Journal of Innovative and Creativity
Journal Homepage: https://joecy.org/index.php/joecy
e-mail: journaljoecy@gmail.com

Faculty of Education
University of Pahlawan Tuanku Tambusai
ISSN 2775-771X (Online)
ISSN 2962-570X (Printed)
6 (1) 2026, Page: 4334-4344

Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Generasi Z Dalam Kehidupan Sehari Hari (Palangka Raya)

Gita[1], Kurnia Senantiasa Zai[2], Katriani Puspita[3], Subhan Ilham Thareq[4], Bhayu Rhama[5]
[1,2,3,4,5]Ilmu Administrasi Negara, Universitas Palangka Raya
gitasapuani2@gmail.com

Published: January, 2026

ABSTRAK

Penelitian ini dilakukan dengan maksud menganalisis pengaruh media sosial terhadap perilaku gen Z dalam keseharian mereka terkhusus di kota Palangkaraya.Latar belakang dari penelitian ini berangkat dari semakin luasnya penggunaan media sosial di kalangan gen Z termasuk kemudahan dalam pemanfaatan media sosial di berbagai hal termasuk menjadi ruang untuk berinteraksi,Pendidikan,hiburan dan pembentukan identitas diri. Metode yang digunakan dalam penelitian inimenggunakan pendekatan kuantitatif dengan teknik survei melalui penyebaran kuesioner dalam bentuk g-form kepada seluruh gen Z kota palangkaraya .Instrumen penelitian mencakop indikator media sosial dan indikator perilaku gen Z. Hasil analisis data menunjukan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku gen Z. Media sosial membantu Gen Z dalam pembentukan identitas, ekspresi diri, dan koneksi komunitas, namun juga memicu tekanan pencitraan diri, perbandingan sosial, dan kecemasan. Temuan ini menegaskan bahwa perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan literasi digital dan kesadaran akan dampak media sosial di kalangan Gen Z. Pemerintah, lembaga terkait, dan masyarakat harus bekerja sama untuk memastikan bahwa Gen Z menggunakan media sosial dengan aman, bijak, dan produktif.

Kata Kunci: Media sosia,Perilaku Gen Z,Dampak media sosial

© The Author(s). 2021 Open Access This article is licensed under a Creative Commons Atibution 4.0 International License, which permits use, sharing, adaptation, distribution and reproduction in any medium or format, as long as you give appropriate credit to the original author(s) and the source, provide a link to the Creative Commons licence, and indicate if changes were made. The images or other third party material in this article are included in the article's Creative Commons licence, unless indicated otherwise in a credit line to the material. To view a copy of this licence, visit http://creativecommons.org/licenses/by/4.0

PENDAHULUAN

LATAR BELAKANG

Pada era digital ini, media sosial telah membawa perubahan signifikan terhadap manusia, baik dalam cara berinteraksi maupun berkomunikasi. Media sosial ini bukan hanya sebagai hiburan tetapi juga menjadi sumber informasi, tempat untuk mengekspresikan diri bahkan menjadi alat untuk membangun jaringan sosial yang mana berupa platfrom seperti instagram, twitter, you tube, facebook dan lain lain. Menurut prof. J.A. Barnes Media Sosial atau jaringan sosial adalah suatu struktur sosial yang dibentuk dari simpul-simpul (umumnya adalah individu atau organisasi) yang diikat dengan satu atau lebih tipe relasi spesifik seperti nilai, visi, ide, teman,keturunan, dan lain sebagainya. Jejaring sosial sebagai struktur sosial yang terdiri dari elemen-elemen individual atau organisasi.

Michael Cross (2013) – Media sosial adalah sebuah istilah yang menggambarkan bermacam-macam teknologi yang digunakan untuk mengikat orang-orang ke dalam suatu kolaborasi, saling bertukar informasi, dan berinteraksi melalui isi pesan yang berbasis web. Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial sebagai "sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideologi dan teknologi Web 2.0 dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran user-generated content". Media sosial tidak hanya menjadi sarana informasi tetapi juga ruang untuk berinteraksi,Pendidikan,hiburan dan pembentukan identitas diri. Fenomena ini sangat terasa terutama pada generasi Z (Gen Z).

