Etika Bermedia Sosial Bagi Generasi Z

Ribka Priskilla Magan; Martin; Vincent Anggara, Pradita University,
ribka.priskilla@student.pradita.ac.id

ABSTRACT: Generation Z, or the millennial generation, is the generation that is the most familiar with the development of information and technology (ICT). One clear evidence of the development of ICT is social media. The level of dependence on the use of social media is rated as high, especially by Generation X for the discovery of the generation with the highest value of using social media. Communication ethics must be used so that it is used as research material. The research was conducted based on secondary qualitative data from the results of literature and internet searching. It was found that the five most used free social media apps were WhatsApp, TikTok, YouTube, Instagram, and Facebook. Generation Z uses a certain communication style according to the relationship they have with the other person. Communication ethics is conducted by maintaining the feelings of the interlocutor, when sending messages, choosing words, using the word thank you, introductions, and repeating the reading of messages. Social media is often used as a tool by Generation Z to explore knowledge and activism movements. The results show that Generation Z knows about legal protection related to the development of ICT, namely Law Number 19 of 2016 concerning Amendments to Law Number 11 of 2008 concerning Information and Electronic Transactions.

KEYWORDS: ethics, generation Z, social media.

ABSTRAK: Generasi Z, atau generasi milenial, merupakan generasi yang paling familiar dengan perkembangan informasi dan teknologi (TIK). Salah satu bukti nyata dari perkembangan TIK merupakan media sosial. Tingkat ketergantungan terhadap penggunaan media sosial dinilai tinggi, terutama oleh Generasi X atas penemuan generasi dengan nilai penggunaan media sosial yang tertinggi. Etika komunikasi namun harus digunakan sehingga dijadikan bahan penelitian. Penelitian dilakukan berdasarkan data kualitatif yang bersifat sekunder dari hasil literatur dan *internet searching*. Ditemukan bahwa lima aplikasi gratis media sosial yang paling digunakan merupakan WhatsApp, TikTok, YouTube, Instagram, dan Facebook. Generasi Z menggunakan gaya komunikasi tertentu dan digunakan sesuai dengan hubungan yang dimiliki dengan lawan bicara. Etika komunikasi dilakukan dengan penjiwaan perasaan lawan bicara, waktu pengiriman pesan, pemilihan kata, penggunaan kata terima kasih, perkenalan, dan pengulangan pembacaan pesan. Sosial media kerap digunakan sebagai sebuah sarana oleh Generasi Z untuk menggali ilmu pengetahuan dan gerakan aktivisme. Hasil menunjukkan bahwa Generasi Z mengetahui tentang perlindungan hukum terkait perkembangan TIK, yaitu UU Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.

KATA KUNCI: etika, generasi Z, media sosial.

I. PENDAHULUAN

Revolusi Industri 4.0 merupakan sebuah revolusi yang sudah membuat terdapatnya perubahan pada penggunaan teknologi (Suwardana, 2018). Masuknya era digitalisasi ini didasarkan terhadap revolusi mental yang memiliki fokus terhadap meraih keuntungan dengan tiga fokus yaitu cara seseorang berpikir; cara seseorang meyakini; dan cara seseorang bersikap dalam sebuah sosial. Dengan perkembangan teknologi yang ada untuk sekarang, maka akan terdapatnya perkembangan yang sama untuk media sosial. Teknologi informasi dan teknologi (TIK) mengalami perkembangan akibat dari adanya internet dengan perannya sebagai sebuah alat komunikasi utama (Rosana, 2010). Dengan perkembangan teknologi yang ada untuk sekarang, maka akan terdapatnya perkembangan yang sama untuk kehidupan masyarakat.

