

ETIKA BERKOMUNIKASI PADA KALANGAN PEMUDA GEN-Z DALAM ERA MEDIA DIGITAL

Amanda Rezky¹, Yudi Saswadi², Endang Aslinda³,
Suciatin Milda⁴, Wulan Sri Andriani⁵
PPKn FKIP Universitas Mataram
Amandarizki409@gmail.com

ABSTRACT

Communication ethics is very important in the current digital media era, especially among the younger generation of Generation Z (Gen-Z). This research aims to see and determine the perceptions of the young generation of Gen-Z regarding communication ethics, as well as the communication applications they often use, and also the communication challenges they often experience in the current digital media era. The method used in this research is qualitative research with a phenomenological type. The research results show that the majority of Gen-Z teenagers' perceptions of communication ethics are students, namely 87.46%. And the communication application that is widely used by the younger generation of Gen-Z is WhatsApp 29%, students with the largest number 62, followed by communities 8 and students 7. And the challenges that are often experienced are the spread of false information (Hoax) 47, students with the number 38, followed by community of 6 and 3 students.

Keywords: Communication Ethics, Gen-Z, Digital Media

ABSTRAK

Etika berkomunikasi menjadi sangat penting dalam era media digital saat ini, apalagi pada kalangan pemuda generasi z (Gen-Z). Penelitian ini bertujuan untuk melihat dan mengetahui persepsi pemuda Gen-Z terhadap etika berkomunikasi, serta aplikasi komunikasi yang sering mereka gunakan, dan juga tantangan etika berkomunikasi yang sering mereka alami di era media digital saat ini. Metode yang digunakan dalam penelitian ini berupa penelitian kualitatif dengan jenis fenomenologi. Hasil penelitian menunjukkan bahwa persepsi pemuda Gen-Z terhadap etika berkomunikasi yang paling banyak yaitu mahasiswa 87,46%. Serta aplikasi komunikasi yang banyak digunakan oleh pemuda Gen-Z adalah WhatsApp 29%, mahasiswa dengan jumlah terbanyak 62, disusul masyarakat 8 dan siswa 7. Dan tantangan yang sering dialami adalah penyebaran informasi palsu (Hoax) 47, mahasiswa dengan jumlah 38, disusul masyarakat 6 dan siswa 3.

Kata Kunci: Etika Berkomunikasi, Gen-Z, Media Digital

A. Pendahuluan

Pada era digital yang berkembang pesat ini, teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah mengubah cara manusia berinteraksi, khususnya

pada kalangan pemuda Generasi Z (Gen-Z) yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Gen-Z dikenal sebagai generasi yang sangat akrab dengan berbagai platform media sosial dan

aplikasi digital, yang memungkinkan mereka untuk berkomunikasi secara cepat dan luas. Etika berkomunikasi di era digital memberikan ruang bagi individu untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan mengekspresikan pendapat. Secara umum etika sendiri merupakan norma, pedoman, aturan dan acuan tata cara untuk melakukan perbuatan sehari-hari. Tanpa adanya etika, seseorang tidak dapat mengetahui batasan baik buruknya perilaku yang dilakukan. Sedangkan komunikasi adalah proses antara manusia yang satu dengan yang lainnya dalam berhubungan untuk menyampaikan suatu informasi agar dapat dimengerti kedua pihak. Jadi etika komunikasi merupakan aturan atau norma berkomunikasi dalam media digital. Etika berkomunikasi dalam media digital sangat diperlukan terutama bagi generasi Z (Gen-Z) dan juga masyarakat yang merupakan pengguna aktif media digital (Turnip & Siahaan, 2021).

Tumbuh kembangnya etika dalam masyarakat sangat penting karena dapat meminimalisirkan pengaruh negatif yang ditimpulkan dari perbedaan cara pandang atau tanggapan seseorang terhadap pengguna lain. Etika berkomunikasi mengajarkan masyarakat dalam

bertutur kata yang baik dalam media digital, tidak hanya tutur kata saja tetapi harus dilihat dari niat tulus yang diekspresikan dari ketenangan, kesabaran dan empati kita dalam berkomunikasi di media digital (Dewi, 2019). Selain itu etika berkomunikasi juga sangat penting bagi pemuda Gen-Z, salah satunya bagi mahasiswa. Dimana etika berkomunikasi ini mengajarkan mereka cara berkomunikasi dengan pengguna lain di media digital dengan sopan santun. Seperti saat pengirim pesan kepada Dosen, mahasiswa harus memastikan mengirim pesan di jam kerja bukan saat malam hari, kecuali urgent karena ada beberapa hal yang gak bisa di tunda atau Dosen sudah konfirmasi kalo boleh chat bebas. Dan juga buka obrolan dengan ucapan assalamualaikum bagi yang islam, jika agama lain disesuaikan agar terlihat sopan dan menghormati Dosen (PALOGAN, 2020).