Generasi Z 1990-an sampai 2010-an tumbuh besar dan sangat akrab dengan internet dan media sosial sejak usia dini. Soetjiningsih (2004) Pengertian remaja merupakan masa peralihan antara masa kanak – kanak dan masa dewasa, yang dimulai saat terjadinya kematangan seksual, yaitu usia 11 atau 12 tahun sampai dengan 20 tahun. Sri Rumini & Siti Sundari, Zakiah Darajat, dan Santrock tersebut menggambarkan bahwa masa remaja adalah masa peralihan dari masa anak-anak dengan masa dewasa dengan rentang usia antara 12-22 tahun, dimana pada masa tersebut terjadi proses pematangan baik itu pematangan fisik, maupun psikologis. Terkait dengan media sosial ini juga tidak sedikit yang melakukan buyling di media sosial. Terlihat jelas bahwa dampak media sosial terhadap generasi ini sangatlah mengerikan. Sebagian orang di masyarakat berpendapat bahwa dalam kurung usia tersebut masih rentan untuk berfikir dampak kedepannya seperti apa. Oleh karena itu alangkah baiknya ada pengawasan orang tua dalam bermedia sosial tersebut. Para remaja harus memiliki batasan dalam bermedia sosial, sebaliknya juga orang tuanya harus memiliki pengetahuan dan pengawasan yang baik untuk mencegah dampak negatif bermedia sosial terhadap anak-anaknya. Keakraban yang sangat tinggi, membuat mereka ketergantungan hingga mereka menjadikan media sosial sebagai salah satu faktor pembentuk identitas dan perilaku mereka.

Menurut Farley (1990, dalam Sztompka (2004), perubahan sosial adalah perubahan perilaku, hubungan sosial, lembaga, dan struktur sosial pada waktu tertentu. Perubahan pada individu sangat dipengaruhi dari aktivitas yang dilakukan dan tergantung pada pilihan dari individu tersebut dalam berperilaku (Fibrianto dan Bakhri, 2018). Perubahan perilaku yang dipengaruhi oleh media sosial pada Gen Z menjadi isu penting yang perlu kita kaji. Pemahaman mengenai bagaimana media sosial mempengaruhi pola pikir,sikap,serta perilaku khususnya pada era Gen Z dapat memberikan gambaran yang lebih jelas bagi akademisi,pendidikan,orang tua,hingga kebijakan dalam merumuskan strategi pemanfaatan media sosial yang lebih sehat dan bermanfaat.

Penulis mengambil judul dan masalah tersebut karena relevan dengan perkembangan zaman yang mana media sosial menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan generazi Z. Penggunaan internet yang masif oleh generasi Z menciptakan perubahan besar dalam cara mereka berinteraksi, belajar, dan mendapatkan informasi. Isu-isu seperti kesehatan mental, aktivisme digital, dan perubahan perilaku konsumsi sangat dipengaruhi oleh media sosial. Media sosial juga menjadi alat untuk mengukur dinamika perilaku generasi z sekarang ini. Media sosial memengaruhi cara Gen Z berkomunikasi, dengan preferensi pada gaya komunikasi yang santai, terbuka, dan toleran.

TINJAUAN PUSTAKA

Teori yang dikeluarkan oleh salah satu prof di UNAIR mendefinisikan bahwa media sosial sebagai realitas semu yang berperan penting dalam membentuk identitas individu. Media sosial ini bisa menjadi sumber inspirasi dan edukasi bagi anak muda untuk membentuk identitas dan pilihan karier mereka dimasa depan. Media sosial juga bisa menjadi alat untuk membuka jejaring sosial antar sesama generasi z meskipun adanya potensi kehancuran dan menjadi masalah karena kewalahan dalam menghadapi perkembangan teknologi yang sulit untuk di kendali. Media sosial juga menjadi sumber literasi digital dan etika seseorang untuk membentuk orang tua dan pemerintahan dalam mengawasi konten dan mengedukasikan tentang literasi dan etika penggunaan media sosial terhadap anak-anak terkhususnya generasi Z. Pengaruh media sosial dalam pembentukan etika ini diperantarakan pada literasi digital yang memberikan pengaruh positif atau negatif dari media sosial tersebut. Indikator atau fokus masalah disini dalam pembentukan Identitas yang mana pengguna, terutama anak muda, menggunakan media sosial untuk mengartikulasikan diri demi mendapatkan eksistensi dan pengakuan. Mereka lebih cenderung pada meminta validasi atau pengakuan maupun penghargaan lewat media sosial, seperti memposting diri mereka sendiri atau pencapaian-pencapaian yang mereka miliki.

Selain dari pembentukan identitas media sosial ini juga berfokus pada edukasi dan inspirasi yang mana media sosial ini dapat menjadi sumber konten yang bermanfaat dan edukatif, mendorong inspirasi positif bagi orangan lain dan diri mereka sendiri. Edukasi dan inspirasi tidak dapat berjalan dengan baik jika tidak ada literasi digital dan etika dalam media sosial. Pentingnya peran orang tua dan pemerintah dalam mengawasi penggunaan media sosial dan mengedukasi tentang literasi serta etika digital. Penelitian ini lebih menekankan beberapa indikator tersebut yang mana indikator ini nanti akan