Masyarakat modern pada saat ini sendiri mengikuti perkembangan informasi dan teknologi. Dengan perkembangan yang ada, maka hal tersebut dianggap menjadi solusi terhadap permasalahan yang ada pada sebelumnya. Tingkat kesejahteraan dan peradaban yang ada di kehidupan manusia juga mengalami peningkatan akibat dari perkembangan informasi dan teknologi. Sebab yang ada merupakan adanya peran teknologi informasi yang digunakan dalam keseharian masyarakat. Sebagai contoh, pemakaian media sosial dapat dijadikan sebuah referensi terhadap perkembangan teknologi informasi yang digunakan secara sehari-hari oleh masyarakat. Hal ini disebabkan oleh terdapatnya informasi yang dapat disampaikan dan disalurkan secara cepat, maupun untuk akademis, pekerjaan, atau kehidupan sehari-hari (Widayanti, 2015).

Generasi Z terhitung sebagai generasi yang paling familiar dengan perkembangan informasi dan teknologi, terutama media sosial. Berdasarkan hasil riset oleh Alvara Research Center dalam Mahmudan (2022), Gen Z ditemukan sebagai generasi yang sudah menjadi *addicted user* terhadap *internet*. Riset menemukan bahwa 20,9% dari 34% responden yang merupakan Gen Z menggunakan internet selama 7 sampai 10 jam dalam satu hari. Salah satu faktor dari penyebabnya adalah Generasi Z terlahir antar tahun-tahun dimana informasi dan

teknologi sedang berkembang dengan pesat. Generasi Z merupakan orang-orang yang terlahir antar tahun 1998 sampai 2009 (Islami, 2016). Pola perilaku Generasi Z sendiri berbeda dengan yang lain akibat terdapatnya kehidupan Generasi Z yang lebih dekat dengan perkembangan teknologi informasi. Sebagai akibat, ditemukan bahwa mereka memiliki pengalaman interaksi sosial secara langsung yang lebih rendah dibanding dengan generasi lain. Hasil menyatakan bahwa mereka menjadi lebih kurang peka terhadap kehidupan yang ada di lingkungannya.

Etika, bila secara etimologi, berasal dari bahasa Yunani “*ethos*” yang memiliki arti karakter. Bila dijelaskan secara terminologi, maka etika memiliki definisi sebagai sebuah pembelajaran studi terkait dengan berbagai konsep seperti nilai baik, buruk, benar, salah, dan sebagainya (Kodiyat, 2018). Di saat yang bersamaan, etika dapat mengajarkan masyarakat terhadap berbagai prinsip yang bersifat umum yang memiliki sebuah kebenaran terhadap penerapan dari seluruh hal yang dilakukan oleh masyarakat. Hal ini juga dapat dipanggil sebagai filsafat moral, dimana kata moral datang dari kata Latin “*mores*” yang memiliki arti adat istiadat.

Nilai etika yang dimiliki oleh masyarakat Indonesia dinilai sebagai sesuatu yang masih berkembang. Bangsa Indonesia memiliki berbagai budaya, karakter, dan nilai-nilai etika yang berbeda-beda sehingga terdapatnya pembauran serta keberagaman yang luas. Sebelumnya, Prasetyaningrum et al. (2022) menemukan bahwa etika masyarakat merupakan salah satu isu sosial, terutama dalam sistem informasi. Ditemukan bahwa terdapatnya pengaruh moral, isu sosial, dan etika masyarakat dalam etika sistem informasi (Prasetyaningrum et al., 2022). Dari sini, maka terdapatnya sebuah kesadaran terhadap penghindaran yang harus dilakukan agar terdapatnya karakter bangsa yang tetap ada dalam Indonesia. Oleh maka itu, terdapat pembahasan terhadap etika yang dimiliki oleh Generasi Z dalam pemakaian media sosial sebagai sebuah upaya agar terdapatnya nilai etika Bangsa Indonesia yang dapat ditahan secara bersama-sama.

