

PENGARUH KONTEN DIGITAL TERHADAP GENERASI Z DALAM PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN DIGITAL NATIVE DI KOTA TANJUNGPINANG

Muhammad Fadillah ¹, Aulia Nurbalqis ², Lia Agustina ³

¹ fadilhat1122@gmail.com

^{1,2,3} Fakultas Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Maritim Raja Ali Haji

ABSTRACT

This study aims to determine the effect of digital content on generation Z in utilizing social media and digital native. This study tries to map out how media and news consumption patterns are among Indonesia's Generation Z, also known as the "digital native" generation. Digital native itself is an individual who was born when there was adoption of digital technology, the term digital native itself refers to a certain generation, this predicate is given to children who have grown up using technology, be it the internet, computers and cell phones. By utilizing literature studies on media consumption and media repertoire as well as surveys conducted online using the Google form platform, this study wants to understand more about media consumption patterns and news preferences among Gen Z, amid easy access on their digital devices. The gform that we have shared through one of the social media is aimed at teenagers in Tanjungpinang. From the results of the study, it was stated that from about 62 Tanjungpinang city teenagers who used social media, 43.6% were used well, while 56.4% were said to have not been able to use digital content well.

Keywords: Generation Z, Digital Native, Social Media.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui pengaruh dari konten digital terhadap generasi Z dalam memanfaatkan media sosial dan digital native. Penelitian ini mencoba untuk memetakan bagaimana pola konsumsi media dan berita di kalangan generasi Z Indonesia yang juga disebut sebagai generasi "digital native". Digital native sendiri merupakan seorang individu yang lahir ketika adanya adopsi teknologi digital, istilah digital native sendiri mengacu pada generasi tertentu, predikat ini diberikan kepada anak – anak yang telah dewasa menggunakan teknologi baik itu internet, komputer dan hand phone seluler. Dengan memanfaatkan studi literatur tentang konsumsi media dan media repertoar serta survei dilakukan secara daring menggunakan platform Google form, penelitian ini ingin memahami lebih lanjut mengenai bagaimana pola konsumsi media dan preferensi berita di kalangan Gen Z, di tengah mudahnya akses di gawai digital mereka. gform yang sudah kami bagian melalui salah satu media sosial ditujukan kepada remaja Tanjungpinang. Dari hasil penelitian menyatakan bahwa dari sekitar 62 remaja kota Tanjungpinang yang menggunakan media sosial yang di manfaatkan secara baik sekitar 43,6% sedangkan 56,4% di katakan belum terlalu bisa memanfaatkan konten digital secara baik.

Kata Kunci: Generasi Z, Digital Native, Media Sosial.

PENDAHULUAN

Di Indonesia merupakan negara yang ramah terhadap ragam teknologi dan beberapa aplikasi baru seperti media sosial. Teknologi digital memiliki bermacam - macam dampak dalam masyarakat modern. Namun di Indonesia, dampak dari teknologi digital terutama dalam rangka pemberdayaan masyarakat belum terasa signifikan.

Pada era digital saat ini, seiring berjalannya dengan kemajuan teknologi komunikasi dan informasi, membuat perkembangan Internet semakin melaju cukup pesat. Dampak teknologi digital memiliki beragam format yang saling terkait, dan membutuhkan perhatian tersendiri. Misalnya , berbicara mengenai penerobosan Internet dan teknologi digital di Indonesia tentunya tidak dapat dilepaskan dari permasalahan akses.

Hadirnya media sosial memungkinkan pengguna untuk saling bertukar informasi tanpa mengenal batas ruang. Meskipun penerobosan Internet terus naik tiap tahun, kesenjangan fasilitas masih sangat terasa, terutama di berbagai wilayah bagian timur Indonesia. Sebagian besar pengguna internet berada di kota - kota besar seperti Jakarta, Bandung, Yogyakarta, Surabaya, dan kota-kota besar lain di pulau Jawa.

