

MUKOYIMAH, DKK

JEJAK MAYA : MENELISIK MEDIA BERSAMA GENERASI Z

GEN Z

GENERATION

Diterbitkan atas Kerjasama:



Muntaha Noor Institute Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

2025

JEJAK MAYA

Menelisik Media Bersama Generasi Z

Penulis:
Mukoyimah, dkk.

Penerbit:
Muntaha Noor Institute
2025

Judul Buku:
Jejak Maya: Menelisik Media Bersama Generasi Z

Penulis:
Mukoyimah - Muhammad Rikzam Kamal - Lia Afiana - Ika Amiliya Nurhidayah - Faranisa Laila - Diyah Ayu Kusumastuti - Muhammad Khasanul Huda - Batsnah Nuwaifilla - Syifaul Fuaddah - Diana Fithriyah - Azzam Nabil Hibrizi

Editor:
Muhamad Rifa'i Subhi & Miftahul Ula

Perancang Sampul:
Ahmad Furqon

Penata Letak:
Ahmad Farhan

Penerbit:
Muntaha Noor Institute
Nomor Anggota IKAPI: 242/Anggota Luar BiasaJTE/2022
Jl. Pahlawan, Km.5 Rowolaku Kec. Kajen Kabupaten Pekalongan
Website: <https://www.book.muntahanoorinstitute.com>

Bekerjasama dengan:
Fakultas Ushuluddin, Adab, dan Dakwah
Universitas Islam Negeri (UIN) K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan
Jl. Pahlawan, Km.5 Rowolaku Kec. Kajen Kabupaten Pekalongan
Website: <https://www.fuad.uingusdur.ac.id>

Cetakan Pertama, Maret 2025
vi + 80 hlm, 17.6 cm x 25 cm

ISBN: 978-623-89817-1-7 (PDF)

url link: <https://book.muntahanoorinstitute.com/index.php/mni/catalog/book/63>

Copyright © 2025 by Muntaha Noor Institute
All Right Reserved

Hak cipta dilindungi undang-undang.

Dilarang keras menerjemahkan, memfotokopi, atau memperbanyak sebagian atau seluruh isi buku ini tanpa izin tertulis dari Penerbit.

Isi diluar tanggung jawab percetakan

Dicetak oleh: **Percetakan Nusantara**

Kata Pengantar

Di era di mana garis antara dunia nyata dan dunia maya kian memudar, hadir generasi baru yang tumbuh dengan semesta digital sebagai bagian tak terpisahkan dari kehidupan mereka—Generasi Z. Mereka lahir di tengah pusaran informasi, di mana media bukan hanya alat, tetapi ruang hidup yang merangkai cerita, menciptakan makna, dan membentuk identitas. Buku ini, "**Jejak Maya: Menelisik Media Bersama Gen Z,**" adalah penelusuran jejak yang ditinggalkan oleh generasi ini di lanskap media yang terus berkembang dan bergejolak.

Disusun dari pandangan tajam para jurnalistik yang berdedikasi, karya ini mengangkat narasi mengenai hiruk-pikuk media digital, bukan sekadar sebagai objek kajian, tetapi sebagai dunia yang dihidupi dan diresapi oleh Generasi Z. Dengan rentang pembahasan yang meliputi kecenderungan penggunaan media sosial, perubahan dalam pola konsumsi berita, hingga pengaruh budaya digital terhadap bahasa dan identitas, buku ini tidak hanya merefleksikan perubahan, tetapi juga mengajak pembaca untuk merenungkan dampaknya terhadap keberlangsungan komunikasi, kebebasan berekspresi, dan pemahaman tentang diri di era digital.

Melalui tulisan-tulisan yang penuh semangat dan analisis yang mendalam, kita diajak menelusuri cara Generasi Z menciptakan jejak maya yang mencerminkan ketidakpastian sekaligus harapan mereka. Di balik setiap kata yang tertulis, tersirat pertanyaan akan arah yang hendak dituju oleh generasi ini dalam membangun ruang dialog yang autentik, humanis, dan berkelanjutan di tengah derasnya arus informasi. Semoga buku ini menjadi jembatan pemahaman dan ruang kontemplasi bagi setiap pembaca untuk lebih memahami jejak maya yang ditinggalkan Generasi Z, yang bukan sekadar jejak digital, tetapi jejak peradaban yang membentuk masa depan.

Pekalongan, Februari 2025

Penulis

Daftar Isi

Kata Pengantar	iii
Daftar Isi.....	v
Mukoyimah - Illuminasi dan Fenomena Gen.Z dalam Bermedia	1
Muhammad Rikzam Kamal - The Binary of Right and Wrong: Media Ethics for Gen Z from an Informatics Viewpoint	7
Lia Afiana - Pengaruh Media Terhadap Kreatifitas Gen Z	15
Ika Amiliya Nurhidayah - Karakteristik Netizen pada Media Sosial	26
Faranisa Laila - Remaja Dan Realitas Catcalling	34
Diyah Ayu Kusumastuti - Bullying Cyber Crime Di Kalangan Gen Z	38
Muhammad Khasanul Huda - Algoritma FYP dalam TikTok dan Perilaku Gen. Z	42
Batsnah Nuwaifilla - Komparasi Kebebasan Berekspresi dengan Etika Bermedia	47
Syifaul Fuaddah - Interpersonality GeN. Z Media dan Realitas	52
Diana Fithriyah - Literasi Digital Melalui Quotes Dan Meme	55
Azzam Nabil Hibrizi - Evolusi Preferensi Hiburan Generasi Z	68
Daftar Pustaka	73

ILUMINASI DAN FENOMENA GEN.Z DALAM BERMEDIA

Mukoyimah

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Perkembangan teknologi membordir seluruh aspek kehidupan diantaranya media informasi dan digitalisasi. Objek utama dalam perkembangan dan perubahan media adalah manusia. Maka tidak bisa dipungkiri bahwa tanpa disadari manusia telah membaur begitu eratnya dengan dunia teknologi informasi dan digitalisasi media. Sebagaimana Bill Gates *"The advance of technology is based on making it fit in so that you don't really even notice it, so it's part of everyday life."* (Bhattacharya, 2021) Kemajuan teknologi telah dibuat menyesuaikan dengan manusia sampai ia tidak menyadari bahwa teknologi media telah menjadi bagian dari keseharian hidup mereka.

Digitalisasi merujuk pada proses konversi informasi dari hadir secara fisik ke arah digital. Proses ini memungkinkan data diolah dan disampaikan dengan mudah, sehingga masyarakat dengan efisien dan efektif pula mengkonsumsinya. Sebab banyak platform media yang telah menyediakan bermacam-macam menu sehingga masyarakat dapat berinteraksi secara real time di dalamnya. Namun demikian perkembangan ini membawa tantangan-tantangan baru bagi masyarakat. Diantaranya ialah masalah privasi, keamanan data, dan penyebaran informasi yang tidak akurat atau bersifat palsu bahkan sampai pada filter bubble, dimana platform digital sering kali menciptakan informasi yang seolah sesuai dengan pandangan mereka (Wulandari et al., 2021). Dengan demikian tema ini dianggap perlu untuk dibahas secara mendalam guna mengembangkan strategi yang efektif dan tepat guna dalam pengelolaan informasi oleh Gen Z.

