

**POLA KOMUNIKASI GENERASI MILENIAL DAN
GENERASI ZOOMERS DALAM INTERAKSI
SOSIAL KEAGAMAAN DI BANDA ACEH**

SKRIPSI

Disusun Oleh:

**CUT RUMAISA
NIM. 210401102**

Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam



**FAKULTAS DAKWAH DAN KOMUNIKASI
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI AR-RANIRY
BANDA ACEH
1446 H/ 2025 M**

**POLA KOMUNIKASI GENERASI MILENIAL DAN
GENERASI ZOOMERS DALAM INTERAKSI
SOSIAL KEAGAMAAN DI BANDA ACEH**

SKRIPSI

**Diajukan kepada Fakultas Dakwah dan Komunikasi
UIN Ar-Raniry Darussalam Banda Aceh
sebagai Salah Satu Syarat untuk Memperoleh
Gelar Sarjana S-1 dalam Ilmu Dakwah
Jurusan Komunikasi dan Penyiaran Islam**



Pembimbing I,

Dr. A. Rani, M.Si
NIP. 196312311993031035

Pembimbing II,

Drs. Syukri Syamaun, M.Ag
NIP. 196412311996031006

SKRIPSI

Telah dinilai oleh panitia sidang munaqasyah skripsi
Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry
dan dinyatakan lulus serta disahkan sebagai
tugas akhir untuk memperoleh gelar
Sarjana S-1 Dakwah dan Komunikasi
Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam

Diajukan Oleh :

CUT RUMAISA
NIM. 210401102

Pada Hari/ Tanggal
Jum'at, 1 Agustus 2025 M
Muhamarram 1447 H

di
Darussalam, Banda Aceh
Panitia Sidang Munaqasyah

Ketua,

Dr. A. Rani, M.Si
NIP. 196312311993031035
Anggota I,

Sekretaris,

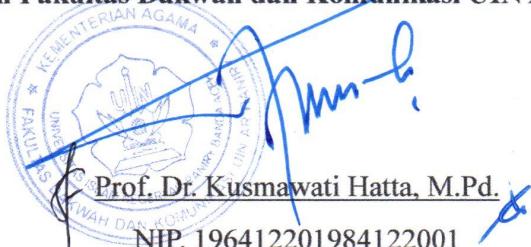

Drs. Syukri Syamaun, M.Ag
NIP. 196412311996031006

Anggota II,


Fitri Meliya Sari, S.I.Kom.,M.I.Kom
NIP. 199006112020122015


Drs. Hasan Basri, M.Ag
NIP. 196911121998031002

Mengetahui,
Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry,



PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama : Cut Rumaisa

NIM : 210401102

Jenjang : Sarjana

Program Studi : Komunikasi dan Penyiaran Islam

Dengan ini saya menyatakan bahwa karya tulis dengan judul “Pola Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Zoomers dalam Interaksi Sosial Keagamaan di Banda Aceh” ini beserta seluruh isinya adalah benar-benar karya saya sendiri, dan saya tidak melakukan penjiplakan atau pengutipan dengan cara-cara yang tidak sesuai dengan etika yang berlaku dalam dunia Akademis. Atas pernyataan ini, saya siap menanggung resiko dan sanksi yang dijatuhkan kepada saya apabila dikemudian hari ditemukan adanya pelanggaran atas etika keilmuan dalam karya ini, atau adanya kritikan terhadap keasliannya.