Begitu pula dengan industri komunikasi dan media yang sampai kini juga masih sangat terpusat di Jakarta yang menyebabkan potensi pemberdayaan masyarakat lewat teknologi digital masih sangat bersifat Jakarta atau Jawasentris.(Rahmawan et al., 2019)

Meningkatnya pertumbuhan populasi manusia di dunia yang terus berkembang menciptakan beberapa generasi. Mulai dari Generasi *Baby Boomers* (1946-1960) hingga generasi yang memiliki peran penting saat ini yakni Generasi Z (1995-2010). Generasi Z merupakan generasi pertama yang sejak dini sudah hidup berdampingan dengan teknologi.

Teknologi – teknologi tersebut berupa media elektronik antara lainnya seperti telepon seluler dan komputer, bahkan aplikasi media sosial seperti Instagram, Facebook, twitter, dan TikTok, dengan didukung akses jaringan internet yang memudahkan penjelajahan di dunia maya. Generasi Z dibesarkan dengan media sosial, mereka berpusat pada digital dan teknologi adalah identitas mereka.(Firamadhina & Krisnani, 2021)

Perkembangan teknologi digital yang pesat menimbulkan adanya perubahan kebiasaan masyarakat dalam mengonsumsi informasi dan berita. Berbagai sumber berita serta informasi yang tersedia memberikan banyak pilihan platform media sosial dengan konten yang beragam yang mudah untuk diakses oleh masyarakat.

Kondisi ini menimbulkan pertanyaan tentang jenis dan jumlah media yang dipilih, serta bagaimana pola konsumsi media yang tersedia. Penelitian ini mencoba memetakan bagaimana pola konsumsi media dan berita di kalangan generasi Z Indonesia yang juga disebut sebagai generasi “*digital native*”. Dalam Pemetaan ini pola konsumsi berfokus pada durasi, preferensi platform dan jenis konten, serta alasan pemilihan media, di kalangan gen Z Indonesia. Dengan memanfaatkan studi literatur tentang konsumsi media dan media repertoar, penelitian ini ingin memahami lebih lanjut mengenai bagaimana pola konsumsi media dan preferensi berita di kalangan Gen Z, di tengah mudahnya akses di gawai digital mereka.

Pada beberapa tahun terakhir ini generasi Z menjadi pusat perhatian mengeser generasi Y atau generasi milenial. Generasi Z dijadikan sebagai tambang emas dan masa depan industri berbagai sektor, tak terkecuali sektor media dan komunikasi. Saat ini sudah banyak survei dan penelitian yang dilakukan terkait preferensi dan pola konsumsi media digital generasi Z, namun sangat disayangkan riset yang ada masih berfokus pada generasi Z di negara-negara berkembang seperti Amerika Serikat.

Di tahun 2018, survei terhadap generasi Z Amerika yang dilakukan oleh Pew Research juga mendapati bahwa 95% dari remaja usia 13-17 tahun memiliki telepon seluler, dan 97% diantaranya memiliki paling tidak 7 platform online ternama. Disamping itu digital berbasis internet, generasi Z juga masih mengakses media konvensional seperti radio dan siaran televisi, utamanya saat kondisi pandemi Covid-19 saat ini. Sebagian besar Gen Z menyukai format berita sosial dan digital, dengan sekitar setengah dari kelompok ini mengatakan bahwa mereka mendapatkan berita

setiap hari dari beberapa media sosial atau layanan perpesanan dan 40% mendapatkan berita setiap hari dari google atau mesin penelusuran.(Anzari et al., 2021)

KERANGKA TEORITIS

1. Generasi Z

Graeme Codrington & Sue Grant-Marshall, Penguin, (2004) mengemukakan bahwa dalam teori generasi (Generation Theory), terdapat 5 generasi manusia berdasarkan tahun kelahirannya, yaitu: (1) Generasi Baby Boomer, lahir 1946-1964; (2) Generasi X, lahir 1965-1979; (3) Generasi Y, lahir 1980-1995, sering disebut generasi millennial; (4) Generasi Z, lahir 1996-2009 (disebut juga iGeneration, GenerasiNet, Generasi Internet). DAN (5) Generasi Alpha, dimulai dari tahun 2010 (akhir dari generasi masih ambigu dan belum ditentukan). Kelima generasi tersebut memiliki perbedaan pertumbuhan kepribadian. Pada penelitian ini mengerucut pada generasi Z. Generasi Z merupakan perpaduan dua generasi sebelumnya yaitu generasi X dan Y.

