mereka sendiri. Ini semua berkaitan dengan gen z yang lebih mudah dan tertarik dengan gaya bahasa yang simple dan tidak panjang-panjang agar lebih cepat dalam berkomunikasi, tanpa harus ribet untuk menggunakan kata-kata atau frasa yang baku dalam proses komunikasinya di media sosial.

Komunikasi digital tidak lepas dari semiotika, yang mana terdapat tanda-tanda yang merupakan bagian dari semiotika, tanda tersebut memiliki arti yang hanya bisa dimengerti oleh komunikator dan yang akan diberikan informasi. Semiotik dalam berasal dari bahasa Yunani yaitu "seme", terdapat juga semeiotikos yang memiliki arti penafsiran tanda, maka dari itu semiotika dapat kita artikan dengan sebuah ilmu yang menganalisis sebuah tanda sehingga tanda tersebut berfungsi sesuai kebutuhannya. Menurut Siregar (2019) arti tanda Ferdinand Saussure mengibaratkan seperti kertas yang mana keduanya tidak dapat dipisahkan dari dua bidang kertas, pada bagian pertama penanda menitikberatkan kepada penjelasan bentuk dan ekspresi, sedangkan pada bagian kertas kedua sebuah pertanda, yang menjelaskan terkait konsep dan makna[9]. Pada komunikasi yang dilakukan oleh gen z menggunakan semiotika sebagai tanda yang dapat mengekspresikan suatu yang ingin dikomunikasikan, dari penggunaan emotikon, singkatan-singkatan yang digunakan sebagai tanda, hingga gaya-gaya bahasa lainnya yang dapat kita kenali hal tersebut menjadi ciri khas gaya komunikasi digital gen z pada saat berkomunikasi.

Komunikasi dan semiotika dapat dijadikan sebuah satu kesatuan, namun memiliki syarat bahwa sasaran dari

komunikator dapat memahami tanda yang diberikan, dengan tujuan agar proses komunikasi itu berjalan sesuai dengan rencana atau tujuan dari komunikasi itu tercapai. Semiotika ini menjadi sebuah ilmu yang diaplikasikan dalam komunikasi, dengan keterlibatan semiotika ini dapat kita lihat menjadikan komunikasi itu tidak hanya tentang berbicara atau bertukar informasi, namun terdapat sebuah proses komunikasi dengan menggunakan tanda-tanda sehingga komunikasi itu berjalan dengan lancar dalam pengungkapan perasaan dari komunikator kepada penerima informasi. Hal ini menjadikan semiotika dan komunikasi dapat dijadikan satu dengan ketentuan komunikator dan penerima informasi paham dengan tanda yang digunakan dalam komunikasi tersebut. Gen z dengan keunikannya sebagai generasi yang serba instan dengan memanfaatkan teknologi juga menggunakan metode komunikasi dengan semiotika hal ini menjadikan komunikasi itu menarik.

B. Gen z dan Komentar Tegar Ganjar Deklarasi Jadi Oposisi

Dalam Komunikasi bahasa menjadi sebuah peran penting bagaimana informasi yang ingin disampaikan bisa tersampaikan dengan baik. Bahasa merupakan media dalam berkomunikasi yang digunakan oleh manusia agar proses komunikasi atau harapan yang ingin dikomunikasikan dapat tersampaikan secara baik dan jelas dengan tujuan yang diinginkan dapat tercapai. Generasi atau individu dan kelompok ini memiliki gaya atau bahasanya yang khas dalam proses komunikasinya. Bahkan ada suatu tanda atau simbol yang menjadi bahasa komunikasi antar kelompok atau individu agar informasi yang diinformasikan hanya kelompok atau individu tertentu yang dapat memahami bahasa tersebut. Namun perlu diketahui bersama bahwa bahasa yang dikita kenal dengan gaya berbahasa ini dapat berubah-ubah tergantung situasi dan kondisinya, misalkan pada usia lawan komunikasi, posisi lawan komunikasi, hingga formal atau tidaknya tempat kita berkomunikasi. Bahasa ini memiliki peran penting dalam berkomunikasi sehingga tanpa bahasa proses komunikasi akan terhambat. Indonesia merupakan negara yang memiliki keragaman bahasa, jika kita perhatikan bahasa di tiap daerah itu berbeda-beda, namun Indonesia juga memiliki bahasa nasional yaitu bahasa Indonesia, hal ini tidak menyurutkan proses komunikasi oleh masyarakat Indonesia, malah tercipta gaya bahasa yang sesuai dan dapat menyesuaikan dengan situasi kondisi yang ada. Berkembangnya teknologi dan modernisasi juga berdampak pada penggunaan bahasa sehari-hari, gen z sebagai generasi yang paling dekat dengan perkembangan ini khususnya dalam penggunaan bahasa sehari-hari sangat terpengaruh, mereka mengalami perubahan dalam tata cara berkomunikasi dari generasi-generasi sebelumnya. Perkembangan zaman ini mengubah gen z dalam penggunaan bahasa Indonesia khususnya. Gen z memiliki gaya dalam berkomunikasi yang santai, cepat, singkatan, akronim, emotikon, serta tambahan kata asing. Gen Z merupakan generasi yang muncul setelah generasi milenial, gen z lahir pada kisaran tahun 1997-2012, generasi ini sangat dekat sekali dengan kemajuan teknologi, tidak ada hari tanpa gadget. Gen Z ini dikenal juga dengan "the communaholic", [10] dengan label generasi yang inklusif dan tertarik terlibat aktif dalam hal apapun dengan tetap mengedepankan pada kemajuan teknologi sebagai alat dalam menjalankan kegiatannya. Dari beberapa penelitian yang dikumpulkan menyatakan bahwa gen z ini 30% menghabiskan waktu 6 jam sehari dalam menggunakan handphone atau gadget dengan fokus dipergunakan untuk bermain media sosial, bahkan terdapat survei yang mengatakan bahwa gen z di Indonesia menggunakan handphone atau gadgetnya 8,5 jam sehari. Menjadi generasi yang dikenal tidak bisa berjarak dengan media sosial dan teknologi, gen z juga memiliki karakter dan ciri khas dalam berbahasa, adapun berikut ciri khas dari bahasa yang digunakan oleh gen z [11] :