Pola Gen Z dalam mengkonsumsi Media

Pola konsumsi media oleh Gen Z berbeda secara signifikan dari generasi-generasi sebelumnya. Hal ini bisa saja dikarenakan pengaruh akses terhadap teknologi dan internet. Gen Z dikenal sebagai digital natives dimana penggunaan smartphone sudah dimulai sejak usia dini yaitu berkisar umur 12 tahun. Berbeda dengan generasi millennial yang baru menggunakan smartphone berkisar umur 17 tahun, gen Z 5 tahun lebih dulu (Muhammad Fadillah et al., 2022). Hal ini

THE BINARY OF RIGHT AND WRONG: MEDIA ETHICS FOR GEN Z FROM AN INFORMATICS VIEWPOINT

Muhammad Rikzam Kamal
UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Generasi Z, atau yang sering disebut sebagai generasi digital, tumbuh besar di tengah maraknya teknologi dan media digital. Keterhubungan konstan dengan internet dan perangkat digital telah membentuk cara mereka berkomunikasi, belajar, dan bersosialisasi. Namun, dengan kemudahan akses ini datang tantangan baru terkait etika dalam penggunaan media. Privasi, keamanan data, dan penyebaran informasi palsu adalah beberapa isu etis yang menjadi semakin relevan. Bab ini bertujuan untuk mengeksplorasi masalah etika bermedia yang dihadapi oleh Gen Z dan bagaimana informatika dapat memberikan solusi untuk mengatasi masalah ini.

Karakteristik dan Perilaku Gen Z dalam Media Digital

Generasi Z (Gen Z), yang mencakup individu yang lahir antara 1995 hingga 2010 (Timori Kansaki et al., 2021), telah tumbuh dalam era yang didominasi oleh teknologi digital dan internet. Karakteristik mereka dalam berinteraksi dengan media digital ditandai oleh keterhubungan konstan, kemampuan multitasking digital, dan preferensi terhadap konten visual. Penelitian menunjukkan bahwa Gen Z memiliki kecenderungan untuk selalu terhubung dengan internet melalui berbagai perangkat (Arta et al., 2023), dengan sebagian besar waktu mereka dihabiskan di media sosial dan aplikasi komunikasi seperti Instagram, TikTok, WhatsApp, dan Snapchat. Mereka juga dikenal karena kemampuan multitasking digital, yaitu kemampuan untuk menggunakan beberapa aplikasi dan perangkat secara bersamaan, yang meningkatkan efisiensi tetapi juga mempengaruhi perhatian dan retensi informasi mereka. Selain itu, preferensi Gen Z terhadap konten yang berfokus pada visual, seperti video pendek dan gambar, mendorong popularitas platform berbasis visual seperti YouTube dan Instagram.

Namun, keterlibatan intens ini dengan teknologi digital tidak tanpa konsekuensi. Keterhubungan yang terus-menerus dapat menyebabkan ketergantungan digital dan dampak negatif pada kesehatan mental mereka.

PENGARUH MEDIA TERHADAP KREATIFITAS GEN Z

Lia Afiana

Media kotomono.co

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Ilustrasi Media Sosial

Secara etimologi, media berarti perantara, alat, dan sarana yang digunakan sebagai pendukung dalam melakukan sesuatu atau wadah yang digunakan untuk menampung aktifitas tertentu. Sementara sosial, menurut Keith Jacobs merupakan sesuatu yang dibangun dan terjadi dalam situs komunitas. Sementara itu, Ariftrimia mengggap bahwa sosial merupakan sekumpulan individu yang saling berinteraksi dan menumbuhkan perasaan bersama (Amiman et al., 2022). Media sosial merupakan sebuah teknologi yang lahir melalui teknologi web 2.0 memungkinkan membuat dan melakukan pertukaran konten pengguna (Istanto et al., 2020). Sementara itu, Quesenberry menyatakan bahwa media sosial merupakan teknologi yang berbasis web untuk menciptakan *platform* yang sangat interaktif, sebagai sarana berdiskusi, berbagi, dan menciptakan inovasi konten. Hal tersebut tentunya berimplikasi terhadap individu, komunitas, dan organisasi dalam berkomunikasi (Kencana et al., 2021). Adapun istilah lain bagi media sosial adalah media baru (*new media*) yang menurut Flew adalah gabungan tiga CS: yaitu komputasi dan teknologi informasi, jaringan komunikasi, media digital dan konten informasi (Faniq, 2021). Yang mana semuanya itu menyatu dalam satu wadah yang disebut media baru. Yang dimaksud kata “baru” ialah kebaruan cara media untuk menciptakan keindahan dengan melalui teknik yang baru. Sebagaimana diketahui bersama, media sosial saat ini sudah menyediakan banyak fitur untuk menyunting karya tulisan maupun konten video agar lebih menarik dengan menggunakan filterisasi atau efek. Konten yang dirasa kurang sempurna bisa dipoles apik menggunakan fitur inovatif yang disediakan *platform* di media sosial (Faniq, 2021).

Fitur editing dan filter dalam media sosial membantu proses penyempurnaan hasil kreatifitas konten ditahap *finishing* sebelum akhirnya di publikasikan. Fitur tersebut yang disebut sebagai kebaruan media dalam menciptakan keindahan dengan teknik yang baru. Edit dan filter sering dijumpai di bagian menu bawaan *platform* media sosial seperti *You Tube, Instagram, Facebook,*

KARAKTERISTIK NETIZEN PADA MEDIA SOSIAL

Ika Amiliya Nurhidayah

Media hijratuna.com

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Netizen

Netizen merupakan gabungan dari dua kata yaitu *internet* dan *citizen* (warga), yang secara bahasa memiliki arti “warganya internet.” Sedangkan menurut istilah, netizen merupakan sekumpulan orang yang terlibat secara aktif dalam suatu komunitas *online* secara khusus, atau internet secara umum. (Irawan, 2017) Netizen sendiri terdiri dari 3 jenis, yaitu netizen aktif, netizen pasif, dan netizen negatif. Netizen aktif merupakan netizen yang terlibat secara aktif dalam media internet, aktivitasnya tidak sekedar *browsing*, tetapi juga mampu menghasilkan suatu konten atau karya. Netizen positif memanfaatkan kemajuan teknologi untuk mem-*branding* diri atau orang lain. Dengan kemudahan teknologi yang ada, mereka menggunakannya dengan aktif dan produktif. Adapun netizen pasif merupakan netizen yang memanfaatkan internet hanya sebagai formalitas tanpa adanya penggunaan yang efektif dan berlebih. Sedangkan netizen negatif merupakan netizen yang menggunakan internet untuk melakukan aktivitas yang merugikan baik untuk diri sendiri ataupun orang lain. (Rahmatika & Dkk, 2023)