Banda Aceh, 11 Juli 2025

Yang membuat pernyataan,



Cut Rumaisa
NIM: 210401102

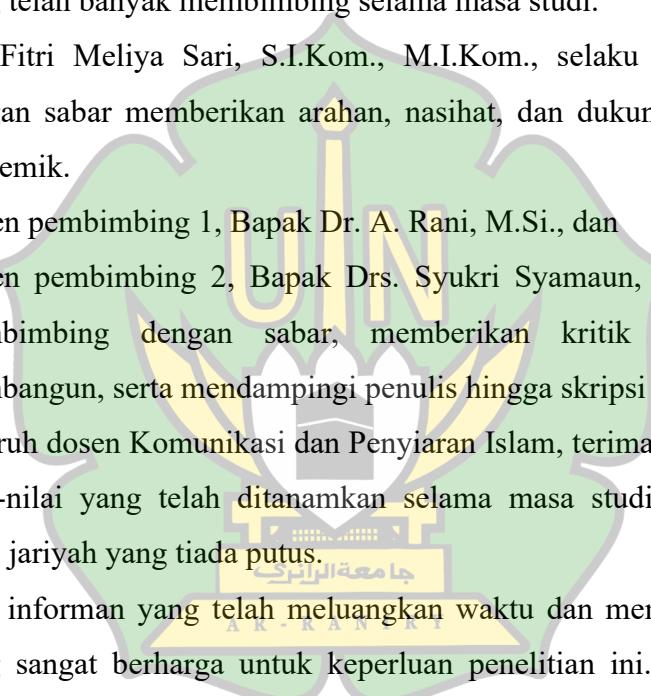
KATA PENGANTAR



Dengan nama Allah yang amat pemurah di dalam dunia ini lagi amat menyayangi hambanya yang mukmin di yaumil akhirat. Segala puji milik Allah dan rahmat sejahtera selalu tercurahkan kepada junjungan alam Rasul pilihan Nabi Muhammad SAW, dengan kemuliaannya/kemegahannya. Alhamdulillah berkah rahmat dan hidayah-Nya penulis mampu menyelesaikan skripsi ini dengan judul “Pola Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Zoomers dalam Interaksi Sosial Keagamaan di Banda Aceh” Skripsi ini disusun untuk melengkapi dan memenuhi syarat untuk memperoleh gelar sarjana pada Fakultas Dakwah dan Komunikasi UIN Ar-Raniry Banda Aceh.

Dalam penyusunan skripsi ini penulis banyak mendapat bimbingan, saran, dorongan, serta kenang-kenangan dari berbagai pihak dan merupakan pengalaman yang tidak dapat diukur secara materi, namun dapat membuka mata penyusun bahwa sesungguhnya pengalaman dan pengetahuan tersebut adalah guru terbaik bagi penulis. Oleh karena itu, pada kesempatan kali ini dengan segala kerendahan hati penulis mengucapkan terimakasih banyak kepada:

1. Cinta pertama dan panutanku, ~~nayahanda~~ Alm. Teuku Amiruddin yang selalu penulis rindukan dan cintai, ayah memang tidak sempat melihat proses perjuanganku dalam meraih gelar sarjana, tapi semoga ayah melihat putri kecil ayah dari tempat terbaik di sisi-Nya. Pintu surgaku ibunda tercinta Rita Elvida yang tiada henti-hentinya berjuang, memberikan kasih sayang, do'a, dan motivasi hingga penulis mampu menyelesaikan studi ini sampai sarjana. Terimakasih atas segala pengorbanan dan tulus kasih yang diberikan.
2. Adik tersayang Cut Alfa Athaya, yang selalu menjadi penyemangat dan penghibur di tengah segala kepenatan. Terima kasih atas segala perhatian dan cinta yang membuat langkah ini terasa lebih ringan.