a. Penggunaan singkatan atau Akronim : Pada pengaplikasiannya gen z dalam berbahasa sering menggunakan singkatan atau akronim dalam mengungkapkan sesuatu khususnya dalam media sosial gen z lebih tertarik dengan menyingkat kata demi kata hal ini dimaksudkan agar lebih cepat dan simple dalam menyampaikan informasi yang ingin disampaikan oleh gen z kepada lawan komunikasinya. Hal ini menjadi sebuah ciri khas yang dapat kita identikkan dengan gen z, contohnya yang sering kita temukan yaitu kata OTW dengan arti singkatannya yaitu (On The Way) atau kata TKS yang memiliki arti yaitu (Terimakasih). Singkatan atau akronim dari kata-kata ini menjadikan gen z lebih dikenal dengan generasi yang memiliki kepribadian yang mencolok dalam proses komunikasi digital, dengan singkatan-singkatan ini mereka merasa bahwa singkatan tersebut sudah mewakili perasaan atau informasi yang mereka ingin sampaikan kepada penerima informasi, dalam proses penerimaan informasi banyak juga dari sesama generasi z atau bahkan berbeda generasi memahami apa yang telah disampaikan atau makna dari singkatan tersebut telah diketahui dan merupakan bentuk dari suatu pola komunikasi yang mencari khasanah generasi z. Hal ini pula dimanfaatkan oleh generasi sebelum generasi z untuk menjadi sebuah keunikan baru dari proses komunikasi yang dibentuk, singkatan atau akronim ini diterima oleh berbagai latar belakang menjadi bahasa komunikasi antar generasi atau berbeda generasi.

b. Penggunaan Emotikon atau Stiker : Dalam berkomunikasi gen z sering menggunakan emoji atau stiker dalam berkomunikasi via online, emoji atau stiker ini merupakan suatu bentuk atau tanda yang ekspresi perasaan atau reaksi oleh pengirim pesan kepada penerima pesan. Gen z selalu menggunakannya pada awal, tengah, bahkan akhir percakapan. Beragam bentuk dari emotikon atau stiker tersebut contohnya tertawa menggunakan emotikon (☺) sedangkan untuk sedih menggunakan emotikon (☹). Dalam prakteknya emotikon ini menjadi sebuah tanda gen z mengekspresikan perasaan yang sedang dialami ketika berkomentar atau mengulas isu-isu yang menurut gen z isu tersebut baik untuk diulas, namun gen z juga terkadang memberikan emotikon atau stiker berbanding terbalik dengan kondisi yang dirasakan oleh mereka, misalkan mereka ternyata mentertawakan isu yang dianggap lucu namun dalam proses bahasa yang diberikan dalam merespond isu tersebut ditandai dengan emotikon atau stiker sedih, maka dapat kita ketahui bersama emotikon dan stiker ini merupakan satu bagian dari pola komunikasi gen z dengan menggunakan tanda dalam proses komunikasi.

c. Gaya Bahasa Informal : Menjadi kebiasaan sebagian gen z yang mana selalu menggunakan bahasa informal dalam berkomunikasi baik itu secara langsung maupun via tulisan di kolom pesan ataupun komentar. Bagi sebagian gen z tidak suka menggunakan bahasa-bahasa yang baku pada setiap percakapan, gen lebih senang dengan menggunakan bahasa-bahasa slang dan kata-kata yang menajadi ungkapan dikalangan sesusia gen z dikarenakan menurut sebagaian gen z bahasa yang formal tidak cocok bagi generasinya. Contohnya ketika berkomentar dikolom komentar atau ketika mengirimkan informasi lebih sering menggunakan kata-kata yang lebih santai dan tidak formal. Kebiasaan ini menjadikan sebuah penilaian kepada gen z yang kita kenal dengan generasi yang dekat dengan modrnisasi ini memiliki ciri khas yang santai dan tidak menyukai gaya komunikasi yang bersifat formal, karena bagi gen z formal tersebut bukan menjadi sebuah metode komunikasi mereka dalam berinteraksi sehari-hari. Bahkan dalam prosesnya komunikasi yang dilakukan oleh gen z berkesan tidak memilki segi moral, dikarenakan terlalu santai dan tidak menginginkan komunikasi yang kaku atau sering disebut komunikasi formal.

