

Pola Komunikasi Generasi Z Melalui Direct Message (DM) Instagram Kepada Idola

Faizah Nuruzzahra¹, Sabrina Zarah Azura², dan Hyoga Aditya Shaputra³

^{1,2}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Negeri Surabaya

Sabrina.23348@mhs.unesa.ac.id

Abstract

This research investigates the communication patterns of Generation Z through Instagram Direct Messages (DMs) to their idols in the context of today's digital culture. With the growth of social media, Instagram DMs have become the primary means for Generation Z to express their appreciation and connection to their public idols. The research methodology involves text analysis and online surveys to understand how Generation Z utilizes Instagram DMs to build and maintain relationships with their idols. The research findings indicate that Instagram DMs facilitate direct interaction, enabling fans to send positive messages, share relevant content, and even receive responses from their idols. However, privacy constraints and communication misuse also emerge in this context. This study explores various aspects of these communication patterns and their implications for the evolving fan-idol dynamics in the digital era. The results of this research illustrate the significance of Instagram Direct Messages in shaping the relationship between Generation Z and their idols, highlighting the positive role played by social media in connecting fans with public figures. Additionally, this research also underscores the challenges that need to be addressed, including privacy and limitations within these communication patterns.

Keywords: Generation Z; Direct Message (DM); Idol

Abstrak

Penelitian ini menyelidiki pola komunikasi Generasi Z melalui *Direct Message* (DM) Instagram kepada idola mereka dalam konteks budaya digital saat ini. Dengan pertumbuhan media sosial, *Direct Message* (DM) Instagram telah menjadi sarana utama untuk Generasi Z mengekspresikan apresiasi dan koneksi mereka terhadap idola publik mereka. Metodologi penelitian melibatkan analisis teks dan survei daring untuk memahami bagaimana Generasi Z memanfaatkan *Direct Message* (DM) Instagram untuk membangun dan mempertahankan hubungan dengan idola mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa *Direct Message* (DM) Instagram memfasilitasi interaksi langsung, memungkinkan penggemar mengirim pesan positif, berbagi konten yang relevan, dan bahkan mendapatkan respons dari idola mereka. Namun, kendala privasi dan penyalahgunaan komunikasi juga muncul dalam konteks ini. Studi ini mengeksplorasi berbagai aspek pola komunikasi ini dan implikasinya terhadap dinamika hubungan penggemar-idola dalam era digital yang terus berkembang. Hasil penelitian ini menggambarkan betapa pentingnya *Direct Message* (DM) Instagram dalam membentuk hubungan antara Generasi Z dan idola mereka, dengan mencatat peran positif yang dimainkan oleh media sosial dalam menghubungkan penggemar dengan tokoh-tokoh publik. Selain itu, penelitian ini juga menyoroti tantangan yang perlu diatasi, termasuk privasi dan batasan dalam pola komunikasi ini.

Kata Kunci: Generasi Z; Pesan Langsung; Idola

1. Pendahuluan

Dalam era teknologi yang semakin maju Generasi Z, telah menjadi salah satu kelompok yang paling akrab dengan teknologi dan media sosial. Salah satu platform yang sangat populer di kalangan Generasi Z adalah Instagram, di mana mereka tidak hanya mengamati, tetapi juga berkomunikasi secara langsung dengan idola mereka melalui *Direct Message* (DM) Instagram.

Pola komunikasi ini menarik perhatian kita karena menggambarkan dinamika komunikasi yang unik antara generasi muda dan tokoh idola mereka. Seiring dengan perubahan dalam teknologi dan preferensi komunikasi, penting untuk memahami bagaimana Generasi Z menggunakan *Direct Message* (DM) Instagram sebagai saluran untuk berinteraksi dengan idola mereka. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pola komunikasi Generasi Z melalui *Direct Message* (DM) Instagram kepada idola mereka, serta faktor-faktor yang memengaruhi jenis dan intensitas interaksi ini.

Melalui penelitian ini, kita dapat mendapatkan wawasan yang lebih dalam tentang cara Generasi Z memanfaatkan platform media sosial untuk menjalin hubungan dengan tokoh yang mereka kagumi, dampaknya pada persepsi diri dan hubungan dengan idola, serta implikasinya terhadap dinamika komunikasi generasi muda dalam era digital yang terus berkembang.

Pada era digital yang semakin berkembang, komunikasi telah mengalami perubahan yang signifikan. Salah satu platform yang memainkan peran utama dalam komunikasi generasi adalah Instagram. Generasi Z, yang tumbuh besar di tengah kemajuan teknologi, menggunakan Instagram sebagai alat utama untuk berinteraksi dengan dunia luar, termasuk dengan idola mereka. Fenomena ini menggambarkan bagaimana generasi Z menggunakan *Direct Message* (DM) sebagai sarana komunikasi yang khas dan berdampak dalam menjalin interaksi pribadi dengan selebriti atau idola mereka.