- 
3. Bapak Prof. Dr. Mujiburrahman, M.Ag., selaku Rektor Universitas Islam Negeri Ar-Raniry Banda Aceh.
 4. Ibu Prof. Dr. Kusmawati Hatta, M.Pd., selaku Dekan Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Bapak Dr. Mahmuddin, S.Ag., M.Si., selaku Wakil Dekan I, Bapak Fairus, S.Ag., M.A., selaku Wakil Dekan II, dan Bapak Dr. Sabirin, M.Si., selaku Wakil Dekan III.
 5. Bapak Syahril Furgany, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Ketua Program Studi Komunikasi dan Penyiaran Islam serta seluruh dosen dan staf Prodi KPI yang telah banyak membimbing selama masa studi.
 6. Ibu Fitri Meliya Sari, S.I.Kom., M.I.Kom., selaku Dosen Wali yang dengan sabar memberikan arahan, nasihat, dan dukungan selama proses akademik.
 7. Dosen pembimbing 1, Bapak Dr. A. Rani, M.Si., dan
 8. Dosen pembimbing 2, Bapak Drs. Syukri Syamaun, M.Ag., yang telah membimbing dengan sabar, memberikan kritik dan saran yang membangun, serta mendampingi penulis hingga skripsi ini selesai.
 9. Seluruh dosen Komunikasi dan Penyiaran Islam, terimakasih atas ilmu dan nilai-nilai yang telah ditanamkan selama masa studi. Semoga menjadi amal jariyah yang tiada putus.
 10. Para informan yang telah meluangkan waktu dan memberikan informasi yang sangat berharga untuk keperluan penelitian ini. Semoga kebaikan mereka dibalas dengan yang lebih baik oleh Allah SWT.
 11. Kepada seseorang yang kehadirannya tidak kalah penting, Muhammad Akmal Fauza, yang telah setia menemani dan mendukung penulis dalam setiap proses jatuh bangun. Terima kasih atas kesediaannya mendengar setiap keluh kesah, membantu dengan segala daya, serta selalu hadir dalam segala keadaan. Kehadiran dan dukungan ini menjadi bagian yang sangat berarti dalam perjalanan penulis menyelesaikan skripsi ini.
 12. Mufliahhdini, teman kos sekaligus “dokter pribadi” yang selalu hadir dengan kepedulian, canda, dan bantuan dalam segala hal baik sebagai sahabat, pendengar yang setia, maupun partner penyusun skripsi yang

tidak kenal lelah. Terima kasih atas semua perhatian, tawa, dan kekuatan yang diberikan selama ini.

13. Teman-teman seperjuangan, Hafiza Muthari Irsha, Tengku Putri Isna, Iklima, dan Cut Ghina Keusuma, yang telah menjadi bagian penting dalam perjalanan ini. Terima kasih telah berjalan bersama dalam suka dan duka, tertawa dan menangis, saling menguatkan hingga kita bisa sampai di garis akhir bersama.



DAFTAR ISI

KATA PENGANTAR.....	ii
DAFTAR ISI.....	vi
DAFTAR TABEL	vii
ABSTRAK	viii
BAB I PENDAHULUAN.....	1
A. Latar Belakang Masalah.....	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan Penelitian.....	5
D. Manfaat Penelitian.....	6
E. Definisi Konseptual	7
F. Sistematika Pembahasan.....	10
BAB II KAJIAN KEPUSTAKAAN	12
A. Penelitian Terdahulu yang Relevan.....	12
B. Komunikasi	14
B. Pola Komunikasi	20
C. Generasi Milenial	23
E. Interaksi Sosial Keagamaan.....	32
F. Teori yang Digunakan.....	36
BAB III METODE PENELITIAN	38
A. Pendekatan dan Jenis Penelitian.....	38
C. Sumber Data	39
D. Teknik Pengumpulan Data	41
E. Teknik Analisis Data	43
BAB IV PEMBAHASAN.....	45
A. Pola Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z dalam Interaksi Sosial Keagamaan di Banda Aceh.....	45
B. Faktor-Faktor yang Mempengaruhi Pola Komunikasi Sosial Keagamaan Generasi Milenial dan Generasi Zoomers di Banda Aceh.....	49
C. Persamaan dan Perbedaan Pola Komunikasi Sosial Keagamaan antara Generasi Milenial dan Zoomers di Banda Aceh.....	56
BAB V PENUTUP.....	64
A. Kesimpulan	64
B. Saran	66
DAFTAR PUSTAKA.....	68
LAMPIRAN- LAMPIRAN	
DAFTAR RIWAYAT HIDUP	

DATAR TABEL

Tabel 2. 1 Karakteristik Generasi Milenial dan Generasi Zoomers.....	31
Tabel 1 Data Informan Generasi Milenial	71
Tabel 2 Data Informan Generasi Z (Zoomers).....	71
Tabel 3 Transkrip Wawancara	73



ABSTRAK

Nama : Cut Rumaisa
NIM : 210401102
Judul Skripsi : Pola Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Zoomers dalam Interaksi Sosial Keagamaan di Banda Aceh
Jur/Fak : Komunikasi dan Penyiaran Islam/ Fakultas Dakwah dan Komunikasi