d. Penggunaan Kata-Kata Asing : Gen z sering sekali memberikan pesan atau ungkapan dengan bahasa asing, atau yang lebih sering mencampur bahasa Indonesia dengan bahasa Inggris. Dalam perakteknya terkadang gen z lebih tertarik menggunakan kata yang dibuat dalam bahasa inggris agar lebih terkesan modern. Contohnya saja ketika berbicara terdapat penggalan bahasa inggris, “guys hpku lowbat nih” dari kalimat ini terdapat kata “lowbat” dalam bahasa inggris yaitu lowbattery atau dalam bahasa Indonesia lebih dikenal dengan habis baterai. Inilah gaya gen z sering kali menambahkan kata-kata asing dalam berkomunikasi kepada lawan komunikasinya. Kata asing ini menjadi sebuah gaya kominkasi kekinian atau modern, dikarenakan merupakan penilaian sosial bagi aklanagn generasi z bahwa jika tidak paham bahasa asing maka dianggap kuno atau ketinggalan zaman. Peranan bahasa asing dalam proses komunikasi gen z kepada lawan komunikasinya ini menjadi sebuah alat bagi gen z untuk memamerkan kepiyawainya dalam pengetahuan bahasa asing atau yang sering digunakan yaitu bahasa Inggris.

e. Kreativitas dalam Berkomunikasi: Gen z selalu menciptakan frasa-frasa baru serta memodifikasi dan mengabungkan kata-kata yang unik. Dalam berkomunikasi gen z lebih senang dengan bahasa yang simple namun dimengerti, maka dari itu gen z lebih sering menciptakan frasa baru dalam berkomunikasi dapat kita perhatikan gen z sering menuliskan kata “ngab” artinya bang, “skuys” artinya ayo atau mari. Inilah gen z dengan segala kreatifitasnya dalam menciptakan frasa-frasa atau kata-kata baru dalam bahasanya, yang mungkin hanya dimengerti oleh generasi mereka itu sendiri. Kreatifitas dalam berkomunikasi ini banyak juga terdapat di beberapa wilayah dengan kata-kata unik, penulis menemukan keunikan yang digunakan oleh gen z dalam berkomunikasi banyak dari gen menggunakan frasa baru yaitu kata “dorang” sebagai kata ganti dari sebuah kata yaitu “kalian”. Dapat kita simpulkan bahwa kekreatifan gen z bukan hanya teknologi namun juga menciptakan sebuah frasa-frasa baru yang menjadi sebuah keindahan dalam proses komunikasi dikalangan gen z, dan keunikan ini menjadi kuat dikarenakan pada dasarnya gen z yaitu generasi yang sangat bebas, baik berkomunikasi atau berkreaitifas dalam perjalanan kehidupannya.

f. Kesadaran tentang Visual : Gen Z yang tumbuh dengan perkembangan digitalisasi yang banyak berkomunikasi dengan visual bahkan menggunakan gambar-gambar, meme dalam kominikasi generasi tersebut. Gaya berkomunikasi gen z begitu banyak, sebagai generasi yang berkaitan dengan modernisasi menjadikan gen z lebih tertarik menggunakan teknologi-teknologi yang telah diciptakan untuk menunjang proses kehidupan dari gen z, dapat kita saksikan saja dalam media sosial adanya visual atau gambar video protes mahasiswa salah satu kampus kepada DPR RI, ini menjadikan sebuah contoh dimana gen z juga dapat berkomunikasi melalui visual gambar maupun video. Gen z memiliki sebuah ilmu yang mungkin tidak dimiliki oleh sebagian generasi yaitu kesadaran akan tentang visual, yang mana dalam mengungkapkan perasaan terhadap isu-isu yang berkembang dimasyarakat yaitu dengan membuat sebuah konten-konten yang menjadikan hal tersebut menjadi perwakilan ungapan perasaan gen z itu sendiri. Dengan kedekatan dengan perkembangan teknologi dan modernisasi yang begitu cepat menjadikan gen z itu sangat dekat dengan buah dari teknologi salah satunya visual video.

g. Penggunaan Bahasa Sarkas dan Humor Gelap : Biasanya ini digunakan oleh gen z dalam mengkritik sesuatu dengan memilih kejujuran atau dengan pengibaratan dan hanya digunakan pada media sosial. Penggunaan bahasa satir ini biasa ditemukan pada lingkunagn mahasiswa-mahasiswa yang ingin mengkritik suatu isu tanpa harus menjelaskan kritik sesungguhnya, contohnya saja pada postingan menyindir kinerja pemerintah “Perwakilan kita di parlemen sangking serius mewakili suara kita sampai tertidur” ini merupakan contoh bahasa sarkas yang diberikan oleh mahasiswa ketika mengkritik suatu isu-isu yang hangat dibahas. Namun dalam gaya bahasa komunikasi gen ini juga tidak semua gen z menggunakan bahasa ini, dikarenakan penggunaan bahasa satir atau bahasa sarkas ini menjadi sebuah bahasa dikalangan gen z yang berdekatan dengan Pendidikan atau perguruan tinggi, gaya bahasa ini biasanya digunakan oleh gen z yang masih menajdi mahasiswa atau gen z yang telah menamatkan dirinay pada perguruan tinggi. Sarkas dan Humor ini merupakan memiliki keunikan sendiri dalam proses komunikasi, sarkas dan satir ini dikenal dikalangan gen z adalah sebuah kata, kalimat, serta ungkapan “julid” atau juga dapat kita tahu sebagai ungkapan. Gen z juga sering memberikan nilai-nilai humor didalam kolom komentarnya, namun nilai-nilai humor ini biasanya menjadikan keberanian gen z dalam menentang norma-norma masyarakat meskipun hal tersebut akan mendapatkan pertentangan.[12]