Aplikasi komunikasi yang sering digunakan pemuda Gen-Z dan masyarakat menurut (Ningsih et al., 2022) adalah aplikasi Zoom, yang dimana Zoom merupakan aplikasi yang menyediakan layanan konferensi jarak jauh dengan menggabungkan konferensi video, pertemuan online, obrolan, hingga

kolaborasi seluler. Aplikasi ini milik perusahaan Zoom Video Communications yang berpusat di San Jose, California. Selain aplikasi Zoom, menurut (Sikumbang et al., 2024) Instagram juga menjadi aplikasi komunikasi yang digemari oleh pemuda gen z dan masyarakat karena memiliki beberapa keunggulan yaitu Instagram memungkinkan pengguna untuk berbagi foto, gambar, video, lokasi, dan berbagai jenis konten visual lainnya dengan mudah. Gen z senang menggunakan Instagram untuk mencari inspirasi, berbagi petualangan, dan mengikuti tren terbaru.

Menurut (Ningsih et al., 2022) aplikasi yang sering digunakan oleh pemuda Gen-Z dan masyarakat adalah WhatsApp, WhatsApp sendiri merupakan sebuah aplikasi berbasis internet yang sangat serbaguna. Selain berfungsi sebagai alat komunikasi sehari-hari, WhatsApp juga dapat digunakan untuk berbagai keperluan, seperti berbagi informasi, bertukar media, hingga berdiskusi dalam kelompok. Keunggulan WhatsApp tidak hanya terletak pada kemampuan berkiriman instan, tetapi juga dalam fleksibilitasnya untuk mendukung komunikasi yang cepat dan efektif dalam berbagai situasi. Hal

ini membuat WhatsApp menjadi salah satu aplikasi yang sangat diandalkan oleh berbagai kalangan, baik pelajar, pekerja, maupun masyarakat umum.

Namun, kemudahan akses ini juga membawa tantangan besar dalam hal etika berkomunikasi. Menurut (Adiansah et al., 2019) bahwa penggunaan media sosial yang tinggi pada pemuda Gen-Z terutama remaja mengakibatkan interaksi dalam lingkungan sosial di dunia nyata semakin berkurang. Seperti tata krama remaja saat ini cenderung berkurang. Tidak jarang di media sosial kita melihat remaja yang berkelahi dengan gurunya atau berani memukul orang tuanya. Disini dapat kita lihat bahwa etika komunikasi dalam media digital itu diperlukan agar pemuda Gen-Z tidak kecanduan atau ketergantungan terhadap media digital atau internet. Mereka perlu melihat tontonan dan cara berkomunikasi di media digital agar tidak terjadinya hal-hal yang tidak diinginkan seperti kekerasan pada guru atau orang tua.

Di dunia maya, *Instagram* contohnya, banyak sekali foto dan video yang tersebar di *Instagram* yang kadang-kadang Gen-Z mengomentari postingan salah satu pengguna dengan kata yang menyakitkan, seperti ejekan

yang bisa menyakitkan hati pengguna. Etika komunikasi disini sangatlah penting untuk membatasi hal-hal seperti komentar-komentar yang menjelekkkan orang lain.