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi keagamaan, termasuk di Kota Banda Aceh. Generasi Milenial (1981–1996) dan Generasi Zoomers (1997–2012) sebagai pengguna utama teknologi digital menunjukkan perbedaan mendasar dalam berinteraksi dengan ajaran agama. Milenial masih cenderung mempertahankan komunikasi tatap muka dalam forum kajian atau pengajian, sedangkan Zoomers lebih memilih memanfaatkan media sosial dan platform digital seperti YouTube, TikTok, dan Instagram sebagai sarana pembelajaran agama. Perbedaan preferensi antara kedua generasi tersebut dapat menimbulkan kesenjangan dalam pola komunikasi keagamaan, baik dalam hal kedalaman materi, kontinuitas hubungan sosial, maupun dalam cara membangun komunitas keagamaan. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pola komunikasi kedua generasi dalam interaksi sosial keagamaan, mengidentifikasi faktor-faktor yang memengaruhinya, serta menganalisis persamaan dan perbedaannya. Metode penelitian yang digunakan adalah kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara mendalam terhadap delapan informan dari generasi Milenial dan Zoomers di Banda Aceh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Milenial menekankan interaksi langsung karena dinilai lebih bermakna secara emosional dan spiritual, sedangkan Zoomers menampilkan pola komunikasi digital dengan preferensi konten singkat, visual, dan fleksibel. Faktor teknologi, lingkungan sosial, gaya belajar, dan karakter generasi menjadi penentu utama perbedaan tersebut. Meskipun demikian, keduanya sama-sama memiliki tingkat religiusitas tinggi dan memanfaatkan teknologi untuk berbagi konten serta membangun komunitas keagamaan. Temuan ini menegaskan pentingnya strategi dakwah yang inklusif dan adaptif agar mampu menjembatani kesenjangan antar generasi di era digital.

Kata Kunci: *Pola Komunikasi, Generasi Milenial, Generasi Zoomers.*

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) dalam beberapa dekade terakhir telah membawa dampak signifikan terhadap berbagai aspek kehidupan manusia. Teknologi tidak hanya merevolusi pola kerja dan interaksi sosial, tetapi juga mempengaruhi dinamika penyebaran nilai-nilai keagamaan dalam kehidupan sehari-hari. Melalui media sosial, aplikasi pesan instan, dan berbagai platform digital, komunikasi keagamaan mengalami transformasi yang substansial, mempercepat distribusi informasi sekaligus mengubah bentuk interaksi antar individu.¹

Di tingkat global, perubahan ini berlangsung secara masif, termasuk di Indonesia yang merupakan negara dengan jumlah penduduk muslim terbesar di dunia. Tren digitalisasi komunikasi keagamaan di Indonesia tercermin melalui berbagai aktivitas seperti ceramah daring, pengajian virtual, dan dakwah yang disebarluaskan melalui media sosial.² Kota Banda Aceh sebagai salah satu pusat budaya Islam di Nusantara turut mengalami perubahan serupa. Meningkatnya akses internet dan penggunaan perangkat digital di kalangan masyarakat, khususnya generasi muda, mempercepat adopsi pola interaksi keagamaan berbasis teknologi.

¹ N. H. Ummah, “Pemanfaatan Sosial Media dalam Meningkatkan Efektivitas Dakwah di Era Digital,” *Jurnal Manajemen Dakwah*, vol. 11, no. 1 (2023), hal. 151–169.

² S. E. Zaluchu, *Digital Religion: Agama dalam Kebudayaan Digital, Teologi, dan Sosiologi Agama* (Yogyakarta: Kanisius, 2024), hal. 170.

Dalam konteks ini, generasi Milenial (kelahiran 1981–1996) dan generasi Zoomers (kelahiran setelah 1996) menempati posisi penting sebagai kelompok pengguna utama teknologi digital. Kedua generasi ini aktif mengintegrasikan teknologi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam praktik keagamaan. Namun demikian, terdapat perbedaan mendasar dalam pola komunikasi keagamaan yang mereka lakukan, yang dipengaruhi oleh karakteristik generasional, preferensi teknologi, serta nilai-nilai sosial yang mereka anut.³

Salah satu bentuk interaksi sosial keagamaan yang mengalami perubahan nyata adalah partisipasi dalam kajian keagamaan. Tradisionalnya, masyarakat Banda Aceh mengikuti kajian keagamaan secara langsung di masjid, mushala, atau majelis taklim. Kegiatan ini tidak hanya berfungsi sebagai media pendalaman ilmu agama, tetapi juga sebagai sarana mempererat hubungan sosial antar jamaah.