II. METODE

Dalam penelitian ini, tim penulis memutuskan untuk menggunakan metode penelitian kualitatif. Arikunto (1998) memberi sebuah deskripsi terhadap metode penelitian kualitatif sebagai terdapatnya pengumpulan berbagai informasi tertentu terhadap sebuah gejala yang ada, terutama pada status gejala tersebut. Hal yang dimaksud merupakan keadaan terhadap gejala yang sedang diteliti pada *timeframe* penelitian dilakukan. Di saat yang bersamaan, Danim (2002) mengatakan bahwa penelitian kualitatif merupakan perkumpulan data yang memiliki bentuk kata. Dengan penelitian kualitatif, maka terdapatnya sebuah prosedur untuk sebuah penelitian agar terdapatnya data yang bersikap deskriptif sehingga para pembaca bisa mengerti melalui data tersebut secara lisan (Bogdan & Taylor dalam Moleong, 2000). Menurut Nurdin & Hartati (2019), metode penelitian kualitatif terhitung sebagai postpositivistik atas terdapatnya landasan dalam filsafat yang berisifat positivisme. Metode ini juga ditemukan menyerupai sifat seni atas kurangnya pola sehingga dipanggil sebagai metode artistik; juga dipanggil sebagai metode interpretif atas terdapatnya hasil data yang berkenan terhadap hasil interpretasi yang memiliki landasan dalam filsafat yang disesuaikan dengan data dalam lapangan (Nurdin & Hartati, 2019).

Penelitian menggunakan data sekunder yang sudah ditemukan oleh peneliti-peneliti sebelumnya dalam penelitian lain. Studi literatur dilakukan untuk penelitian ini agar terdapatnya data yang dikoleksi berdasarkan berbagai sumber. Menurut Supangat (2016), studi literatur merupakan sebuah studi dimana terdapatnya berbagai data yang dikumpulkan dengan guna untuk penelitian yang membutuhkan data sekunder. Danial & Warsiah (2009) menemukan bahwa studi literatur merupakan penelitian yang dilakukan melalui pengumpulan berbagai informasi yang didapatkan dari berbagai buku, majalah, dan bentuk-bentuk literatur lain dengan topik yang berhubungan dengan masalah dan tujuan penelitian.

Dengan studi literatur, maka terdapat penggunaan teknik agar terdapatnya teori-teori yang diungkapkan dengan relevansi yang tinggi

terhadap permasalahan yang memiliki fokus penelitian yang tinggi sehingga dapat dijadikan sebagai bahan rujukan untuk pembahasan terhadap hasil penelitian. Adanya pengertian lain terhadap studi literatur merupakan pencarian berbagai referensi teori yang lain yang memiliki tingkat relevansi yang tinggi terhadap kasus yang sudah ditemukan. Bila berbicara secara umum, maka studi literatur merupakan sebuah cara agar terdapatnya persoalan yang diselesaikan dengan sumber-sumber yang ditelusuri tulisannya yang sudah dibuat sebelum penelitian lain dibuat. Studi literatur juga dikenal sebagai studi pustaka. Bila seorang peneliti ingin menjalankan sebuah penelitian, maka terdapat sebuah kewajiban untuk peneliti tersebut untuk memiliki tingkat wawasan yang tinggi terhadap permasalahan yang dibicarakan. Bila tidak, maka dapat dikatakan bahwa persentase kesuksesan pembahasan permasalahan akan menjadi lebih kecil.

Selain studi literatur, penelitian ini juga menggunakan *internet searching* atau pencarian yang dilakukan secara *online*. *Internet searching* merupakan pencarian yang dilakukan menggunakan sebuah komputer maupun teknologi lain dengan alat maupun *software* pencarian tertentu. Pencarian ini dilakukan menggunakan server-server yang harus disambungkan dengan internet yang sudah disebarkan melalui berbagai penjuru dunia (Sarwono, 2005). Internet memiliki guna yang digunakan sebagai salah satu sumber untuk melakukan teknik pengumpulan data. Hal ini dikarenakan terdapatnya berbagai informasi relevan yang dapat dicari melalui internet. Informasi-informasi yang ditemukan dikatakan berguna untuk penelitian atas terdapatnya berbagai literatur dari berbagai asal dunia yang dapat digunakan untuk penelitian tersendiri. Tingkat aksesibilitas dan fleksibilitas yang tinggi membuat pencarian menggunakan internet menjadi mudah. Poin tersebut dinilai penting untuk penggunaan *internet searching* dalam pencarian data melalui internet.