Setelah kita memahami gaya bahasa yang sering digunakan oleh gen z ini, kita fokus pada gaya bahasa sarkasme dan humor gelap pada poster tegar ganjar deklarasi jadi oposisi pada akun instagram @pintarpolitik, yang mana pada konten tersebut memiliki komentar-komentar yang dapat kita perhatikan merujuk pada gaya bahasa gen z dalam menulis pesan atau komentar. Dalam penelitian ini penulis akan mengevaluasi dengan menggunakan pendekatan kritik etis atau mengevaluasi secara etika komentar sarkasme yang diberikan gen pada postingan

tersebut.[13]



Figure 2. Komentar-Komentar Gen Z

Pada Gambar 2. ini dapat kita perhatikan bahwa pada gambar diperhatikan penulis menyajikan gambar sebuah postingan di akun Instagram @pinter politik dimana kolom komentar banyak di isi komentar-komentar yang bisa dikatakan komentar dari gen z, dikarenakan setelah ditelaah dan ditelusuri bahwa komentar tersebut yaitu komentar dari gen z dengan gaya khasnya dalam menuliskan komentar-komentar pada sebuah postingan yang mana ditandai dengan gaya komentar dengan menyingkat kata-kata serta memberikan emotikon atau stiker sebagai pendukung agar pesan yang disampaikan berdasarkan dengan emosional gen z itu sendiri.

Akun Pinter Politik merupakan suatu media yang berfokus pada konten-konten yang membahas isu-isu politik yang hangat dan menjadi perbincangan, media sosial instagram yang memiliki 658 RB pengikut ini banyak menyajikan konten viral seputaran politik salahsatunya konten yang diperbincangkan pada tahun pilpres 2024 yaitu menampilkan sebuah poster yang berisikan sebuah konten politik dengan tema tegar ganjar deklarasi jadi oposisi,pada konten ini memiliki suatu informasi yang membuat gen z tertarik untuk memberikan komentarnya pada postingan tersebut, penulis menemukan 177 komentar yang di tinggalkan pada konten tersebut. Penulis menyaring menjadi 10 komentar yang sesuai dengan ciri-ciri gaya bahasa gen z dari 10 data tersebut penulis menyeleksi kembali menjadi 4 teratas terkait komentar yang akan dibahas serta melakukan proses wawancara kepada 5 orang terhadap komentar tersebut, dari proses wawancara ditemukan hasil sebagai berikut :

No	Nama	Tanggapan/Argumentasi
1.	Ibu Nurul Alwi	Menurut sayaKomentar 1 sedikit menyinggung karena kalimat "tln omongan sndiri" di mana penggunaan kata itu membuat perasaan tdk dipercayai dan melanggar etika sopan santun karena kalimat itu ditujukan utk org yg lbh tua Untuk komentar kedua Menurut saya tidak melanggar karena di komentar ini ada kata "tidak tersandera" sehingga tidak menyamakan dengan yg lain Komentar ketiga Menurut saya melanggar etika sopan santun karena itu ditujukan utk presiden nkri tetapi

		terkait orangnya merasa tersinggung seperti tidak tersinggung karena sudah biasa dengan hal seperti itu. Komentar keempat melanggar etika sopan santun karena mengatakan hal seperti itu tanpa dimintai pendapat kepada orang yg sudah memutuskan tujuannya.
2.	Ibu Anak Agung Ulan	Komentar pertama menyatakan sesuatu yang tidak mendasar. Sama halnya dengan komentar nomor 2 yang tidak jelas. Komentar nomor 3 dan 4 memberikan informasinya yang tidak benar adanya, hal tersebut dapat mengiring opini negatif pada subjek yang tertera pada komentar.
3.	Bapak Husain	benar, sarkasme yang di lontarkan melanggar etika budaya yang ada di nusantara, melihat komentar yang selalu mengaitkan antara kontestasi di masa lalu hingga di masa sekarang sudah tak relate lagi. bahkan itu dapat membuat orang menjadi terluka dan menghilangkan semangat nya untuk melangkah kedepan padahal yang sama sama kita ketahui menang kalah dalam kontestasi pemilu adalah hal yang biasa. namun dampak kekalahan tentu sangat terasa oleh orang nya. maka dari itu tak sepatasnya mengungkit dan melontarkan perkataan sarkasme kepada orang lain terlebih dari hasil usaha nya walaupun ia mengalami kegagalan
4.	Ibu Nurhaeana	Kalau menurut ibu memang dari ke 4 komentar ini memberikan dampak pda orang yang ditujukan, komentar sarkas ini dapat membuat perasaan tersinggung, ibu juga berpendapat bahwa perlu adanya penanaman nilai-nilai agar persaudaraan tidak putus, karena jangan hanya gara-gara komentar yang mungkin bukan sengaja namun refleksi.
5.	Ibu Asliani	Secara baca sekilas memang dalam komentar ini berisi sebuah bahasa-bahasa yang berbau lelucon, tapi terdapat kata-kata sendiran. Sopan santun adalah bagian dari Arab, kalau saya melihat dari semuanya ini komentar-komentat sindiran yang bisa jadi menyinggung perasaan orang, walaupun sendiri ini bentuknya protes akan tetapi lebih baik menggunakan bahasa santun dan mengedepankan etika dalam memberikan sebuah kata-kata dalam berkomentar khususnya