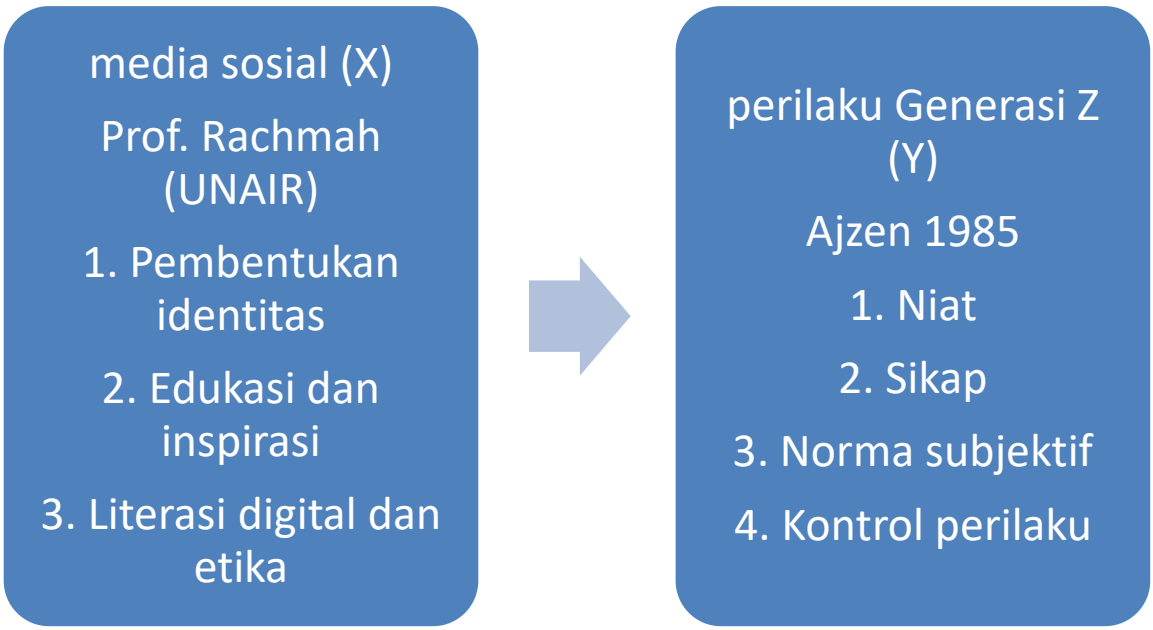
berkaitan dengan indikator selanjutnya untuk merujuk pada apakah ada atau tidaknya pengaruh media sosial terhadap perilaku generasi z dalam kehidupan sehari.

Teori Perilaku Terencana (1985)yang mengarah pada teori perilaku yang mana belia ini menyatakan bahwa niat individu untuk melakukan suatu perilaku adalah prediktor terdekat dari perilaku tersebut, dan niat ini dibentuk oleh tiga faktor utama: sikap terhadap perilaku, norma subjektif, dan kontrol perilaku yang dirasakan. Sikap menunjukkan penilaian positif atau negatif seseorang terhadap suatu tindakan, norma subjektif mengacu pada persepsi tekanan sosial dari orang-orang penting untuk melakukan atau tidak melakukan tindakan tersebut, dan kontrol perilaku yang dirasakan adalah sejauh mana seseorang merasa memiliki kemampuan dan kendali atas pelaksanaan tindakan tersebut. Fokus pada indikator utama yang saling berhubungan untuk memprediksi perilaku itu sesuai teori atau tidak dimulai dari niat (Intentions) yaitu keinginan kuat untuk bertindak agar lebih terencana dan tersusun sesuai kemauan kita sendiri. Selain niat indikatornya juga berhubungan dengan sikap. Sikap (Attitude) adalah evaluasi positif atau negatif terhadap perilaku yang telah dilakukan oleh seseorang tersebut. Hal ini lebih berkaitan dengan dampak apa yang akan diterima suatu saat nanti. Berbicara tentang sikap indikator selanjutnya adalah Norma Subjektif (Subjective Norm). Yaitu tekanan sosial atau harapan orang lain yang sesuai dengan aturan-aturan yang berlaku. Norma ini akan disesauikan dengan beberapa hal dalam media sosial minyalnya sesuai norma yang telah diajarkan oleh orang tua, guru atau orang lain yang menurut kita hal itu berdampak baik untuk kita. Setelah didapatkannya norma atau aturan tersebut maka hasil akhir adalah indikator Kontrol Perilaku (Perceived Behavioral Control) yaitu keyakinan akan kemampuan untuk melakukan tindakan sesuai dengan indikator sebelumnya.

PENELITIAN TERDAHULU

Selaras dengan Penelitian terdahulu yang saya dapatkan bahwa media sosial menjadi bagian signifikan dalam aktivitas harian generasi z. Media sosial memberikan pengaruh terhadap perilaku generasi z, dalam pembentukan identitas suatu hal dalam kehidupan sehari-harinya, edukasi dan inspirasi dalam pemilihan karier serta etika dalam literasi digital. Beliau mendapatkan data dari barasumbernya bahwa 4-6 jam mereka menghabiskan waktu dengan media sosial, seperti scroll, menonton video pendek, pembelian barang yang disukai, bahkan berkomunikasi instan dengan siapa saja. Bahkan generasi tersebut merasakan bahwa media sosial tersebut telah mempengaruhi mereka. Perilaku ini menunjukan bahwa waktu keseharian yang digunakan untuk produktif ternyata harus tidak produktif. Karena menghabiskan waktu lama untuk bermedia sosial. Perilaku atau kebiasaan ini yang menjadi penelitian saya kedepannya untuk melihat apakah data tersebut sama dengan populasi atau sample yang ada di palangkaraya.