Mereka lahir dan besar pada era digital yang dimana beragam teknologi berkembang dan semakin canggih, Lahir dan dibesarkan seiring dengan kemajuan-kemajuan dalam dunia saat ini, dunia digital membuat generasi Z berbeda dengan generasi sebelumnya perbedaan yang sangat mencolok dari generasi-generasi sebelum- sebelumnya

2. Media Sosial

Menurut kamus besar bahasa Indonesia (KBBI) media sosial merupakan sebuah laman atau aplikasi yang memungkinkan pengguna dapat membuat dan berbagi isi atau terlibat dalam jaringan sosial. Anang Sugeng Cahyono (Dalam Andreas Kaplan dan Michael Haenlein mendefinisikan media sosial “sebuah kelompok aplikasi berbasis internet yang membangun di atas dasar ideology dan teknologi web 2.0, dan yang memungkinkan penciptaan dan pertukaran *user-generated content*.”

Media sosial merupakan sebuah media online yang memungkinkan penggunaanya untuk berpartisipasi, berbagi, dan menciptakan isi meliputi blog, jejaringan sosial, wiki, forum dan dunia virtual. Dengan media sosial penggunaanya dapat melakukan berbagai aktivitas dua arah dalam berbagai bentuk pertukaran, kolaborasi, dan saling berkenalan dalam bentuk tulisan, visual maupun audiovisual.

3. Digital Native

Sukirman (Dalam Prensky, 2001) mengatakan bahwa *digital native* merupakan sebuah istilah yang biasanya digunakan untuk orang – orang yang terlahir di era teknologi digital komputer dan aplikasinya seperti internet, video *game*, pesan singkat, email, dan sejenisnya. Kapan tahun lahir generasi digital native ini tidak bisa dikatakan secara pasti. Tetapi Sukirman (Dalam Akcayir, 2016) dalam artikelnya mengatakan secara pasti bahwa generasi *digital native* lahir setelah tahun 1980.(Sukirman, 2017)

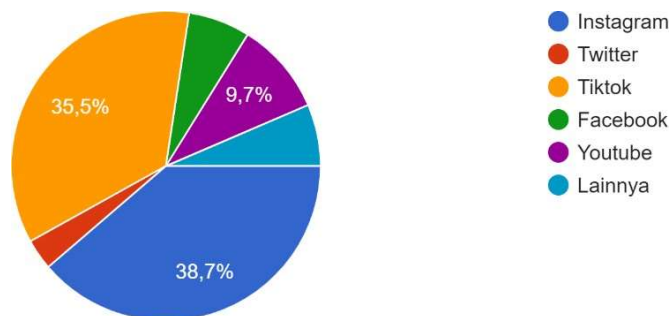
METODE PENELITIAN

Sumber data penelitian ini berasal dari jawaban atas butir-butir pertanyaan pada kuesioner tentang persepsi masyarakat kota Tanjungpinang mengenai pengaruh konten digital terhadap generasi Z dalam memanfaatkan media sosial, dan juga dari sumber-sumber yang ada di internet berupa jurnal-jurnal penelitian terdahulu. Metode dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif. Survei dilakukan secara daring menggunakan platform Google form yang berkaitan dengan pandangan dan pendapat mereka terkait isu konten positif di media digital, literasi digital dan dampak media digital terhadap anak muda, baik dampak positif dan juga dampak negatif. Pendekatan yang digunakan dalam penelitian ini yakni pendekatan kualitatif. Terkait dengan metode kualitatif, Riyodina dan Shinta Kristanty (Dalam Pawito, 2007) mengatakan sebagai berikut: “Metode penelitian kualitatif tidak seperti penelitian kuantitatif, tidak berdasarkan bukti-bukti empirik pada logika matematik, prinsip-prinsip bilangan, atau pun teknik analisis statistik, tetapi lebih berdasarkan diri pada hal-hal yang bersifat diskursif, seperti transkrip dokumen, catatan lapangan, hasil wawancara, dokumen-dokumen tertulis, dan data nondiskursif.