Table 1. Data Wawancara singkat kepada narasumber terkait 4 komentar yang dibahas

Berdasarkan hasil wawancara singkat kepada 5 orang narasumber ini ditemukan data yang seiris yaitu benar adanya ke 4 komentar tersebut yang mencirikan gaya bahasa gen z ini memberikan sebuah sarkasme yang menjadi sebuah topik etika berkomunikasi, dalam ke 4 komentar diatas dapat kita perhatikan bahwa adanya gaya bahasa yang kurang etis sehingga dapat dinilai sebagai bahan ejekan kepada objek yang dibahas sehingga memungkinkan terjadinya pelemahan etika sopan santun komunikasi dalam kolom komentar poster tegar ganjar deklarasi jadi

oposisi di akun Instagram @pintarpolitik hal ini dapat menjadi sebuah bahan merendahkan orang lain sehingga menyinggung orang yang menjadi objek bahasan pada postingan tersebut.

C. Instagram sebagai media komunikasi Gen Z

Sesuai perkembangan komunikasi dan kemunculan modernisasi yang begitu cepat sehingga banyaknya perusahaan-perusahaan yang bergerak dibidang telekomunikasi membuat media komunikasi yang dapat disesuaikan dengan perkembangan zaman sehingga berkembang juga produk-produk aplikasi dengan menawarkan segala macam fitur yang mudah di akses oleh masyarakat dengan beragam usia, salah satunya aplikasi Instagram. Instagram merupakan suatu aplikasi jejaring sosial atau media sosial yang berfungsi sebagai aplikasi berbagi foto, mengedit foto secara sederhana dengan filter-filter yang disediakan dan membagikannya kepada pengikut yang mengikuti. Aplikasi ini juga merupakan aplikasi yang didirikan pada tahun 2010 oleh Mike Krieger dan Kevin Systrom yang merupakan seorang pemrogram komputer dan pengusaha di bidang internet, pada awalnya instagram ini bersifat eksklusif yang hanya diperuntukan bagi handphone-handphone IOS yang berlogo apel atau yang sering kita sebut sebagai iphon, berdasarkan informasi dari artikel jurnal tentang penelitian tentang instagram yang ditulis oleh kartini dkk (2022) ditemukan informasi bahwa instagram akhirnya mengeluarkan platform instagram khusus pengguna android pada april tahun 2012 yang mana fitur yang terkenal pada awal-awal itu yaitu boomerang yang mana ini cukup mencuri perhatian gen z dan milenial di awal-awal perjalanannya, hingga pada akhirnya instagram terus berbenah dan mengembangkan suatu fitur yang dapat menjadi media sosial yang selalu dibutuhkan oleh gen z. Bagi sebagian gen z instagram merupakan bagian dari gaya hidup yang mana fitur-fitur yang dikembangkan oleh perusahaan itu dapat digunakan dan dinikmati oleh gen z dalam berbagai hal, bahkan banyak informasi seputar hal-hal yang disukai oleh gen z, dari fashion, sport, politik, lingkungan, gossip, dan banyak lagi hal-hal menarik yang disajikan oleh instagram untuk menunjang gaya atau lifestyle dari generasi yang dekat dengan teknologi atau yang kita kenal dengan gen z.[14]