Karakteristik Umum Netizen

Kreatif dan Inovatif

Kreatif merupakan kemampuan imajinasi yang diperoleh dari ide, gagasan, dan interaksi untuk menciptakan suatu hal yang baru. (Bara, 2012) Netizen sering kali menggunakan media sosial sebagai ajang pengekspresian kreativitas kepada publik dalam bentuk konten untuk mendapatkan atensi, *branding* yang baik, bahkan mendatangkan profit dalam bentuk uang. Semakin banyak atensi atau lebih spesifiknya *views*, *like*, dan *comment* yang didapatkan, maka akan semakin memantik semangat pembuat konten (*content creator*) untuk memproduksi lebih banyak konten kreatif. Adapun inovatif merupakan wujud nyata dari kreativitas. Berbagai media sosial menyediakan *platfrom* yang memberikan kemungkinan bagi netizen untuk mewujudkan ide-ide inovatif dan berbagai kreasi.

REMAJA DAN REALITAS CATCALLING

Faranisa Laila

Media baladena.id

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Remaja

Masa Remaja merupakan salah satu proses yang mengarah pada kematangan usia anak-anak menjadi pendewasaan, dimana masa pubertas dimulai dari usia 13 Tahun. Masa remaja ialah suatu perubahan yang mencakup pertumbuhan fisik, emosional, kognitif, harga diri, otonomi, dan intimasi. Kemudian, pertumbuhan seorang remaja bisa dikatakan sehat, stabil, apabila mendapatkan dukungan penuh dari orang tua, teman, serta lingkungan sekitarnya (Hamdanah & Surawan, 2022).

Berikut beberapa tahapan perkembangan Inisiatif psikososial Erickson (Annisa Muasrani, 2022): (1) *Trust vs Mistrust* (Kepercayaan vs Kecurigaan), Pada tahapan ini, masa oral di umur 0-1 tahun atau 1,5 tahun (*infancy*). masa pertumbuhannya tergantung pada seseorang yang merawatnya, kemudian dari rangsangan dan didikan dengan penuh kasih sayang inilah memudahkan perkembangan rasa percaya diri terhadap sipenjaga, merasa nyaman akan perlindungan yang dirasakannya; (2) *Otonomi vs Perasaan malu dan ragu-ragu*, Tahap ini dinamai dengan tahap anus-otot (*anal/mascular stages*), dan usia balita ini dimulai dari kisaran umur 1-3 Tahun (*early childhood*). Pada usia ini, anak cenderung aktif dengan banyak hal. Sebagai orang tua, tentunya jangan sekalipun membatasi kegiatan positif yang dilakukan oleh anak tersebut; (3) *Inisiatif vs Kesalahan*, Pada tahapan ini, dimulai dari anak usia 4-5 Tahun (*preschool age*) pada usia ini, anak mulai aktif dengan lingkungannya. Sehingga rasa keingintahuan tinggi terhadap hal baru yang dilihat untuk pertama kalinya; (4) *Kerajinan vs inferioritas*, Tahapan ini dimulai dari usia 6-12 Tahun (*school age*). Pada tingkatan ini, anak mulai bermain dengan jangkauan yang cukup luas, misalnya keluar dari bundaris bermain dengan keluarganya hingga ke kalangan teman sekolahnya. Hal ini harus didukung oleh peran orang tua, guru, teman sekolah, sehingga bisa menumbuhkan sikap rendah hati, percaya diri terhadap suatu hal yang dilakukannya; (5) *Identitas vs kekacauan identitas*, Pada tahap ini dimulai dari usia

BULLYING CYBER CRIME DI KALANGAN GEN Z

Diyah Ayu Kusumastuti

Media baladena.id

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Bullying dan Cyber Crime Di Kalangan Gen Z

Gen Z merupakan generasi yang lahir antara tahun 1997 hingga tahun 2010, dikenal sebagai generasi yang sangat terkoneksi dengan teknologi digital. Gen Z terbiasa berinteraksi dan mengonsumsi informasi melalui internet dan media sosial. Hal ini membawa banyak manfaat karena dengan internet mereka juga bisa digunakan untuk berbisnis online atau bisa membagikan momen-momen yang mereka punya di media sosial. Di era sekarang internet juga memudahkan orang-orang untuk berinteraksi satu sama lain melalui online, meskipun berjauhan seperti berbeda daerah ataupun negara, dengan internet bisa berbicara menanyakan kabar, curhat melalui pesan, telepon, bahkan bisa *video call* (panggilan video yang berkomunikasi dengan bertatap muka melalui *handphone*) (Surbakti et al., 2023).

Kemudahan dalam media sosial memang membawa banyak manfaat, namun di sisi lain media sosial juga membuka celah lain munculnya berbagai aksi tidak terpuji, salah satunya *Cyberbullying*. Sifat anonim dan jangkauan luas yang dimiliki media sosial membuat para pelaku *Cyberbullying* merasa aman untuk melakukan intimidasi dan pelecehan terhadap korbannya, karena akan sulit menemukan identitas dari pelaku. Biasanya pelaku menggunakan nama samaran agar tidak diketahui identitas aslinya, dan disalahgunakan mereka untuk melakukan tidak baik.

Cyberbullying dan Gen Z

Cyberbullying merupakan sebuah fenomena intimidasi yang terjadi di dunia maya, di mana seseorang menggunakan teknologi seperti chatroom, media sosial, e-mail, atau website untuk melakukan tindakan seperti fitnah, penghinaan, pengancaman, atau penyebaran informasi pribadi yang memalukan tentang orang lain. Keberadaan *Cyberbullying* dianggap sebagai masalah serius dalam dunia digital karena dapat memiliki dampak psikologis yang berat pada korban, terutama

ALGORITMA FYP DALAM TIKTOK DAN PERILAKU GEN. Z

Muhammad Khasanul Huda

Media Kompasiana.com

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Algoritma Fyp TikTok

FYP TikTok, singkatan dari "*For You Page*" TikTok, adalah halaman dalam aplikasi TikTok yang menampilkan konten yang dipersonalisasi untuk setiap pengguna. Halaman FYP menyajikan konten yang dianggap relevan dan menarik berdasarkan preferensi dan aktivitas pengguna. FYP TikTok memiliki peran penting karena menjadi cara utama bagi pengguna TikTok untuk menemukan konten baru. Jika konten Anda muncul di FYP, akan lebih mudah bagi pengguna lain untuk menemukan dan menonton konten tersebut. Dengan demikian, FYP TikTok dapat membantu meningkatkan jumlah penonton dari konten yang diunggah dan untuk dapat mencapai hal tersebut perlu adanya algoritma dalam FYP TikTok.

