

Strategi Komunikasi Publik dalam Membentuk Kesadaran Gender pada Generasi Z di Era Digital

Marlina^{1*}, Umar Abdurahim SM², Intan Kemala³

¹STAIN Mandailing Natal

^{2,3}UIN Suska Riau

marlina@stain-madina.ac.id ; umarabdur@uin-suska.ac.id, intankemalazain@uin-suska.ac.id

Abstract

The purpose of this study is to analyze public communication strategies in shaping gender awareness among Generation Z in the digital era. The development of social media has made public communication faster and broader, thus influencing how the younger generation thinks about gender equality issues. A qualitative approach with descriptive methods was chosen to understand the phenomenon of public communication and Generation Z's responses to gender issues in digital media. The research subjects included 25 Generation Z members who actively use social media. Interviews, observation, and documentation were the data collection techniques for informants who were considered active in using social media. The results of the study indicate that digital platforms such as Instagram, TikTok, and YouTube have a significant influence in increasing Generation Z's understanding of gender equality through educational content and digital campaigns. However, this study also found challenges such as the spread of stereotypes and gender bias on social media. Therefore, in the future, more creative and educational public communication strategies are needed, as well as strengthening digital literacy to build a more critical, inclusive, and civilized gender awareness among Generation Z.

Keyword : Public Communication, Gender Awareness, Generation Z, Social Media

Abstrak

Tujuan penelitian ini adalah guna menganalisis strategi komunikasi publik dalam membentuk kesadaran gender pada Generasi Z di era digital. Perkembangan media sosial telah menjadikan komunikasi publik lebih cepat dan luas sehingga memengaruhi bagaimana pola dalam berfikir di kalangan generasi muda dengan isu kesetaraan gender. Pendekatan kualitatif dengan metode deskriptif merupakan metode yang dipilih untuk memahami fenomena komunikasi publik dan respons Generasi Z terhadap isu gender di media digital. Subjek penelitian meliputi 25 orang generasi Z yang aktif menggunakan media sosial, wawancara, observasi dan dokumentasi adalah teknik pengumpulan data kepada informan yang terhitung aktif dalam menggunakan media sosial. Hasil penelitian yaitu platform digital seperti Instagram, TikTok, dan YouTube memiliki pengaruh besar dalam meningkatkan pemahaman Generasi Z mengenai kesetaraan gender melalui konten edukatif dan kampanye digital. Namun, penelitian ini ditemukan juga adanya tantangan seperti penyebaran stereotip serta bias gender di media sosial. Sehingga kedepannya diperlukan strategi komunikasi publik yang lebih kreatif, edukatif, serta penguatan literasi digital untuk membangun kesadaran gender yang lebih kritis, inklusif, dan berkeadaban pada Generasi Z.

Kata kunci : Komunikasi Publik, Kesadaran Gender, Generasi Z, Media Sosial

PENDAHULUAN

Teknologi informasi berkembang ternyata telah membawa perubahan yang besar terhadap pola komunikasi masyarakat modern (Nasrullah,R, 2020). Komunikasi publik tidak lagi berlangsung secara konvensional melalui media cetak dan tatap muka, tetapi berkembang melalui media digital (Ardianto, E, 2019) hal ini ternyata membuka peluang terhadap adanya kegiatan penyebaran informasi secara sangat cepat dan luas. Perubahan tersebut memengaruhi berbagai aspek kehidupan sosial, termasuk cara masyarakat memahami isu gender di lingkungan sosialnya. Generasi Z adalah kelompok yang lahir dan ada ditengah masyarakat serta mengalami perkembangan teknologi digital. Kehidupan kelompok ini sangat akrab dengan internet, media sosial, dan berbagai platform komunikasi digital lainnya. Kondisi ini menunjukkan eksistensi Generasi Z sebagai kelompok yang aktif menerima sekaligus menyebarkan informasi kepada masyarakat luas melalui ruang digital.

Dalam era digital, komunikasi publik memiliki peranan sangat penting pada pembentukan pola pikir, sikap, dan perilaku masyarakat (Marlina et al., 2024). Informasi yang disampaikan melalui media digital mampu memengaruhi persepsi individu terhadap berbagai isu sosial (Bungin, B, 2021), termasuk persoalan gender. Oleh karena itu, strategi komunikasi publik menjadi faktor penting dalam membangun kesadaran gender pada Generasi Z (Fakih M, 2016). Kesadaran gender merupakan pemahaman pada individu mengenai kesamaan hak, peran, dan tanggung jawab antara laki-laki dan perempuan (Wulan, T.R, 2021) dalam kehidupan sosial. Kesadaran tersebut penting untuk mendorong terciptanya hubungan sosial yang adil dan seimbang (Cangra, H, 2018) di tengah masyarakat. Namun, pemahaman mengenai gender masih sering dipengaruhi oleh stereotip dan budaya patriarki yang berkembang di lingkungan sosial.