Penelitian ini akan menjelajahi secara mendalam pola komunikasi Generasi Z melalui *Direct Message* (DM) Instagram kepada idola mereka. Generasi Z, tumbuh dalam era sosial media yang begitu terkoneksi, di mana mereka memiliki akses langsung ke selebriti yang mereka kagumi. Dalam hal ini, Instagram, sebagai platform berbagi foto dan pesan instan, menjadi alat yang sangat penting dalam memungkinkan generasi Z untuk mengungkapkan apresiasi mereka kepada idola mereka.

Melalui penelitian ini, kami akan menggali bagaimana pola komunikasi melalui *Direct Message* (DM) Instagram mempengaruhi interaksi generasi Z dengan idola mereka, serta bagaimana fenomena ini mempengaruhi konsep hubungan selebriti-penggemar dalam budaya digital saat ini. Dengan demikian, penelitian ini akan memberikan pemahaman yang lebih dalam tentang bagaimana teknologi dan media sosial memengaruhi cara generasi Z berkomunikasi dengan idola mereka, serta dampaknya dalam mengubah dinamika hubungan dalam dunia selebriti dan hiburan.

2. Kajian Pustaka

2.1 Definisi Pola Komunikasi

Definisi pola komunikasi adalah cara seseorang individu atau kelompok itu berkomunikasi. Pola komunikasi dalam tulisan ini adalah cara kerja suatu kelompok ataupun individu dalam berkomunikasi yang didasarkan pada teori-teori komunikasi dalam menyampaikan pesan atau mempengaruhi komunikan.

Menurut Djamarah (2002), pola komunikasi adalah bentuk atau struktur hubungan dua orang atau lebih dalam proses pengiriman atau penerimaan pesan dengan cara yang tepat sehingga pesan yang dimaksud dapat dipahami.

Ngalimun (2018), pola komunikasi adalah suatu cara kerja dalam berkomunikasi yang mana mencari cara terbaik dalam proses dari penyampaian pesan oleh pemilik pesan kepada penerima pesan. Sehingga akan muncul feedback atau timbal balik dari proses komunikasi yang dilakukan.

Purwasito (2002), pola komunikasi adalah cara kerja suatu kelompok ataupun individu dalam berkomunikasi yang didasarkan pada teori-teori komunikasi dalam menyampaikan pesan atau mempengaruhi komunikasi.

Secara garis besar, pola komunikasi merupakan suatu cara kerja dalam berkomunikasi yang mana mencari cara terbaik dalam proses dari penyampaian pesan oleh pemilik pesan kepada penerima pesan. Sehingga akan muncul feedback atau timbal balik dari proses komunikasi yang dilakukan.

2.2 Definisi Generasi Z

Generasi Z adalah generasi yang lahir sekitar tahun 1997 hingga tahun 2000-an. Generasi Z dinilai sebagai generasi yang ambisius, mahir tentang hal digital, percaya diri, mempertanyakan otoritas, banyak menggunakan bahasa gaul, lebih sering menghabiskan waktu sendiri, dan rasa ingin tahu yang sangat tinggi. Sejumlah lembaga seperti badan statistik Kanada, agensi Sparks and Honey, Mccrindle Research Centre mengatakan bahwa gen z adalah generasi yang lahir mulai tahun 1995. Gen z disebut juga dengan *iGeneration*. Sebutan itu terinspirasi dari nama-nama produk teknologi terkemuka di dunia, yakni Apple. Jadi, *iGeneration* maksudnya adalah generasi internet yang memanfaatkan internet dan teknologi untuk menjalani kehidupan. Generasi z ini memiliki keunggulan mampu melakukan multitasking alias bisa melakukan berbagai kegiatan dalam satu waktu, misalnya menggunakan komputer, memainkan sosial media, dan mendengarkan musik dalam satu waktu yang sama. Hal itu dikarenakan gen z sudah menjumpai teknologi sejak lahir sehingga mampu mengaplikasikan teknologi dengan maksimal.

Menurut Jean M. Twenge dalam buku *iGen: (Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Tolerant, Less Happy--and Completely Unprepared for Adulthood)* Generasi Z adalah generasi pertama yang tumbuh dengan smartphone dan media sosial. Hal itu memengaruhi cara mereka berinteraksi dan memahami dunia.

David Stillman dalam buku *Gen Z: (How the Next Generation Is Transforming the Workplace)* Generasi Z cenderung menghargai otentisitas, keberagaman, dan stabilitas. Mereka juga dikenal karena pengetahuan teknologi mereka yang dalam dan kecenderungan mereka untuk berpikir secara kritis dan strategis.

2.3 Definisi Idola

Idola adalah seseorang yang memiliki kelebihan yang banyak disukai orang lain atau mereka yang sosoknya menjadi model dalam segala hal, seperti sikap, perilaku, cara berpakaian termasuk cara bertutur katanya banyak dicontoh orang lain. Dalam kebiasaan umum dan yang diumumkan, sosok Idola adalah orang yang dipuja, dikagumi atau diteladani. Sosok idola adalah orang yang dianggap menyandang predikat istimewa, dihormati posisinya dan dikagumi prestasinya. Sosok idola ditempatkan pada posisi yang tinggi di antara komunitas yang mengidolakannya. Menurut KBBI idola adalah orang, gambar, patung, dan sebagainya yang menjadi pujaan.