Algoritma adalah serangkaian langkah atau instruksi yang dirancang untuk menyelesaikan suatu masalah atau mencapai tujuan tertentu. Algoritma digunakan dalam berbagai bidang, termasuk matematika, komputer, dan teknologi informasi, untuk memproses data, melakukan perhitungan, dan menjalankan tugas-tugas kompleks dengan cara yang efisien dan terstruktur. Pada dasarnya, sebuah algoritma dibentuk melalui langkah-langkah atau instruksi yang berurutan dan logis. Setiap langkah dari instruksi tersebut yang dilakukan untuk menjalankan sebuah program harus disertai algoritma yang baik. Algoritma juga merupakan inti dari ilmu komputer atau informatika. Banyak cabang ilmu komputer yang merujuk pada teknologi algoritma, tetapi algoritma tidak selalu identik dengan ilmu komputer. Komputer hanyalah salah satu alat untuk menjalankan sebuah program algoritma. Program adalah implementasi teknik algoritma yang ditulis dalam bahasa pemrograman tertentu sehingga dapat dijalankan oleh komputer.

Berikut adalah alasan mengapa algoritma banyak digunakan dalam pemrograman: (1) Penulisan atau pembuatan algoritma tidak tergantung pada bahasa pemrograman apapun; (2) Notasi algoritma dapat diterjemahkan ke dalam berbagai bahasa pemrograman; (3) Apapun bahasa pemrogramannya, hasil akhirnya akan sama karena algoritma yang digunakan sama (Nasution dkk. 2023).

KOMPARASI KEBEBASAN BEREKSPRESI DENGAN ETIKA BERMEDIA

Batsnah Nuwaifilla

Media suaramerdeka.com

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Definisi dan Landasan Hukum Kebebasan Berekspresi

Kebebasan berekspresi adalah hak masing-masing individu yang sudah ada sejak dilahirkan dan dijamin secara konstitusi. Dalam hal ini Negara Republik Indonesia sebagai negara hukum dan demokratis memiliki wewenang dalam mengatur dan melindungi pelaksanaannya. Kebebasan dalam berekspresi ini diatur dalam perubahan keempat Undang-Undang Dasar 1945 pasal 28 E ayat (3) setiap orang berhak atas kebebasan berserikat, berkumpul, dan mengungkapkan pendapat. Kebebasan berekspresi merupakan hak yang mendasar dalam kehidupan bernegara. Hak kebebasan ini dimiliki oleh setiap individu tanpa memandang ras, suku, serta agama. Kebebasan beragama dapat dilakukan dalam berbagai bentuk, seperti dalam bentuk tulisan, diskusi, buku, maupun kegiatan pers. (Selian & Melina, 2018)

Kebebasan berekspresi dapat juga disebut sebagai kebebasan berbicara. Kebebasan berekspresi ini memiliki keterkaitan dengan kebebasan pers. Kebebasan berekspresi mengandung kebebasan secara langsung, ekspresi budaya, audiovisual, cetak, dan artistic politik. Sedangkan pers lebih terfokus pada media penyiaran dan cetak yang berhubungan dengan jurnalis dan jurnalisme. Kebebasan berekspresi lebih bersifat rumit dan cenderung tidak absolut yang diikuti dengan tanggung jawab tertentu, “wajib mematuhi sejumlah pembatasan yang ditetapkan oleh hukum dan diperlukan”. Hal ini menjadi rumit karena “hak ini melindungi hak pembicara sekaligus pendengar”. Kedua hak tersebut dapat bertolak belakang dan sulit untuk diselaraskan. Hak yang sering mengalami perbedaan yang tidak mudah menemukan keseimbangan antara kehormatan, privasi, dan keselamatan. (Kusumo et al., 2021)

Seperti yang telah disinggung pada pembahasan diatas bahwa Negara Indonesia merupakan negara hukum yang diatur dalam Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia tahun 1945 salah satunya dalam Undang-Undang Dasar 1945 pasal 28 E ayat (3). Seperti yang dikatakan oleh John W. Johnson bahwa

INTERPERSONALITY GEN. Z MEDIA DAN REALITAS

Syifaul Fuaddah

Media mahasiswa Indonesia

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Interpersonality Gen. Z Media dan Realitas merujuk pada cara generasi Z (lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an) berinteraksi dan menggunakan media, serta bagaimana media membentuk dan mempengaruhi realitas sosial mereka. Gen Z yang dikenal sangat dekat dengan teknologi dan media sosial, platform yang biasa digunakan seperti Instagram, TikTok, X, dan *YouTube* untuk berkomunikasi, mendapatkan informasi, dan membentuk identitas mereka. Interaksi interpersonal mereka sering terjadi secara *online*, mempengaruhi cara mereka membangun hubungan sosial. Identitas *online* mereka sering berbeda dari identitas *offline*, yang memperlihatkan bagaimana mereka ingin dilihat oleh dunia. Media membentuk pandangan dunia mereka, dipengaruhi oleh persepsi mereka mengenai isu-isu sosial, politik, dan budaya. Gen Z juga dikenal lebih kritis terhadap informasi, mencari sumber yang terpercaya dan menggunakan media sosial untuk advokasi dan perubahan sosial (Ningsih & Fatmawati, 2024).

Interpersonality Gen. Z Media dan Realitas menggambarkan bagaimana identitas online generasi Z sering kali berbeda dari identitas offline mereka, mencerminkan keinginan untuk dilihat dengan cara tertentu oleh dunia. Di media sosial, Gen Z mengkurasi identitas mereka dengan hati-hati, memilih apa yang akan dibagikan dan bagaimana menampilkan diri mereka. Tekanan sosial dan ekspektasi untuk tampil sempurna sering kali membuat mereka menciptakan versi ideal dari diri mereka yang berbeda dari identitas asli dalam kehidupan sehari-hari. Anonimitas dan kebebasan ekspresi *online* menjadikan mereka untuk mengekspresikan aspek-aspek tertentu dari diri mereka yang mungkin tidak dapat ditunjukkan dalam kehidupan *offline* karena stigma sosial atau keterbatasan lingkungan. Mereka sering memiliki berbagai akun dan persona di *platform* yang berbeda untuk tujuan yang berbeda, menyeimbangkan antara menunjukkan versi terbaik dari diri mereka dan tetap menjadi autentik. Komunitas *online* buasanya juga berperan aktif dalam mendukung dan mempengaruhi identitas mereka, memberi mereka ruang untuk bereksperimen dan menemukan dukungan yang

LITERASI DIGITAL MELALUI *QUOTES* DAN *MEME*

Diana Fithriyah

Media baladena.id

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Konsep Literasi Digital Melalui *Quotes* Dan *Meme*

Di era digital saat ini, literasi digital telah menjadi keterampilan yang sangat penting bagi individu dalam berinteraksi dengan teknologi dan informasi. Literasi digital tidak hanya mencakup kemampuan teknis dalam menggunakan perangkat dan aplikasi, tetapi juga melibatkan kemampuan untuk mencari, mengevaluasi, dan menggunakan informasi dari berbagai sumber digital secara kritis dan kreatif. Dengan begitu banyaknya informasi yang tersedia, penting bagi individu untuk memiliki keterampilan yang memadai agar dapat menavigasi dunia digital dengan bijak (Irfan et al., 2023).