KERANGKA BERPIKIR



Kerangka berfikir disini saya sebagai penulis akan mengaitkan variabel X dan variabel Y yang mana artinya saya mengaitkan antara media sosial dan perilaku generasi z unutk mengikuti indikator indikator yang telah ditentukan berdasarkan teori yang diambil. Mengaitkan antara pembentukan identitas, edukasi dan inspirasi serta literasi digital dan etika dengan niat, sikap, norma subjektif dan kontrol perilaku, apakah beberapa indikator ini akan berhubungan dan saling berkaitan hingga berpengaruh dalam kehidupan sehari-hari generasi z atau sebaliknya.

METODE PENELITIAN

Jenis Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan pendekatan ini digunakan untuk mengetahui besarnya pengaruh antar satu variabel yaitu media sosial (X) terhadap satu variabel lain yaitu perilaku generasi Z (Y) atau yang biasanya disebut dengan penelitian kuantitatif korelasional. Penelitian korelasional adalah suatu penelitian untuk mengetahui hubungan dan tingkat hubungan antara dua variabel atau lebih tanpa ada upaya untuk mempengaruhi variabel tersebut sehingga tidak dapat manipulasi variabel (Fraenkel & N.E, 2008).

Populasi dan sampel

Populasi dalam penelitian ini terdiri dari generasi Z sekota Palangka Raya yang menggunakan media sosial, seperti instagram, tik tok, you tube, facebook dan Twitter/X, yang nanti akan mengukur penelitian saya apakah ada atau tidaknya pengaruh media sosial ini terhadap perilaku generasi z dalam kehidupan sehari hari. populasi yang digunakan adalah generasi z sekota palangka raya dari umur 12 tahun hingga 27 tahun yang terdiri dari 75 responden. Teknik pengambilan sample yang saya gunakan adalah probability sampling yaitu metode pengambilan sample dimana setiap anggota populasi memiliki peluang yang sama untuk terpilih menjadi bagian dari sample. Metode yang saya gunakan ini memiliki kaidah probabilitas dan pemilihan acak untuk memastikan sample yang diambil representatif, sehingga hasil penelitian ini dapat digeneralisasikan ke populasi yang lebih besar dengan objek dan ilmiah.

Instrumen penelitian: kuesioner skala likert (1-3)

Instrumen penelitian yang peneliti gunakan melalui kuesioner online yang disebarkan kepada responden melalui media sosial dan grup whatsaap menggunaakan google from kepada generasi Z sekota palangka Raya. Kuesioner ini dilakukan dengan cermat dan terstruktur sesuai indikator teori yang digunakan. Kuesioner ini menggunakan skala likert 1-3,dengan pilihan jawaban 1=Tidak, 2= Netral, 3= Ya. untuk mengukur variabel penelitian secara kuantitatif. Pertanyaan-pertanyaan ini mencakup media sosial dan perilaku generasi z seperti media sosial sebagai pembentuk identitas, edukasi dan insprasi , literasi digital dan etika dalam media sosial serta meliputi perilaku generasi z yang terdiri dari niat, sikap, norma subjektif serta kontrol perilaku.

TEKNIK PENGUMPULAN DATA

Teknik pengumpulan data yang dilakukan oleh peneliti adalah dengan cara menyebarkan kuesioner melalui media sosial kepada generasi Z sekota Palangka Raya dengan menggunakan teknik analisis data menggunakan teknis analisis regresi linier sederhana dan uji t (signifikansi) melalui program SPSS untuk mengukur seberapa berpengaruhnya variabel X terhadap variabel Y.

1. Teknik analisis data
   a. Uji regresi linear sederhana

      Regresi linear sederhana adalah teknik statistik yang digunakan untuk mengidentifikasi hubungan antara dua variabel (Sugiono, 2019). Analisis regresi linier sederhana adalah hubungan secara linear antara satu variabel independen (X) dengan variabel dependen (Y). Analisis regresi sederhana dapat digunakan untuk mengetahui arah dari hubungan antara variabel bebas dengan variabel terikat, apakah memiliki hubungan positif atau negatif serta untuk memprediksi nilai dari variabel terikat apabila nilai variabel bebas mengalami kenaikan ataupun penurunan.