Fenomena ketimpangan gender masih menjadi persoalan sosial di berbagai bidang kehidupan (Prasetyo.et.al,2022). Ketidaksetaraan tersebut dapat ditemukan dalam bidang pendidikan, pekerjaan, partisipasi sosial, dan pengambilan keputusan. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa kesadaran masyarakat terhadap pentingnya kesetaraan gender masih memerlukan perhatian yang serius. Di sisi lain, media digital sering menjadi ruang terjadinya penyebaran informasi yang bias gender. Konten yang mengandung diskriminasi, stereotip, dan objektifikasi perempuan masih banyak ditemukan di berbagai platform media sosial. Situasi tersebut berpotensi membentuk pola pikir Generasi Z (Putri.D.A, 2020) yang kurang memahami nilai kesetaraan gender secara komprehensif.

Strategi komunikasi publik yang efektif dan sesuai sangat dibutuhkan dalam upaya memberikan edukasi mengenai gender kepada masyarakat, terutama pada kalangan Generasi Z. Komunikasi publik tidak hanya berperan sebagai media penyampaian informasi, tetapi juga berfungsi membentuk pemahaman, meningkatkan kesadaran, serta mendorong perubahan perilaku sosial di tengah masyarakat. Oleh karena itu, penerapan strategi komunikasi yang tepat menjadi faktor penting dalam mencapai tujuan komunikasi tersebut.

Pemanfaatan media sosial sebagai media komunikasi publik memberikan pengaruh yang signifikan terhadap pembentukan opini masyarakat. Kehadiran media sosial memungkinkan proses penyampaian informasi berlangsung lebih cepat, interaktif, dan mampu menjangkau berbagai lapisan masyarakat secara luas. Dalam hal ini, Generasi Z merupakan kelompok yang paling dominan dan aktif menggunakan media sosial dalam aktivitas sehari-hari sehingga memiliki keterkaitan yang erat dengan perkembangan komunikasi digital.

Perkembangan media digital ternyata memunculkan tantangan yaitu adanya penyebaran hoaks dan informasi yang menyesatkan (Hidayat.M &Lestari.F, 2023) mengenai isu gender. Informasi yang tidak akurat dapat memengaruhi cara pandang Generasi Z terhadap konsep kesetaraan gender. Oleh sebab itu, komunikasi publik harus mampu menghadirkan informasi yang edukatif dan terpercaya. Pentingnya strategi komunikasi publik dalam membangun kesadaran gender tidak dapat dipisahkan dari peran berbagai pihak, seperti pemerintah, media massa, lembaga pendidikan, dan komunitas sosial. Kerja sama antarlembaga diperlukan agar pesan mengenai kesetaraan gender dapat tersampaikan secara luas dan efektif kepada masyarakat.

Lembaga pendidikan mempunyai peran yang sangat penting dalam membangun pemahaman mengenai gender pada Generasi Z. Pendidikan tidak hanya berfungsi sebagai proses penyampaian pengetahuan, tetapi juga berkontribusi dalam pembentukan nilai-nilai sosial, sikap, dan karakter peserta didik. Oleh sebab itu, edukasi tentang gender perlu diperkuat melalui komunikasi publik yang bersifat positif, edukatif, dan konstruktif.

Dalam kehidupan masyarakat modern, komunikasi publik tidak hanya difokuskan pada penyampaian informasi semata, melainkan juga berperan dalam meningkatkan kesadaran sosial masyarakat. Komunikasi yang dilakukan secara efektif dapat memengaruhi pola pikir, sikap, dan perilaku masyarakat terhadap suatu isu sosial tertentu. Dengan demikian, strategi komunikasi publik memiliki kedudukan yang penting dalam upaya membangun kesadaran gender di tengah masyarakat.