Tantangan literasi digital semakin kompleks seiring kemajuan teknologi. Setiap pengguna internet harus menghadapi masalah seperti disinformasi, privasi, dan etika digital. Akibatnya, membangun kemampuan berpikir kritis dan berkomunikasi yang efektif sangat penting bagi siswa untuk mengatasi dunia digital. Akibatnya, meme dan kutipan dapat menjadi alat yang berguna untuk meningkatkan pemahaman siswa tentang literasi digital dan mendorong mereka untuk berpikir lebih dalam tentang masalah yang relevan.

Kutipan dari tokoh terkenal sering kali menyampaikan pesan yang mendalam dan dapat memicu perdebatan tentang pentingnya literasi digital. Guru dapat membantu siswa memahami konsep seperti tanggung jawab sosial, inovasi, dan kreativitas dengan menggunakan kutipan. Meme, di sisi lain, adalah komponen penting dari komunikasi digital, memiliki kemampuan untuk menyampaikan pesan yang kompleks dengan cara yang sederhana dan menarik. Meme dapat digunakan untuk menjelaskan masalah penting seperti disinformasi dan etika berbagi konten, sehingga pembelajaran menjadi lebih interaktif dan relevan.

Dengan menggunakan meme dan kutipan dalam pendidikan, kita tidak hanya membantu siswa memahami literasi digital, tetapi juga mendorong mereka untuk menjadi pembelajar yang mandiri dan kreatif. Mereka juga dapat mengembangkan

Evolusi Preferensi Hiburan Generasi Z

Azzam Nabil Hibrizi

Media hijratuna.com

UIN K.H. Abdurrahman Wahid Pekalongan

Tak dapat dipungkiri bahwa kemajuan teknologi saat ini telah masuk ke dalam segala segi kehidupan manusia. Salah satunya adalah sarana dan prasarana hiburan yang dikonsumsi oleh generasi Z saat ini. Generasi ini lahir pada rentang waktu 1996 hingga 2010 (Mccrindle, 2014, p. 10). Sebagai generasi yang lahir di dunia yang sudah disuguhkan dengan berbagai macam teknologi, hal ini mempengaruhi sarana hiburan yang sangat berbeda antara generasi Z dengan generasi sebelumnya. Perbedaan inilah yang mungkin menjadi kesenjangan dalam pemahaman terhadap teknologi dan juga terkait pemanfaatannya, termasuk sebagai preferensi hiburan. Berikut penjabaran terkait bagaimana perkembangan media hiburan, termasuk yang mungkin di awal munculnya generasi Z, mereka masih mengalami masa peralihan media hiburan yang dirasakan oleh generasi millennial.

Preferensi media hiburan di awal munculnya generasi Z (1996-2000)

Jauh sebelum lahirnya media sosial seperti sekarang, media hiburan generasi Z pada periode awal ini di dominasi oleh televisi dan radio. Dari kedua media tersebut, jika melihat sejarah perkembangannya, siaran Radio sendiri sudah mulai tumbuh sejak 1920-an dan mengalami masa kejayaannya enam tahun kemudian, dimana stasiun siaran besar mulai bermunculan, seperti NBC (National Broadcasting System) dan CBS (Columbia Broadcasting System). Sebagai media hiburan tertua, radio memiliki beberapa kelebihan, yakni dapat menciptakan imajinasi pendengar dan dapat dinikmati sembari melakukan pekerjaan lain.

Sedangkan, media televisi ini mulai muncul bersamaan dengan era kejayaan radio, yakni pada tahun 1926, dan di tahun 1947 berbagai stasiun televisi komersil mulai bermunculan. Adanya televisi ini, meskipun masih bernuansa hitam putih, dapat membawa ketertarikan tersendiri bagi penonton pada masanya. Dengan menampilkan gambar bergerak yang menunjukkan informasi serta acara-acara hiburan lainnya, penonton dapat merasa lebih terhibur, meski di awal perkembangan televisi hanya mampu mengusung visualnya saja. Namun pada era

DAFTAR PUSTAKA

- AHMAD, A. (2012). Perkembangan Teknologi Komunikasi Dan Informasi. *Jurnal Dakwah Tabligh*, 13(1), 137-149.
- Aksenta, A., Irmawati, Hayati, N., Sepriano, Herlinah, Silalahi, A. T., Pipin, S. J., Abdurrohman, I., Boari, Y., Mardiana, S., Sutoyo, M. N., Sumardi, Gani, I. P., & Ginting, T. W. (2023). Literasi Digital: Pengetahuan & Transformasi Terkini Teknologi Digital Era Industri 4.0 dan Society 5.0. *In Perspektif* (Vol. 1, Issue 2).
- Alfian, R., & Hamid, I. (2023). Resistensi Digital: Klikivisme Terhadap Kebijakan Kereta Gantung Di Nusa Tenggara Barat. *Politea. Jurnal Politik Islam*, 6(2), 121-141. <https://doi.org/10.20414/politea.v6i2.8894>
- Amiman, R., Mokalu, B., & Tumengkol, S. (2022). Peran Media Sosial Facebook Terhadap Kehidupan Masyarakat Di Desa Lalue Kecamatan Essang Kabupaten Kepulauan Talaud. *Journal Ilmiah Society*, 2(3), 1-9.
- Amrita, N. D. A., & Dkk. (2024). Digital Marketing (Efitra (Ed.)). PT. Green Pustaka Indonesia.
- Annisa Muasrani, A. (2022). Catcalling Sebagai Bentuk Pelecehan Secara Verbal (Studi Semiotika Pada Film Pendek Lantangkan). Universitas Islam Negeri Sultan Syarif Kasim Riau.
- Annisa Mustika, & Gita Amelia Oktaviana. (2022). Analisis Makna Tersirat dalam Postingan Instagram Rintik Sedu. *Protasis: Jurnal Bahasa, Sastra, Budaya, Dan Pengajarannya*. <https://doi.org/10.55606/protasis.v1i2.46>
- Arta, A., Faizal, M. A., Asiyah, B. N., & Mashudi. (2023). The Role of Edupreneurship in Gen Z in Shaping Independent and Creative Young Generation. *Maro: Jurnal Ekonomi Syariah Dan Bisnis*, 6(2), 231-241. <https://doi.org/10.31949/maro.v6i2.5673>
- Asela, S., & Dkk. (2020). Peran Media Interaktif dalam Pembelajaran PAI bagi Gaya Belajar Siswa Visual. *JIP: Jurnal Inovasi Penelitian*, 1(7), 1297-1304.
- Asmarantika, R. A., Magnus Prestianta, A., & Evita, N. (2022). Pola konsumsi media digital dan berita online Gen Z Indonesia. *Jurnal Kajian Media*, 6(1), 34-44. <http://ejournal.unitomo.ac.id/index.php/ilkom/index>
- Aulia Vira, T. Y. N. L. (2022). Pengaruh Konten Video Tiktok @Aulion Terhadap Perilaku Kreatif Mahasiswa. *Media Bina Ilmiah*, 16(11), 7823.
- Aziz, H. (2023). Nostalgia Dengan Game Jadul Facebook yang Tinggal Kenangan. *IDN Times*.
- Azzahra, A., Rouli Manalu, S., Noor Rakhmad, W., Studi, P. S., Komunikasi, I., Soedarto, J., & Tembalang Semarang Kotak, S. (2021). Pengalaman

Komunikasi Kelompok Usia Dewasa Dalam Kekacauan Informasi Seputar Covid-19 Di Media Sosial. i.