Seiring berjalaninya waktu, terutama setelah pesatnya perkembangan teknologi digital, terjadi pergeseran preferensi. Generasi Zoomers lebih cenderung mengakses kajian keagamaan melalui media sosial seperti YouTube, Instagram Live, TikTok, dan aplikasi video lainnya. Mereka memilih format konten keagamaan yang singkat, dinamis, dan mudah dibagikan. Interaksi mereka pun lebih banyak terjadi melalui kolom komentar, likes, dan berbagi konten dibandingkan dengan kehadiran fisik di majelis. Pola komunikasi ini menunjukkan adanya perubahan dari hubungan sosial berbasis fisik menuju hubungan berbasis jaringan digital.

³ M. Masripah, A. Anisah, A. Asep, dan S. Marwah, “Penggunaan Teknologi Digital terhadap Pemikiran dan Praktik Keagamaan Gen-Z,” *Jurnal Ilmiah Pendidikan Citra Bakti*, vol. 11, no. 3 (2024), hal. 754–767.

Sementara itu, Generasi Milenial masih mempertahankan kecenderungan untuk berpartisipasi dalam kajian keagamaan secara langsung. Mereka menilai bahwa kehadiran fisik dalam majelis lebih memungkinkan untuk membangun koneksi sosial yang mendalam, serta lebih efektif dalam mendalami materi keagamaan secara komprehensif. Meskipun beberapa dari mereka juga memanfaatkan media digital, pola komunikasi generasi Milenial tetap menekankan pentingnya interaksi tatap muka.⁴

Namun, perbedaan pola komunikasi keagamaan antara generasi Milenial dan Zoomers di Banda Aceh menimbulkan persoalan tersendiri. Generasi Milenial lebih sering hadir langsung di majelis taklim atau masjid, sehingga mereka dapat berinteraksi tatap muka, berdiskusi, dan menjalin silaturahmi secara mendalam. Sementara itu, Generasi Zoomers lebih banyak mengakses kajian agama melalui media sosial seperti YouTube, TikTok, atau Instagram, lalu berinteraksi lewat komentar, likes, dan berbagi konten singkat. Pola interaksi yang berbeda ini membuat komunikasi keagamaan berjalan di dua ruang yang terpisah ruang fisik dan ruang digital sehingga berpotensi menimbulkan kesenjangan dalam kedalaman pemahaman agama maupun kualitas hubungan sosial.

Bagi sebagian Milenial, pola digital yang dipilih Gen Z terkadang dianggap terlalu singkat dan kurang mendukung pendalaman materi, sedangkan bagi Gen Z, cara tradisional yang dipertahankan Milenial sering dipandang kurang praktis dan kurang sesuai dengan gaya hidup digital mereka. Situasi ini

⁴ R. Alviana, K. Kuliyatun, dan P. A. Widayat, “Minat Generasi Milenial dalam Mengikuti Kajian Keislaman di Masjid Darul Lukman Desa Tambah Luhur Purbolinggo Lampung Timur,” *Profetik: Jurnal Mahasiswa Pendidikan Agama Islam*, vol. 4, no. 1 (2023), hal. 1–15.

mencerminkan adanya tantangan dalam membangun kesatuan interaksi sosial keagamaan antar generasi, yang jika tidak dikelola dengan baik dapat memperlebar jarak dalam kehidupan beragama masyarakat Banda Aceh.

Perbedaan ini menghasilkan dinamika baru dalam masyarakat Banda Aceh. Perbedaan preferensi antara kedua generasi dapat menimbulkan kesenjangan dalam pola komunikasi keagamaan, baik dalam hal kedalaman materi, kontinuitas hubungan sosial, maupun dalam cara membangun komunitas keagamaan.⁵ Di satu sisi, media digital menawarkan kecepatan dan jangkauan luas dalam menyebarkan pesan keagamaan. Namun di sisi lain, ketergantungan pada komunikasi instan berpotensi mengurangi kualitas interaksi sosial dan pendalaman nilai-nilai agama.

