

The Ethics of Social Media Communication among the Zillennial Generation from the Perspective of Pancasila

Etika Komunikasi Media Sosial pada Generasi Zilenial dalam Perspektif Pancasila

Nisa Wening Asih Sutrisno

Universitas Bhakti Kencana

Email: sutrisnonisa@gmail.com

ABSTRACT

This study aims to explore the extent of social media communication ethics among Generation Z from the perspective of Pancasila values. The research employs a descriptive qualitative method. The findings reveal, first, the diminishing presence of Pancasila ethics in Generation Z's communication, marked by their lack of concern for religious values, weak social interactions, declining nationalism, opinion-driven egoism in democratic discussions, and prioritizing group solidarity—even when wrong—over accepting the truth. Second, Generation Z's social media behavior tends to favor quick and brief information through social media, leading to difficulties in critically analyzing diverse information. Third, there is a need for critical thinking, deeper reflection, and politeness in language use, particularly in student-to-lecturer communication. The study also recommends fostering exemplary behavior through individuals and formal institutions to align Generation Z's communication ethics, especially in higher education contexts involving lecturers and students, with Pancasila principles.

Keywords: ethics, communication, social media, zillennial generation, pancasila

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan mengeksplorasi sejauhmana etika komunikasi media sosial generasi Z dalam perspektif nilai-nilai Pancasila. Penelitian menggunakan metode kualitatif deskriptif. Hasil penelitian menunjukkan, pertama semakin hilangnya etika Pancasila dalam komunikasi generasi Z ditandai kurang pedulinya gen zilenial terhadap nilai ibadah, lemahnya interaksi sosial, menurunnya nasionalisme, egoisme pendapat dalam berdemokrasi, dan mengutamakan solidaritas kelompok sekalipun salah dibandingkan menerima kebenaran. Kedua, perilaku media sosial generasi Z cenderung mendapatkan informasi cepat dan pendek melalui media sosial, sehingga mengalami kesulitan dalam berpikir kritis terhadap informasi yang beragam. Ketiga, dibutuhkan sikap kritis, berpikir mendalam dan sopansantun berbahasa dalam komunikasi mahasiswa kepada dosen. Penelitian ini juga merekomendasikan bahwa perlu adanya dorongan keteladanan melalui individu dan institusi formal agar etika komunikasi generasi Z khususnya di

kalangan perguruan tinggi yang melibatkan dosen dan mahasiswa sesuai dengan prinsip Pancasila.

Kata Kunci: Etika, Komunikasi, Media Sosial, Generasi Z, Pancasila

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi yang berkembang belakangan ini sangat memengaruhi kehidupan masyarakat Indonesia khususnya di era digital. Berbagai teknologi digital bermunculan dalam bentuk akses internet, website, aplikasi, media sosial, dan beragam platform media digital lainnya. Hal ini mendukung efektivitas dalam kehidupan manusia untuk berbagai keperluan seperti akses komunikasi, mencari informasi, berbelanja secara online, alat transportasi yang tersambung dengan berbagai platform online, dan alat pembayaran digital (Sari *et al*, 2024). Pengaruh internet dan media sosial menjadi salah satu pilar utama dalam mendukung kehidupan digital di masyarakat. Melalui keduanya, kehidupan antar-individu saling mendukung yang dikuatkan dengan kehidupan organisasi dan kelompok masyarakat secara global. Komunikasi masyarakat menjadi sangat cepat dan efektif tanpa lagi mengalami hambatan secara geografis sehingga setiap orang dapat memperoleh informasi secara *real time*. Apalagi adanya kemudahan dalam akses gadget di masyarakat yang berorientasi meningkatnya keterampilan masyarakat menggunakan berbagai platform digital secara individual maupun kolektif.

Dengan adanya internet dan media sosial dalam konteks perubahan masyarakat di era digital memungkinkan partisipasi publik yang lebih luas sehingga setiap warga merasa dilibatkan dalam proses pengambilan berbagai keputusan strategis yang berkaitan dengan masa depannya sendiri. Media sosial mendorong masyarakat terlibat aktif dan bersikap kritis-rasional terhadap berbagai persoalan strategis yang berkembang di sekitarnya tanpa dibatasi berbagai sekat suku, agama, jabatan akademis, status sosial, dan lainnya. Tingkat kepedulian itu ditandai dengan peningkatan partisipasi pemilih di masyarakat dalam sisi politiknya. Meningkatnya daya kritis masyarakat dalam merespons isu sosial kemasyarakatan dan menciptakan dorongan adanya aksi nyata sosial-kemanusiaan berupa penggalangan dana yang mendorong maraknya donasi online, serta berbagai aksi protes dalam bentuk petisi online.

Beragamnya platform digital seperti YouTube, Instagram, dan TikTok serta sarana berbagai pesan instan seperti Whatsapp juga mendorong munculnya sumber edukasi yang dinamis dalam struktur kehidupan sosial masyarakat. Banyak pembelajaran nonformal dilakukan masyarakat dalam memperoleh akses ilmu pengetahuan melalui media sosial, seperti tutorial dan kursus online. Kemunculan media sosial dijadikan ruang berbagai ilmu pengetahuan sehingga mempercepat transformasi pendidikan di ruang digital dengan memanfaatkan berbagai fitur dan platform digital yang berkembang dan diminati masyarakat secara luas. Media sosial bahkan menjadi sarana kreativitas individu untuk mengekspresikan diri dalam berbagai seni, musik, humor, atau opini, yang mendorong inovasi dan kemunculan ide segar sehingga menumbuhkan ekonomi kreatif di berbagai segmen masyarakat khususnya kalangan anak muda. Sekarang banyak influencer, selebgram, dan aktivis media sosial dikenal luas masyarakat karena intensitas advokasinya terhadap isu tertentu.

Perlu juga dipahami bahwa media sosial bukan hanya alat komunikasi, tetapi juga katalisator perubahan di era digital yang terus berkembang. Adanya internet dan media sosial merupakan bagian dari pengembangan teknologi yang membantu pengguna dalam mengakses, mencari, mengumpulkan, dan menganalisis sebuah informasi dari berbagai

sumber secara virtual. Internet dan media sosial sudah menjadi bagian dari kebutuhan primer bagi manusia modern. Keduanya dinilai sebagai sarana bertukar informasi yang efektif dan efisien. Sebagai sarana komunikasi sesama anak bangsa, media sosial menciptakan ketergantungan bagi manusia (Reisach, 2021; Jacobson et al., 2020). Kehidupan di era digital juga mengubah pola kehidupan manusia dari kehidupan sosial yang konvensional menjadi ketergantungan kepada teknologi digital (Effendi & Dewi, 2021). Tidak dapat dipungkiri kehadiran internet dan media sosial menghadirkan ruang pertemuan yang cepat dan efektif, meski harus menciptakan ruang pertemuan tatap muka yang terbatas sehingga menghilangkan sentuhan fisik, mengabaikan emosional penggunaannya dan menciptakan kesehatan mental yang kompleks secara psikologis.