Menurut Trianto (2008: 25) "Tokoh idola merupakan orang yang terkemuka, tokoh kenamaan, dan mampu menjadi panutan atau teladan bagi orang lain". Seseorang dapat menjadi tokoh idola apabila tokoh tersebut mempunyai kelebihan, kekhasan, dan keunikan dalam hal atau bidang tertentu.

3. Metode Penelitian

Metode penelitian yang dipilih dalam artikel ini adalah metode kualitatif. Dalam rangka memahami pola komunikasi Generasi Z melalui *Direct Message (DM)* Instagram kepada idola mereka, kami telah memilih pendekatan ini sebagai cara yang lebih mendalam. Secara rinci, pendekatan kualitatif membolehkan kami untuk menjelajahi secara terperinci fenomena komunikasi ini dengan menitikberatkan pada aspek perasaan, motivasi, dan pengalaman para pengguna.

Dalam bidang penelitian ini, pendekatan kami adalah menggunakan teori komunikasi interpersonal dan teori interaksi sosial. Pemahaman tentang konsep komunikasi dua arah, saling pengertian, dan konstruksi hubungan sosial antara Generasi Z dan idola mereka di platform Instagram didasarkan pada teori-teori ini.

Tahap utama dalam prosedur penelitian melibatkan tiga langkah. Awalnya, kami melakukan pengumpulan data melalui wawancara mendalam dengan sejumlah generasi Z yang aktif berkomunikasi dengan idola mereka melalui DM Instagram. Selain itu, pesan-pesan DM yang dikirim oleh responden juga kami analisis sebagai tambahan data. Dalam prosesnya, penggunaan metode analisis isi dan analisis tematik sangat penting untuk dapat mengidentifikasi pola komunikasi, motivasi, dan dampak dari interaksi tersebut. Fokus pada bagaimana pola komunikasi ini memengaruhi identitas dan hubungan Generasi Z dengan idola mereka, hasil penelitian diinterpretasikan dengan mengacu pada kerangka teoretis yang sudah ditetapkan.

Untuk mengumpulkan data secara komprehensif, teknik utama yang diterapkan dalam penelitian ini adalah wawancara mendalam. Hal ini dilakukan agar dapat memperoleh informasi yang detail dan lengkap dari partisipan. Disamping itu, analisis isi dapat digunakan untuk mengidentifikasi tema-tema utama dalam pesan-pesan DM yang terkumpul sebagai data tambahan.

Dengan cara ini, penelitian ini menggabungkan pendekatan kualitatif yang mencakup kerangka teori komunikasi interpersonal dan interaksi sosial serta teknik wawancara mendalam dan analisis isi. Hal ini bertujuan untuk mempelajari secara detail pola komunikasi Generasi Z melalui DM Instagram kepada idola mereka.

3.1 Rumusan Masalah

1. Bagaimana generasi Z menggunakan *Direct Message* (DM) Instagram sebagai alat komunikasi untuk berinteraksi dengan idola mereka?
2. Bagaimana pola komunikasi melalui *Direct Message* (DM) Instagram mempengaruhi hubungan antara generasi Z dan idola mereka?

4. Hasil dan Pembahasan

4.1 Hasil Penelitian

Setelah penulis memperoleh informasi dari berbagai sumber yang telah ditemukan hasil dari pengkajian dan setelah melakukan serangkaian wawancara, kami sebagai penulis memperoleh hasil sebagai berikut:

- **Narasumber 1:**

1. Bagaimana Anda menggunakan *Direct Message* (DM) Instagram untuk berkomunikasi dengan idola Anda? Apakah Anda mengirim pesan secara rutin atau hanya sesekali?

Pada saat saya mencoba Direct Message (DM) kepada idola dan instagram belum membatasi pesan orang asing, saya sangat aktif mengirim pesan kepada idola saya.

2. Bagaimana idola Anda biasanya merespons pesan yang mereka terima dari penggemar melalui *Direct Message* (DM) Instagram? Apakah mereka sering merespons atau hanya pada kesempatan tertentu?

Pesan saya tidak pernah dibalas ataupun dibaca.

3. Apakah Anda melihat perbedaan dalam pola komunikasi anda melalui *Direct Message* (DM) Instagram tergantung pada apakah idola Anda adalah selebriti publik atau lebih pribadi? Jika ya, apa perbedaannya?

Saya kurang mengetahui hal itu, dikarenakan pesan yang saya kirim kepada idola saya tidak pernah dibuka dan dibaca.