HASIL DAN PEMBAHASAN

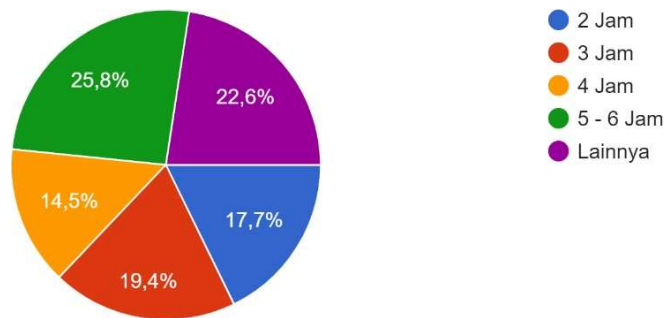
Berdasarkan survei yang telah kami lakukan pada remaja kota Tanjungpinang ada sekitar 8 pertanyaan dalam bentuk diagram dibawah ini :

1. Media sosial yang sering digunakan?



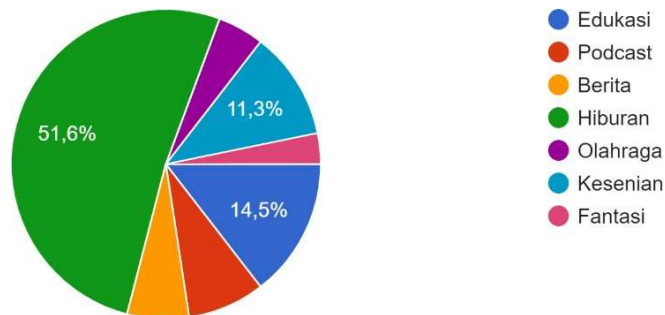
Dari data diatas dapat dikatakan remaja kota Tanjungpinang paling sering menggunakan media sosial yaitu instgram, itu terbukti 38,7% rata – rata pengguna, sedangkan aplikasi Tiktok hanya sekitaran 35,5 pengguna saja bisa di katakan juga mereka membaca dan mengetahui berita melalui media sosial tersebut.

2. Seberapa lama anda menggunakan media sosial setiap hari?



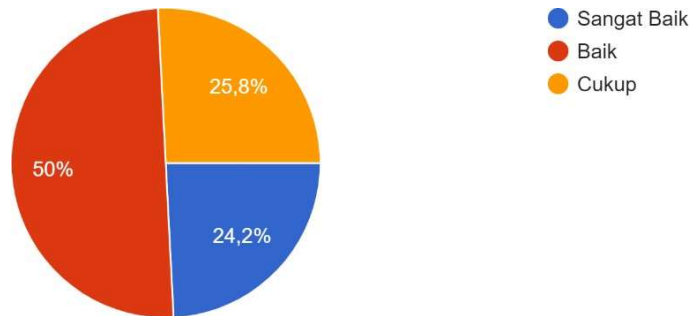
Remaja kota tanjungpinang rata-rata mengakses internet lebih dari 5 - 6 jam yang biasanya digunakan untuk berkomunikasi serta mencari informasi dan juga memperkenalkan dirinya sendiri pada dunia luar. Dengan kata lain 25,8% ramaja kota tanjungpinang terlalu lama memegang gadget mereka sehingga waktu mereka terbuang habis di dunia maya, kalau melihat diagram ungu 22,6% kemungkinan besar di bawah 1 jam sangat kecil di dibandingkan di atas 6 jam keatas.