Besarnya penetrasi media sosial menyebabkan dampak positif dan negatif, dari segi politik, ekonomi, sosial, dan budaya. Dari aspek budaya, kecenderungan media sosial menciptakan kemudahan mengakses informasi untuk kegiatan pekerjaan, pembelajaran, dan pendidikan yang ikut memengaruhi pola pikir dan tata laku dalam kehidupan bermasyarakat. Namun akses media sosial yang kurang selektif menghasilkan berbagai praktik kejahatan dan pelanggaran etika yang merugikan masyarakat dan mengundang kekhawatiran keamanan data dan perlindungan pribadi setiap individu di ruang maya. Maraknya hoaks, judi online, pornografi, dan penipuan belakangan ini yang melibatkan masyarakat Indonesia tidak terlepas dari adanya media sosial yang dimanfaatkan oknum tertentu dalam melakukan tindakan kejahatan secara online (Schoolmedia, 2022; Otniel dan Mauluddin, 2023). Menurut data Kementerian Komunikasi dan Informatika Republik Indonesia sejak tahun 2018 sampai 17 September 2023, terdapat 3.761.730 konten negatif di ruang virtual, di mana sebanyak 969.308 merupakan konten judi online, 8.954 konten fintech ilegal, dan 1.211.571 konten pornografi dan temuan rekening terkait perjudian 1.931 akun rekening (Rahman, 2023).

Sementara dari aspek komunikasi, dipahami bersama ia menjadi bagian kehidupan manusia yang tidak memiliki batasan ruang dan waktu. Komunikasi adalah sarana penghubung antar-individu yang menciptakan berbagai peluang kehidupan dan mendorong terjadinya interaksi sosial yang berkelanjutan. Setiap hari manusia saling berkomunikasi dalam mencapai tujuan hidupnya termasuk menggunakan media sosial dalam mengakses informasi dalam hitungan detik dengan memanfaatkan portal berita yang diakses secara cepat dengan bantuan jaringan internet. Keberagaman aktivitas komunikasi melalui media sosial tersebut memicu tingkat perubahan dan pergeseran pola hidup dan interaksi dalam kehidupan individu (Sunarwan, 2015; Yoga, 2018). Apalagi media komunikasi di era digital memiliki bentuk yang beragam dan berbagai keperluan komunikasi politik, komunikasi antar-budaya, komunikasi kemiliteran, komunikasi luar angkasa termasuk komunikasi sosial yang dikenal dengan media sosial (Anwar, 2017). Media sosial telah menawarkan perspektif baru mengenai acara seseorang berkomunikasi sehingga mampu menghubungkan aktivitas individu dan organisasi melalui pesan yang mudah dipahami dan berlangsung secara cepat sehingga mempersingkat efektivitas dan manajemen waktu.

Di tengah maraknya media sosial, masyarakat dihadapkan dengan sebuah persoalan mengenai etika digital khususnya dalam bermedia sosial yang bermunculan akibat adanya kesenjangan (gap) dan lompatan pengetahuan. Masyarakat Indonesia yang sebelumnya memiliki tradisi literasi oral melalui pertemuan tatap muka dalam struktur kehidupan sosial-budaya masyarakat dalam kesehariannya langsung mengalami lompatan ke era digital yang menawarkan komunikasi tanpa harus bertatap muka atau daring (dalam jaringan). Sementara budaya membaca dalam keseharian masyarakat masih dirasakan minim sehingga mengalami kesulitan dalam menyeleksi beragam informasi yang masuk setiap harinya. Padahal perlu dipahami bersama bagaimana dunia digital dipenuhi jutaan akses informasi yang beragam dari yang sifatnya positif hingga negatif. Hal ini juga sulit untuk dibendung

dalam keseharian manusia, sehingga kemampuan menyeleksi informasi sangat dibutuhkan. Ketika arus informasi gagal dibendung secara efektif, daya literasi masyarakat lebih mengedepankan emosional dibandingkan sikap kritis, logika, dan penalaran. Kondisi ini berdampak kepada etika digital yang bebas melalui sikap saling mencaci-maki, menghina orang tanpa batas, menghujat orang lain yang berbeda pandangan dan berbagai bentuk pola komunikasi yang mengabaikan kesantunan. Hal ini menandai semakin pudarnya nilai kesopanan dan semakin menjauhnya tata krama dalam keseharian, khususnya yang banyak terjadi keseharian berkomunikasi anak muda kepada kalangan yang lebih tua yang selayaknya dihormati dan dimuliakan.

Menghadapi persoalan yang ada, maka etika digital menjadi sesuatu yang penting dan mendesak untuk disebarakan kepada berbagai kalangan masyarakat khususnya anak muda. Etika digital menjadi semacam perangkat yang bersifat norma sosial, aturan-aturan yang membatasi individu agar tidak merugikan orang lain, serta bentuk perilaku aktif yang mengatur interaksi individu dalam menggunakan teknologi digital. Dalam hal ini, setiap individu dalam memproduksi, menyebarkan dan mengakses berbagai konten, narasi, dan informasi melalui platform digital harus dilakukan dengan penuh rasa tanggung jawab. Etika digital merupakan aturan yang bersifat sosial yang dipengaruhi pertumbuhan dan perkembangan dinamika kehidupan masyarakat sehingga pengaruh digital tidak selayaknya merusak keharmonisan dan adat istiadat yang berlaku secara turun temurun di masyarakat. Dalam interaksi di media sosial, beberapa etika digital yang penting dipahami dan dijalankan misalnya menghormati hak cipta dengan tidak menggunakan konten kreatif milik orang lain tanpa seizin pemiliknya, berkomunikasi dengan bahasa santun sekalipun ingin protes dan mengkritik tidak bersifat menghujat dan mencela orang dengan kata kasar. Selain itu, mengikuti aturan yang ditetapkan oleh platform digital, tidak menyebarkan informasi yang palsu, menyesatkan, provokatif, dan sensitif, serta membiasakan penggunaan platform digital secara bertanggungjawab sehingga tidak merugikan orang lain.

Masih minimnya etika digital dan etika berkomunikasi melalui media sosial juga terjadi pada kalangan generasi milenial sebagai kelompok generasi muda kekinian. Etika berakar dari bahasa Yunani, *ethos* yang bermakna karakter. Secara umum etika adalah pembelajaran yang membahas nilai baik, buruk, benar, dan salah yang seringkali identik dengan moralitas (Kodiyat, 2018). Komunikasi adalah proses dua arah yang dilakukan dua orang atau lebih, saling berinteraksi dengan melibatkan pesan, media, pemberi, dan penerima pesan. Etika komunikasi, menurut Kismiyati (2010) adalah norma, nilai, atau ukuran tingkah laku dalam kegiatan komunikasi pada suatu masyarakat (Haryatmoko, 2007). Dalam pemaknaan lain, etika komunikasi dimaknai sebagai panduan bertindak dengan mengacu kepada moralitas yang berhubungan dengan adat istiadat, norma, nilai, dan kaidah yang berkembang dalam kehidupan masyarakat. Etika membatasi seseorang atau kelompok agar terhindar dari dampak negatif pemakaian media sosial (Ihsani & Febriyanti, 2021).