Penelitian mengenai strategi komunikasi publik dan kesadaran gender menjadi relevan untuk dilakukan karena isu gender masih menjadi perhatian dalam kehidupan sosial

masyarakat. Selain itu, perkembangan media digital memberikan pengaruh besar terhadap cara Generasi Z memahami berbagai persoalan sosial. Kondisi tersebut memerlukan kajian ilmiah yang mendalam. Berdasarkan uraian tersebut, dapat dipahami bahwa strategi komunikasi publik memiliki peranan penting dalam membentuk kesadaran gender pada Generasi Z di era digital. Oleh sebab itu, penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui bagaimana strategi komunikasi publik digunakan dalam meningkatkan pemahaman dan kesadaran gender pada Generasi Z sehingga dapat mendukung terciptanya kehidupan sosial yang lebih adil, inklusif, dan berkeadaban.

METODE

Penelitian kali ini memilih pendekatan kualitatif dan metode deskriptif (Moleong.L.J, 2018). Pendekatan tersebut dipilih karena bertujuan untuk memahami secara lebih mendalam strategi komunikasi publik dalam membentuk kesadaran gender pada Generasi Z di era digital. Metode deskriptif digunakan untuk menggambarkan fenomena sosial (Sugiyono, 2020) berdasarkan fakta yang ditemukan di lapangan. Penelitian ini dilakukan pada kelompok yang tergolong Generasi Z dan aktif menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi publik. Subjek penelitian terdiri atas mahasiswa, pelajar, dan pengguna media digital yang termasuk dalam kategori Generasi Z. Penentuan informan dilakukan menggunakan teknik purposive sampling berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian.

a. Subjek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Generasi Z pengguna aktif media sosial dan terlibat terhadap aktivitas komunikasi digital setiap harinya. Generasi Z dipilih karena kelompok ini merupakan pengguna internet terbesar yang memiliki intensitas tinggi dalam menerima dan menyebarkan informasi melalui platform digital yang beragam yaitu; Instagram, TikTok, dan YouTube. Selain itu, Generasi Z dinilai memiliki keterbukaan terhadap isu sosial, termasuk persoalan gender yang berkembang di ruang publik digital.

Jumlah subjek penelitian yang ideal dalam penelitian kualitatif ini ada 25 informan utama. Jumlah tersebut dianggap memadai untuk memperoleh informasi yang lebih mendalam, rinci, dan sesuai kebutuhan penelitian. Dalam penelitian dengan menggunakan metode kualitatif, fokus utama tidak terletak pada banyaknya responden, melainkan pada kedalaman sebuah informasi yang didapat dari setiap informan terkait pengalaman, pandangan, dan pemahaman mereka mengenai komunikasi publik dan kesadaran gender.

Subjek dipilih dan dilakukan dengan menggunakan teknik purposive sampling, yaitu penentuan informan berdasarkan kriteria tertentu yang relevan dengan tujuan penelitian. Adapun kriteria subjek penelitian meliputi: berusia antara 17–25 tahun, aktif menggunakan media sosial, pernah terpapar konten komunikasi publik mengenai gender, serta memiliki kemampuan memberikan informasi secara jelas dan objektif mengenai isu yang diteliti.

Alasan pemilihan subjek tersebut karena Generasi Z merupakan kelompok yang paling dekat dengan perkembangan teknologi komunikasi digital. Paparan informasi yang intens melalui media sosial memengaruhi cara berpikir, sikap, dan perilaku mereka terhadap isu gender. Oleh sebab itu, Generasi Z dianggap relevan sebagai subjek penelitian untuk memahami efektivitas strategi komunikasi publik dalam membentuk kesadaran gender di era digital.

b. Objek Penelitian

Strategi komunikasi publik merupakan objek penelitian dalam membentuk kesadaran gender pada Generasi Z di era digital. Fokus penelitian diarahkan pada proses penyampaian pesan komunikasi publik melalui media digital, khususnya media sosial yang banyak digunakan oleh Generasi Z. Penelitian ini juga menelaah bagaimana pesan-pesan mengenai kesetaraan gender diterima dan dipahami oleh generasi muda dalam kehidupan sehari-hari.

Penelitian memusatkan perhatian pada berbagai bentuk komunikasi publik yang disampaikan melalui platform digital, seperti Instagram, TikTok, YouTube, Threed dan Facebook. Konten komunikasi publik yang diamati meliputi kampanye sosial, edukasi gender, video informatif, diskusi publik, serta berbagai pesan digital yang berkaitan dengan isu kesetaraan gender. Objek tersebut dipilih karena media digital menjadi ruang komunikasi yang paling aktif digunakan oleh Generasi Z.