Banyaknya aplikasi komunikasi yang digunakan pemuda Gen-Z dan masyarakat bisa menimbulkan tantangan tersendiri seperti menurut (Putri, 2021) diantaranya konten yang mengandung nilai provokasi, berita palsu (*hoax*), ujaran kebencian (*hate speech*), isu ras, agama dan antar golongan (SARA) terhadap kelompok maupun individu tertentu. Penyebaran berita palsu menjadi tantangan yang rumit karena informasi yang tidak akurat dapat memengaruhi persepsi publik dengan cepat. Ketika etika disalahgunakan dalam industri komunikasi, kepercayaan publik dapat terganggu. Karena itu, media harus memastikan bahwa informasi yang mereka berikan benar. Sangat penting untuk menjaga etika penggunaan teknologi dalam komunikasi untuk memastikan bahwa teknologi digunakan dengan benar dan aman tanpa merusak privasi atau menyebarkan informasi yang merugikan (Putri, 2021)

Permasalahan

Berdasarkan latar belakang di atas, maka permasalahan sebagai berikut:

- 1) Bagaimana persepsi pemuda Gen-Z terhadap etika berkomunikasi?
- 2) Apa saja aplikasi yang digunakan pemuda Gen-Z dalam berkomunikasi di era media digital?
- 3) Apa saja tantangan yang dihadapi pemuda Gen-Z dalam berkomunikasi di era media digital?

B. Metode Penelitian

Di dalam penelitian ini, peneliti menggunakan metode kualitatif Menurut Bogdan dan Taylor dalam Moleong, penelitian kualitatif sebagai prosedur penelitian yang menghasilkan data deskriptif berupa kata-kata tertulis atau lisan dari orang-orang dan perilaku yang dapat diamati (Moleong, 2010). Penelitian kualitatif ini menggunakan pendekatan fenomenologi. Jenis penelitian fenomenologi ini merupakan pendekatan kualitatif, fenomenologi ini mencari jawaban tentang makna dari suatu fenomena (Tumangkeng & Maramis, 2022). Fenomenologi mencoba memahami peristiwa-peristiwa kehidupan manusia serta permasalahan dalam masyarakat dan

akan dibelajari secara mendalam dan dianalisis untuk menemukan pola hubungan antara fenomena yang penting untuk memecahkan masalah utama (Nasir, A., Nurjana, N., Shah, K., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Secara umum, fenomena yang dimaksud dalam penelitian ini menggambarkan etika berkomunikasi pada kalangan pemuda Gen-Z dalam era media digital. Secara khusus difokuskan pada persepsi pemuda Gen-Z dalam media digital, aplikasi komunikasi yang sering digunakan oleh pemuda Gen-Z, dan tantangan yang dihadapi pemuda Gen-Z dalam berkomunikasi di media digital.

C. Hasil Penelitian dan Pembahasan

Hasil dari penelitian ini membahas tentang etika berkomunikasi pada kalangan pemuda Gen-Z dalam media digital. Persepsi etika berkomunikasi menurut pemuda Gen-Z setelah diteliti bahwa etika berkomunikasi itu tata cara ataupun gaya berbicara, terkait dengan komunikasi satu dengan yang lainnya, bagaimana cara beretika sopan santun, cara berkomunikasi dalam media digital. pemuda Gen-Z berpendapat juga bahwa etika berkomunikasi itu sangat penting, karena apalagi kalau kita sebagai influencer atau sebagai orang

yang sering berkomunikasi dengan orang yang lebih tinggi, karena dari tata cara ataupun etika berkomunikasi di ruang publik itu menjadi penentu bagaimana orang lain itu bisa mengetahui sebagai media untuk menyampaikan informasi harus sangat memperhatikan tata cara berkomunikasi, karena kalau salah cara kita menyampaikan di dunia digital ini akan sangat rawan, karena di Indonesia apalagi Gen-Z ini mereka sangat fokus pada dunia digital, apalagi dalam etika berbicara di ruang publik di politik itu sangat penting karena salah sedikit berbicara di ruang politik itu dampaknya akan sangat fatal.

Aplikasi yang sering atau banyak digunakan oleh pemuda Gen-Z berdasarkan hasil penelitian adalah aplikasi WhatsApp, Instagram, dan Google Meet. Pemuda Gen-Z banyak menggunakan aplikasi tersebut karena gampang digunakan, dan juga di dunia digital sekarang ini kebutuhan orang semakin banyak yang bergerak pada dunia digital, jadi harus punya aplikasi komunikasi untuk membantu dan mempercepat pekerjaan serta bisa juga untuk mencari pekerjaan lewat aplikasi komunikasi tersebut. Dari kemudahan tersebut pasti ada

tantangan yang terjadi pada etika berkomunikasi dalam media digital bagi pemuda Gen-Z. Salah satu tantangan yang sering di alami pemuda Gen-Z pada etika berkomunikasi dalam media digital seperti penyebaran informasi palsu (Hoax). Penyebaran informasi palsu menjadi tantangan yang sering di alami oleh pemuda Gen-Z karena kurangnya literasi dan mencari kebenaran dari informasi yang mereka dapatkan.