Menurut estimasi dari berbagai sumber terbaru, jumlah penduduk Kota Banda Aceh pada pertengahan tahun 2024 diperkirakan mencapai 265.310 jiwa. Meskipun data yang rinci mengenai persentase generasi Milenial dan Zoomers belum tersedia, kedua generasi ini tetap diyakini sebagai kelompok demografis utama yang akan membentuk arah perkembangan sosial keagamaan di kota ini. Oleh karena itu, memahami pola komunikasi keagamaan mereka menjadi sangat penting dalam merancang strategi dakwah dan membangun komunitas keagamaan yang relevan dan adaptif di Banda Aceh.⁶⁷

⁵ S. Zuhri dkk., “Analisis Pengaruh Media Sosial dan Platform Digital terhadap Pemahaman Agama Islam di Kalangan Generasi Z,” *Relinesia: Jurnal Kajian Agama dan Multikulturalisme Indonesia*, vol. 3, no. 2 (2024), hal. 1–11.

⁶ Badan Pusat Statistik Aceh, *Provinsi Aceh dalam Angka 2021* (Banda Aceh: BPS Provinsi Aceh, 2024).

⁷ L. Rofidah dan A. Muhid, “Media dan Hibrid Identitas Keagamaan di Era Digital,” *Jurnal Dakwah dan Komunikasi*, vol. 7, no. 1 (2023), hal. 1–15.

Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini akan mengkaji secara mendalam Pola Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Zoomers dalam mengikuti kajian keagamaan di Banda Aceh, yang berjudul “Pola Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Zoomers dalam Interaksi Sosial Keagamaan di Banda Aceh” dengan tujuan untuk mengidentifikasi perbedaan karakteristik komunikasi, tantangan yang dihadapi, serta implikasinya terhadap kualitas hubungan sosial keagamaan di era digital.s

B. Rumusan Masalah

1. Bagaimana pola komunikasi generasi Milenial dan generasi Zoomers dalam interaksi sosial keagamaan di Banda Aceh?
2. Faktor-faktor apa saja yang mempengaruhi pola komunikasi kedua generasi tersebut dalam konteks sosial keagamaan?
3. Apa perbedaan dan persamaan pola komunikasi keagamaan antara generasi Milenial dan generasi Zoomers di Banda Aceh?

C. Tujuan Penelitian

1. Untuk mengetahui pola komunikasi generasi Milenial dan generasi Zoomers dalam interaksi sosial keagamaan di Banda Aceh.
2. Untuk mengidentifikasi faktor-faktor yang mempengaruhi pola komunikasi sosial keagamaan kedua generasi tersebut.
3. Untuk menganalisis perbedaan dan persamaan pola komunikasi keagamaan antara generasi Milenial dan generasi Zoomers di Banda Aceh.

D. Manfaat Penelitian

1. Manfaat Teoritis

Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam pengembangan kajian ilmu komunikasi, khususnya terkait pola komunikasi antargenerasi dalam konteks interaksi sosial keagamaan. Secara teoritis, hasil penelitian ini dapat memperkaya referensi ilmiah mengenai dinamika komunikasi sosial keagamaan antara generasi milenial dan generasi Zoomers, serta menjadi dasar bagi penelitian-penelitian selanjutnya dalam bidang yang relevan.

2. Manfaat Praktis

Secara praktis, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman kepada masyarakat, khususnya di Banda Aceh, mengenai karakteristik pola komunikasi generasi milenial dan generasi Zoomers dalam interaksi sosial keagamaan. Selain itu, hasil penelitian ini dapat menjadi acuan bagi lembaga keagamaan, pendidik, serta pembuat kebijakan dalam merancang strategi komunikasi yang lebih efektif untuk membangun interaksi sosial keagamaan yang harmonis antar generasi. Penelitian ini juga diharapkan dapat memberikan wawasan kepada generasi milenial dan generasi Zoomers agar mampu meningkatkan kualitas komunikasi sosial keagamaan yang lebih konstruktif dan adaptif terhadap perkembangan zaman.