Gen Z adalah kelompok generasi kelahiran 1995-2010 yang aktif dan terhubung dengan aktivisme digital dan *multitasking* (Purnama, 2018). Mereka termasuk dalam generasi *addicted user* terhadap internet, di mana data Alvara Research Center (dalam Mahmudan, 2022) menemukan data 20,9% dari 34% responden merupakan Gen Z yang menggunakan internet 7 sampai 10 jam dalam sehari. Sebagian besar generasi Z menurut penelitian Suherlan (2022) menggunakan platform media sosial yang cukup populer di masyarakat antara lain WhatsApp, TikTok, YouTube, Instagram, dan Facebook. Penggunaan jaringan pesan instan seperti Whatsapp juga masih sering digunakan generasi Z dalam berinteraksi sosial dengan orang tua, dosen, dan teman sebaya. Belakangan kepopuleran instagram, facebook, dan tiktok cukup

mendominasi penggunaannya oleh generasi Z dalam mengakses informasi dan berkomunikasi kepada orang lain. Hal ini sejalan dengan survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), di mana generasi Z memiliki preferensi media sosial yang dominan adalah Instagram mencapai (51,9%), dilanjutkan Facebook (51,64%), dan TikTok (46,84%). Survei ini dilakukan pada Desember 2023-Januari 2024, dengan melibatkan total responden 8.720 orang yang dipilih secara acak dan proporsional dari 38 provinsi di Indonesia.



Sumber : APJII (dalam Katadata, 2024)

Firamadhina & Krisnani (2020) menjelaskan salah satu aktivisme digital generasi Z adalah penggunaan TikTok untuk pendidikan informal, insidental, dan sarana utama dalam mengakses informasi, edukasi, dan ilmu pengetahuan. Media sosial digunakan untuk mengembangkan pemaknaan dari sebuah interaksi sosial yang konstan dengan sesama pengguna media sosial. Kondisi tersebut diterjemahkan dalam nilai dan keyakinan yang dipegang teguh pengguna, memunculkan pertukaran pandangan terhadap realitas kehidupan sekitarnya yang unik. Hal ini juga menyebabkan etika yang muncul dalam tindakan generasi Z banyak mengacu kepada informasi yang diperoleh secara online, bersifat instan, dan umum. Salah satu gerakan digital generasi Z adalah *Black Live Matters*, sebuah gerakan perlawanan digital untuk menciptakan perlindungan orang berkulit hitam atas supremasi orang berkulit putih. Konteks Indonesia, aktivisme digital generasi Z muncul dalam tagar Twitter #ReformasiDikorupsi yang berorientasi kepedulian kepada berbagai wacana dan isu kritis mengenai korupsi, HAM, dan sosial-politik yang berdampak kepada penundaan beberapa rancangan undang-undang yang dinilai kontroversial.

Dalam pandangan Jayme (dalam Kalia, 2013), generasi Z sulit sekali dilepaskan dari instrumen penting digital seperti komputer, teknologi, Internet, dan jaringan sosial

karena itu menjadi kebutuhan primer mereka dalam semua aspek kehidupan modern, dipergunakan untuk belajar maupun bekerja. Penelitian Magan *et al* (2022) menjelaskan etika bermedia sosial generasi Z dipengaruhi perkembangan teknologi informasi, sehingga interaksi sosial secara tatap muka lebih rendah dibandingkan generasi lainnya. Kondisi ini menyebabkan mereka mengalami kecenderungan kurang peka terhadap masalah sosial di sekitarnya. Meski begitu diakui, penggunaan media sosial yang meningkat dan cukup tinggi di kalangan generasi Z memberikan kesadaran yang cukup baik mengenai etika komunikasi yang menyesuaikan dengan lawan bicara. Di kalangan mahasiswa generasi Z mereka menggunakan bahasa formal yang santun dan beretika kepada dosen yang diajak berbicara menggunakan platform media sosial. Sementara bahasa keseharian dipakai dalam interaksi dengan kawan sebaya. Generasi Z juga menyadari konsekuensi hukum dalam interaksi bermedia sosial sebagaimana diatur dalam Undang-Undang Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

Masih kurangnya etika komunikasi dalam bermedia sosial perlu mendapatkan perhatian serius. Ini mengingat bangsa Indonesia memiliki ideologi Pancasila dan aturan hukum yang mengikat seseorang berperilaku di media sosial. Pancasila menekankan bermedia sosial harus mengedepankan nilai ketuhanan, kemanusiaan, persatuan, musyawarah-mufakat, dan keadilan sosial. Dalam penelitian Abqa & Arivina (2022) berkomunikasi melalui media sosial, perlu diperhatikan etika ketuhanan dengan saling menghormati dan lebih bijaksana dalam berkomentar agar tidak menjadi teladan buruk dan pelanggaran etika yang merendahkan integritas pelakunya di masa mendatang. Sisi kemanusiaan, kita memiliki hak dan kebebasan berkomentar dan bersikap, tetapi tidak boleh melupakan aturan hukum yang berlaku dan melanggar hak orang lain. Sementara sisi persatuan, setiap pendapat dan komentar diperbolehkan selama tidak menciptakan permusuhan dan kebencian yang mengancam persatuan bangsa. Nilai musyawarah mufakat juga harus dijaga dalam berkomunikasi melalui media sosial melalui pembudayaan saling menghargai perbedaan pendapat dan tidak memaksakan pendapat kepada orang lain. Sebab berpendapat menjadi hak konstitusional setiap manusia. Terakhir, setiap manusia harus menghargai pandangan orang lain dengan berdasarkan keadilan dan persamaan di depan hukum dan pemerintahan.

Dalam konteks etika komunikasi dan nilai Pancasila, meningkatnya ketergantungan kepada teknologi digital menyebabkan generasi Z cenderung melupakan nilai Pancasila. Dampaknya mereka mudah terjebak dalam menyebarkan informasi yang belum tervalidasi kebenarannya. Maraknya penipuan juga mudah melanda generasi milenial akibat masih kurangnya kompetensi kritis dalam bermedia sosial. Dalam konteks keseharian di perguruan tinggi, etika komunikasi juga mendapatkan kritikan, seperti minimnya penggunaan kata yang bersifat mengapresiasi bantuan dari orang seperti minta maaf, minta tolong, dan terima kasih. Munculnya egosentrisme masih sering terjadi di mana generasi Z cenderung emosional dalam berdiskusi dan merasa ditolak jika ada pihak lain yang menyampaikan kebenaran serta menyanggah pandangan, pendapat, dan pikirannya. Kebiasaan kurang disiplin dan menyalami dosen sebagai orang tua di kampus juga masih dirasakan kurang sehingga menimbulkan pertanyaan sejauh mana generasi Z mampu menerapkan kesantunan dalam tindakan dan interaksi sosial di kampus.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode deskriptif dengan pendekatan kualitatif. Informasi dikumpulkan dengan mengacu kepada gejala yang ada (Arikunto, 1998).