Pernyataan di atas dapat dibuktikan dengan data berikut yang sudah dikumpulkan oleh peneliti melalui metode wawancara dan kuesioner pada pemuda Gen-Z. Dimana metode wawancara ada 11 orang yang kami wawancarai dan metode kuesioner ada 66 orang yang telah mengisinya. Data penelitian yang diperoleh disajikan secara berurutan sebagai berikut:

1. Persepsi pemuda gen z terhadap etika berkomunikasi

Persepsi pemuda Gen-Z terhadap etika berkomunikasi dalam era media digital. Gambar umum data persepsi dimaksud termuat dalam tabel berikut:

Pemuda Gen-Z

N	Persepsi terhadap etika berkomunikasi	Masyarakat	Mahasiswa	Siswa
1	Pengetahuan tentang etika berkomunikasi	4	59	3
2	Pentingnya etika berkomunikasi	4	59	2
3	Pengaruh etika komunikasi saat berkomunikasi di media digital	4	59	2
Jumlah		12	177	7
		7,92%	87,46%	4,62%

Dalam penelitian ini, persepsi terhadap etika berkomunikasi berfokus pada empat indikator yaitu pengetahuan tentang etika, pentingnya etika berkomunikasi, dan pengaruh etika komunikasi saat berkomunikasi. Berdasarkan data di atas, masing-masing indikator dapat dijabarkan sebagai berikut: pengetahuan tentang etik, dimana sebanyak 4 dari

masyarakat, 59 dari mahasiswa dan 3 dari siswa, mereka mengetahui tentang etika berkomunikasi di media digital. Pentingnya etika berkomunikasi, dimana sebanyak 56 mahasiswa, merasa etika berkomunikasi itu penting di dalam media digital, disusun oleh 4 masyarakat dan 2 siswa. Pengaruh etika komunikasi saat berkomunikasi di media digital, sebanyak 56 mahasiswa merasakan pengaruh dari etika komunikasi dalam berkomunikasi di media digital entah itu pengaruh positif atau negatif, disusul oleh 4 masyarakat dan 2 siswa. Persepsi pemuda Gen-Z terhadap etika berkomunikasi di media digital memberikan kontribusi (87,46%) dari mahasiswa, (7,92%) dari masyarakat, dan (4,62%) dari siswa.

Data di atas menunjukkan bahwa mahasiswa yang paling mengetahui tentang etika berkomunikasi dari pada masyarakat dan siswa. Dari semua indikator tersebut, terlihat bahwa masyarakat Gen-Z dan siswa Gen-Z sedikit pemahaman atau pengetahuan tentang etika berkomunikasi di media digital.

2. Aplikasi yang sering digunakan oleh pemuda gen z dalam berkomunikasi di era media digita

Aplikasi komunikasi yang sering digunakan oleh pemuda Gen-Z dalam berkomunikasi di media digital bermacam-macam. Gambar umum data aplikasi yang sering digunakan termuat dalam tabel berikut:

No	Pemuda Gen-Z	Platform/Aplikasi komunikasi				
		WhatsApp	Zo om	Telegram	Googl e Me et	Instagram
1	Masyarakat	8	4	0	5	8
2	Mahasiswa	62	20	22	62	60
3	Siswa	7	0	2	0	6
Jumlah		77	24	24	67	74

Berdasarkan data di atas, di antara lima (5) Platform/Aplikasi komunikasi, WhatsApp merupakan Platform/Aplikasi komunikasi yang paling banyak digunakan oleh pemuda Gen-Z. Mahasiswa memiliki jumlah terbanyak 62, disusul oleh masyarakat 8 dan siswa 7. Diurutan ke dua yang banyak di

minati oleh pemuda Gen-Z adalah Platform/Aplikasi Google Meet, karena aplikasi ini bisa memudahkan penggunanya dalam berkomunikasi di sekolah maupun di kampus. Mahasiswa memiliki jumlah terbanyak 62, disusul oleh masyarakat 5 dan siswa 0.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemuda Gen-Z di Udayana, diperoleh bahwa mereka sering menggunakan Platform/Aplikasi WhatsApp, karena lebih muda dan gampang berkomunikasi dengan teman, keluarga, dan dosen. Dan juga Platform/Aplikasi yang sering mereka gunakan selain WhatsApp adalah Instagram, karena di aplikasi itu mereka bisa memposting atau membagikan video dan pesan kepada teman dan keluarga mereka dan juga di aplikasi Instagram juga bisa dengan mudah menemukan pekerjaan.