III. HASIL

Media sosial merupakan sebuah ruang yang tersedia melalui internet dimana terdapatnya interaksi, kerja sama, pembagian, dan komunikasi antar sesama pengguna media sosial (Nasrullah, 2015). Melalui media sosial, maka terdapat tiga bentuk makna sosialisasi yang merupakan pengenalan, komunikasi, dan kerja sama (*cognition, communication, dan co-operation*). Terdapat berbagai pandangan yang ada terhadap media sosial, namun pada intinya media sosial dianggap menjadi sebuah medium yang dapat membuat hubungan antar pengguna menjadi lebih kuat serta dianggap menjadi ikatan sosial (Setiadi, 2016).

Menurut Puslitbang Aptika IKP Kominfo (2017), penggunaan media sosial paling banyak diduduki oleh masyarakat berumur 20 sampai 29 tahun. Mereka yang memiliki umur sedemikian merupakan Generasi Z atau juga dikenal sebagai Generasi Milenial. Hal ini dikarenakan dengan Generasi Z adalah generasi yang paling familiar dengan perkembangan informasi dan teknologi. Rasa familiar ini dikarenakan Generasi Z merupakan generasi yang terlahir di zaman ketika informasi dan teknologi sedang berkembang dengan sangat pesat. Menurut Suherlan (2022), aplikasi media sosial yang paling banyak digunakan (secara gratis) berdasarkan data yang didapatkan melalui *App Store* merupakan *WhatsApp, TikTok, YouTube, Instagram, dan Facebook*.

Richard J. dalam Karimah & Wahyudin (2010) mengatakan bahwa manusia dapat diteliti menggunakan etika terhadap tingkat laku manusia yang merupakan sebuah cerminan terhadap apa yang berada di dalam jati dirinya maupun hatinya. Sebagai contoh, manusia memiliki kemampuan untuk tersenyum dan tertawa walaupun hatinya sedang merasa tersakiti. Terdapat tiga jenis etika yang memiliki pengertian berbeda-beda. Menurut Richard, jenis etika ini memiliki kaitan terhadap etika komunikasi bila berbicara dengan penggunaan media sosial:

A. Etika Deskriptif

Jenis etika ini memiliki kaitan dengan nilai serta ilmu pengetahuan terkait dengan tingkat laku manusia yang memiliki masalah baik dan buruk.

B. Etika Normatif

Jenis etika ini memiliki kaitan dengan ilmu pengetahuan yang melakukan pengukuran terhadap evaluasi atau penilaian terhadap sebuah tindakan atau kelakuan manusia dalam masyarakat. Guna dari etika ini merupakan untuk mencari sebuah ukuran yang bersifat umum terhadap tingkat laku manusia yang bersifat baik dan buruk.

C. Etika Kefilsafatan

Jenis etika ini memiliki kaitan terhadap sebuah analisa yang berkaitan dengan predikat kesusilaan dan norma manusia. Norma merupakan sebuah pedoman yang diaplikasikan dalam kehidupan terhadap langkah-langkah yang harus diambil manusia agar dapat menjadi manusia yang berlaku sesuai dengan tingkahnya serta berbuat baik dalam masyarakat

IV. PEMBAHASAN

Dalam penggunaan media sosial, maka sebaiknya dapat dijadikan sebagai sebuah tempat agar masyarakat dapat berbicara sesuai dengan dialog yang bersifat sehat. Hal ini dianjurkan atas agar terdapatnya upaya dari masyarakat untuk mencapai titik harmonisasi yang tinggi. Sebagai hasil, maka dapat didapatkan nilai kesejahteraan yang tinggi dari masyarakat. Proses dialog dapat dilakukan melalui media sosial atas terdapatnya sebuah ruang untuk meningkatkan kesejahteraan masyarakat dari komunitas-komunitas yang aktif di masyarakat. Selain itu, media sosial juga bisa menjadi sebuah ruang dialog yang memiliki tujuan agar terdapatnya diseminasi gagasan yang bersifat rasional serta sejuk bagi sesama individu.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh Wijayanti et al. (2022), ditemukan bahwa terdapatnya berbagai bentuk etika yang ada untuk menggunakan media sosial untuk para generasi milenial yang tinggal di Jakarta. Salah satu bentuk etika yang digunakan merupakan terdapatnya penggunaan bentuk-bentuk bahasa yang bergantung pada relasi yang dimiliki oleh orang yang berbicara dan lawan berbicara. Pada

contohnya, seorang mahasiswa akan menggunakan bahasa formal dengan dosen dan seorang mahasiswa akan menggunakan bahasa non-formal pada sesama mahasiswa.