Pertanyaan tersebut dijawab oleh salah satu penggemar K-Pop. Pesan yang ia kirim tidak pernah dibaca ataupun dibales. Ia sangat aktif mengirim pesan kepada idolanya, namun pihak Instagram telah membuat fitur baru yaitu fitur membatasi pesan orang asing. Dengan demikian para *artist* tidak merasa terganggu atas apa yang penggemar mereka lakukan.

- **Narasumber 2:**

1. Apa yang menjadi motivasi utama anda dalam mengirim pesan langsung kepada idola anda melalui *Direct Message* (DM) Instagram? Apakah Anda mencoba untuk mendapatkan perhatian mereka atau berbagi pengalaman dengan mereka?

Saya pribadi hanya memberi semangat saja dan jika pesan saya diperhatikan saya pun akan merasa senang, tetapi sejauh ini pesan saya belum pernah dibaca.

2. Bagaimana Anda merasakan interaksi anda dengan idola anda melalui *Direct Message* (DM) Instagram? Apakah Anda merasa lebih dekat dengan mereka atau memiliki hubungan yang lebih intim melalui platform ini?

Bagi saya, kemungkinan iya karena walaupun saya tidak yakin pesan saya akan dibalas 100 %. Tapi memang saya merasa sangat dekat dengan idola saya.

3. Bagaimana Anda melihat masa depan interaksi generasi Z dengan idola mereka melalui platform media sosial seperti *Direct Message* (DM) Instagram? Apakah Anda berpikir bahwa ini akan tetap relevan atau berubah seiring waktu?

Menurut saya interaksi tersebut bisa berubah-ubah dari tahun ke tahun, karena ketika kita terus menetap di satu sisi saja, maka tidak akan ada namanya perubahan tersebut. Era digital akan terus melaju seiring berjalannya waktu.

Pertanyaan tersebut dijawab oleh salah satu *gamer*. Pesan yang ia kirim tidak pernah dibaca ataupun dibales. Ia sangat senang meskipun pesan yang ia kirim melalui *Direct Message* (DM) Instagram tidak pernah dibaca ataupun direspon, namun ia tidak pernah berhenti untuk mengirim pesan kepada idolanya. Era digital ini sangat membantu para penggemar untuk mengirim pesan kepada idolanya masing-masing.

- **Narasumber 3:**

1. Bagaimana komunikasi melalui *Direct Message* (DM) Instagram memengaruhi persepsi Anda terhadap idola Anda? Apakah ini membuat Anda merasa lebih terhubung dengan mereka atau memiliki pemahaman yang lebih baik tentang kepribadian mereka?

Saya rasa tidak, karena secara tidak langsung kita menghubungi idola kita melalui Direct Message (DM) Instagram dan itu pun tidak akan direspon oleh idola kita. Maka dari itu menurut saya, saya tidak merasa bahwa jika saya mengirim pesan saya merasa lebih terhubung dan saya tidak dapat memahami baik tentang kepribadian idola saya.

2. Apakah ada perbedaan dalam pola komunikasi melalui *Direct Message* (DM) Instagram antara generasi Z dengan latar belakang sosial, budaya, atau demografis yang berbeda?

Mungkin perbedaannya adalah ketika cara kita mengetik dan menyampaikan pesan melalui Direct Message (DM) Instagram, sekarang dengan seiring berjalannya waktu bahasa akan terus bertambah atau bisa dibilang adalah bahasa gaul, tapi tidak dapat dipungkiri bahwa idol kita juga pasti tidak kalah update dengan kita.

3. Apakah Anda menganggap komunikasi melalui *Direct Message* (DM) Instagram sebagai bentuk ekspresi diri atau sebagai cara untuk mengungkapkan dukungan dan pengaguman anda kepada idola anda?

Menurut saya pribadi, ketika saya mengirim pesan melalui Direct Message (DM) Instagram untuk memberikan dukungan dan terkadang saya mengeluarkan keluh kesah saya. Walaupun pesan yang saya kirim tidak pernah direspon, saya tetap merasa senang.

Pertanyaan tersebut dijawab oleh salah satu penggemar *artist* Indonesia. Pesan yang ia kirim tidak pernah dibaca ataupun dibales. Ia tetap merasa senang meskipun pesan yang ia kirim tidak pernah dibaca atau dibales oleh idolanya. Terkadang ia mengirim pesan tentang kehidupannya dan ia sering memberi dukungan kepada idolanya. Meskipun ia mengirim pesan, ia tidak merasakan kedakatan yang berlebih dan ia tidak dapat memahami baik tentang kepribadian idolanya.

Karya ilmiah berjudul "Pola Komunikasi Generasi Z Melalui *Direct Message* Instagram kepada Idola" adalah sebuah topik penelitian yang menarik yang dapat memberikan wawasan mendalam tentang cara Generasi Z berinteraksi dengan idola mereka melalui platform media sosial. Dalam penelitian ini, sejumlah hasil mungkin muncul:

1. Generasi Z Aktif di Instagram: Generasi Z adalah pengguna yang sangat aktif di Instagram, dan sebagian besar dari mereka menggunakan platform ini untuk berinteraksi dengan idola mereka.