E. Definisi Konseptual

Ada beberapa penjelasan istilah yang perlu peneliti uraikan, demi menghindari kesalahpahaman yang terjadi saat membaca skripsi ini, yaitu:

1. Pola Komunikasi

Pola Komunikasi adalah struktur atau cara yang digunakan dalam proses penyampaian pesan antara pengirim dan penerima. Proses komunikasi ini melibatkan lebih dari sekadar transmisi informasi namun mencakup hubungan yang terjadi antara pihak yang berkomunikasi, baik dalam bentuk lisan, tulisan, maupun non-verbal.⁸ Komunikasi sendiri merupakan sebuah proses dinamis yang dipengaruhi oleh banyak faktor, termasuk media yang digunakan, tujuan yang ingin dicapai, dan konteks sosial budaya yang melatarbelakangi interaksi tersebut.⁹ Oleh karena itu, pola komunikasi dapat dipahami sebagai cara yang berbeda-beda dalam mengatur dan menyampaikan pesan secara efektif sesuai dengan situasi dan kebutuhan komunikasi yang ada.¹⁰

2. Generasi Milenial

Generasi Milenial adalah kelompok demografis yang lahir antara tahun 1981 hingga 1996, yang tumbuh pada masa pesatnya perkembangan teknologi, terutama teknologi digital seperti internet dan media sosial.¹¹

⁸ Nurudin, *Sistem Komunikasi Indonesia* (Jakarta: Raja Grafindo Persada, 2004), hal. 24.

⁹ Soejanto, *Ilmu Komunikasi* (Jakarta: UI Press, 2001), hal. 27.

¹⁰ Deddy Mulyana, *Ilmu Komunikasi: Suatu Pengantar* (Bandung: PT Remaja Rosdakarya, 2010), hal. 70.

¹¹ F. R. Hidayat, “Bentuk-Bentuk Etika Bermedia Sosial Generasi Milenial,” *Jurnal Komunikasi*, vol. 11, no. 2 (2021), hal. 130–145.

Generasi ini sering disebut sebagai "*digital natives*" karena mereka terpapar dengan teknologi digital sejak usia dini, membuat mereka lebih terampil dalam menggunakan perangkat teknologi modern. Milenial dikenal sebagai generasi yang cenderung lebih terbuka terhadap perubahan sosial, keberagaman, dan perkembangan budaya, serta memiliki pandangan progresif terhadap isu-isu sosial dan politik.¹²

Secara umum, milenial juga cenderung mengutamakan keseimbangan antara kehidupan pribadi dan profesional. Mereka lebih memilih pekerjaan yang memberikan fleksibilitas dan kesempatan untuk berkembang, bukan hanya gaji tinggi. Meskipun menghadapi tantangan ekonomi, seperti biaya hidup yang tinggi dan kesulitan dalam mendapatkan pekerjaan tetap, generasi ini tetap berusaha beradaptasi dengan cepat dan banyak yang memilih untuk mengejar peluang kewirausahaan atau bekerja di industri berbasis teknologi dan kreativitas.

3. Generasi Zoomers

Generasi Zoomers, atau lebih dikenal sebagai Generasi Z, adalah kelompok demografis yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012.¹³ Generasi ini tumbuh sepenuhnya dalam era digital, dengan akses luas terhadap teknologi internet, ponsel pintar, media sosial, dan berbagai platform digital lainnya sejak usia dini. Berbeda dengan generasi

¹² A. Jayadi, *Potret Generasi Milenial di Era Digital* (Yogyakarta: Deepublish, 2022), hal. 25.