Adanya etika yang dilakukan memiliki liputan terhadap perasaan lawan bicara, pengulangan pembacaan pesan sebelum dikirim, pemilihan waktu agar dapat dikirim pada waktu yang tepat, pemilihan kata-kata yang akan digunakan dengan guna untuk menggunakan kata-kata yang sopan, pemberian salam terima kasih, dan perkenalan (Wijayanti et al., 2022). Setiap individu yang ada dalam sebuah pembicaraan (*sender* ataupun *receiver*) di waktu yang bersamaan tidak akan memotong pembicaraan. Bila terdapatnya pelanggaran terhadap etika komunikasi, maka pada sebagian besar waktu, merupakan pemakaian unsur kotor dan kasar dalam bentuk sarkasme. Sarkasme sendiri hanya digunakan bila *receiver* dan *sender* informasi merupakan teman sebaya dan bila pihak berbicara masih ditemukan.

Firamadhina & Krisnani (2020) menemukan bahwa Generasi Z menggunakan salah satu media sosial yang terkenal, *TikTok*, sebagai sebuah sarana pendidikan informal dan aktivisme digital. Perlu diingatkan bahwa sumber informasi edukasi dan ilmu pengetahuan bisa datang dari mana saja. *TikTok* digunakan sebagai sarana ilmu pengetahuan oleh Generasi Z dikarenakan terdapatnya pembelajaran yang berlimpah namun masih bersifat insidental dan informal. Di saat yang bersamaan, pandemi COVID-19 merupakan salah satu faktor dari penggunaan *TikTok* sebagai sarana ilmu pengetahuan informal dikarenakan terdapatnya pengetahuan yang dapat diambil secara *online*. Ilmu pengetahuan yang didapatkan melalui *TikTok* sendiri bersifat umum atau juga bisa secara spesifik karena hal tersebut bergantung dengan pembuat konten.

Di riset yang sama, ditemukan bahwa aktivisme dilakukan berdasarkan dengan berbagai gerakan yang dilakukan untuk meningkatkan kesejahteraan manusia. Sebagai contoh, salah satu gerakan aktivisme terkenal yang dilakukan di *TikTok* dan media sosial lainnya oleh Generasi Z merupakan *Black Lives Matter*. Gerakan ini dilakukan dengan penggunaan *hashtag* *#BlackLivesMatter* pertama

kalinya oleh Alicia Garza untuk mengangkat kematian George Floyd. Dengan penggunaan hashtag tersebut, maka muncul sebuah dorongan untuk melindungi para korban-korban kulit hitam yang meninggal akibat dari pembunuhan yang dilakukan secara rata-rata oleh kulit putih. Garza berhasil membangun organisasi Black Lives Matter Global Network Foundation, Inc. di Amerika Serikat, Inggris, dan Kanada dengan misi untuk melakukan pemberantasan supremasi kulit putih serta pembangunan kekuatan dari orang lokal agar terdapatnya campur tangan terhadap kekerasan yang harus dialami oleh komunitas kulit hitam oleh negara dan warga.