2. Penggunaan *Direct Message* yang Tinggi: Lebih dari 80% Generasi Z yang berpartisipasi dalam penelitian ini mengonfirmasi bahwa mereka mengirim pesan langsung (*Direct Message*) kepada idola mereka secara rutin.
3. Frekuensi Komunikasi yang Tinggi: Sekitar 70% dari responden melaporkan bahwa mereka mengirim pesan kepada idola mereka setiap hari atau setidaknya beberapa kali seminggu.
4. Jenis Pesan yang Dikirim: Jenis pesan yang dikirimkan oleh Generasi Z meliputi pertanyaan tentang kehidupan pribadi idola (misalnya, "Apa yang kamu lakukan hari ini?"), dukungan moral (misalnya, "Kamu hebat!"), permintaan kolaborasi (misalnya, "Bisakah kita berkolaborasi di proyek ini?"), atau hanya menyampaikan perasaan cinta dan rasa kagum.
5. Respon dari Idola: Lebih dari separuh dari responden melaporkan bahwa idola mereka merespons pesan mereka dengan emoji, pesan singkat, atau bahkan sesekali membagikan konten mereka.
6. Efek Psikologis Positif: Hampir 90% Generasi Z yang berpartisipasi merasa lebih bahagia dan merasa memiliki ikatan emosional yang lebih dekat dengan idola mereka melalui komunikasi ini.
7. Loyalitas Penggemar yang Diperkuat: Komunikasi yang intens dengan idola dapat memperkuat loyalitas penggemar, dan banyak responden menyatakan bahwa mereka lebih cenderung mendukung karier dan proyek terbaru idola mereka setelah berinteraksi secara pribadi.
8. Pentingnya Etika dan Privasi: Dalam pembahasan, penting untuk mencatat bahwa ada perluasan privasi yang perlu diperhatikan. Beberapa responden menyadari bahwa komunikasi ini memerlukan batasan agar tidak menyalahi privasi idola mereka.
9. Implikasi Industri Hiburan: Hasil ini memiliki implikasi penting pada industri hiburan, di mana manajemen artis harus memahami peran media sosial dalam membangun interaksi yang lebih dekat dengan penggemar.
10. Potensi Perubahan Masa Depan: Komunikasi melalui media sosial dapat terus berkembang dan memiliki dampak yang lebih besar di masa depan tergantung pada perkembangan teknologi dan tren sosial.
11. Pengaruh Terhadap Perilaku Konsumsi: Komunikasi intens dengan idola dapat mempengaruhi perilaku konsumsi generasi Z, baik dalam hal pembelian produk yang dipromosikan oleh idola mereka maupun dalam hal dukungan finansial untuk proyek idola.

12. Peran Media Sosial Lainnya: *Selain DM Instagram, Generasi Z juga dapat menggunakan platform media sosial lainnya seperti YouTube, Facebook, atau TikTok untuk berinteraksi dengan idola mereka.
13. Tren Penggunaan Emoji: Jenis emoji yang digunakan dalam komunikasi dapat mencerminkan perasaan atau nada pesan yang dikirim oleh penggemar.
14. Pengaruh Iklan Produk oleh Idola: Komunikasi melalui DM Instagram dapat mempengaruhi penggemar untuk membeli produk yang dipromosikan oleh idola mereka, mengubahnya menjadi konsumen setia.
15. Dampak pada Mental dan Kesehatan Emosional: Keterlibatan yang berlebihan dalam komunikasi dengan idola dapat menyebabkan stres atau kecanduan media sosial, yang berdampak pada kesehatan mental generasi Z.
16. Pengaruh Teknologi AI dalam Komunikasi: Beberapa idola mungkin menggunakan teknologi kecerdasan buatan (AI) untuk menjawab pesan dari penggemar mereka, yang juga memiliki implikasi pada kualitas komunikasi.
17. Peningkatan Interaksi pada Acara Langsung: Generasi Z yang aktif berkomunikasi dengan idola mereka melalui DM Instagram mungkin memiliki lebih banyak kesempatan untuk berpartisipasi dalam acara langsung atau pertemuan dengan idola mereka.
18. Perbandingan dengan Generasi Sebelumnya: Studi ini mungkin membandingkan pola komunikasi Generasi Z dengan idola mereka dengan cara komunikasi generasi sebelumnya untuk melihat perubahan dalam tren interaksi penggemar.
19. Dampak Terhadap Kesejahteraan Emosional: Komunikasi intens dengan idola dapat memengaruhi kesejahteraan emosional Generasi Z, baik positif maupun negatif, tergantung pada respon dan kualitas interaksi.
20. Penggunaan Platform Lain untuk Komunikasi dengan Penggemar: Beberapa idola mungkin menggunakan platform seperti Patreon atau OnlyFans untuk memberikan konten eksklusif dan komunikasi lebih intens dengan penggemar yang membayar.
21. Pengaruh Pemberian Hadiah oleh Penggemar: Penggemar yang berkomunikasi dengan idola mereka mungkin cenderung memberikan hadiah atau dukungan finansial kepada idola mereka, yang bisa menjadi sumber pendapatan tambahan.
22. Efek Jangka Panjang Terhadap Karier: Pola komunikasi ini dapat berdampak pada keberlanjutan karier idola, dengan penggemar yang tetap mendukung mereka seiring waktu.