Rumus regresi linear sederhana sebagai berikut:

$$Y = a + bX$$

Keterangan:
Y = Variabel dependen (variabel terikat)
X = Variabel independent (variabel bebas)
a = Konstanta (nilai dari Y apabila X = 0)
b = Koefisien regresi (pengaruh positif atau negatif)

b. Uji t (signifikasi)

Uji T dikembangkan oleh seorang ahli statistik Inggris bernama William Sealy Gosset pada awal abad ke-20. Uji T digunakan peneliti untuk membandingkan rata-rata sampel untuk dua kelompok. Jika rata-ratanya berbeda secara signifikan, maka peneliti dapat menyimpulkan bahwa rata-rata populasi juga berbeda dan menolak hipotesis nol dan mendukung hipotesis penelitiannya (Sutton, 2019).Adapun syarat dilakukan uji t yang dijelaskan Furqon (2013) dan Montgomery (2013) yaitu:

a. Skor kedua kelompok dilakukan pemilihan sampel secara acak dari masing-masing populasi.
b. Skor yang dianalisis bersifat independen satu sama lain.
c. Skor masing-masing kelompok berdistribusi normal.
d. Varians kedua populasi tersebut sama besar (homogen)

Berdasarkan rumusan masalah dan kajian teori dalam penelitian ini, hipotesis yang diuji dalam penelitian ini adalah sebagai berikut:

H_0: Tidak terdapat pengaruh signifikan antara media sosial terhadap perilaku Generasi Z Sekota Palangka Raya.

H_1: Terdapat pengaruh signifikan antara media sosial terhadap perilaku Generasi Z Sekota Palangka Raya.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian

Sebelum peneliti melakukan uji yang sebenarnya, peneliti akan melakukan uji validitas dan reliabilitas untuk memastikan bahwa setiap item pertanyaan itu benar-benar valid untuk mengukur variabel dengan korelasi pearson antara setiap item dan total skor variabelnya. Menurut Ghozali uji validitas digunakan untuk mengukur sah atau valid tidaknya suatu kuesioner, yaitu apakah pertanyaan pada kuesioner mampu untuk mengungkapkan sesuatu yang akan diukur oleh kuesioner tersebut. Sedangkan uji reliabilitas menurut beliau juga adalah sebagai alat untuk memastikan apakah kuesioner penelitian memberikan hasil yang reliable (terpercaya) atau tidak. Suatu kuesioner dikatakan reliabel jika jawaban responden terhadap suatu pertanyaan konsisten atau stabil dari waktu ke waktu.

Uji validitas variabel X

Nomor item	R tabel	R hitung	keterangan
1	0,0227	0,496	Valid
2	0,0227	0,526	Valid
3	0,0227	0,295	Valid
4	0,0227	0,626	Valid
5	0,0227	0,444	Valid

6	0,0227	0,353	Valid
7	0,0227	0,579	Valid
8	0,0227	0,527	Valid
9	0,0227	0,357	Valid
10	0,227	0,634	Valid
11	0,227	0,486	Valid
12	0,227	0,440	Valid
13	0,227	0,454	Valid
14	0,227	0,470	Valid

Uji validatas variabel Y

Nomor item	R tabel	R hitung	keterangan
1	0,0227	0,621	Valid
2	0,0227	0,556	Valid
3	0,0227	0,710	Valid
4	0,0227	0,563	Valid
5	0,0227	0,578	Valid
6	0,0227	0,543	Valid
7	0,0227	0,701	Valid
8	0,0227	0,575	Valid
9	0,0227	0,453	Valid
10	0,227	0,544	Valid
11	0,227	0,542	Valid
12	0,227	0,413	Valid

Uji reliabilitas variabel x

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,723	14

uji reliabilitas variabel Y

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,804	12

Deskripsi responden (usia, jenis kelamin, pendidikan dan media sosial)

a. Usia

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	12-16 Tahun	5	6,7	6,7	6,7
	17-22 Tahun	62	82,7	82,7	89,3
	23-27 Tahun	8	10,7	10,7	100
	Total	75	100	100	

Berdasarkan tabel berikut responden generasi Z sekota Palangka Raya dengan usia 12-16 tahun sebanyak 5 orang dengan persentase 6,7%. Responden dengan usia 17-22 tahun sebanyak 62 orang dengan persentase 82,7%. Sedangkan dengan usia 23-27 tahun sebanyak 8 orang dengan persentase 10,7%. Dari data ini menunjukkan bahwa responden dengan usia 17-22 tahun adalah yang paling banyak dari seluruh responden.

b. Jenis kelamin

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Laki-Laki	28	37,3	37,3	37,3
	Perempuan	47	62,7	62,7	100
	Total	75	100	100	

Tabel ini menunjukan responden bagi generasi Z sekota Palanka raya berdasarkan jenis kelamin. Dengan jenis kelamin laki-laki sebanyak 28 orang dengan persentase 37,3% sedangkan jenis kelamin perempuan sebanyak 47 orang dengan persentase 62,7%.

c. Pendidikan

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	SMA/SMK	18	24	24	24
	Diploma	1	1,3	1,3	25,3
	S1	56	74,7	74,7	100
	Total	75	100	100	