Penelitian kualitatif digunakan dalam proses pengumpulan data dengan menggunakan kata-kata yang bersifat deskriptif sehingga pembaca mampu memahami data yang disajikan peneliti dengan baik (Danim, 2002; Bogdan & Taylor dalam Moleong, 2000). Pengumpulan data primer dalam penelitian ini melalui observasi, wawancara, dan dokumentasi. Sedangkan untuk data sekunder mengacu kepada berbagai bahan kepustakaan jurnal, buku, majalah, artikel, dan bentuk literatur lain yang berhubungan dan relevan dengan persoalan dan tujuan penelitian ini. Teknik analisis data digunakan triangulasi dengan mereduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Miles & Huberman, 1992).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hilangnya Etika dan Pancasila Dalam Komunikasi Generasi Z

Secara umum etika berakar dari bahasa Yunani, *ethos* artinya tempat tinggal yang biasa, padang rumput, kandang, kebiasaan, adat, watak, perasaan, sikap, dan cara berpikir. Secara etimologi, etika adalah ilmu yang mempelajari adat kebiasaan, moralitas baik dan buruk, benar dan salah, sehingga menjadi pegangan individu dalam mengatur perilaku hidupnya dalam pergaulan di masyarakat (Nisa et al., 2023). Richard J (dalam Karimah & Wahyudin, 2010) menyatakan bahwa manusia dapat dipelajari melalui etika pada tataran perilaku manusia yang mencerminkan jati dirinya dan apa yang ada dalam hatinya. Ada tiga jenis etika yang masing-masing mempunyai arti berbeda dan berkaitan dengan etika komunikasi dalam penggunaan media sosial. Pertama, etika deskriptif yang mengacu pada nilai-nilai dan pengetahuan yang berkaitan dengan tingkat perilaku manusia, termasuk masalah baik dan buruk. Kedua, etika normatif yang mengacu pada ilmu yang mengukur evaluasi dan penilaian perilaku manusia dalam masyarakat. Tujuan dari etika ini adalah untuk menemukan ukuran umum baik atau buruknya perbuatan manusia. Ketiga, etika filsafat yang mengacu pada analisis yang berkaitan dengan predikat kesusilaan dan norma kemanusiaan. Norma merupakan pedoman yang diterapkan dalam kehidupan mengenai langkah-langkah yang harus diambil seseorang untuk berperilaku baik dalam masyarakat dan menjadi orang yang berbuat baik.

Sebagai seperangkat nilai, norma, dan prinsip moral yang membimbing perilaku individu, etika sangat penting dalam mengarahkan perilaku individu menuju arah yang baik dan positif. Dalam etika terkandung arahan dalam memberikan kerangka kerja yang jelas bagi individu sehingga mampu menciptakan keputusan yang bertanggung jawab termasuk kesediaan menerima risiko apapun atas keputusan yang diambil. Dalam konteks ini, etika memberikan fasilitasi adanya kebijaksanaan yang harus ditempuh seseorang sebelum mengambil sebuah tindakan atau keputusan atas problematika yang ada dalam hidupnya. Etika juga membantu pembentukan karakter seseorang dari berbagai potensi tindakan yang dapat merugikan dirinya sendiri, orang lain, dan kehidupan bermasyarakat. Etika menjadi penuntun atau kompas moralitas sehingga individu dapat mengurangi dan meminimalisir risiko agar tidak terjebak dalam pola perilaku dan kehidupan yang memiliki kecenderungan negatif. Dalam etika juga terkandung hubungan yang kuat, sehat, dan menghasilkan tindakan yang berorientasi kepada integritas dan empati antara dirinya dan orang lain sehingga menghasilkan rasa saling mempercayai dan menghormati hak orang lain dalam sebuah proses interaksi sosial.

Sementara etika Pancasila dapat dipandang dari sejauh mana etika berlandaskan kepada kemuliaan dari nilai ketuhanan sebagai aspek fundamental kehidupan manusia Indonesia (sila pertama), membiasakan adil dalam hubungan sosial sesama manusia (sila kedua), selalu mendorong perdamaian antar-masyarakat sehingga menciptakan persatuan (sila ketiga),

membudayakan kehidupan kolektif dan majemuk melalui tatatan hidup bersama dengan individu lain (sila keempat), dan memiliki kesempatan yang sama untuk mendapatkan keadilan dari negara dalam berbagai bidang kehidupan (sila kelima) (Sari et al., 2022).

Persoalan etika komunikasi generasi Z tidak terlepas dari karakter mereka yang serba digital, instan, menghabiskan waktu di dunia maya, tingginya individualitas, implusif, ketergantungan tinggi kepada gadget termasuk dalam berkomunikasi dan interaksi dosen dan mahasiswa di kampus. Hal ini membentuk mereka cenderung cuek kepada spirit ketuhanan, mengutamakan kesibukan internet dan media sosial dibandingkan ibadah. Mereka juga seringkali individualistik dan minim kepekaan dalam hubungan sosial di masyarakat, maupun lemahnya interaksi sosial yang positif dengan dosen. Nasionalisme dinilai menurun pada generasi Z mengingat akses digital seringkali mendorong populisme budaya luar khususnya Barat dan Korea Selatan. Egoisme dalam berdemokrasi sering bersifat dominan di mana mereka lebih cenderung mengutamakan pandangan diri sendiri dan menilai negatif pendapat orang lain dalam sebuah forum diskusi.

Perilaku Media Sosial Generasi Z

Media sosial adalah bagian dari kehidupan manusia yang memengaruhi perilaku manusia dalam berkomunikasi dengan orang lain. Andreas memaknai media sosial sebagai sekelompok aplikasi yang menggunakan internet dan dibangun berdasarkan ideologi dan teknologi, para penggunanya saling bertukar konten dan informasi di dalamnya. Dalam bermedia sosial, terjadi konvergensi yang menciptakan komunikasi personal di mana individu saling berbagi konten kepada orang lain melalui media yang bersifat publik (Cahyono, 2016; Setiadi, 2016). Karakteristik media sosial antara lain terciptanya peleburan komunikasi interpersonal dan komunikasi massa, yang mendorong adanya interaksi sosial, kemudian masing-masing individu mendapatkan kesempatan sama dalam mengakses informasi, membagikan konten, dan mengunggah sesuatu. Media sosial juga dimaknai sebagai sebuah perangkat yang bersifat online di mana pengguna saling berbagi, berpartisipasi aktif dan memberikan informasi yang menciptakan interaksi antar-pengguna. Dalam media sosial yang bersifat online, tercipta korelasi sosial antara pengguna dan media sosial yang dihubungkan dengan teknologi berbasis web sehingga komunikasi menjadi aktif dan interaktif (Liedfray et al., 2022). Dalam hal ini, perilaku sosial generasi muda khususnya generasi Z dipengaruhi media sosial di mana hasil survei *American Psychologist Association* (APA) tahun 2017, dari 3.458 responden generasi Z berusia 15-21 tahun menunjukkan media sosial sudah menjadi bagian kehidupan mereka (American Psychological Association, 2018).