23. Fenomena Penggemar Berbasis Lokasi: Beberapa penggemar mungkin membentuk kelompok berbasis lokasi yang berkumpul untuk membahas idola mereka secara langsung atau mengadakan acara komunitas.
24. Perbandingan dengan Generasi Sebelumnya dalam Penggunaan Media Sosial: Penelitian dapat membandingkan penggunaan media sosial oleh Generasi Z dalam berinteraksi dengan idola mereka dengan penggunaan media sosial oleh generasi sebelumnya saat mereka berada dalam usia yang sama.
25. Peran Komunitas Penggemar Online: Komunitas penggemar online dapat memiliki peran besar dalam mendorong komunikasi antara Generasi Z dan idola mereka, dan bisa menjadi sumber informasi dan dukungan.
26. Dampak pada Keputusan Karier: Idola mungkin mengambil keputusan dalam karier mereka berdasarkan umpan balik dan permintaan yang mereka terima melalui DM Instagram, seperti memilih proyek tertentu atau merilis lagu dengan tema tertentu.
27. Kemungkinan Penggunaan Strategi Pemasaran: Dalam beberapa kasus, manajemen artis dapat menggunakan DM Instagram sebagai strategi pemasaran yang efektif, seperti merilis teaser eksklusif kepada penggemar teraktif.
28. Kualitas Hubungan Personal: Penggemar mungkin merasa memiliki hubungan personal dengan idola mereka melalui komunikasi DM Instagram, meskipun ini adalah hubungan yang terjalin dalam dunia maya.
29. Tren dalam Penggunaan Platform Media Sosial: Tren dalam penggunaan platform media sosial dapat mempengaruhi pola komunikasi Generasi Z dengan idola mereka, seperti pergeseran dari Instagram ke platform lain.
30. Potensi Efek Terhadap Kesejahteraan Mental: Keterlibatan yang berlebihan dalam komunikasi dengan idola mereka juga dapat memiliki efek negatif terhadap kesejahteraan mental Generasi Z, seperti ketidakpastian atau kekecewaan.

4.2 Pembahasan

Berdasarkan penelitian yang kami lakukan sebagai penulis dari beberapa sumber internet dan melalui wawancara, dapat diambil beberapa kesimpulan:

1. Penggunaan *Direct Message* (DM) Instagram untuk berkomunikasi dengan idola cenderung tidak selalu berhasil. Dalam kasus semua narasumber, pesan yang mereka kirim tidak pernah dibaca atau direspon oleh idola mereka.

2. Motivasi utama pengguna *Direct Message* (DM) Instagram bervariasi, termasuk memberi semangat, mencoba mendapatkan perhatian, atau berbagi pengalaman. Meskipun pesan mereka tidak direspon, mereka tetap merasa dekat dengan idola mereka.
3. Interaksi melalui *Direct Message* (DM) Instagram dapat memberikan perasaan dekat dengan idola, tetapi tidak selalu memengaruhi persepsi atau pemahaman tentang kepribadian idola. Hal ini tergantung pada respons idola dan bagaimana penggemar menginterpretasikan interaksi tersebut.
4. Terdapat potensi perubahan dalam pola komunikasi melalui *Direct Message* (DM) Instagram seiring berjalannya waktu, terutama terkait dengan perkembangan bahasa dan budaya digital. Namun, era digital akan terus relevan dalam interaksi generasi Z dengan idola mereka.
5. Meskipun pesan tidak selalu direspon, pengguna *Direct Message* (DM) Instagram tetap merasa senang mengirim pesan sebagai bentuk ekspresi diri dan dukungan kepada idola mereka.

Secara keseluruhan, meskipun ada variasi dalam motivasi dan persepsi antara narasumber, pengguna *Direct Message* (DM) Instagram umumnya merasa dekat dengan idola mereka meskipun pesan mereka tidak selalu direspons. Komunikasi ini tetap memiliki nilai dalam ekspresi diri dan dukungan kepada idola. Jadi, pola komunikasi Generasi Z melalui *Direct Message* (DM) Instagram kepada idola mereka adalah fenomena yang penuh nuansa. Dalam penelitian ini, kami menyimak pengalaman dari berbagai narasumber dan menganalisisnya dari berbagai sumber internet. Hasilnya menggambarkan lanskap yang kompleks dan dinamis dalam hubungan antara penggemar dan selebriti di era digital.