3. Tantangan yang dihadapi pemuda gen z dalam berkomunikasi di era media digital

Etika berkomunikasi bisa menimbulkan tantangan yang

harus dihadapi oleh pemuda Gen-Z. Tantangan tersebut dilihat dari hasil wawancara dan kuesioner yang peneliti lakukan. Gambaran umum data tantangan dimaksud termuat dalam tabel berikut:

No	Tantangan Etika Berkomunikasi	Pemuda Gen-Z			Jumlah
		Masyarakat	Mahasiswa	Siswa	
1	Penyebaran Informasi Palsu (Hoax)	6	38	3	47
2	Hate Speech (Ujaran Kebencian)	4	16	4	24
3	Privasi yang Dilanggar	3	17	3	23
4	Trolling atau Mengganggu orang lain	5	15	3	23

Berdasarkan data di atas, di antara 4 (empat) tantangan etika berkomunikasi, penyebaran informasi palsu (Hoax) merupakan tantangan yang paling sering dialami oleh pemuda Gen-Z dalam

media digital dengan jumlah 47. Mahasiswa memiliki jumlah terbanyak yang sering mengalami tantangan etika berkomunikasi yaitu 38, disusul oleh masyarakat 6 dan siswa 3. Di urutan ke dua tantangan etika berkomunikasi yang paling banyak adalah *Hate Speech* (ujaran kebencian) dengan jumlah 24. Mahasiswa memiliki jumlah terbanyak yang sering mengalaminya yaitu 16, disusul oleh masyarakat 4 dan siswa 4.

Berdasarkan hasil wawancara dengan pemuda Gen-Z di Karang Baru tepatnya di Udayana, diperoleh bahwa mereka sering mengalami tantangan etika berkomunikasi seperti informasi palsu (Hoax), ujaran kebencian dan juga privasi yang dilanggar oleh pengguna lain di media digital. Pemuda Gen-Z sering kali menelukan informasi atau berita palsu di media sosial salah satunya di aplikasi komunikasi, dan mereka sering kali tertipu oleh informasi tersebut. Dan juga pemuda Gen-Z sering kali mendapatkan ujaran kebencian di media digital atau media sosial terutama dalam aplikasi komunikasi.

D. Kesimpulan

Etika berkomunikasi adalah aturan atau tata cara berbicara, terkait dengan komunikasi satu dengan yang lainnya, bagaimana cara beretika sopan santun, cara berkomunikasi dalam media digital. Etika berkomunikasi sangat penting bagi pemuda Gen-Z dalam era media digital saat ini, karena etika komunikasi mengatur bagaimana cara kita berbicara di media digital. Adapun aplikasi yang sering atau banyak digunakan oleh pemuda Gen-Z adalah aplikasi WhatsApp, Instagram, dan Google Meet. Pemuda gen z banyak menggunakan aplikasi tersebut karena gampang digunakan, dan juga di dunia digital sekarang ini kebutuhan orang semakin banyak yang bergerak pada dunia digital, jadi harus punya aplikasi komunikasi untuk membatu dan mempercepat pekerjaan serta bisa juga untuk mencari pekerjaan lewat aplikasi komunikasi tersebut. tantangan etika berkomunikasi seperti informasi palsu (Hoax), ujaran kebencian dan juga privasi yang dilanggar oleh pengguna lain di media digital. Pemuda Gen-Z sering kali menelukan informasi atau berita palsu di media sosial salah satunya di aplikasi komunikasi, dan mereka

sering kali tertipu oleh informasi tersebut.