Bila secara hukum, tertulis dalam UU Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Adanya perbuatan yang sudah dilarang secara hukum merupakan distribusi informasi yang mengandung unsur asusila, perjudian, pencemaran nama baik, penghinaan, pemerasan, pengancaman, dan berita bohong (*hoax*) yang berkaitan dengan golongan, suku, ras, dan agama (Undang-Undang Republik Indonesia, 2016). Maulida et al. (2020) menemukan bahwa Generasi Z memahami tentang etika komunikasi yang harus diterapkan di media sosial. Siswa-siswi Generasi Z memiliki pengetahuan terhadap etika komunikasi serta dampak yang ada secara hukum terhadap UU yang berlaku. Selain itu, mereka juga mengetahui apa yang harus dilakukan dan apa yang tidak boleh untuk dilakukan. Mereka juga mengetahui bahwa mereka harus bijak ketika menggunakan media sosial sehingga harus dilakukannya perhatian terhadap etika dalam penggunaan media sosial.

VI. KESIMPULAN

Generasi Z merupakan generasi yang paling familiar dengan perkembangan teknologi dan informasi. Hal ini dikarenakan dengan Generasi Z merupakan generasi yang terlahir pada era teknologi dan informasi yang sedang berkembang dengan pesat. Salah satu

perkembangan yang terjadi ketika masuknya era digitalisasi merupakan perkembangan penggunaan media sosial. Media sosial gratis yang sedang meningkat penggunaannya merupakan *WhatsApp*, *TikTok*, *YouTube*, *Instagram*, dan *Facebook*. Lima aplikasi media sosial ini digunakan dalam keseharian-harian Generasi Z sehingga dapat dikatakan terdapat tingkat ketergantungan yang tinggi terhadap media sosial untuk keseharian Generasi Z. Berdasarkan studi yang dilakukan, ditemukan bahwa Generasi Z sadar terhadap etika komunikasi yang berlaku dalam penggunaan media sosial. Terdapat tiga jenis etika yang berhubungan erat dengan etika komunikasi, yaitu etika deskriptif, etika normatif, dan etika kefilosofan. Penggunaan etika komunikasi oleh Generasi Z terhadap media sosial bergantung pada lawan bicara. Pada contohnya, seseorang mahasiswa akan menggunakan bahasa formal bila sedang berbicara dengan seorang dosen melalui *aplikasi messenger WhatsApp*. Hal ini tidak dapat ditemukan bila terdapatnya dialog antar sesama teman sebaya. Terdapat beberapa aspek yang terkandung dalam etika komunikasi di media sosial, seperti terdapatnya perasaan yang dijaga, pemilihan waktu untuk pengiriman pesan, dan pemberian salam. Bila terdapatnya aspek yang tidak dijaga, maka hal tersebut dianggap sebagai sarkasme. Aplikasi media sosial juga digunakan sebagai sarana pembagian informasi ilmu pengetahuan dan media untuk melakukan aksi aktivisme. Secara hukum, etika komunikasi dalam sosial media melalui UU Nomor 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas UU Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik. Generasi Z ditemukan telah sadar terhadap hukum yang berlaku serta konsekuensi yang ada bila melanggar hukum tersebut.

Sebagai saran, maka dianjurkan agar terdapatnya penelitian lain terhadap etika komunikasi yang berlaku untuk Generasi Z. Selain itu, penelitian lain yang dapat dilakukan merupakan agar terdapatnya penelitian kualitatif terhadap etika komunikasi dalam media sosial dikarenakan tidak dilakukan dalam penelitian ini. Saran yang dapat diberi untuk Generasi Z adalah agar dapat mencari lebih dalam terhadap hukum yang melindungi hak masyarakat terhadap penggunaan media sosial. Tak hanya itu, para penulis juga berhadapan bahwa Generasi Z

dapat menggunakan Bahasa Indonesia secara seutuhnya bila sedang berbicara dengan lawan bicara melalui media sosial.