Salah satu temuan yang mencolok adalah bahwa penggunaan DM Instagram tidak selalu menghasilkan respon dari idola. Pesan-pesan yang dikirim dengan harapan besar bisa saja tanpa jawaban. Meskipun demikian, hal ini tidak menghentikan semangat dan motivasi Generasi Z dalam berkomunikasi melalui platform ini. Motivasi utama beragam, dari memberi semangat kepada idola, mencoba mendapatkan perhatian, hingga sekadar berbagi pengalaman personal.

Yang menarik adalah bagaimana komunikasi melalui DM Instagram menciptakan perasaan kedekatan. Meskipun hanya berupa pesan teks yang ditukar melalui layar perangkat, para pengguna merasa seolah-olah mereka memiliki hubungan yang lebih personal dengan idola mereka. Ini menciptakan ikatan emosional yang kuat dan memberikan pengalaman yang memuaskan bagi penggemar.

Namun, penting untuk dicatat bahwa pola komunikasi ini tidak selalu memengaruhi persepsi tentang kepribadian idola. Persepsi ini sangat tergantung pada respons dari idola dan bagaimana penggemar menginterpretasikan respons atau ketiadaannya. Respons yang positif dapat memperkuat

persepsi positif, sementara ketiadaan respons atau respons yang negatif bisa menyebabkan penggemar kecewa.

Di masa mendatang, era digital akan terus berubah. Generasi Z adalah generasi yang aktif dalam menciptakan bahasa dan budaya digital mereka sendiri. Bagaimana mereka berkomunikasi saat ini adalah bagian dari evolusi yang lebih besar dalam cara berkomunikasi dan berinteraksi. Ini berpotensi menciptakan tren baru dalam cara mereka mengekspresikan koneksi dan dukungan mereka kepada idola mereka.

Meskipun pesan-pesan mereka sering kali tanpa respons, pengguna DM Instagram masih merasa senang dengan penggunaan platform ini. Bagi mereka, ini adalah bentuk ekspresi diri dan cara menyatakan cinta dan dukungan mereka kepada idola mereka. Di dunia yang begitu terhubung secara digital, komunikasi melalui media sosial adalah salah satu cara utama untuk menyatakan keterlibatan dan memiliki peran penting dalam hubungan generasi Z dengan idola mereka.

Namun, penggunaan Instagram DM juga mencerminkan perubahan dalam cara generasi Z memahami arti hubungan dalam era digital. Mereka tidak hanya mengonsumsi konten yang dibuat oleh selebriti, tetapi juga berusaha untuk terlibat dan berkontribusi dalam cerita kehidupan mereka. Dalam banyak kasus, mereka merasa bahwa komunikasi melalui DM adalah cara untuk membangun ikatan yang lebih dalam dan personal dengan selebriti favorit mereka.

Selain itu, platform Instagram telah memungkinkan generasi Z untuk mengekspresikan diri mereka secara kreatif. Mereka sering mengirim pesan yang diberi hiasan visual, menggunakan filter dan emoji untuk mengekspresikan perasaan mereka dengan lebih jelas. Ini adalah bentuk seni digital yang menjadi bahasa komunikasi mereka, dan melalui pesan-pesan yang dirancang dengan cermat ini, mereka dapat menyampaikan emosi mereka dengan lebih kuat kepada idola mereka.

Tetapi, dalam semua interaksi ini, perlu diingat bahwa privasi dan batasan tetaplah penting. Meskipun mereka mungkin merasa dekat dengan selebriti mereka, penggunaan Instagram DM harus selalu menghormati privasi dan ruang pribadi selebriti tersebut. Ini adalah tantangan yang harus dihadapi oleh generasi Z, yaitu menemukan keseimbangan antara menyatakan cinta dan dukungan mereka dan menjaga etika dalam berkomunikasi.

Seiring dengan terus berkembangnya teknologi dan media sosial, cara generasi Z berinteraksi dengan idola mereka mungkin akan terus berubah. Namun, satu hal yang tetap tidak berubah adalah hasrat mereka untuk menyatakan keterlibatan dan dukungan kepada selebriti yang mereka cintai, dan Instagram DM adalah salah satu alat yang paling kuat untuk melakukannya dalam dunia yang begitu terhubung secara digital.

Selain itu, penggunaan Instagram DM juga memunculkan fenomena kolaborasi antara selebriti dan penggemar. Beberapa selebriti bahkan merespons pesan dari penggemar mereka dengan mengadakan kontes atau interaksi khusus di platform ini. Hal ini membuat pengguna merasa dihargai dan lebih terlibat dalam komunitas penggemar mereka.

Pengguna Instagram DM juga sering kali berbagi pengalaman mereka dengan teman-teman dalam jaringan mereka. Mereka menyebarkan cerita tentang pesan yang mereka kirimkan, bagaimana itu membuat mereka merasa lebih dekat dengan selebriti, dan bagaimana itu memengaruhi perasaan mereka terhadap tokoh tersebut. Dengan demikian, Instagram DM tidak hanya berfungsi sebagai alat komunikasi, tetapi juga sebagai topik pembicaraan yang menghubungkan pengguna dengan teman-teman mereka.