3. Konten digital seperti apa yang anda sukai?



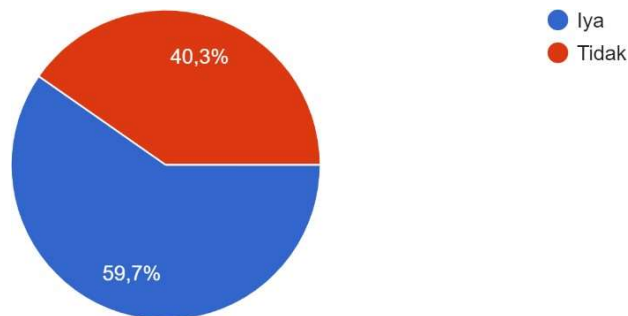
Berdasarkan konten digital remaja kota Tanjungpinang lebih tertarik dengan konten hiburan ketimbang edukasi ini bisa terlihat dari diagram di atas 51,6% remaja tanjungpinang memilih konten hiburan sedangkan untuk konten edukasi hanya 14,5% saja, ini bisa terjadi karena dalam pengemasan konten edukasi masih belum menarik bagi mereka serta pilihanya sangat sedikit sedangkan konten hiburan lebih banyak di pilih karena konten hiburan banyak pilihannya dan juga mudah diterima.

4. Dampak positif apa yang anda dapatkan dari media sosial?



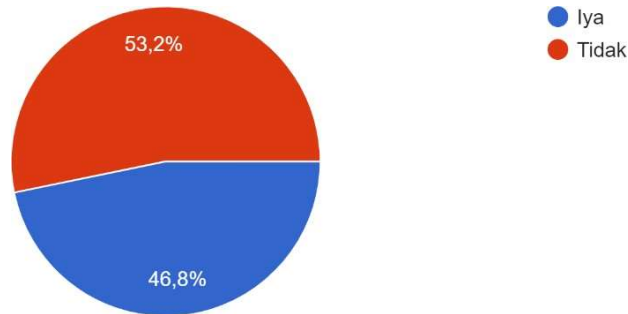
Dari paparan jawaban di atas 50% dampak positif media sosial baik, dapat di tarik kesimpulan bahwa dampak positif dari media sosial tidak buruk bagi remaja kota T anjungpinang dengan melihat angka yang cukup besar di bandingkan 25,8% responden mengatakan cukup positif.

5. Apakah anda terpikir untuk membuat konten digital di media sosial?



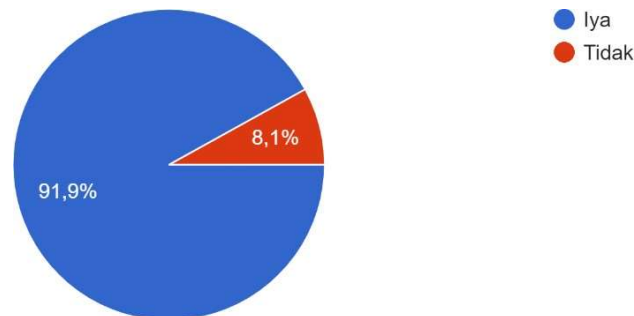
Sebagian besar remaja kota tanjungpinang sudah terpikirkan membuat konten digital, bisa kita lihat 59,7% memilih iya, sehingga apabila mereka yang membuat konten digital di kota tanjungpinang maka konten kreator sangat banyak sekali, serta konten – konten yang beragam pula pastinya.

6. Apakah anda sudah membuat konten digital di media sosial?



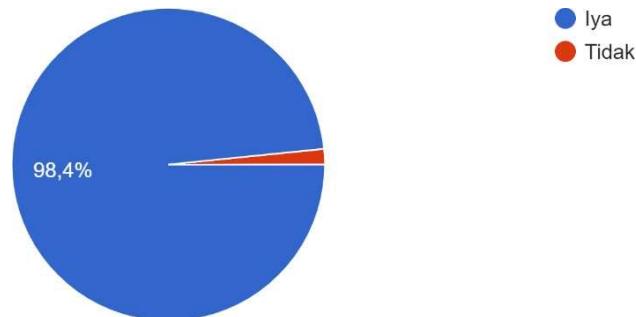
Dari paparan jawaban di atas 53,2% belum membuat konten digital sedangkan 46,8% sudah ada yang membuat konten digital, jika di lihat dari perbandingan ini tidak terlalu jauh perbedaanya dengan pertanyaan sebelumnya kemungkinan besar remaja kota tanjungpinang mereka mau membuat konten digital namun kebingungan dengan konten seperti apa yang akan mereka buat.