Kategorisasi generasi di dunia berkembang mengacu kepada waktu kelahiran seseorang. Nurhasanah & Richardus (2021) menjelaskan para peneliti dan ahli umumnya membagi generasi menjadi beberapa kelompok. Generasi Baby Boomers, yang lahir pada tahun 1946 – 1964, generasi X (*Slacker* atau *Xers*) yang dilahirkan tahun 1965-1979. Kemudian ada generasi kelahiran 1980-2000, disebut generasi Y (milenial). Setelahnya berkembang generasi Z, dan alpha. Generasi Z adalah kelompok generasi yang dipengaruhi kedekatan secara aktif dengan teknologi digital. Mereka dalam kesehariannya dekat dengan ekosistem digital, yang digunakan untuk mengetahui nilai kebaruan dan menciptakan perubahan bagi lingkungan sekitarnya. Generasi Z cenderung mampu mendapatkan informasi secara cepat tetapi kurang selektif dan kritis terhadap informasi, mereka juga kurang fokus dalam mempelajari sesuatu. Kebaruan dan kecepatan lebih mendominasi kehidupan mereka dibandingkan makna dari kebenaran dari sebuah informasi (Wisnuhardana, 2018). Dalam penelitian Rothman (2014) perilaku bersosial

media generasi Z cenderung mendapatkan informasi cepat dan pendek melalui media sosial, sehingga mengalami kesulitan dalam berpikir kritis terhadap informasi yang beragam. Terlepas dari kelemahan yang ada, generasi Z mampu bersikap profesional, berpikir global, senang dengan eksperimental, menghargai kebebasan, dan mampu bersikap toleran.

Dikaitkan persoalan etika komunikasi generasi Z tidak terlepas dari karakter mereka yang serba digital, instan, menghabiskan waktu di dunia maya, tingginya individualitas, implusif, ketergantungan tinggi kepada gadget termasuk dalam berkomunikasi dan interaksi dosen dan mahasiswa di kampus. Kemajuan zaman ditandai masifnya teknologi digital membuat generasi Z terbiasa mengerjakan sesuatu dengan mengalami ketergantungan kepada handphone, gadget, dan perilaku digital melalui internet dan media sosial. Mereka sudah terbiasa dipengaruhi internet dan media sosial sejak lahir, sehingga mengalami kecanduan yang kompleks dalam kesehariannya. Dalam menjawab persoalan kehidupan termasuk pembelajaran di kelas, pola komunikasi cenderung individualistik dan lebih nyaman berkomunikasi melalui sarana online dibandingkan pertemuan dan perbincangan melalui tatap muka. Apalagi adanya pandemi Covid-19 yang sempat melanda seluruh dunia termasuk Indonesia sehingga mempercepat transformasi digital dan semakin mempermudah akses komunikasi secara digital. Kondisi ini meski ada dampak positifnya dalam mempermudah komunikasi jarak jauh, tetapi sekaligus menghasilkan kecenderungan yang menyebabkan pola komunikasi tidak berlangsung dua arah dan mengabaikan nilai kemanusiaan. Hal ini terjadi karena tidak ada sentuhan fisik yang dapat dirasakan melalui kontak secara langsung.

Kecenderungan komunikasi online generasi Zilenial di media sosial membentuk mereka cenderung cuek kepada spirit ketuhanan. Mengutamakan kesibukan internet dan media sosial dibandingkan ibadah. Semua informasi dicari secara cepat dan instan melalui internet dan media sosial, sehingga seringkali dinilai mengabaikan prinsip keilmuan yang harus berguru kepada orang yang berkompeten termasuk dalam urusan agama. Mereka juga seringkali dinilai individualistik dan minim kepekaan dalam hubungan sosial di masyarakat, maupun lemahnya interaksi sosial yang positif dengan dosen. Kekhawatiran yang berkembang, meski tidak dapat digeneralisir seluruhnya meninggalkan potensi keprihatinan akan terbentuknya generasi muda masa depan yang meniggalkan sifat asli bangsa Indonesia yang menjalin pertemuan tatap muka, interaksi sosial yang intensif, dan spirit gotong royong dalam kehidupan sosial. Adanya sifat individualistik juga menyebabkan nasionalisme dinilai menurun pada generasi Z mengingat akses digital seringkali mendorong populisme budaya luar khususnya Barat dan Korea Selatan. Maraknya generasi muda yang menyukai seni film, musik, kuliner, dan berbagai tantangan budaya dari luar dibandingkan mengenali, memahami dan mencintai budaya bangsa Indonesia mengundang kekhawatiran terhadap penurunan rasa nasionalisme dan kecintaan kepada bangsa dan negara. Egoisme dalam berdemokrasi sering bersifat dominan di mana mereka lebih cenderung mengutamakan pandangan diri sendiri dan menilai negatif pendapat orang lain dalam sebuah forum diskusi. Sifat cuek generasi Z juga membuat mereka mengutamakan kelompoknya sekalipun salah dengan beralih solidaritas dan kekompakan dibandingkan mengutamakan kebenaran atas sebuah kompleksitas masalah (Putri, 2022).

Pentingnya Etika Komunikasi Bermedia Sosial Generasi Z

Gen Z merupakan kelompok generasi yang dinamis dan aktif menggunakan internet dan

sosial media dalam kesehariannya. Sebagai generasi yang hidup akrab dengan teknologi, selayaknya generasi Z lebih bijaksana dalam menggunakan sosial media sebagai sarana interaksi sosial khususnya antara mahasiswa dan dosen di lingkungan perguruan tinggi. Dibutuhkan budaya selektif dalam memilih pesan khususnya penggunaan bahasa yang sopan, santun dan beretika dalam berkomunikasi dengan dosen. Sikap kritis dan berpikir mendalam perlu didukung tetapi perlu menghargai pandangan dan pendapat orang lain yang berbeda, sehingga suasana berdiskusi yang dilakukan secara online maupun tatap muka langsung berada dalam koridor yang menghasilkan kebenaran dan memajukan ilmu pengetahuan. Dalam memberikan informasi, penting sekali menyertakan sumber sebagai bentuk validasi agar terhindar dari penyampaian informasi bermuatan hoaks yang dapat berujung hukuman pidana.