Berdasarkan tabel berikut responden diukur berdasarkan pendidikan yang saat ini mereka tempuh. Dengan jenjang pendidikan SMA/SMK sebanyak 18 orang dengan persentase 24%, sedangkan Diploma sebanayak 1 orang dengan persentase 1,3% dan menempuh jenjang S1 sebanyak 56 orang dengan persentase sebanyak 74,7%. Dari data tersebut menunjukkan bahwa responden yang paling banyak adalah S1 berdasarkan keseluruhan total responden.

d. Media sosial

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cum.Percent
Valid	Instagram	16	21,3	21,3	21,3
	Tiktok	42	56	56	77,3
	Youtube	8	10,7	10,7	88
	facebook	4	5,3	5,3	93,3
	Twitter/X	5	6,7	6,7	100
	Total	75	100	100	

Tabel ini menunjukkkan responden berdasarkan media sosial yang sering mereka gunakan. Responden dengan media sosial instagram sebanyak 16 orang dengan persentase 21,3%. Responden dengan media sosial Tiktok sebanyak 42 orang dengan persentase 56%. Responden dengan media sosial Youtube sebanyak 8 oran dengan persentase 10,7%. Responden dengan media sosial Facebook adalah sebanyak 4 orang dengan persentase 5,3%, sedangkan responden dengan media sosial Twitter/X sebanyak 5 orang dengan persentase 6,7%. Berdasarkan data tersebut menunjukkan bahwa paling banyak responden menggunakan media sosial Tiktok dari total seluruh responden.

Hasil analisis regresi

Analisis regresi linear digunakan untuk memprediksi nilai variabel terikat berdasarkan variabel bebas dan menentukan apakah hubungan antara keduanya signifikan secara statistik.Uji ini di gunakan untuk melihat seberapa besar media sosial mempengaruhi perliaku Gen Z. Pengujian dilakukan dengan melihat nilai t hitung dan nilai signifikansinya, untuk memastikan adakahpengaruh yang signifikan antara variabel media sosial terhadap perilaku gen Z.Berikut merupakan hasil uji regresi linear sederhana yang disajikan sebagai output spss pada tabe cofficients.

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coe		Standardi	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant	8,536	3,109		2,745	0,008
	X_Total	0,611	0,092	0,615	6,667	<,001
a Dependent Variable: Y_Total						

Dilihat dari hasil output spss di atas,maka dapat dirumuskan model persamaan regresi linear sederhana seperti berikut:

Y= 8,536(a)+ 0,611+ e

Model persamaan regresi tersebut dapat dijelaskan sebagai berikut:
1).Nilai constant (a) =8,536,artinya apabila media sosial itu konstan atau tetap, maka perilaku gen z sebesar 8,536
2).Koefisien arah regesi /□(X)= 0,611 (bernilai positif), artinya apabila media sosial meningkat satu (1) satuan, maka akan mempengaruhi perilaku gen z sebesar 0,611.

Uji Hipotesis

Uji hipotesis digunakan untuk melihat apakah suatu variabel berpengaruh secara signifikan terhadap variabel lain.Dalam penelitian ini uji Hipotesis dilakukan dengan menggunakan uji T untuk melihat apakah media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap

perilaku gen z di kota palangkaraya.Dasar pengambilan keputusan daam uji hipotesis adalah berdasarkan nilai signifikansi (Sig.) dengan kriteria sebagai berikut:

1).Jika nilai sig.<0,05, maka H_0 ditolak dan H_1 diterima (yang berarti ada pengaruh signifikan)

2).Jika Sig.>0,05, maka maka H_0 diterima dan H_1 ditolak (yang berarti tidak berpengaruh secara signifikan).

Coefficientsa

Model		Unstandardized Coe		Standardiz	t	Sig.
		B	Std. Error	Beta		
1	(Constant	8,536	3,109		2,745	0,008
	X_Total	0,611	0,092	0,615	6,667	<,001
a Dependent Variable: Y_Total						

Bila dilihat dari hasil uji t di output spss, variabel media sosial mempunyai nilai t hitung sebesar 6,667 dengan signifikansi =0,001. Karena nilai sig. 0,001>0,05, maka bisa dipastikan bahwa variabe media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku gen z.

Pembahasan

Hasil penelitian menunjukan bahwa media sosial berpengaruh secara signifikan terhadap perilaku gen z sekota Palangka raya dan nilai arah koefisien regresi menunjukan arah pengaruh positif , yaitu sebesar 0,611. Sehingga bisa dikatakan bahwa media sosial berpengaruh positif signifikan terhadap perilaku generasi Z. Temuan ini memberikan gambaran bahwa secara statistik penggunaan media sosial di kalangan gen z akan sangat memberikan dampak terhadap perilaku yang mereka lakukan dalam kehidupan sehari hari. Selaras dengan penelitian terdahulu yang mana media sosial juga sangat signifikan pengaruhnya terhadap perilaku Generasi Z dalam kehidupannya sehari-hari. Mereka cenderung bermedia sosial 4-6 jam perhari yang memicu perilaku mereka didapatkan dari media sosial tersebut, bermula dari edukasi dan inspirasi dalam pemilihan karier serta etika dalam literasi digital.