7. Melihat perkembangan media sosial yang menghasilkan, menurut anda konten kreator digital merupakan sebuah pekerjaan?



Pengetahuan remaja kota tanjungpinang yang mengatakan konten kreator sebagai sebuah pekerjaan berdasarkan data di atas adalah 91,9%, hal ini bisa terjadi beberapa konten kreator saat ini memang sudah berpenghasilan sangat besar dan juga ada di antara konten kreator tersebut menjadikan media sosial sebagai mata pencaharian bagi mereka.

8. Apakah di kota Tanjungpinang memiliki peluang besar media sosial sebagai platform memperkenalkan produk atau jasa?



Berdasarkan data di atas 98,4% peluang besar media sosial sebagai platform memperkenalkan produk dan jasa di Tanjungpinang sangat banyak, kenapa begitu karena sebagian besar jasa – jasa atau produk – produk sekarang sudah berpindah haluan dari media cetak ke media sosial, baik itu makanan, produk kecantikan, pakaian dan lain – lain. Berarti kota Tanjungpinang sendiri memiliki peluang yang cukup besar jika media sosial dapat digunakan sebagai memperkenalkan produk atau jasa mereka, karena harganya cukup rendah atau juga gratis dibandingkan media cetak.

Dari paparan di atas peneliti melakukan perhitungan terhadap pengaruh konten digital dan pemanfaatan media sosial yang dilakukan oleh 62 orang remaja kota Tanjungpinang. Dari sekitar 62 remaja kota Tanjungpinang yang menggunakan media sosial yang dimanfaatkan secara baik sekitar 43,6% sedangkan 56,4% di katakan belum terlalu bisa memanfaatkan konten digital secara baik. Remaja kota Tanjungpinang harus dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat bagi mereka untuk mempermudah kegiatan mereka bahkan juga sebagai sarana pembelajaran bahkan peluang menghasilkan bagi mereka.

Permasalahan terbesar kenapa konten kreator masih sedikit di kota Tanjungpinang mereka lebih nyaman sebagai penikmat di bandingkan dengan eksekutor itu sendiri atau sebagai pelaku yang memanfaatkan media sosial tersebut secara baik, itu bisa terlihat di data di atas 53,2% masih belum yang membuat atau berani mencoba untuk membuat konten mereka sendiri, dan ini juga di perkuat dengan penggunaan media sosial 5 – 6 jam sehari yang menjadi penghambat mereka enggan menjadi konten kreator di tambah juga kemudahan yang telah di sajikan di media sosial membuat remaja kota Tanjungpinang menjadi tidak produktif dalam memanfaatkan media sosial itu sendiri. Remaja kota Tanjungpinang harus dapat berusaha dan berfikir kreatif supaya tidak seterusnya menjadi penikmat media sosial serta berani dalam memulai hal yang baru dalam hidup mereka.

Penggunaan Media Sosial oleh Digital Native

Masyarakat informasi mendapatkan kemudahan sejak memasuki era internet. Masyarakat pun semakin mudah terhubung untuk saling berinteraksi. Mereka berkomunikasi, berperilaku, bekerja, dan berpikir sebagai masyarakat digital (digital native). Di dunia maya, semua tugas dapat dilakukan secara praktis dan seketika. Penggunaan internet oleh masyarakat informasi telah melalui transformasi paradigma bagi digital native untuk melakukan segala aktivitas mereka tanpa batas ruang dan waktu. Digital native pun memiliki banyak label. (Supratman, 2018)

Digital native sendiri merupakan seorang individu yang lahir ketika adanya adopsi teknologi digital, isitilah digital native sendiri mengacu pada generasi tertentu, predikat ini di berikan kepada anak – anak yang telah dewasa menggunakan teknologi baik itu internet, komputer dan hand phone seluler. Marc Prensky menciptakan istilah digital native pada tahun 2001, dan kemudian menguraikan konsepnya pada tahun 2009, pada kesempatan yang lain. Dia mengatakan digital native adalah generasi muda yang semua “pembicara asli” dari bahasa digital komputer, video

game dan internet.