Penyampaian gaya bahasa dan pemilihan diksi cukup penting dilakukan generasi Z agar tidak menciptakan salah paham, salah tafsir dalam berkomunikasi, serta mendorong komunikasi yang positif dalam hubungan sosial. Di luar itu semua, dorongan keteladanan sangat penting di mana dosen dapat memberikan teladan kepada mahasiswa dalam interaksi di dunia maya khususnya berkaitan media sosial. Selain itu, pemahaman dan penerapan prinsip Pancasila juga harus dibarengi dengan komitmen bersama dan sikap aktif dosen dan mahasiswa agar terciptanya pola interaksi yang harmoni dalam melaksanakan kegiatan komunikasi bermedia sosial. Lebih jauh perlu ditekankan bahwa aktivisme digital membutuhkan kesepahaman bersama antar-generasi sehingga kolaborasi antar-generasi perlu dibarengi kesadaran bersama untuk saling memahami karakteristik masing-masing generasi yang berbeda-beda.

Pemaknaan etika seringkali dikaitkan dengan bagaimana individu memperlakukan dirinya dalam hubungan dengan masyarakat khususnya kepada hal yang berkaitan dengan moralitas dan aturan tata susila. Etika di masyarakat juga dikaitkan dengan bagaimana perilaku yang sesuai tuntutan masyarakat, misalnya budaya sopan dan santun kepada semua orang terutama orang yang lebih tua, serta bagaimana menghormati yang lebih muda. Dalam hal ini, etika seringkali dijadikan patokan dan standarisasi aturan agar seseorang patuh kepada aturan yang berlaku di lingkungan masyarakat tertentu seperti jujur dalam perkataan, tidak membuang sampah sembarang, bersalaman kepada orang yang lebih tua, dan tidak berkata kasar kepada orang sekalipun dalam kondisi emosional. Dengan etika, manusia diatur kehidupannya agar mampu bersikap kritis, ilmiah, rasional, bertanggung jawab, dan disiplin terhadap berbagai aturan yang sudah disepakati secara bersama. Dalam etika terkandung nilai baik dan positif yang membatasi individu agar tidak melakukan penyimpangan yang bisa berdampak buruk kepada dirinya dalam pergaulan di lingkungan masyarakat.

Dalam etika berkomunikasi tradisional sebenarnya dapat dijadikan acuan dalam berkomunikasi di media sosial pada umumnya seperti kesopanan, empati, dan penghargaan terhadap lawan bicara. Hal baik ini tidak selayaknya memudar sebab berkaitan dengan nilai dan pembiasaan yang universal dalam kehidupan manusia. Selain itu dipandang dari perspektif nilai Pancasila, hal baik tersebut sejalan dengan nilai Pancasila yang berlaku di Indonesia. Justru adanya bahasa yang kasar, penggunaan kata-kata singkat tanpa makna, dan hilangnya sensitivitas terhadap konteks budaya sebagaimana sering ditemukan dalam komunikasi sehari-hari, yang dilakukan di dunia nyata maupun maya akan merugikan kehidupan kita. Konteks ini, perlu adanya dorongan revitalisasi nilai-nilai luhur yang terkandung dalam Pancasila melalui pendidikan karakter dan literasi digital yang tepat.

Dalam mendorong hal baik dan positif terkait etika komunikasi tradisional dalam

kehidupan bermedia sosial di generasi Zilenial, maka perlu adanya pemahaman mendasar dan mendalam mengenai generasi Zilenial itu sendiri. Sebagaimana diketahui bersama bahwa generasi Zilenial merupakan sebuah kelompok generasi kekinian yang tumbuh di era digital dengan kemudahan akses teknologi dan informasi. Mereka mempelajari banyak keilmuan dan pengetahuan termasuk pengetahuan dasar mengenai etika dari internet dan media sosial, apalagi jika orang tuanya sibuk maka proses internalisasi keteladanan beretika dan komunikasi mendalam dengan orang tua tidak memungkinkan terjadi. Maka akan terjadi sebuah tantangan yang unik dalam menjaga nilai-nilai etika dan Pancasila dalam komunikasi generasi Zilenial yang banyak dipengaruhi kehidupan sosial di sekitarnya. Termasuk sulit dipungkiri bahwa kehidupan sehari-hari generasi Zilenial dipengaruhi dan didominasi media sosial sebagai sarana berkomunikasi tanpa batas. Dalam beberapa hal, terkadang komunikasi media sosial kurang terpantau dan diawasi dengan kontrol moralitas yang ketat sehingga mendorong perbuatan negatif dan tindakan destruktif yang berujung viralisme dan merugikan kepentingan orang lain. Fenomena ini tentu memunculkan kekhawatiran mendalam dari orang tua terhadap penurunan pemahaman dan penerapan prinsip-prinsip etika termasuk etika yang sesuai dengan nilai Pancasila dalam pola interaksi generasi muda.

Di tengah berbagai perubahan sifat dan tingkah laku masyarakat karena perkembangan zaman, etika Pancasila dapat mengisi kekosongan dari ancaman buruknya perilaku destruktif akibat perubahan zaman yang ditandai maraknya fenomena globalisasi dan dinamika teknologi digital. Dalam etika Pancasila terkandung makna kejujuran, keadilan, kemanusiaan, keadaban, dan semangat persatuan. Hal ini dapat bersumber dari berbagai kejadian di sekitar kehidupan manusia seperti realitas kehidupan, lewat perenungan dan penelitian, serta kesepakatan-bersama di masyarakat. Dengan adanya etika Pancasila, generasi muda misalnya dapat memanfaatkan aplikasi *chat gpt* dalam mempermudah tugas belajar, tetapi sebagai alat bukan tujuan. Sebagai alat bantu, *chat gpt* misalnya membantu mencari inspirasi dan kata kunci menjawab sebuah teori atau persoalan kehidupan. Namun jangan sampai siswa atau mahasiswa menduplikasi semua jawaban dari *chat gpt* sehingga menumbuhkan budaya plagiarisme di dunia akademik.

Pancasila sebagaimana diketahui bersama sebagai ideologi, dasar negara, dan kepribadian bangsa Indonesia sehingga nilai Pancasila selayaknya membentuk etika manusia Indonesia termasuk generasi Zilenial di dalamnya. Mereka perlu diajarkan secara konseptual dan diberikan keteladanan dalam aksi nyata dalam mendukung adanya nilai universal dalam Pancasila seperti menghormati perbedaan atau keberagaman di Indonesia. Mendorong terciptanya keadilan sosial di masyarakat dan meyakini persatuan bangsa dengan tidak melakukan tindakan dan perbuatan negatif yang merugikan orang lain. Fenomena ini menunjukkan bahwa prinsip-prinsip seperti "Kemanusiaan yang adil dan beradab" atau "Persatuan Indonesia" sering kali diabaikan demi popularitas atau hiburan semata. Kesadaran mengajarkan etika berkomunikasi sesuai nilai Pancasila ini penting diciptakan di kalangan generasi Zilenial mengingat saat ini banyak berkembang perbuatan negatif di kalangan anak muda melalui interaksi sosial yang kurang baik di dunia maya. Misalnya banyak terjadi perundungan, ujaran kebencian, sikap permusuhan karena perbedaan pandangan, penipuan online, judi online, penyebaran hoaks dan banyak sekali kejahatan di dunia maya yang melibatkan anak muda Indonesia. Padahal perbuatan itu jelas bertentangan dengan nilai-nilai dan keluhuran etika Pancasila. Dampaknya Generasi Z yang seharusnya menjadi motor penggerak pembangunan bangsa dalam mendukung cita-cita Indonesia Emas 2045 seringkali dianggap sinis karena terjebak dalam arus komunikasi negatif yang

disebabkan ketidaktahuan maupun pengaruh lingkungan digital yang kurang mendukung dialog beretika.