Menurut para ahli, media sosial memengaruhi Generasi Z secara kompleks yaitu dampak positif dalam pembentukan identitas, ekspresi diri, aktivisme sosial, dan koneksi komunitas (seperti yang ditunjukkan laporan Deloitte dan Amberstudent), tetapi juga berdampak negatif melalui tekanan pencitraan diri, perbandingan sosial, cyberbullying, kecemasan, hingga krisis kepercayaan diri, yang dapat memicu perilaku konsumtif dan isolasi ('alone together'). Jurnal UI (2021) (melalui publikasi di Kumparan) menyoroti Gen Z sebagai generasi yang tumbuh dalam teknologi, menjadikan media sosial bagian tak terpisahkan dari hidup mereka. Dr. Nila R. Putri (UKSW) (2023) menyoroti kecanggungan komunikasi langsung dan kebutuhan Gen Z akan keseimbangan antara interaksi digital dan interpersonal.

Dampak positif seperti pembentukan identitas & komunitas bermula dari media sosial membantu Gen Z menemukan komunitas sefrekuensi, mengekspresikan diri, dan membentuk nilai-nilai yang sejalan dengan mereka, serta meningkatkan kesadaran antarbudaya. Platform ini menjadi alat untuk menyuarakan isu penting, mengorganisir kampanye, dan meningkatkan kesadaran sosial-politik, seperti pada kasus #ReformasiDikorupsi di Indonesia, menunjukkan peran aktif Gen Z. Dari segi pembelajaran dan kemandirian, mereka menggunakan platform seperti YouTube untuk belajar hal baru secara mandiri (tutorial), membentuk gaya hidup digital-first.

Namun dibalik itu semua ternyata bermain medoa sosial ini juga memiliki dampak negatisnya dimulai dari kesehatan mental seperti kecemasan dan depresi akibat perbandingan diri yang tidak sehat, tekanan untuk tampil sempurna, dan komentar negatif/cyberbullying. Komunikasi informal di media sosial bisa mengikis kemampuan komunikasi formal, memicu perilaku pencitraan diri yang tidak autentik karena budaya "like" dan "followers". Persaingan gaya hidup mewah di Instagram dapat menyebabkan krisis kepercayaan diri dan ketidakmampuan menerima kenyataan. Iklan dan influencer di media sosial sangat memengaruhi perilaku belanja Gen Z, mendorong konsumsi impulsif dan tren gaya hidup tertentu.

KESIMPULAN DAN SARAN

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap perilaku Generasi Z di Kota Palangka Raya. Penggunaan media sosial dapat mempengaruhi perilaku Gen Z dalam kehidupan sehari-hari, baik secara positif maupun negatif. Media sosial membantu Gen Z dalam pembentukan identitas, ekspresi diri, dan koneksi komunitas, namun juga memicu tekanan pencitraan diri, perbandingan sosial, dan kecemasan. Gen Z harus menggunakan media sosial dengan bijak, meningkatkan kesadaran akan dampaknya, dan mengembangkan keterampilan digital yang sehat. Orang tua, pendidik, dan pemerintah harus memantau dan mendukung Gen Z dalam menggunakan media sosial dengan aman dan bijak. Penggunaan media sosial yang bijak dapat membantu Gen Z meningkatkan kualitas hidup mereka, mengembangkan keterampilan sosial, dan meningkatkan kesadaran akan isu-isu sosial. Namun, jika tidak digunakan dengan bijak, media sosial dapat memicu dampak negatif yang signifikan.

Oleh karena itu, perlu dilakukan upaya untuk meningkatkan literasi digital dan kesadaran akan dampak media sosial di kalangan Gen Z. Pemerintah, lembaga terkait, dan masyarakat harus bekerja sama untuk memastikan bahwa Gen Z menggunakan media sosial dengan aman, bijak, dan produktif. Dengan demikian, Gen Z dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat untuk meningkatkan kualitas hidup mereka, mengembangkan keterampilan, dan meningkatkan kesadaran akan isu-isu sosial. Adapun saran yang dapat saya sampaikan pada penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Orang tua dan pendidik harus memantau dan mengawasi penggunaan media sosial Gen Z untuk memastikan bahwa mereka menggunakan media sosial dengan bijak dan aman.
2. Gen Z harus meningkatkan kesadaran akan dampak positif dan negatif media sosial dan menggunakan media sosial dengan bijak untuk meningkatkan kualitas hidup mereka.
3. Pemerintah dan lembaga terkait harus meningkatkan literasi digital dan kesadaran akan dampak media sosial untuk membantu Gen Z menggunakan media sosial dengan bijak.
4. Penelitian lebih lanjut harus dilakukan untuk memahami lebih dalam tentang pengaruh media sosial terhadap perilaku Gen Z dan mengembangkan strategi untuk meningkatkan kualitas hidup mereka.