- BantenNews.co.id. 2024. "Memahami Karakter Gen Z yang Sering Disebut Digital Native." www.bantennews.co.id, Januari 7.
- Bara, A. K. B. (2012). Membangun Kreatifitas Pustakawan di Perpustakaan. *Jurnal Iqra'*, 6(2), 40–51.
- Bhattacharya, S. (2021). The Road Ahead. *SpringerBriefs in Petroleum Geoscience and Engineering*, 167–172. https://doi.org/10.1007/978-3-030-71768-1_6
- Bulut, S. (2021). Generation Z and its Perception of Work through Habits, Motivations, Expectations Preferences, and Work Ethics. *Psychology and Psychotherapy Research Study*, 4(4), 1–5. <https://doi.org/10.31031/pprs.2020.04.000593>
- Caesar, R. (2015). Kajian Pustaka Perkembangan Genre Games Dari Masa Ke Masa. *Journal of Animation and Games Studies*, 1(2), 113–134.
- Chandra, E. (2018). Youtube, Citra Media Informasi Interaktif Atau Media. *Jurnal Muara Ilmu Sosial*, 1(2), 406–417. <https://doi.org/10.13140/RG.2.2.15855.69287>
- Datareportal. (2023). Gambar 1.1. Penggunaan Media Sosial di Indonesia Tahun 2023 1. 1–13.
- Dihni VA. (2022). Survei: Mayoritas Publik Tahu Etika Digital dalam Gunakan Media Sosial. Databoks.
- Dorisman, A., Muhammad, A. S., & Setiawan, R. (2021). Kolaborasi Antar Stakeholder dalam Penanggulangan Kecelakaan Lalu Lintas. *JIANA: Jurnal Ilmu Administrasi Negara*, 9(1), 70–83.
- Faniq, 2021. (2021). Tiktok Sebagai Media Kreativitas Di Masa Pandemi Covid-19. *Jurnal Dakwah*, 22(1), 105–130.
- Graciella Susanto, Deonvito Leo, Rachel Evelyn, dan Hubert Felicio. 2023. "Pemanfaatan Algoritma Tiktok Dan Instagram Untuk Meningkatkan Brand Awareness." *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan* 9 (22).
- Guntara, B., & Herry, A. S. (2022). Jurnal Pendidikan dan Konseling "Hak Kebebasan Berpendapat Di Media Sosial Dalam Perspektif Hak Asasi Manusia." *Jurnal Pendidikan Dan Konseling*, 3(1), 1349–1358.
- Hafidz, S. S., & Dkk. (2022). *Komunikasi Pemasaran Pariwisata*. Unitomo Press.
- Hamdanah, H., & Surawan, S. (2022). *Remaja dan dinamika: tinjauan psikologi dan pendidikan*. K-Media.
- Hananto, A. (2021). Flashback dari 1g 2g 3g hingga 4g, bagaimana mereka mengubah hidup kita. Good News from Indonesia.

- Hapsari Wijayanti, S., Sihotang, K., Emmily Dirgantara, V., & Maytriyanti. (2022). Bentuk-Bentuk Etika Bermedia Sosial Generasi Milenial. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 129–146. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol16.iss2.art3>
- Hapsari Wijayanti, S., Sihotang, K., Emmily Dirgantara, V., & Maytriyanti. (2022). Bentuk-Bentuk Etika Bermedia Sosial Generasi Milenial. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 129–146. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol16.iss2.art3>
- Hardian, V., & Eric Hermawan. (2022). Gaya Kepemimpinan Transformatif Untuk Gen Z. *KENDALI: Economics and Social Humanities*, 1(1), 32–38. <https://doi.org/10.58738/kendali.v1i1.15>
- Haryanto, E. V. (2012). Sistem Operasi. CV. Andi Offset.
- Helianthusonfri, J. (2014). 1 Juta Rupiah Pertama Anda dari Twitter. PT. Elex Media Komputindo.
- Hidayat, A., & Setyanto, Y. (2019). Fenomena catcalling sebagai bentuk pelecehan seksual secara verbal terhadap perempuan di Jakarta. *Koneksi*, 3(2), 485–492.
- Husna, Arina Himatul, dan Desy Mairita. 2024. “Gen Z dan Perilaku Konsumsi Konten Influencer pada TikTok.” *Jurnal Riset Komunikasi* 7(1): 86–100. doi:10.38194/jurkom.v7i1.1002.
- ibm. t.t. “Apa itu algoritma machine learning?” www.ibm.com.
- III.A.1.b.1.2_Tantangan_Etika_dan_Regulasi_Media_Digital.pdf. (n.d.).
- Iqfani, I. (2022). Analisa perancangan feature program “secangkir kopi dan sebaity syukur.” *Inter Community: Journal of Communication Empowerment*. <https://doi.org/10.33376/ic.v3i1.1145>
- Irawan, A. (2017). *101 Amazing Sales Ideas*. Anak Hebat Indonesia.
- Irfan, M., Sainab, & Fitrah. (2023). Tingkat Literasi Media Digital pada Mahasiswa Pendidikan Biologi di Era Revolusi Industri 4.0. *Indonesian Journal of Educational Science (IJES)*. <https://doi.org/10.31605/ijes.v5i2.2396>
- Irham Akbar, M., & Rezza Fahlevvi, M. (2023). Cegah Penyebaran Misinformasi di Media Sosial Menggunakan Peralatan dan Fitur Literasi Digital. *RENATA: Jurnal Pengabdian Masyarakat Kita Semua*. <https://doi.org/10.61124/1.renata.2>
- Istanto, Y., Rahatmawati, I., Sugandini, D., Arundati, R., & Adisti, T. (2020). Pemasaran Melalui Media Sosial Pada Usaha kecil.
- Karina, M., Bila, N. S., Primantari, R., Tara, J. D., Rahmawati, A. F., Murti, N. W., Quintara, M. A., Hanifah, F., Wahyuni, D., A, A. A., & Novita, M. V. (2021). Gen Z insights: Perspective on education. In UNISRI Press (p. 3).