Diakui pula bahwa pergeseran cara berkomunikasi generasi Zilenial juga dipengaruhi berkurangnya pemahaman mendalam tentang Pancasila di kalangan generasi muda. Generasi Zilenial cenderung kurang hafal terhadap Pancasila dan kurang terinternalisasi kesadaran mengamalkan nilai Pancasila dalam relevansi kehidupan sehari-hari. Nilai-nilai Pancasila yang dahulu dirumuskan dan dijadikan pedoman utama pendiri bangsa dalam mendorong kemerdekaan Indonesia kehilangan makna dan kontekstualitasnya. Sekarang dalam kehidupan sehari-hari generasi Zilenial, Pancasila seringkali dianggap kurang relevan dalam konteks komunikasi modern. Padahal, Pancasila seharusnya menjadi landasan moral yang universal, termasuk dalam ruang digital. Sikap mengabaikan nilai Pancasila di kalangan generasi Zilenial berdampak kepada keseharian mereka yang semakin menjauh dari nilai dasar Pancasila seperti ketuhanan, kemanusiaan, persatuan, musyawarah-mufakat, dan keadilan sosial. Lebih jauh, kondisi ini ikut memengaruhi pola pikir dan tindakan generasi Zilenial dalam menjalankan etika berkomunikasi yang mengabaikan nilai Pancasila dalam kehidupan bermedia sosial.

KESIMPULAN

Adanya penilaian semakin melunturnya etika dalam kehidupan generasi Z di perguruan tinggi yang melibatkan dosen dan mahasiswa merupakan sebuah fakta yang terjadi dalam generasi Z. Meski dekat dengan kehidupan teknologi digital dalam kesehariannya, generasi Z cenderung tumbuh sebagai kelompok usia muda yang kurang peka, berfikir dan bertindak instan, serta reaktif dan emosional dalam memandang perbedaan pandangan. Dalam konteks berkomunikasi menggunakan media sosial, mereka juga cenderung kurang sopan dan santun serta mengabaikan nilai luhur yang terkandung dalam Pancasila. Konteks ini penting sekali memberikan intervensi kepada generasi Z agar perilaku dan sifatnya sejalan dengan nilai dan prinsip Pancasila. Dalam implementasinya, diperlukan adanya dorongan keteladanan melalui individu dan institusi formal agar etika komunikasi generasi Z khususnya di kalangan perguruan tinggi yang melibatkan dosen dan mahasiswa sesuai dengan prinsip Pancasila. Para dosen merupakan pilar utama dalam memberikan keteladanan disertai komitmen aktif dan kesadaran tinggi mahasiswa. Selain itu tidak kalah pentingnya dalam mengatasi persoalan melemahnya etika berkomunikasi media sosial di kalangan generasi Zilenial adalah penekanan kepada kolaborasi antara keluarga, sekolah, dan pemerintah. Keterpaduan gerak ketiganya diharapkan mampu membangun kesadaran kolektif kepada generasi Zilenial akan pentingnya etika dan Pancasila.

Generasi Z perlu diarahkan untuk memahami bahwa kebebasan berekspresi dan menyampaikan pendapat di media sosial mendapatkan pengakuan legal dan diakui oleh masyarakat secara sosial dan hukum melalui perundang-undangan yang berlaku. Namun, sikap bebas itu harus diikuti dengan tanggung jawab sosial dan kesadaran mematuhi etika dan norma sosial yang berlaku sehingga tidak melanggar batas dan merugikan kepentingan orang lain. Bagaimanapun media sosial dapat dimanfaatkan sebagai platform untuk menyebarkan pesan-pesan positif yang sesuai dengan semangat Pancasila di kalangan generasi Zilenial. Dengan demikian, generasi Zilenial dapat menjadi teladan dalam menjaga etika komunikasi yang sejalan dengan nilai-nilai kebangsaan. Kehilangan etika dan nilai Pancasila dalam komunikasi bukanlah sebuah persoalan yang tidak ada solusinya. Kita meyakini dengan pendekatan yang tepat,

generasi Zilenial dapat diajak untuk menginternalisasi kembali nilai-nilai berkomunikasi di dunia digital yang sesuai dengan etika Pancasila tersebut. Kemudian menjadikannya panduan dalam setiap bentuk interaksi, yaitu dalam dunia digital maupun kehidupan sehari-hari.

Selain itu diperlukan juga pendidikan nilai-nilai Pancasila yang memadukan pendekatan berbasis budaya dan digital yang harus diintegrasikan dalam kehidupan generasi Z, khususnya dalam konteks komunikasi. Literasi digital yang berbasis Pancasila dapat menjadi solusi untuk membentuk karakter generasi muda yang bijaksana dalam menggunakan teknologi. Budaya bangsa Indonesia yang sejalan dengan Pancasila seperti ramah, gotong royong, mengedepankan persatuan dan hal positif lainnya harus dipopulerkan melalui platform digital. Dalam hal ini peran keluarga, sekolah, dan komunitas sangat penting untuk menanamkan kesadaran bahwa kebebasan berkomunikasi harus selalu dibarengi dengan tanggung jawab. Jika generasi Z dapat memahami dan menghidupkan kembali nilai-nilai Pancasila dalam komunikasi, mereka akan mampu menjaga identitas bangsa dan menjadi teladan bagi generasi Zilenial di seluruh dunia. Dengan demikian, mereka dapat membuktikan bahwa kemajuan teknologi tidak harus mengorbankan etika dan nilai-nilai luhur sesuai budaya bangsa Indonesia dan Pancasila yang menjadi warisan bangsa Indonesia.