Dalam perjalanannya instagram menjadi sebuah media sosial yang banyak pengemarnya, instagram ini menggunakan sistem yang mana semua orang dapat mengikuti dan diikuti kesehariannya dalam media sosial instagram, banyak gen z yang memilki pengikut dari ribuan hingga jutaan, merasa tidak mau kalah banyak juga gen z yang rela membeli follower agar dapat etensi dari halayak media sosial. Instagram juga memiliki logaritma dalam proses penguploadan video, gambar, atau postingan sejenisnya. Maka dari hal ini begitu banyaknya penggemar instagram dari tua atau muda, namun tidak kalah juga gen z juga banyak yang menggunakan instagram sebagai media komunikasi dan bertukar informasi yang bisa jadi informasi itu dapat menjadi trending topik dan hangat diperbincangkan. Gen z juga dikenal sebagai generasi yang suka dengan instagram ini sebagai media komunikasi antar sesama gen z, bahkan rela membuat akun-akun khusus orang yang sangat dipercaya didalamnya yang sering kita dengar adalah second account, second account ini merupakan akun instagram yang khusus orang-orang tertentu yang dapat melihat informasi yang diberikan, second account ini juga banyak digunakan tanpa ada orang lain ketahui aktifitas-aktifitas sang pemilik second account. Gen z Indonesia juga bahkan menjadikan instagram ini media mereka untuk mengulas informasi-informasi atau isu-isu yang trending baik itu isu-isu artis, kehidupan, dan bahkan perpolitikan pun dapat dengan mudahnya gen z temukan informasi tersebut, sebagai generasi yang melek teknologi gen z juga lebih cenderung memanfaatkan media sosial sebagai support sistem dari proses komunikasi. Instagram juga menampilkan fitur-fitur gambar atau kreasi-kreasi filter yang dapat membuat gen z lebih nyaman dan betah terhadap media sosial ini. Pemasaran yang begitu menyakinkan, menjadikan gen z lebih mengikuti sesuatu melalui media sosial ini. Media sosial ini menyajikan sebuah pengalaman berkomunikasi dengan akun-akun lainnya hingga akun-akun pemerintahan, artis, dan lainnya, sehingga instagram ini menjadi salah satu media sosial yang tidak bisa lepas dari gen z.

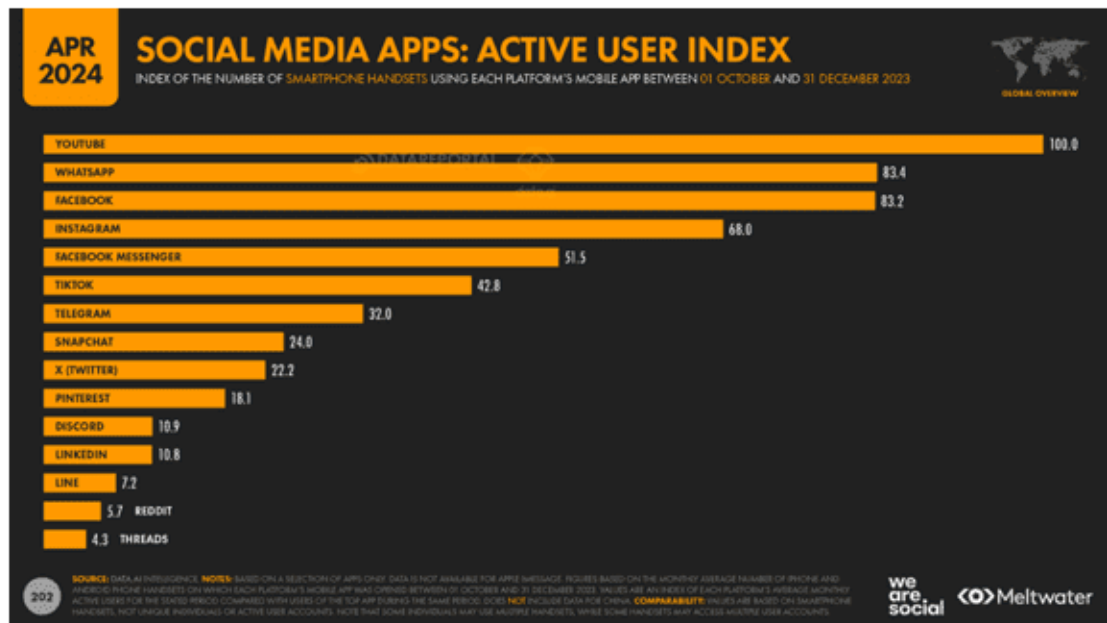


Figure 3. Grafik Instagram Media Sosial tertinggi ke dua

Pada Gambar 3 ini penulis memberikan data survei dan hasil penelitian dari We Are Social tentang report sosial media tahun 2023 menempatkan negara Indonesia menggunakan media sosial Instagram pada urutan ke empat sejumlah 68,0%, angka ini menjadi sebuah informasi yang dapat kita kaji dan analisa bahwa Instagram yang dibuat pada tahun 2010 ini dan di publish untuk android pada tahun 2012 ini terus mendapatkan perhatian yang begitu besar[15]. Menurut data yang dikutip pada website resmi upgraid.id di Indonesia februari 2024 demografis umur pengguna media sosial ini rata-rata pada usia 24 hingga 34 tahun sejumlah 35.400.000 akun yang dapat kita takar bahwa di usia ini merupakan bagian dari gen z, ditemukan juga informasi bahwa rata-rata pengguna instagram yaitu dari gender wanita, namun jika kita lihat pria juga banyak yang menggunakan platform instagram untuk menunjang proses komunikasi kepada banyak orang[16]. Instagram bukan hanya sebagai alat atau platform komunikasi yang hits sangat dekat dengan generasi z, namun melainkan memiliki arti tersendiri bagi generasi dalam bertukar informasi, update informasi, bahkan hingga banyak gen z yang berjualan di instagram. Hal ini menjadikan sebuah pengetahuan bersama bahwa Instagram yaitu platform yang memiliki kedekatan khusus bagi generasi z tanpa memandang gender.