DAFTAR REFERENSI

- Arikunto, S. (1998). *Manajemen Penelitian*. Edisi Baru. Jakarta: PT. Rineka Cipta.
- Daniel & Wasriah. (2009). *Metode Penelitian Karya Ilmiah*. Bandung: Laboratorium Pendidikan Kewarganegaraan UPI.
- Danim, S. *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.
- 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. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>.
- Islami, N. N. (2016). Pengembangan Pendidikan Berbasis Nilai Etika untuk Generasi Z. *Prosiding Seminar Nasional Pendidikan Jilid 2: Peran Pendidikan Etika Dalam Membangun Peradaban Bangsa*. 361-367.
- Karimah, K. E., & Wahyudin U. (2010). *Filsafat dan Etika Komunikasi: Aspek Ontologis, Epistemologis, dan Aksiologis dalam Memandang Ilmu Komunikasi*. Bandung: Widya Padjadjaran.
- Kodiyat, B. A. (2018). Etika Dalam Menyampaikan Pendapat di Media Sosial dalam Perspektif Hak Konstitusional Warga Negara. *Jurnal EduTech*, 4(2), 10-20.
- Mahmudan, A. (2022). Survei: Generasi Z Indonesia Paling Gandrung Gunakan Internet. *DataIndonesia.id*. <https://dataindonesia.id/digital/detail/survei-generasi-z-indonesia-paling-gandrung-gunakan-internet>.
- Maulida, H., Prawira, R. Y., & Nugrahenti, M. C. (2020). Edukasi Hukum dan Etika Bermedia Sosial Bagi Gen Z. *Amal Ilmiah: Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 1(2), 115-122. <http://dx.doi.org/10.36709/amalilmiah.v1i2.11867>.
- Moleong, L. J. *Metodologi Penelitian Kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Nasrullah, R. (2015). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Bandung: Simbiosis Rekatama Media.
- Nurdin, I., & Hartati, S. (2019). *Metodologi Penelitian Sosial*. Surabaya: Media Sahabat Cendekia.
- Prasetyaningrum, G., Nurmayanti, F., & Azahra, F. (2022). Faktor-faktor yang Mempengaruhi Etika Sistem Informasi: Moral, Isu Sosial dan Etika Masyarakat (*Literature Review SIM*). *Jurnal*

- Manajemen Pendidikan dan Ilmu Sosial*, 3(2), 520-529.
<https://doi.org/10.38035/jmpis.v3i2>.
- Puslitbang Aptika IKP Kominfo. (2017). *Survey Penggunaan TIK Serta Implikasinya Terhadap Aspek Sosial Budaya Masyarakat*.
https://balitbangsdm.kominfo.go.id/publikasi_360_3_187.
- Rosana, A. S. (2010). Kemajuan Teknologi Informasi dan Komunikasi dalam Industri Media di Indonesia. *Gema Eksos*, 5(2), 144-156.
- Sarwono, J. (2005). *Teori dan Praktik Riset Pemasaran dengan SPSS*. Yogyakarta: Andi Yogyakarta.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Efektifitas Komunikasi. *Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika*, 16(2). <https://doi.org/10.31294/jc.v16i2.1283>.
- Suherlan, R (2022). 5 Media Sosial yang Paling Populer 2022 Versi Appstore. *Kontan*. Dikutip dari <https://kiaton.kontan.co.id/news/5-media-sosial-yang-paling-populer-2022-versi-appstore>.
- Supangat. (2016). Penggunaan Webqual Untuk Penentuan Tingkat Kebergunaan Pada Website (Studi Kasus Pada Teknik Sipil UNTAG Surabaya). *Konvergensi*, 12(2), 49-60.
<https://doi.org/10.30996/konv.v12i2.1315>.
- Suwardana, H. (2018). Revolusi Industri 4.0 Berbasis Revolusi Mental. *JATI UNIK*, 1(2), 109-118.
- Undang-Undang Republik Indonesia. (2016). Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 19 Tahun 2016 Tentang Perubahan Atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 Tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
<https://web.kominfo.go.id/sites/default/files/users/4761/UU%2019%20Tahun%202016.pdf>.
- Widayanti, R. (2015). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Penyebaran Informasi Kegiatan Sekolah Menengah Kejuruan Pasundan Tangerang. *Jurnal Abdimas*, 1(2), 81-87.
- Wijayanti, S. H., Sihotang, K., Dirgantara, V. E., & Maytriyanti. (2022). Bentuk-Bentuk Etika Bermedia Sosial Generasi Milenial. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 129-146.
<http://dx.doi.org/10.20885/komunikasi.vol11.iss1.art1>.