- Kartini, Gultom, N., Sari, N., & Annisa, A. N. (2023). Penelitian Sejarah Sosial Media *Dawatuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, 3(3), 1001–1005. <https://doi.org/10.47476/dawatuna.v3i3.3024>
- Kencana, W. H., Situmeang, I. V. O., Meisyanti, M., Rahmawati, K. J., & Nugroho, H. (2021). Penggunaan Media Sosial dalam Portal Berita Online. *IKRA-ITH HUMANIORA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 6(2), 136–145. <https://doi.org/10.37817/ikraith-humaniora.v6i2.1509>
- Khaeroni, C. (2022). Diskrupsi Digital, Humanisasi dan Masa Depan Pendidikan (Studi Sintesa Pemikiran Paulo Freire dan Muhammad Iqbal dalam Menghadapi Pendidikan di Era Revolusi Industri 4.0 dan Society 5.0. Repository UIN Syarif Hidayatullah, 250. https://repository.uinjkt.ac.id/dspace/bitstream/123456789/74930/1/CA_HAYA_KHAERONI_SPs.pdf
- Khairunnisa, N. (2024). Cara Mengaktifkan TikTok Adsense dan Jenis-Jenisnya yang Bisa Dicoba. 24 Januari 2024.
- KOMINFO. (2024). Hingga Akhir Tahun 2023, Kominfo Tangani 12.547 Isu Hoaks. Siaran Pers.
- Kurnianto, A. (2015). Tinjauan Singkat Perkembangan Animasi Indonesia Dalam Konteks Animasi Dunia. *Humaniora*, 6(2). <https://doi.org/10.21512/humaniora.v6i2.3335>
- Kusumo, V. K., Lien, I., Junia, R., & Prianto, Y. (2021). Pengaruh UU ITE Terhadap Kebebasan Berekspresi Di Media Sosial Dampak positif Medsos. *SENAPENMAS* (Seminar Nasional Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat 2021 Pengembangan Ekonomi Bangsa Melalui Inovasi Digital Hasil Penelitian Dan Pengabdian Kepada Masyarakat), 1069–1078.
- Magan, R. P., Martin, & Anggara, V. (2022). Etika Bermedia Sosial Bagi Generasi Z. *Jurnal Filsafat Terapan*, 1(1), 1–25. <https://doi.org/10.11111/moderasi.xxxxxxx>
- Matamaya. 2024. “FYP TikTok: Pengertian, Algoritma, dan Cara Masuk FYP.” matamaya.id. Januari 8.
- Maulidina Tsani, E., Kamila Augest, W., Afriyan Hidayat, R., Aurellia Sahfrina, N., & dan Konseling, B. (2024). Cyberbullying: Tantangan Bagi Pengguna Media Sosial Terhadap Kesehatan Mental di Indonesia. *Student Scientific Creativity Journal (SSCJ)*, 2, 20–29.
- Mccrindle, M. (2014). *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. McCrindle Research Pty Ltd.
- Mohamad Sabda Fariz Akbar, Ridwan Fauzi, Zaqi Abdillah Tsamanyah, A. M. (2022). Pengaruh Penggunaan Gadget Dalam Kegiatan Belajar Dan Mengajar

- Terhadap Pembentukan Karakter Anak Generasi Z. *Jurnal Pendidikan Dasar Dan Sosial Humaniora*, 2(2), 375–384.
- Muhammad Fadillah, Aulia Nurbaqis, & Lia Agustina. (2022). Pengaruh Konten Digital Terhadap Generasi Z Dalam Pemanfaatan Media Sosial Dan Digital Native Di Kota Tanjungpinang. *Al Yazidiy Jurnal Sosial Humaniora Dan Pendidikan*, 4(2), 01–11. <https://doi.org/10.55606/ay.v4i2.29>
- Muktiyo, W. (2024). *Ragam Praktik Public Relations dan Riset Virtual*. Penerbit Nasmedia Indonesia.
- Murfianti, F. (2020). Meme Di Era Digital Dan Budaya Siber. *Acintya Jurnal Penelitian Seni Budaya*. <https://doi.org/10.33153/acy.v11i1.2613>
- Muttaqin., Arafa, M., Kumala Jaya, A., Mohamad Arif Suryawan, Z. G., & Astri Rumondang Banjarnahor, Danny Philipe Bukidz, Hazriani Mariana Simanjuntak, Nurirwan Saputra, F. (2023). Implementasi AI Dalam Kehidupan. In *Yayasan Kita Menulis*. <http://repository.upy.ac.id/4945/1/FullBook> Implementasi Artificial Intelligence (AI) dalam Kehidupan.pdf
- Nasution, Zulaini Masruro, Miranda Meylissa Siadari, Intan Julia Sari Saragih, Ika Okta Kirana, dan Zulia Almaida Siregar. 2023. “Penerapan Matematika Algoritma dalam Bidang Komputer.” *FARABI: Jurnal Matematika dan Pendidikan Matematika* 6 (2): 180–91. doi:10.47662/farabi.v6i2.634.
- Naufal, H. A. (2021). LITERASI DIGITAL. *Perspektif*. <https://doi.org/10.53947/perspekt.v1i2.32>
- Nugraha, D. (2022). Literasi Digital dan Pembelajaran Sastra Berpaut Literasi Digital di Tingkat Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i6.3318>
- Nurlina, M., Anggraini, A., & Meriyandah, H. (2022). Hubungan Intensitas Penggunaan Media Sosial Pada Tingkat Kecemasan Generasi Z Mahasiswa Keperawatan Di Stikes Medistra Indonesia Tahun 2022. *Jurnal Ilmu Kesehatan Mandira Cendika*, 1(1), 97–104.
- Nusantara, C. (2017). Peran Media Sosial untuk Peningkatan Kreativitas. *Jurnal Kewarganegaraan*, 1(2), 37–40.
- Pamungkas, S. (2014). Kebebasan Berekspresi dalam Peraturan Tentang Isi Media di Indonesia.
- Pangesti, A. T. (2023). Persepsi Mahasiswa Terhadap Fenomena Catcalling (Studi Fenomenologi pada Mahasiswa Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang).
- Pendidikan_untuk_Gen_Z_Top_8_Skills_untu. (n.d.).