Penelitian yang dilakukan juga mengkaji respons Generasi Z terhadap pesan komunikasi publik mengenai gender. Respons tersebut meliputi pemahaman, sikap, persepsi, dan tingkat kesadaran mereka terhadap urgensi kesetaraan gender pada kehidupan sosial. Dengan demikian, penelitian bukan hanya melihat isi pesan komunikasi, tetapi juga dampaknya terhadap pola pikir dan perilaku generasi muda.

Pemilihan objek penelitian didasarkan pada perkembangan komunikasi digital yang semakin memengaruhi kehidupan masyarakat modern. Generasi Z sebagai kelompok pengguna media digital terbesar dianggap memiliki keterkaitan yang kuat dengan isu komunikasi publik dan gender. Oleh sebab itu, objek penelitian ini dinilai relevan untuk

memahami efektivitas strategi komunikasi publik dalam membangun kesadaran gender di era digital.

c. *Teknik Pemngumpulan Data*

Observasi, wawancara, dan dokumentasi adalah teknik penengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini (Moleong.L.J, 2018). Observasi digunakan untuk melihat aktivitas komunikasi publik di media digital. Wawancara secara mendalam kepada informan dengan mengajukan beberapa pertanyaan mengenai pemahaman dan kesadaran gender. Dokumentasi digunakan guna melengkapi informasi pada konten media sosial, artikel, dan materi kampanye publik terkait gender.

Data penelitian dianalisis dengan menggunakan teknik analisis interaktif yang mencakup tahapan reduksi data, penyajian data, serta penarikan kesimpulan. Proses analisis dilakukan secara terstruktur dan sistematis guna memperoleh pemahaman yang mendalam mengenai strategi komunikasi publik yang efektif dalam meningkatkan kesadaran gender pada Generasi Z. Sementara itu, keabsahan data diuji melalui triangulasi sumber dan triangulasi metode. Penggunaan kedua teknik tersebut bertujuan untuk memastikan tingkat validitas dan kredibilitas data penelitian sehingga hasil penelitian yang diperoleh dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

Metode penelitian kualitatif dipilih karena penelitian ini berupaya memahami fenomena sosial (Moleong.L.J, 2018) secara mendalam dengan perspektif subjek penelitian. Pendekatan kualitatif memungkinkan peneliti mendapatkan data yang lebih rinci mengenai pengalaman, pandangan, dan pemahaman Generasi Z terhadap komunikasi publik dan isu gender di era digital. Selain itu, metode ini dinilai relevan karena penelitian tidak hanya berfokus pada angka dan statistik, tetapi juga pada makna, proses komunikasi, serta interaksi sosial yang terjadi dalam kehidupan masyarakat digital.

Penggunaan metode deskriptif dalam penelitian ini bertujuan untuk menggambarkan secara sistematis fenomena komunikasi publik terkait kesadaran gender pada Generasi Z. Metode tersebut membantu peneliti menjelaskan bentuk strategi komunikasi, media yang digunakan, serta pengaruh pesan komunikasi terhadap pemahaman gender generasi muda. Dengan demikian, penelitian diharapkan mampu menghasilkan data yang objektif, mendalam, dan sesuai dengan kondisi sosial yang terjadi di masyarakat.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pembahasan

Perkembangan media sosial pada era digital telah membawa perubahan besar dalam pola komunikasi publik di kalangan Generasi Z. Kehadiran platform digital seperti Instagram, TikTok, YouTube, Threed dan Facebook (Azizah.N, 2022) menjadikan proses penyebaran informasi berlangsung lebih cepat dan luas dibandingkan media konvensional. Generasi Z sebagai kelompok yang tumbuh bersama perkembangan teknologi digital memiliki intensitas penggunaan media sosial yang sangat tinggi (Azizah.N, 2022) dalam kehidupan sehari-hari. Kondisi tersebut menyebabkan media sosial menjadi ruang utama dalam pembentukan opini publik terkait berbagai isu sosial, termasuk persoalan gender.

Fenomena meningkatnya kampanye kesetaraan gender di media sosial menunjukkan bahwa komunikasi publik memiliki peranan penting dalam membangun kesadaran sosial masyarakat. Berbagai organisasi, komunitas sosial, lembaga pendidikan, dan tokoh publik aktif memanfaatkan media digital untuk menyampaikan pesan mengenai pentingnya kesetaraan gender. Konten komunikasi publik yang disampaikan umumnya berbentuk video edukasi, poster digital, diskusi daring, dan kampanye sosial yang dikemas secara kreatif agar mudah diterima oleh Generasi Z. Strategi komunikasi tersebut dinilai efektif karena mampu menyesuaikan karakteristik generasi muda yang lebih tertarik pada informasi visual dan interaktif (Syayekti.E.I.D, 2023).

Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar informan memperoleh pemahaman mengenai isu gender melalui media sosial. Informan menyatakan bahwa media digital memberikan akses informasi yang lebih luas mengenai kesetaraan gender (Syayekti.E.I.D, 2023), hak perempuan, diskriminasi sosial, dan pentingnya menghargai perbedaan peran sosial dalam masyarakat. Selain itu, media sosial juga menjadi sarana diskusi publik yang memungkinkan Generasi Z bertukar pandangan mengenai isu gender secara terbuka dan interaktif. Hal tersebut menunjukkan bahwa komunikasi publik melalui media digital mampu membentuk pola pikir generasi muda terhadap isu sosial yang berkembang di masyarakat.

Meskipun demikian, penelitian ini juga menemukan bahwa media sosial tidak selalu memberikan dampak positif terhadap pemahaman gender pada Generasi Z. Masih ditemukan berbagai konten yang mengandung stereotip gender (La Biba.et,al 2023), diskriminasi terhadap perempuan, serta penyebaran informasi yang bias gender. Konten semacam itu berpotensi memengaruhi pola pikir generasi muda dan menimbulkan kesalahpahaman mengenai konsep kesetaraan gender. Oleh karena itu, strategi komunikasi publik yang edukatif dan berbasis literasi digital sangat diperlukan agar Generasi Z mampu menyaring informasi secara kritis.

Fenomena penggunaan media sosial yang sangat tinggi di kalangan Generasi Z menyebabkan proses pembentukan kesadaran gender berlangsung secara cepat dan dinamis. Informasi mengenai gender tidak hanya berasal dari lembaga formal, tetapi juga dari influencer, kreator konten, dan komunitas digital yang memiliki pengaruh besar terhadap opini publik. Dalam kondisi tersebut, strategi komunikasi publik harus mampu menghadirkan pesan yang komunikatif, persuasif, dan sesuai dengan karakteristik generasi muda agar pesan dapat diterima secara efektif.

Penelitian ini menunjukkan bahwa komunikasi publik berbasis media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap peningkatan kesadaran gender pada Generasi Z. Informan mengaku lebih memahami pentingnya kesetaraan gender setelah melihat berbagai kampanye digital yang membahas isu diskriminasi, kekerasan terhadap perempuan, dan hak sosial masyarakat (La Biba.et,al 2023). Selain itu, penggunaan bahasa yang sederhana dan visual yang menarik membuat pesan komunikasi lebih mudah dipahami oleh generasi muda. Kondisi tersebut menunjukkan bahwa media sosial dapat menjadi sarana edukasi sosial yang efektif apabila digunakan secara tepat.

Hasil Penelitian

Selain itu, hasil penelitian menunjukkan bahwa literasi digital memiliki hubungan yang erat dengan tingkat kesadaran gender pada Generasi Z. Informan yang memiliki kemampuan literasi digital yang baik cenderung lebih kritis dalam memahami informasi mengenai gender di media sosial. Mereka mampu membedakan informasi edukatif dengan konten yang bersifat provokatif atau diskriminatif. Dengan demikian, peningkatan literasi digital menjadi faktor penting dalam mendukung efektivitas komunikasi publik terkait gender.

Tabel 1. Subjek berdasarkan jenis kelamin

No.	Jenis Kelamin	Jumlah
1.	Perempuan	15
2.	Laki-Laki	10

Berbagai lembaga pemerintah, organisasi sosial, dan komunitas mulai memanfaatkan media digital untuk menyampaikan kampanye mengenai kesetaraan gender. Kampanye tersebut dilakukan melalui konten edukatif, video kreatif, seminar daring, dan diskusi publik. Tujuannya adalah meningkatkan pemahaman masyarakat terhadap pentingnya kesadaran gender dalam kehidupan sosial. Meskipun demikian, efektivitas strategi komunikasi publik dalam membentuk kesadaran gender masih menghadapi berbagai

tantangan. Tidak semua pesan komunikasi dapat diterima secara baik oleh masyarakat, terutama ketika pesan tersebut bertentangan dengan budaya dan pandangan tradisional yang masih berkembang. Akibatnya, edukasi gender sering menimbulkan perdebatan di ruang publik.