Dengan kata lain, mereka adalah generasi pertama yang tumbuh dengan teknologi baru, setelah menjalani seluruh hidup mereka dikelilingi oleh dan menggunakan alat-alat dan mainan dari era digital. E-mail, ponsel dan pesan instan tidak hanya bagian dari kehidupan mereka, tetapi merupakan bagian integral dari kehidupan mereka. Digital natives didefinisikan sebagai pemuda, berusia 15-24 inklusif, dengan lima tahun atau pengalaman lainnya menggunakan Internet, mobiles dan lainnya. Digital natives telah dikondisikan oleh lingkungan teknologi mereka untuk mengharapkan tanggapan langsung. Mereka lebih memilih akses non-linear acak untuk informasi (yaitu hyperlink), dan memiliki preferensi lebih untuk konten gambar berbasis teks. (Sudirman, 2016)

Ada 5 macam ciri dari digital native antara lain:

1. Generasi setelah tahun 1990

Digital native merupakan dimana Generasi Z lahir antara tahun 1995 – 2010 yang karena menurut Marc Prensky dalam artikelnya *Digital Natives, Digital Immigrants* (2001), Generasi Digital Natives adalah generasi yang lahir dimana teknologi sudah berada di lingkungannya, baik itu internet, smartphone serta munculnya media sosial.

2. Akrab dengan Teknologi Digital

Perkembangan teknologi yang sangat pesat tidak bisa di pungkiri lagi, berbagai jenis teknologi sudah banyak berkembang dan banyak bermunculan. Generasi Z yang lahir di zaman serba moderen tentu tidak mau ke tinggalan akan kemunculan teknologi terbaru mereka sudah sangat akrab dan bisa beradaptasi dengan cepat dengan kemajuan zaman yang begitu cepat, ke ingin tauhan teknologi begitu besar dan sangat bergantung dengan teknologi, Generasi Z tidak bisa berjumpa dengan smartphone mereka hal inilah kenapa mereka sangat begitu akrab dengan teknologi digital.

3. Serba online

Dengan kemajuan teknologi yang sangat pesat ini kemunculan aplikasi belanja online banyak di pakai oleh setiap orang, aplikasi – aplikasi yang memberikan banyak kemudahan tanpa secara langsung kontak fisik dengan penjual, aplikasi belanja online tersebut yaitu, Lazada, Tokopedia, Shopee dan masih banyak lagi. Serba online belum tentu juga masyarakat akan tidak mau untuk berinteraksi dengan penjual secara langsung beberapa golongan masyarakat masih juga melakukan transaksi pembelian langsung ke penjualnya. Adapun keuntungan kita menjadi penjual barang atau produk – produk di market online tempat yang tidak terlalu besar, karyawan yang tidak terlalu banyak, serta promosi produk atau barang dan jasa bisa di lakukan di media sosial secara gratis.

4. Sangat menyukai hal praktis

Tanpa kita sadari kita sudah di manjakan dengan kecanggihan teknologi pekerjaan yang dulunya berat sekarang bisa lebih mudah, serta menghemat waktu karena bisa di selesaikan secara cepat. Apabila kita dulu mau berjumpa dengan seseorang harus pergi ke tempat yang telah kita tentukan, sekarang kita bisa melakukannya di mana pun melalui smartphone asalkan kita masih terkoneksi dengan jaringan internet. Kemudahan di era digital sangat membantu efisiensi kita untuk beraktifitas, adanya teknologi saat ini apapun yang kita lakukan serasa simpel dan praktis, namun tidak menutup kemungkinan juga kita terlalu ketergantungan akan teknologi naluri kita sebagai manusia bisa saja tumpul apabila terlalu bergantung lebih dengan teknologi, sebagai makhluk sosial interaksi antara sesama perlu juga di lakukan agar indra dan rasa sosial kita antar sesama tidak hilang.