Dalam perkembangannya instagram juga sekarang telah bergabung dengan platform media sosial facebook dan WhatsApp hal ini menjadikan gen z lebih merasa terfasilitasi, gen z cukup mengabungkan instagram dan facebook maka satu kali postingan di instagram dapat juga langsung terposting di laman facebook, hal ini juga berlaku sebaliknya ketika gen z posting dilaman facebook maka akan terposting secara otomatis di laman instagram, hal ini diminati oleh gen z karena memang sesuai dengan karakter gen z yang lebih berkeinginan apapun itu dipermudah tanpa harus ribet-ribet. Instagram pun memiliki sinergi antar aplikasi yaitu threads, yang mana ini menjadi fitur terbaru dari instagram yang dahulunya gen z atau pengguna instagram membuat dan memiliki second account maka threads inilah sebagai gantinya, hanya orang-orang tertentu yang dapat mengetahui apa-apa saja yang dibagikan oleh pengguna fitur tersebut. Inilah mengapa instagram dikenal sebagai medianya gen z dikarenakan instagram terus mengupgrade fitur-fiturnya sehingga gen z menggunakannya sesuai dengan kebutuhan dan bahkan instagram ini juga memiliki fitur kolom komentar dalam setiap postingan, hal ini digemari oleh gen z sehingga instagram menjadi salah satu media sosial yang difavoritkan oleh gen z untuk menjadi media komunikasi. Bukan tidak mungkin performa instagram akan terus berkembang dan memiliki statistik yang naik atau meningkat kembali, walaupun pada hasil temuan penulis bahwa instagram yang menduduki peringkat ke empat ini dapat menjadi media yang akan terus mengikuti perkembangan zaman atau proses modernisasi komunikasi digital.

Simpulan

Generasi z atau yang kita kenal dengan gen z merupakan generasi yang lahir pada zaman modernisasi yang dimana pada zaman ini teknologi berkembang pesat, hal ini menjadikan generasi ini menjadi generasi yang selalu berdekatan dengan teknologi, tidak ada hari tanpa teknologi, generasi ini juga dikenal sebagai generasi yang sangat melek dengan teknologi tidak ada hari untuk berjauhan dengan teknologi. Teknologi yang berkembang begitu pesat diantaranya alat komunikasi, alat komunikasi yang sudah tersentuh dengan modernisasi mengalami

kemajuan-kemajuan dari yang pada awalnya hanya bisa digunakan untuk berkomunikasi via suara saja atau yang dikenal dengan telpun wartel, namun sekarang dengan seiring berkembangnya zaman yaitu zaman modernisasi komunikasi menjadi komunikasi digital, yang apapun serba digital, komunikasi yang dahulunya hanya dapat bersapa ria melalui suara, namun sekarang dapat kita lihat dengan seksama perkembangannya yaitu sekrang dapat menedengarkan suara, dapat menggunakan fitur video call, dapat berbagi gambar, hingga dapat juga saling bertukar komentar dalam postingan status atau postingan dalam akun media sosial masing-masing, inilah perjalanan komunikasi yang sangat berkembang pesat. Komunikasi merupakan sebuah proses bertukarnya informasi dari komunikator kepada yang ingin disasar untuk diberikan informasi. Banyak hal yang dapat menjadi bagian dari komunikasi salah satunya yaitu bahasa. Bahasa merupakan suatu bagian yang tidak dapat dipisahkan dari proses komunikasi, komunikasi tanpa bahasa rasanya tidak akan terjadi proses komunikasi yang baik, karena berhasilnya proses komunikasi dapat kita perhatikan dari bahasa yang digunakan apakah dapat dimengerti antara komunikator dan yang akan menerima informasi. Seorang komunikator atau orang yang ingin bertukar informasi terkadang terdapat memberikan bahasa atau tanda yang dapat dimengerti oleh target atau biasanya yang segenerasi, ilmu yang mempelajari tanda ini yaitu dikenal dengan sebutan semiotika. Menurut Ferdinand De Saussure, Semiotika merupakan alat pendefinisian kategori dari tanda yang dapat menjelaskan sesuatu apabila pembaca tanda berpengalaman dalam mengartikan representatifnya.