Tabel 2. Penggunaan media sosial dan tingkat pemahaman gender generasi Z

No.	Platform Media Sosial	Persentase Pengguna an (%)	Bentuk Konten Gender yang sering diakses	Dampak Terhadap kesetaraan Gender
1.	Instagram	85	Poster edukasi dan infografis	Meningkatkan pemahaman kesetaraan gender
2.	Tiktok	90	Video kampanye sosial	Meningkatkan kesadaran sosial dan empati
3.	Youtube	75	Podcast dan diskusi publik	Menambah wawasan mengenai isu gender
4	Threed	60	Diskusi dan opini publik	Membentuk pola pikir kritis terhadap isu sosial
5	Facebook	40	Artikel dan Komunitas daring	Memberikan Informasi tambahan terkait gender

Berdasarkan tabel tersebut, dapat dipahami bahwa TikTok dan Instagram menjadi media sosial yang paling banyak digunakan oleh Generasi Z dalam memperoleh informasi mengenai gender. Tingginya penggunaan kedua platform tersebut menunjukkan bahwa komunikasi publik berbasis visual dan video pendek lebih efektif dalam menarik (Andriani, E, et.al, 2024) perhatian generasi muda. Oleh karena itu, strategi komunikasi publik mengenai gender perlu memanfaatkan media digital secara optimal agar mampu meningkatkan kesadaran sosial masyarakat secara luas.

Ada beberapa bentuk strategi komunikasi yang bisa dilakukan yang dihasilkan dalam penelitian ini berdasarkan hasil wawancara dan observasi yang dilakukan, ada 10 strategi yang dapat di pertimbangkan yaitu;

1. Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sarana Komunikasi Publik (Syayekti.E.I.D, 2023)
Strategi ini dilakukan dengan memanfaatkan platform digital seperti Instagram, TikTok, YouTube, Threed dan Facebook sebagai media utama penyebaran edukasi gender kepada Generasi Z secara cepat dan luas.
2. Penyampaian Konten Edukatif yang Kreatif dan Interaktif (Septiyani.D,et.al, 2024)
Strategi komunikasi publik dilakukan melalui konten berbentuk video pendek, infografis, podcast, dan kampanye digital yang disesuaikan dengan karakteristik Generasi Z agar pesan mengenai kesetaraan gender lebih mudah dipahami dan menarik perhatian audiens.

3. Penguatan Literasi Digital Generasi Z (Andriani, E, et.al, 2024)

Penelitian ini menawarkan peningkatan literasi digital agar Generasi Z mampu menyaring informasi secara kritis, memahami isu gender secara objektif, serta menghindari pengaruh konten yang mengandung stereotip dan diskriminasi gender di media sosial.

4. Kolaborasi antara Pemerintah, Lembaga Pendidikan, dan Komunitas Sosial (Aisyah A, et.al, 2024)

Strategi ini dilakukan melalui kerja sama berbagai pihak dalam menyampaikan komunikasi publik mengenai gender secara terstruktur, berkelanjutan, dan menjangkau masyarakat luas melalui media digital maupun kegiatan sosial.

5. Penggunaan Bahasa Komunikatif dan Persuasif

Pesan komunikasi publik mengenai gender perlu disampaikan menggunakan bahasa yang sederhana, santun, dan mudah dipahami agar tidak menimbulkan kesalahpahaman atau penolakan dari masyarakat.

6. Pemanfaatan Influencer dan Kreator Konten Digital

Influencer dan kreator konten memiliki pengaruh besar terhadap pola pikir Generasi Z. Oleh sebab itu, penelitian ini menawarkan strategi melibatkan figur publik digital dalam kampanye edukasi gender agar pesan lebih mudah diterima oleh generasi muda.

7. Pengembangan Kampanye Digital Berbasis Nilai Sosial dan Budaya (Hutabarat.C et.al, 2024)

Strategi komunikasi publik perlu mempertimbangkan nilai budaya dan norma sosial masyarakat sehingga pesan mengenai kesetaraan gender dapat diterima tanpa menimbulkan konflik sosial di lingkungan masyarakat.

8. Peningkatan Diskusi Publik tentang Gender di Ruang Digital

Penelitian ini menawarkan pembentukan ruang diskusi digital yang sehat dan edukatif agar Generasi Z dapat bertukar pandangan mengenai isu gender secara terbuka, kritis, dan konstruktif.