¹³ T. A. Maretha, *Generasi Z dan Pendidikan* (Bandung: CV Media Cendekia Muslim, 2024), hal. 5.

sebelumnya, yang menyaksikan transisi dari dunia analog ke digital, generasi Z telah terbiasa dengan dunia yang sepenuhnya terhubung secara digital. Mereka dikenal sangat terampil dalam menggunakan berbagai perangkat teknologi dan lebih terhubung dengan dunia maya melalui media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube.¹⁴

Generasi Zoomers memiliki karakteristik yang mencerminkan kecepatan dan keterbukaan terhadap informasi yang cepat dan instan. Mereka lebih pragmatis, realistik, dan cenderung lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan dibandingkan dengan generasi milenial. Hal ini dipengaruhi oleh tantangan ekonomi yang mereka saksikan, seperti resesi global dan ketidakpastian pekerjaan. Meskipun mereka lebih cenderung memilih pekerjaan yang fleksibel dan lebih mengutamakan kesejahteraan mental, generasi Z juga dikenal memiliki semangat kewirausahaan yang tinggi, serta keinginan untuk menciptakan perubahan sosial melalui teknologi dan media sosial.¹⁵

4. Interaksi Sosial Keagamaan

Interaksi Sosial Keagamaan merujuk pada hubungan yang terjadi antara individu atau kelompok dalam masyarakat yang terikat oleh norma, nilai, dan ajaran agama tertentu. Interaksi ini bisa berupa komunikasi, pertukaran ide, atau tindakan yang melibatkan aspek-aspek agama, seperti

¹⁴ D. Stillman dan J. Stillman, *Generasi Z: Memahami Karakter Generasi Baru yang Akan Mengubah Dunia Kerja* (Jakarta: Gramedia Pustaka Utama, 2019), hal. 12.

¹⁵ Suryadi, “Kontribusi Kesejahteraan Masyarakat, Investasi, dan Dampak Pandemi COVID-19 Terhadap Penyerapan Tenaga Kerja Generasi Z,” *Jurnal Ekonomi dan Pembangunan*, vol. 30, no. 2 (2022), hal. 65–73.

ibadah, pembelajaran agama, diskusi teologis, atau kegiatan sosial keagamaan lainnya. Dalam interaksi sosial keagamaan, individu atau kelompok berusaha untuk mengamalkan ajaran agama mereka serta memahami dan menghormati keyakinan orang lain dalam masyarakat yang pluralistik.

Interaksi sosial keagamaan memiliki berbagai bentuk, mulai dari kegiatan rutin seperti salat berjamaah di masjid, perayaan hari besar agama, hingga diskusi-diskusi tentang pemahaman agama yang lebih mendalam. Kegiatan keagamaan ini sering kali dilakukan dalam kelompok atau komunitas yang memiliki keyakinan serupa, namun bisa juga melibatkan dialog antaragama.¹⁶ Selain itu, dalam konteks sosial, interaksi ini juga bisa berupa dakwah atau penyebaran ajaran agama kepada orang lain, baik melalui tatap muka langsung maupun melalui media massa.¹⁷

F. Sistematika Pembahasan

Skripsi ini disusun menjadi lima bab dan ditulis secara sistematis sebagai berikut:

BAB I membahas latar belakang masalah, rumusan masalah, tujuan dan manfaat penelitian, definisi operasional, dan sistematika penulisan.

¹⁶ A. R. Bustami, A. Siregar, M. S. Harahap, dan M. S. Nasution, “Etika Komunikasi Media Digital di Era Post-Truth,” *Jurnal Paradigma: Jurnal Multidisipliner Mahasiswa Pascasarjana Indonesia*, vol. 5, no. 1 (2024), hal. 40–50.

¹⁷ D. A. Rohman, *Moderasi di Ruang Digital* (Banjarmasin: UIN Antasari Press, 2023), hal. 32.

BAB II membahas kajian terdahulu yang relevan, landasan konseptual dan teori. Untuk memudahkan pembaca, bab ini akan mengandung berbagai istilah penting.

BAB III membahas metode penelitian yang digunakan dalam skripsi ini, termasuk pendekatan dan jenis penelitian, lokasi dan waktu penelitian, sumber data, teknik pengumpulan data dan teknik analisis data.

BAB IV membahas hasil dan diskusi, mencakup gambaran umum penelitian, temuan, dan diskusi yang relevan dengan judul skripsi.

BAB V merupakan bagian penutup yang memberikan simpulan akhir dari pembahasan terhadap pertanyaan penelitian yang dianalisis pada bab sebelumnya. Setelah kesimpulan penulis memberikan suatu saran.