- Rahmatika, C., & Dkk. (2023). Komunikasi Efektif untuk Mahasiswa Sarjana Terapan Manajemen Informasi Kesehatan. Penerbit Adab.
- Ramadhanis, S. A. (n.d.). Sosialisasi Penggunaan Internet Sebagai Upaya Penanaman Literasi Digital Bagi Remaja. Program Studi Sosiologi Fakultas Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik Universitas.
- Ratnasari, I., Arnu, A. P., & Hannie. (2021). *Digital Marketing pada Start Up dan UMKM*. Absolute Media.
- Saliin, E. (2023). Social Media Marketing. In Social Media Analyticsin Predicting Consumer Behavior (Issue June). <https://doi.org/10.1201/9781003200154-2>
- Sefia Esa Puspita Anggraeni, Khoirunisa Wahida, & Andina Arsy Hanifah. (2023). Konstruksi Realitas Sosial: Sosial Media Sebagai Sarana Kreasi dan Ekspresi Karya Mahasiswa Universitas Jember. *Media Informasi Penelitian Kabupaten Semarang*, 5(2), 250–265. <https://doi.org/10.55606/sinov.v5i2.702>
- Selian, D. L., & Melina, C. (2018). Kebebasan Bereksprei Di Era Demokrasi: Catatan Penegakan Hak Asasi Manusia. *Lex Scientia Law Review*, 2(2), 189–198. <https://doi.org/10.15294/lesrev.v2i2.27589>
- Simbolon, S., Kurniason, H. T., & Simbolon, T. N. (2021). Pengembangan Instrument Tes Berpikir Kritis Gen-Z Dalam Materi Manusia dan Cinta. *Ganaya: Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 4(2), 607–622. <https://doi.org/10.37329/ganaya.v4i2.1379>
- Sitorus, H. J., Tanoyo, M., & . I. (2024). Polarisasi Politik Melalui Interaksi Sosial Di Instagram: Studi Kasus Pemilu 2024 Di Indonesia. *JKOMDIS: Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Media Sosial*, 4(2), 383–394. <https://doi.org/10.47233/jkomdis.v4i2.1675>
- Smahel, D., Machackova, H., Mascheroni, G., Dedkova, L., Staksrud, E., Ólafsson, K., Livingstone, S. O. 2020: S. results from 19, & Hasebrink, U. (2020). EU Kids countries. February, 156. <https://doi.org/10.21953/lse.47fdeqj01ofo>
- Sobon, K., Fauziah, P. Y., & Malingkas, M. (2024). Keluarga: Sumber Pendidikan Karakter Digital bagi Anak di Era Society 5.0. *Innovative: Journal Of Social ...*, 4, 11359–11374.
- Surbakti, M. F. A., Mutiawati, M., & Ritonga, H. J. (2023). Membangun Koneksi dengan Generasi Milenial: Strategi Dakwah yang Efektif dalam Era Digital. *Al-DYAS*, 2(2), 298–306.
- Terranovasecurity. (2023). *Data Privacy on Social Media: How to Protect Your Information*. Terranova Security.
- Timori Kansaki, Ngajudin Nugroho, Fauzi Akbar Maulana Hutabarat, Elserra Siemin Ciamas, & Arwin. (2021). Gaya Kepemimpinan Terhadap Motivasi Kerja Gen-Z (Studi Kasus pada Mahasiswa Politeknik Cendana Medan). *ARBITRASE:*

Journal of Economics and Accounting, 2(2), 46–50.
<https://doi.org/10.47065/arbitrase.v2i2.284>

- Ulfah, M. (2020). *Digital Parenting: Bagaimana Orang Tua Melindungi Anak-anak dari Bahaya Digital?* Edu Publisher.
- UNICEF. (2020). Perundungan Di Indonesia: Fakta-fakta Kunci, Solusi, dan Rekomendasi.
- Utami, A. S. F., & Baiti, N. (2018). Pengaruh media sosial terhadap perilaku cyberbullying pada kalangan remaja. *Cakrawala-Jurnal Humaniora*, 18(2), 257–262.
- Wahid, U. (2024). *Facebook Ruang Perdebatan Kebijakan Pemerintah*. Indigo Media.
- Wulandari, V., Rullyana, G., & Ardiansah, A. (2021). Pengaruh algoritma filter bubble dan echo chamber terhadap perilaku penggunaan internet. *Berkala Ilmu Perpustakaan Dan Informasi*, 17(1), 98–111.
<https://doi.org/10.22146/bip.v17i1.423>
- Yoshio, A. (2022). *Kilas Perjalanan Perkembangan Hp Di Indonesia*. Katadata.Co.Id.
- Yulieta, F. T., Syafira, H. N. A., Alkautsar, M. H., Maharani, S., & Audrey, V. (2021). Pengaruh cyberbullying di media sosial terhadap kesehatan mental. *De Cive: Jurnal Penelitian Pendidikan Pancasila Dan Kewarganegaraan*, 1(8), 257–263.
- Zulkifli. (2014). Warung Internet: Gerbang Dunia Virtual Remaja Kota Medan. *Jurnal Bahas, XL*(90), 1–19.

Jejak Maya: Menelisik Media Bersama Generasi Z

Di era di mana garis antara dunia nyata dan dunia maya kian memudar, hadir generasi baru yang tumbuh dengan semesta digital sebagai bagian tak terpisahkan dari kehidupan mereka—Generasi Z. Mereka lahir di tengah pusaran informasi, di mana media bukan hanya alat, tetapi ruang hidup yang merangkai cerita, menciptakan makna, dan membentuk identitas. Buku ini, "Jejak Maya: Menelisik Media Bersama Gen Z," adalah penelusuran jejak yang ditinggalkan oleh generasi ini di lanskap media yang terus berkembang dan bergejolak.

Disusun dari pandangan tajam para akademisi jurnalistik yang berdedikasi, karya ini mengangkat narasi mengenai hiruk-pikuk media digital, bukan sekadar sebagai objek kajian, tetapi sebagai dunia yang dihidupi dan diresapi oleh Generasi Z. Dengan rentang pembahasan yang meliputi kecenderungan penggunaan media sosial, perubahan dalam pola konsumsi berita, hingga pengaruh budaya digital terhadap bahasa dan identitas, buku ini tidak hanya merefleksikan perubahan, tetapi juga mengajak pembaca untuk merenungkan dampaknya terhadap keberlangsungan komunikasi, kebebasan berekspresi, dan pemahaman tentang diri di era digital.

Melalui tulisan-tulisan yang penuh semangat dan analisis yang mendalam, kita diajak menelusuri cara Generasi Z menciptakan jejak maya yang mencerminkan ketidakpastian sekaligus harapan mereka. Di balik setiap kata yang tertulis, tersirat pertanyaan akan arah yang hendak dituju oleh generasi ini dalam membangun ruang dialog yang autentik, humanis, dan berkelanjutan di tengah derasnya arus informasi. Semoga buku ini menjadi jembatan pemahaman dan ruang kontemplasi bagi setiap pembaca untuk lebih memahami jejak maya yang ditinggalkan Generasi Z, yang bukan sekadar jejak digital, tetapi jejak peradaban yang membentuk masa depan.

ISBN 978-623-89817-1-7 (PDF)



9

786238

981717

Penerbit:

 **Muntaha Noor Institute**

Jl. Bungur No. 20 RT 02 RW 11 Pekunden
Pelutan Pemalang 52311 Jawa Tengah

Website : <https://book.muntahanoorinstitute.com/index.php/mni>



IKAPI
IKATAN PENERBIT INDONESIA

Nomor Anggota IKAPI :
242/Anggota Luar BiasaJTE/2022