9. Integrasi Edukasi Gender dalam Lingkungan Pendidikan

Strategi ini dilakukan dengan mengintegrasikan komunikasi publik mengenai gender melalui kegiatan pendidikan, seminar, webinar, dan pelatihan literasi digital bagi pelajar dan mahasiswa.

10. Pengawasan terhadap Konten Digital yang Bias Gender (Andriani, E, et.al, 2024)

Penelitian ini juga menawarkan pentingnya pengawasan pada penyebaran konten media sosial yang mengandung diskriminasi, stereotip, dan kekerasan berbasis gender agar ruang digital menjadi lebih aman dan edukatif bagi Generasi Z.

Namun demikian, terdapat tantangan besar dalam pelaksanaan komunikasi publik terkait gender di media sosial. Perbedaan budaya, pemahaman agama, dan latar belakang sosial masyarakat sering memunculkan perdebatan mengenai isu gender di ruang digital. Sebagian masyarakat masih memandang isu gender sebagai konsep yang bertentangan dengan budaya lokal sehingga menimbulkan penolakan terhadap kampanye kesetaraan gender. Situasi tersebut menunjukkan bahwa strategi komunikasi publik harus mempertimbangkan nilai sosial dan budaya masyarakat agar pesan yang disampaikan tidak menimbulkan konflik sosial.

Dalam penelitian ini ditemukan bahwa Generasi Z cenderung lebih mudah menerima pesan komunikasi publik yang disampaikan secara kreatif dan interaktif. Konten berbentuk video pendek, infografis, dan podcast lebih diminati dibandingkan artikel panjang yang bersifat formal. Hal tersebut menunjukkan bahwa pola komunikasi digital telah mengubah cara generasi muda menerima dan memahami informasi publik. Oleh sebab itu, lembaga pemerintah, organisasi sosial, dan institusi pendidikan perlu menyesuaikan strategi komunikasi mereka dengan perkembangan media digital saat ini.

Generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka cenderung lebih terbuka terhadap perubahan sosial, namun juga mudah dipengaruhi oleh arus informasi digital (Aisyah.A, et.al, 2024). Hal tersebut menyebabkan Generasi Z memerlukan pendekatan komunikasi publik yang kreatif, edukatif, dan sesuai dengan perkembangan media modern. Dalam perspektif komunikasi, strategi penyampaian pesan sangat menentukan keberhasilan suatu komunikasi publik. Pesan yang disampaikan secara persuasif, komunikatif, dan relevan akan lebih mudah diterima oleh audiens. Oleh karena itu, strategi komunikasi publik mengenai gender perlu disusun dengan mempertimbangkan karakteristik Generasi Z sebagai pengguna aktif media digital.

Kesadaran gender pada Generasi Z memiliki dampak penting terhadap kehidupan sosial di masa depan (Aisyah.A, et.al, 2024). Generasi ini akan menjadi kelompok produktif yang berperan dalam dunia pendidikan, pekerjaan, politik, dan kehidupan bermasyarakat. Dengan demikian, pemahaman gender yang baik diperlukan agar tercipta kehidupan sosial yang lebih adil dan inklusif. Kurangnya literasi gender dapat menyebabkan munculnya diskriminasi dan ketidakadilan sosial dalam masyarakat. Sikap diskriminatif terhadap perempuan maupun kelompok tertentu sering muncul akibat rendahnya pemahaman

mengenai kesetaraan gender (Afrita.W et.al, 2025). Kondisi tersebut menunjukkan pentingnya edukasi gender melalui komunikasi publik yang efektif.

KESIMPULAN

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa strategi komunikasi publik memiliki peranan penting dalam membentuk kesadaran gender pada Generasi Z di era digital. Perkembangan media sosial telah menjadikan komunikasi publik lebih cepat, luas, dan mudah diakses oleh generasi muda melalui berbagai platform digital seperti Instagram, TikTok, YouTube, Threed dan Facebook. Kondisi tersebut menyebabkan media sosial menjadi sarana utama dalam penyebaran informasi dan edukasi mengenai kesetaraan gender.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa komunikasi publik berbasis media digital mampu meningkatkan pemahaman dan kesadaran Generasi Z terhadap pentingnya kesetaraan gender dalam kehidupan sosial. Konten komunikasi yang kreatif, interaktif, dan menggunakan bahasa yang sederhana lebih mudah diterima oleh generasi muda dibandingkan penyampaian informasi yang bersifat formal. Selain itu, media sosial juga memberikan ruang diskusi publik yang memungkinkan Generasi Z bertukar pandangan mengenai isu gender secara terbuka dan kritis.