Penulis menemukan hasil bahwa Gen z memiliki keunikan tersendiri dalam gaya berkomentar di sosial media instgram dengan menggunakan bahasa-bahasa sehari-hari mereka dan bahkan terdapat tanda-tanda komunikasi hanya Gen z yang paham arti dari sebuah tanda yang ditinggal pada kolom komentar di instgram tersebut. Seiring dengan modernisasi semua hal pada zaman sekarang mengalami proses terdigitalisasi salah satunya yaitu dunia perpolitikan, pemangku kepentingan terus membangun kedekatan dengan gen z pada media Instagram, namun gen z sebagai generasi yang lahir pada zaman melek teknologi, mereka fokus pada pembahasan isu-isu termasuk isu perpolitikan. Ditemukan fakta bahwa gen z juga sering berkomentar pada postingan-postingan politik dengan membahas dan mengaitkan isu-isu yang telah diperbincangkan dalam media sosial. Gaya bahasa atau tanda yang ditinggalkan oleh gen z sangat beragam bahkan terdapat gen z yang terang-terangan mengungkapkan bahasa atau ungkapan yang kasar bahkan menyinggung, hal ini menjadikan gen z yang selalu dekat dengan teknologi dan tertarik dengan pembahasan isu-isu yang viral akan terus mengulas informasi atau isu-isu yang menurut mereka baik untuk dibahas. Maka dalam hal ini penulis menarik benang merah bahwa dapat kita temukan hal-hal yang cukup unik dari postingan dari akun media sosial @pinterpolitik dengan konten tegar ganjar deklarasi jadi oposisi, dari postingan ini dapat kita temukan bagaimana gen z yang berkomunikasi dari tata bahasa yang kita tidak bisa memberikan itu baik atau buruk namun dalam gaya bahasa yang digunakan pada postingan tersebut dapat mewakili seperti apa tata bahasa gen z yang hidup dari proses komunikasi digital, ditemukan juga bahwa gen z menggunakan tanda-tanda dalam bahasa komunikasi dan tanda tersebut dapat mewakili perasaan generasi ini dalam membahas isu-isu atau informasi viral dan yang mereka akan ulas salah satunya yang dikaji yaitu postingan konten politik tersebut. Penulis masih menemukan terdapat gaya bahasa atau tanda yang digunakan oleh gen z sangat bebas tanpa ada pertimbangan dalam memberikan kata-kata dalam kolom komentar pada postingan di akun @pinterpolitik, diperlukan adanya filterisasi dari komentar-komentar tersebut agar dapat menjadikan gaya bahasa gen z ini menjadi tertata dan dapat dijadikan sebuah proses komunikasi yang baik antar sesama generasi maupun antar beda generasi. Dengan terbentuknya komunikasi yang baik akan menjadikan sebuah sirkulasi dimedia sosial salah satunya di platform instgram menjadi lebih tertata dan baik, menjadikan kritis itu sebagai bahan pengevaluasian sesuatu isu-isu atau informasi yang hangat diperbincangkan, namun tetap mengedepankan nilai-nilai etika di dalam penggunaan media komunikasi yaitu bahasa yang digunakan gen z dalam menggunakan fitur instgram yaitu kolom komentar. Jika berjalan dengan baik dan keberlanjutan yang prima maka hal ini menjadikan sebuah point plus bagi generasi z oleh masyarakat Indonesia maupun manca negara, namun tidak menghilangkan sisi kritis generasin z akan tetapi pola komunikasi di media sosial khususnya Instagram dari berbagai konten salah satunya konten politik lebih mengedepankan etika dalam berkomentar atau gaya bahasa yang digunakan. Pada kesimpulan dari hasil penelitian penulis juga menemukan bahwa posisi generasi z atau yang kita kenal dengan gen z ini sangat terikat dengan media sosial hal ini dapat kita lihat dan perhatikan dari berapa lama gen z aktif bermain gadget dalam hal ini berkonsentrasi untuk bermain media sosial yang mereka punya.

Penelitian ini juga menemukan beberapa cara gen z berkomunikasi antar sesama generasi bahkan diluar generasi dengan metode-metode bahasa komunikasi yang berbeda-beda. Dari hasil yang ditemukan pada komentar-komentar yang dituliskan pada poster tegar ganjar deklarasi jadi oposisi di akun instgram pintar politik yaitu adanya etika yang berkurang salah satunya gen z sering memberikan informasi yang belum ditahu akan kebenarannya bahkan memberikan komentar-komentar bernada sindiran atau yang kita kenal dengan sarkas atau darik jork hal ini menjadikan informasi-informasi yang dipublis dapat berdampak negatif pada objek yang dibahas dalam kolom komentar di postingan tersebut, serta tidak mempertimbangkan akan hal-hal yang sangat berdampak pada opini publik. Kebebasan dalam menyampaikan pesan bagi generasi z ini menjadikan pembelajaran bagi kita semua generasi tanpa membedakan, harus mengedepankan etika dalam berkomunikasi penting bagi kita juga untuk menelaah komentar-komentar yang kita publish agar tidak menyinggung orang lain sehingga tatanan komunikasi ini berjalan dengan lancar dan damai. Pada poster ini penulis mengevaluasi bagaimana komunikasi berperan dalam media sosial khususnya pada penggunaan bahasa sarkas yang dikemas dengan humor gelap, hal ini dapat kita lihat masih banyak gen z yang menggunakan sarkasme dan humor gelap sebagai metode mereka menyampaikan pesan, namun mereka tidak memikirkan dampak apa yang akan terjadi setelah mereka berkomentar, banyak sekarang dari gen z yang berkomentar miring menggunakan bahasa-bahasa sarkas atau sindiran tanpa mempertimbangkan dampaknya, akhirnya mereka menerima hukuman terhadap komentar tersebut. Seharusnya kita menjadikan media sosial itu menjadi media komunikasi yang baik, kita dapat mengkritik tapi harus

menggunakan etika dan nilai-nilai etis dalam melakukannya sehingga komunikasi berjalan dengan baik tanpa ada ketersinggungan yang berlebihan.

References