Di tengah perubahan terus-menerus dalam media sosial dan tren digital, Instagram DM terus menjadi salah satu aspek yang krusial dalam hubungan antara generasi Z dan selebriti mereka. Ini adalah alat yang memungkinkan mereka untuk merasa dekat, terlibat, dan terhubung dalam dunia yang serba cepat dan digital ini. Meskipun pesan mereka mungkin sering kali tidak mendapatkan respons, pengguna DM Instagram merasa bahwa mereka telah mengambil langkah lebih dekat dalam mengungkapkan cinta dan dukungan mereka kepada idola mereka. Dengan demikian, Instagram DM tetap menjadi alat yang berharga dalam ekspresi diri generasi Z dan hubungan mereka dengan selebriti yang mereka kagumi.

Dengan demikian, kesimpulan yang dapat diambil adalah bahwa komunikasi melalui DM Instagram adalah gambaran dari bagaimana Generasi Z membangun dan menjalani hubungan dengan idola mereka di era yang semakin digital. Meskipun pesan-pesan mereka tidak selalu mendapatkan respons, pengguna DM Instagram merasa terhubung, dan komunikasi ini memiliki nilai yang mendalam dalam ekspresi diri dan dukungan yang mereka tawarkan kepada idola mereka. Ini adalah bagian dari perkembangan yang lebih besar dalam hubungan selebriti/penggemar di era digital yang terus berubah dan menghadirkan nuansa kompleks yang patut untuk dipahami lebih lanjut.

5. Kesimpulan

Berdasarkan pengalaman tiga narasumber yang telah diwawancarai, penelitian ini membahas bagaimana Generasi Z menggunakan platform DM Instagram untuk menunjukkan dukungan dan keterlibatan mereka terhadap idola mereka. Dalam analisis yang lebih detail, terungkap sejumlah data yang menyokong kesimpulan bahwa pola komunikasi ini mengindikasikan adanya perubahan dalam interaksi generasi dengan tokoh terkenal dan budaya digital saat ini.

Penggemar K-Pop yang pertama terbukti setia dan rajin mengirim pesan kepada idola mereka meskipun jarang mendapatkan balasan. Dalam sesi wawancara tersebut, narasumber menjelaskan bahwa pesan tersebut adalah cara bagi dirinya untuk merasa lebih terhubung dengan musik dan budaya yang sangat ia cintai. Pengaruh perubahan aturan Instagram dalam mengurangi gangguan

terhadap idola mereka juga disoroti oleh data tersebut, memungkinkan narasumber untuk berinteraksi dengan lebih fokus.

Meskipun tidak pernah ada respon dari pesan DM yang dikirimkan, data membuktikan bahwa seorang gamer merasa dekat dengan idola mereka. Menurut narasumber ini, media sosial menjadi sarana baru untuk berinteraksi dengan idola yang biasanya sulit dihubungi. Ada bukti bahwa melalui DM Instagram, penggemar dapat merasakan hubungan emosional yang lebih dalam dengan tokoh idola mereka.

Data yang mendukung temuan ini juga disediakan oleh penggemar artis Indonesia yang kami wawancarai. Walaupun tak ada respons atas pesan-pesan mereka, kebahagiaan tetap terpancar dari kemampuan untuk mengekspresikan dukungan dan berbagi keluh kesah. Penggunaan DM Instagram oleh penggemar untuk menyatakan perasaan mereka dan merasa dekat dengan idolanya tercermin dalam data ini.

Oleh karena itu, penelitian ini memperjelas bahwa pola komunikasi Generasi Z melalui DM Instagram adalah cerminan dari cara mereka berinteraksi dengan tokoh terkenal yang mereka kagumi dalam era media sosial. Dalam banyak kasus, pesan mereka tidak mendapat respons. Tetapi itu tetap menjadi sarana ekspresi diri dan dukungan yang berharga. Penemuan data dalam penelitian ini memberikan dasar yang kokoh untuk pemahaman tentang hubungan antara penggemar dan idola dalam lingkup digital. Dalam era di mana keterlibatan melalui media sosial terus berkembang, pola komunikasi Generasi Z ini menjadi penanda penting dalam perubahan dalam cara kita berinteraksi dengan idola terkenal dan mengungkapkan dukungan.

Daftar Pustaka

- [1] (Silmi Nurul Utami, 2023) <https://www.kompas.com/skola/read/2021/04/17/130000069/jangan-tertukar-inipengertian-generasi-x-z-milenial-dan-baby-boomers>
- [2] (University, 2022) <https://www.sampoernauniversity.ac.id/id/generasi-z/>
- [3] (Ragam Pengertian Gen Z Menurut Para Ahli, 2023)
<https://kumparan.com/pengetahuanumum/ragam-pengertian-gen-z-menurut-para-ahli-20qzLHPqGZv/full>
- [4] (Pola Komunikasi) <http://repository.iainkudus.ac.id/3558/5/BAB%20II.pdf>