DAFTAR PUSTAKA

Creswell, J. W. (2014). Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches (4th ed.). SAGE Publications.

Moleong, L. J. (2014). Metodologi penelitian kualitatif. PT. Remaja Rosdakarya.

Sugiyono. (2013). Metode penelitian pendidikan: Pendekatan kuantitatif, kualitatif, dan penelitian campuran. PT. Alfabeta.

Sugiyono. (2014). Pengembangan produk pembelajaran. PT. Alfabeta.

Al-Rahmi, W. M., Othman, M. S., & Yusuf, M. M. (2021). Penggunaan media sosial dan dampaknya terhadap keterampilan komunikasi di antara mahasiswa generasi Z. Jurnal Internasional Teknologi Pendidikan di Pendidikan Tinggi, 18(1), 1–16. https://doi.org/10.1186/s41239-021-00266-8

Arikunto, S. (2013). Prosedur penelitian: Suatu pendekatan praktis. PT. Rineka Cipta.

Baron, N. S. (2019). Selalu aktif: Bahasa di dunia daring dan seluler (Edisi ke-2). Oxford University Press.

Candra Yuniar Dwi. 2024. Pelatihan Analisis Regresi Linear Sederhana Menggunakan Aplikasi IBM SPSS di Politeknik Penerbangan Palembang. Diakses pada 28 November 2025 pada https://share.google/EOorBCXOK2qT7xNDS

Chatterjee, S., & Kumar, A. (2022). Dampak media sosial terhadap pola komunikasi interpersonal generasi Z: Sebuah penelitian metode campuran. Jurnal Komunikasi dan Studi Media, 10(3), 45–62. https://doi.org/10.13080/jcms.2022.10.03.0045

Dianti Putri Azka. 2023. PENGAPLIKASIAN UJI T DALAM PENELITIAN EKSPERIMEN. Diakses pada 29 Desember 2025. Pada https://share.google/Y29KBpeNNjJIBogvP

Grewal, D., & Levy, M. (2020). Media sosial dan komunikasi: Dampak pada kualitas hubungan dan kesejahteraan di antara generasi Z. Jurnal Komunikasi Pemasaran, 26(5), 489–506. https://doi.org/10.1080/13527266.2019.1638666

Jiang, L., & Zhang, Y. (2023). Penyusun digital dan komunikasi: Bagaimana media sosial membentuk gaya percakapan generasi Z. Komputer dalam Perilaku Manusia, 142, 108765. https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.108765

Mlyono.2019. Analisis Regresi Sederhana. Diakses pada 29 November 2025 pada https://bbs.binus.ac.id/management/2019/12/analisis-regresi-sederhana/

MUM SPR. 2024. Pengaruh Media sosial Bagi Kesehatan Mental Gen Z di Indonesia. Diakses pada 1 Desember 2025 dari javascript:void(0)

Mutaufiq Ali. 2024. Dampak Media Sosial Terhadap Perilaku Generasi Z di Indonesia. Diakses pada 1 Desember 2025 pada https://www.kompasiana.com/muhammadekopurwanto7112/6725a661ed641520937c8ac2/dampak-media-sosial-terhadap-perilaku-generasi-z-di-indonesia

P. Karimaley Ferdianto. 2025 PERILAKU KONSUMTIF GENERASI Z PADA MEDIA SOSIAL DALAM HEGEMONI BUDAYA POPULER (Studi Kasus : pada Generasi Z Kota Malang). Diakses pada 1 Desember 2025 dari https://eprints.umm.ac.id/16374/1/TESIS.pdf

Twenge, J. M. (2017). iGen: Mengapa anak-anak yang sangat terhubung hari ini tumbuh dengan kurang memberontak, lebih toleran, kurang bahagia—dan sama sekali tidak siap untuk dewasa—dan apa artinya itu bagi kita yang lain. Atria Books.

Vasquez, A. M., & Miller, K. L. (2021). Media sosial dan komunikasi nonverbal di antara generasi Z: Pergeseran dalam interaksi digital dan tatap muka. Jurnal Perilaku Nonverbal, 45(2), 189–207. https://doi.org/10.1007/s10919-020-00345-9

Williams, K. D., & Cheung, C. K. T. (2022). Penggunaan media sosial, kesepian, dan kompetensi komunikasi di generasi Z. Majalah Psikologi Kepribadian dan Sosial, 48(11), 1657–1672. https://doi.org/10.1177/01461672221114466

Zahro El Hasbi Aurana. 2023. PENELITIAN KORELASIONAL (Metodelogi Penelitian Pendidikan). Diakses pada 2 November 2025 pada https://publisherqu.com/index.php/Al-Furqan/article/view/771/708.