5. Selalu multitasking

Karena memanfaatkan teknologi digital semakin meningkat dalam waktu bersamaan kita bisa mengerjakan sesuatu dengan bermacam – macam kegiatan, misalnya ketika dalam kendaraan umum kita bisa mendengarkan musik dan juga sambil membaca berita. Multitasking memang dapat mengerjakan suatu urusan secara bersamaan namun hasil yang telah dikerjakan terkadang tidak sepenuhnya sempurna di tambah lagi ketika mengerjakan dua pekerjaan secara bersamaan membuat daya ingat kita menghilang, karena tidak fokusnya kita memperhatikan setiap detail dari pekerjaan kita. Dengan multitasking otak kita akan bekerja lebih berat dan ada kemungkinan kita tidak dapat berfikir kreatif.(Puspita, 2020)

KESIMPULAN

Tanjungpinang memiliki peluang besar menjadikan media sosial sebagai platform untuk memperkenalkan produk dan jasa nya. Peluang tersebut mencapai 98,4% dari hasil penelitian. Ini terjadi karena sebagian besar jasa – jasa atau produk – produk sekarang sudah berpindah haluan dari media cetak ke media sosial, baik itu makanan, produk kecantikan, pakaian dan lain – lain.

Dari sekitar 62 remaja kota tanjungpinang yang menggunakan media sosial yang di manfaatkan secara baik sekitar 43,6% sedangkan 56,4% di katakan belum terlalu bisa memanfaatkan konten digital secara baik. Remaja kota tanjungpinang harus dapat memanfaatkan media sosial sebagai alat bagi mereka untuk mempermudah kegiatan mereka bahkan juga sebagai sarana pembelajaran bahkan peluang menghasilkan bagi mereka.

SARAN

Di masa sekarang ini kita harus bisa lebih bijak dalam memanfaatkan media sosial. Kita sebagai Generasi Z yang merupakan generasi pertama dunia digital sudah dianggap mahir dalam menggunakan teknologi. Maka dari itu, kita harus bisa membedakan mana konten positif dan mana konten negatif. Dan kita harus kreatif serta peduli terhadap masalah sosial , senang berekspresi baik di dunia maya maupun di dunia realita.

REFERENSI

- Anzari, P. P., Fariza, N. P., Malang, U. N., & Surabaya, J. (2021). *Jurnal kajian media 2021*. 5(1), 39–49.
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Mevghdia Edukasi dan Aktivisme. *Share: Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Puspita, D. (2020). 5 Ciri Digital Natives, Apakah Kamu Salah Satunya? *IDN TIMES*. <https://www.idntimes.com/life/inspiration/dentista-puspita/5-ciri-digital-natives-c1c2?page=all>
- Rahmawan, D., Mahameruaji, J. N., & Anisa, R. (2019). Pengembangan konten positif sebagai bagian dari gerakan literasi digital. *Jurnal Kajian Komunikasi*, 7(1), 31. <https://doi.org/10.24198/jkk.v7i1.20575>
- Sudirman, J. (2016). *DIGITAL NATIVE*. BINUS, University School of Information Systems. <https://sis.binus.ac.id/2016/12/16/digital-natives/#:~:text=Digital native adalah seorang individu yang lahir setelah,menggunakan teknologi seperti internet%2C komputer dan perangkat mobile.>
- Sukirman. (2017). Peningkatan Atmosfer Belajar Siswa Generasi Digital Native Melalui Pembelajaran Berbasis Game. *Seminar Nasional Kedua Pendidikan Berkemajuan dan Menggembirakan, August 2017*, 21–30. <http://publikasiilmiah.ums.ac.id/handle/11617/9601>
- Supratman, L. P. (2018). Penggunaan Media Sosial oleh *Digital Native*. *Jurnal ILMU KOMUNIKASI*, 15(1), 47–60. <https://doi.org/10.24002/jik.v15i1.1243>
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). PERILAKU GENERASI Z TERHADAP PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL TIKTOK: TikTok Sebagai Media Edukasi dan Aktivisme. *Share: Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Mayssara A. Abo Hassanin Supervised, A. (2014). Pengaruh Karakteristik Generasi Z Terhadap Motivasi Belajar Mahasiswa Pendidikan Agama Islam Angkatan 2017&2018 Universitas Islam Indonesia Yogyakarta. *Paper Knowledge . Toward a Media History of Documents*.
- Generasi Z. (2022). 11 Juni 2022. https://id.wikipedia.org/wiki/Generasi_Z