Namun demikian, penelitian ini juga menemukan adanya tantangan dalam pelaksanaan komunikasi publik terkait gender di media sosial. Masih ditemukan konten yang mengandung stereotip, diskriminasi, dan bias gender yang dapat memengaruhi pola pikir generasi muda. Oleh sebab itu, peningkatan literasi digital menjadi faktor penting agar Generasi Z mampu menyaring informasi secara bijak dan kritis terhadap berbagai konten yang beredar di ruang digital.

Penelitian ini menawarkan beberapa strategi komunikasi publik, seperti pemanfaatan media sosial secara optimal, penguatan literasi digital, penggunaan konten edukatif yang kreatif, serta kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, komunitas sosial, dan kreator digital dalam menyampaikan pesan mengenai kesetaraan gender. Strategi tersebut diharapkan mampu menciptakan komunikasi publik yang efektif sehingga dapat mendukung terbentuknya kesadaran gender yang lebih baik pada Generasi Z serta mewujudkan kehidupan sosial yang lebih adil, inklusif, dan berkeadaban.

DAFTAR PUSTAKA

- Aisyah, A., Patilla, N., Yanti, N., Anggina, M. R., Sakinah, U., & Erni, S. (2024). Melangkah menuju kesetaraan: Dampak perubahan sosial terhadap peran gender di era modern. *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, dan Humaniora*, 2(8).
- Andriani, E., Prasetya, A. D., & Pratama, B. Y. (2024). Pengaruh aplikasi TikTok dalam komunikasi Generasi Z: Tinjauan terhadap perubahan pola interaksi dan ekspresi digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi, Administrasi Publik dan Kebijakan Negara*, 1(3).
- Ardianto, E. (2019). *Komunikasi massa: Suatu pengantar*. Simbiosis Rekatama Media.
- Azizah, N. (2022). Komunikasi publik berbasis nilai Islam dalam edukasi gender pada generasi muda. *Jurnal Dakwah dan Komunikasi Islam*, 11(2), 145–159.
- Bungin, B. (2021). *Sosiologi komunikasi*. Kencana.
- Cangara, H. (2018). *Pengantar ilmu komunikasi*. RajaGrafindo Persada.
- Fakih, M. (2016). *Analisis gender dan transformasi sosial*. Pustaka Pelajar.
- Hidayat, M., & Lestari, F. (2023). Efektivitas komunikasi publik melalui media digital dalam meningkatkan kesadaran gender. *Jurnal Komunikasi Kontemporer*, 7(1), 88–101.
- Hutabarat, C., Hutagalung, H., Revalina, G., Hutabarat, T., & Lumbantobing, R. (2024). Kesetaraan gender dalam lingkup pendidikan dan tata sosial. *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, dan Humaniora*, 2(3), 270–275.
- La Biba, A. T., Zefanya, D. S., Rifaldy, D., & Alfaruqy, M. Z. (2023). Persepsi Generasi Z terhadap komunikasi publik di masa pandemi COVID-19. *Jurnal EMPATI*, 12(3).
- Moleong, L. J. (2018). *Metodologi penelitian kualitatif*. Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2020). *Media sosial: Perspektif komunikasi, budaya, dan sosioteknologi*. Simbiosis Rekatama Media.
- Prasetyo, A., & Rahmawati, N. (2022). Strategi komunikasi publik dalam kampanye kesetaraan gender di era digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 14(1), 55–68.
- Putri, D. A. (2020). Pengaruh media sosial terhadap pemahaman gender Generasi Z. *Jurnal Sosial Humaniora*, 9(3), 201–213.
- Septiyani, D., Esterilita, M., & Trustisari, H. (2024). Kesetaraan gender dalam sistem pendidikan nasional: Analisis literature review. *Kultura: Jurnal Ilmu Hukum, Sosial, dan Humaniora*, 2(7), 295–300.
- Sugiyono. (2020). *Metode penelitian kualitatif, kuantitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Syayekti, E. I. D. (2023). Komunikasi di media sosial: Perspektif kesetaraan gender. *Academic Journal of Da'wa and Communication*, 4(2), 141–154.

Wulan, T. R. (2021). Representasi gender dalam media sosial pada Generasi Z. *Jurnal Komunikasi dan Media*, 5(2), 112–124.