DAFTAR PUSTAKA

- Abqa, M.A.R., & Arifina, A.S. (2022). Etika Berkomunikasi Di Media Sosial Dalam Perspektif Pancasila. *Jurnal Komunikasi Dan Kajian Media*, 6(2), 143-154.
- Ahdiat, A. (2024). Media Sosial Favorit Gen Z dan Milenial Indonesia. Kata Data. Diakses dari <https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/09/24/media-sosial-favorit-gen-z-dan-milenial-indonesia>
- American Psychological Association. (2018). *APA Stress in America™ Survey: Generation Z Stressed About Issues in the News but Least Likely to Vote*. APA.
- Anwar, R. K., (2017). Komunikasi Digital Berbentuk Media Sosial Dalam Meningkatkan Kompetensi Bagi Kepala, Pustakawan, Dan Tenaga Pengelola Perpustakaan. *Komunikasi Digital*, 6(3), 1–5.
- Arikunto, S. (1998). *Manajemen Penelitian*. Edisi Baru. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Cahyono, A.S., (2016). Pengaruh Media Sosial terhadap Perubahan Sosial Masyarakat di Indonesia. *Jurnal Publicana*, 9(1), 140-157.
- Danim, S. (2002). Menjadi Peneliti Kualitatif Rancangan Metodologi, Presentasi, dan Publikasi Hasil Penelitian untuk Mahasiswa dan Penelitian Pemula Bidang Ilmu Sosial, Pendidikan, dan Humaniora, Edisi 1. Bandung: PT. Remaja Rosdakarya.
- Effendi, F. P., & Dewi, D. A. (2021). Generasi Milenial Berpancasila di Media Sosial. *Journal Civics & Social Studies*, 5(1), 116–124.
- Eko. (2022) Indonesia Peringkat Empat Pengguna Internet Dunia Namun Banyak Penyalahgunaan. Schoolmedia. Diakses dari <https://news.schoolmedia.id/lipsus/Indonesia-Peringkat-Empat-Pengguna-Internet-Dunia-Namun-Banyak-Penyalahgunaan-2600>
- Firamadhina, F. E. R., & Krisnani, H. (2020). Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial TikTok: TikTok Sebagai Media Edukasi Dan Aktivisme. *Social Work Journal*, 10(2), 199- 208.
- Ihsani, A.F.A., & Febriyanti, N. (2021). Etika Komunikasi Sebagai Kontrol Kesalehan Virtual dalam Perilaku Bermedia Masyarakat di Era Digital. *Jurnal Al Azhar*

- Indonesia Seri Ilmu Sosial*, 2(1), 24 – 35.
- Jacobson, Jenna, Gruzd, A., & García, A.H. (2020). Social Media Marketing: Who Is Watching the Watchers?. *Journal of Retailing and Consumer Services*, 53, 101774.
- Kalia, G. (2013). A Research Paper on Social media: An Innovative Educational Tool. *Issues and Ideas in Education*, 1(1), 1-8.
- Karimah, E. K., & Wahyudin, U. (2010). *Filsafat dan Etika Komunikasi*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Liedfray, T., Waani, F. J., & Lasut, J. J. (2022). Peran Media Sosial Dalam Mempererat Interaksi Antar Keluarga Di Desa Esandom Kecamatan Tombatu Timur Kabupaten Minahasa Tenggara. *FISPOL-Unsrat*, 2(1), 1–13
- Magan, R.P., Martin., & Anggara, V., (2022). Etika Bermedia Sosial Bagi Generasi Z. *Praxis: Jurnal Filsafat Terapan*, 1(1), 1-25.
- Mahmudan, A. (2022). Survei: Generasi Z Indonesia Paling Gandrung Gunakan Internet. DataIndonesia.id. Diakses dari <https://dataindonesia.id/digital/detail/survei-generasi-z-indonesia-paling-gandrung-gunakan-internet>
- Miles, M. B. & Huberman, M. (1992). *Analisis Data Kualitatif*. Jakarta: Penerbit Universitas Indonesia.
- Moleong, L. J., (2000). *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nurhasanah, Aam & Richardus. 2021. *Mengenal Pribadi dan Potensi Anak Generasi Multiple Intelligent*. Yogyakarta: ANDI
- Nisa, L.Y., Khaira, S.Z., Alkatiri, A., & Nurlatifah, S. (2023). Penerapan Pancasila sebagai Etika dalam Penggunaan Media Sosial. *ADVANCES in Social Humanities Research*, 1(4), 471-477.
- Otniel Purba, Y., & Mauluddin, A. (2023). Kejahatan Siber dan Kebijakan Identitas Kependudukan Digital: Sebuah Studi Tentang Potensi Pencurian Data Online. *JCIC : Jurnal CIC Lembaga Riset Dan Konsultan Sosial*, 5(2), 55-66. <https://doi.org/10.51486/jbo.v5i2.113>
- Putri, A.S.M., Setiawati, R., & Widodo, H. (2022). Implementasi Nilai Pancasila Pada Generasi Z. *Jurnal Evaluasi dan Pembelajaran*, 4 (1), 1-
- Purnama, S. (2018). Pengasuhan Digital untuk Anak Generasi Alpha. *Al Hikmah Proceedings on Islamic Early Childhood Education*. 1, 493-502.
- Rahman, R.A, (2023), Kominfo Tangani 3,7 Juta Konten Negatif Hingga 17 September 2023. <https://aptika.kominfo.go.id/2023/09/kominfo-tangani-37-juta-konten-negatif-hingga-17-september-2023/>
- Reisach, U. (2021). The Responsibility of Social Media in Times of Societal and Political Manipulation. *European Journal of Operational Research*, 291(3):906–17.
- Rothman, D. (2014). A Tsunami of Learners Called Generation Z. (Online), Diakses dari ([http://www.mdle.net/Journal/A Tsunami of Learners Called Generation Z.pdf](http://www.mdle.net/Journal/A%20Tsunami%20of%20Learners%20Called%20Generation%20Z.pdf)
- Sari, Ratna & Najicha, Ulfatun, F.(2022). Memahami nilai-nilai pancasila sebagai dasar negara dalam kehidupan masyarakat. *Harmony*. 7(1), 53-58.
- Sari, N.Z.P., Luthfi, D.M., Daulatil, E.A., Salsabilla, A.M.K., Daniswanto, A.M.K.S., Oktavia, K.N., & Putri, S.J., (2024). Media Sosial Dan Penguatan Nasionalisme Dalam Tren Dan Implikasinya Era Digital. *Jurnal Media Akademik (JMA)*, 2(5), 1-12
- Suherlan, R (2022). 5 Media Sosial yang Paling Populer 2022 Versi Appstore. Kontan. Diakses dari <https://kiaton.kontan.co.id/news/5-media-sosial-yang-paling-populer-2022-versi-appstore>
- Sunarwan, B. (2015). Aktifitas dan Komunikasi Media Sosial. *Jurnal Studi Komunikasi dan Media*. 19(1), 93-106

- Wisnuhardana, A. (2018). *Anak Muda Dan Medsos : Memahami Geliat Anak Muda, Media Sosial, Dan Kepemimpinan Jokowi Dalam Ekosistem Digital*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama.
- Yoga S., Salman. (2018). Perubahan Sosial Budaya Masyarakat Indonesia Dan Perkembangan Teknologi Komunikasi. *Jurnal Al-Bayan*. 24(1), 29-46