Saran

Pemuda Gen-Z harus lebih memperhatikan etika berkomunikasi dalam era media digital saat ini sebagai kontrol kesalehan virtual dan juga Untuk memaksimalkan penggunaan etika berkomunikasi dalam era media digital di media sosial, dianjurkan agar setiap lembaga komunikasi dapat meberikan sosialisasi bagaimana berkomunikasi dalam era media digital di media sosial yang baik dan benar serta dalam berbagai aplikasi sosial media juga diperlukan adanya panduan dalam berrkomunikasi menggunakan etika-etika yang baik.

DAFTAR PUSTAKA

Buku :

Azeharie, S. (2022). Perdukunan Di Korea Dan Indonesia Dari Perspektif Komunikasi Budaya. In Komunikasi Anak Muda untuk Perubahan Sosial.

Junaedi, F., Sukmono, F. G., Sugiana, D., Setiawan, A., Sari, D. K., Wibowo, N. A., Herwandito, S., Sjachro, D. W., Yusanto, Y., Ramadhani, E., Nuraini, I., Kodrat, D., Samudro, A., Gemiharto, I., Gobang, J. K., Karimah, K. El, Wahyudin, U., Tarifu, L., Nurfikria, I., ... Hariyanti, P. (n.d.).

EBOOK_Komunikasi_dalam_Media_Digital (1).

Monggilo, Z. M. Z., Kurnia, N., Wirawanda, Y., Desi, Y. P., Sukmawati, A. I., Anwar, C. R., Wenerda, I., & Astuti, S. I. (2021). Modul Cakap Bermedia Digital.

<http://literasidigital.id/books/modul-cakap-bermedia-digital/>

Sunyoto, D. (2024). Mengasah Generasi Z. Cv.Eureka Media Aksara, 1–22.

Umar. (2022). Komunikasi Pembelajaran Di Era Digital. In PT. Literasi Nusantara Abadi Grup.

Artikel in Press :

Adiansah, W., Setiawan, E., Kodaruddin, W. N., & Wibowo, H. (2019). Person in Environment Remaja Pada Era Revolusi Industri 4.0. Focus: Jurnal Pekerjaan Sosial, 2(1), 47. <https://doi.org/10.24198/focus.v2i1.23118>

Dewi, M. S. R. (2019). Islam dan Etika Bermedia (Kajian Etika Komunikasi Netizen di Media Sosial Instagram Dalam Perspektif Islam). Research Fair Unisri, 3(1), hal.140.

Mutiah, T., Albar, I., Fitriyanto, & A.Rafiq. (2019). Etika Komunikasi Dalam Media Sosial. Global Komunika, 1(1), 14–24. <https://ejournal.upnvj.ac.id/index.php/GlobalKomunika/article/view/1561/pdf>

Nasir, A., Nurjana, Shah, K., Sirodj, R. A., & Afgani, M. W. (2023). Pendekatan Fenomenologi Dalam Penelitian Kualitatif 1.

INNOVATIVE: Journal Of Social Science Research, 3(5), 4445–4451. <https://j-innovative.org/index.php/Innovative%0APendekatan>

<https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4888>

Ningsih, L. S., Fitriyani, F., Hasibuan, Z. H., & Kartini, K. (2022). Pemanfaatan Media Whatsapp Sebagai Sarana Komunikasi Bagi Pustakawan. *Maktabatun: Jurnal Perpustakaan Dan Informasi*, 2275, 1–12.

Turnip, E. Y., & Siahaan, C. (2021). Etika Berkomunikasi dalam Era Media Digital. *Jurnal Ekonomi, Sosial & Humaniora*, 3(4), 1–8. <https://www.jurnalintelektiva.com/index.php/jurnal/article/view/659>.

Jurnal :

Haryono, E. (2023). Metodologi penelitian kualitatif di Perguruan Tinggi Keagamaan Islam. *E-Journal an-Nuur: The Journal of Islamic Studies*, 13, 1–6.

Putri, F. A. (2021). Budaya Komunikasi Virtual Pada Masa Pandemi Covid-19 (Studi Kasus Pembelajaran Daring di UIN Walisongo Semarang). *Jurnal Komunika Islamika : Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Kajian Islam*, 7(2), 253. <https://doi.org/10.37064/jki.v7i2.8646>

Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., & Permana, B. G. (2024). Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z. *Journal on Education*, 6(2), 11029–11037.