

How To Digital Savvy: Pelatihan Etika Digital untuk Generasi Z di MAN 1 Pangandaran

Tita Melia Milyane^{*1}, Septiana Yustika Widyaningrum², Alikazefanyaa³

^{1,2,3}Program Studi Hubungan Masyarakat, Universitas Telkom, Indonesia

e-mail: ^{*1}titameliamilyane@telkomuniversity.ac.id, ²septianayustika@telkomuniversity.ac.id, ³alikalazefanyaa@gmail.com

Abstrak

Perkembangan era digital membawa implikasi signifikan terhadap pola komunikasi generasi muda, khususnya dalam penggunaan media sosial dan platform daring. Hasil observasi awal di MAN 1 Pangandaran menunjukkan bahwa siswa telah aktif menggunakan internet dalam kehidupan sehari-hari, namun belum sepenuhnya dibekali pemahaman yang memadai mengenai etika digital, literasi media, serta pengelolaan citra diri di ruang digital. Kondisi ini berpotensi memunculkan berbagai permasalahan, seperti perilaku komunikasi yang tidak etis, risiko perundungan siber, penyebaran informasi yang tidak terverifikasi, serta lemahnya kesadaran terhadap jejak digital. Merespons situasi tersebut, Program Studi Digital Public Relations Telkom University melaksanakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat dengan tema “Etika Digital: Pengenalan dan Pelatihan” sebagai solusi edukatif untuk meningkatkan kesadaran dan kompetensi siswa dalam berperilaku secara bertanggung jawab di dunia maya. Kegiatan ini dilaksanakan melalui metode sosialisasi partisipatif dan diskusi interaktif yang mencakup materi etika internet, literasi media digital, serta strategi membangun personal branding yang positif. Evaluasi kegiatan dilakukan dengan membandingkan pemahaman peserta sebelum dan sesudah kegiatan melalui indikator peningkatan pengetahuan, perubahan sikap terhadap etika berkomunikasi daring, serta kemampuan peserta dalam mengidentifikasi perilaku digital yang etis dan tidak etis. Hasil kegiatan menunjukkan adanya peningkatan pemahaman siswa terhadap prinsip etika digital, meningkatnya kesadaran akan pentingnya tanggung jawab dalam bermedia digital, serta kemampuan awal dalam membangun citra diri yang positif di ruang daring.

Kata kunci: Digital, Etika Digital, Sosial Media, Gen-Z

1. PENDAHULUAN

Perkembangan pesat di era digital telah menempatkan Generasi Z sebagai *digital natives*. Istilah *digital native* merujuk pada generasi yang lahir dan tumbuh di tengah kemajuan teknologi, di mana akses internet dan perangkat digital sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari sejak usia dini. Realitas ini menegaskan bahwa media digital telah menjadi bagian integral dari kehidupan Generasi Z sejak kecil [1]. Pada awal tahun 2025, sebuah survei menunjukkan bahwa jumlah pengguna media sosial di Indonesia mencapai sekitar 143 juta orang, atau sekitar 50,2% dari total populasi negara. Analisis lebih lanjut mengungkapkan bahwa 70% di antaranya berusia antara 16 hingga 34 tahun, yang mencakup Generasi Z (lahir antara tahun 1997–2012) [2]. Angka ini menegaskan bahwa relevansi penggunaan media digital di kalangan Gen Z di Indonesia memegang posisi dominan dibandingkan dengan generasi lainnya.

Era digitalisasi ini juga memengaruhi perubahan gaya hidup Generasi Z yang cenderung menyukai budaya praktis dan dinamis. Kepraktisan dalam berkomunikasi dan mengekspresikan diri yang dapat dilakukan melalui kemudahan penggunaan smartphone telah

menjadi pilihan utama bagi Gen Z. Alasan lain media konvensional mulai ditinggalkan adalah karena tersedianya berbagai bentuk konten digital yang lebih beragam dan menarik sebagai sumber informasi [3]. Dalam kehidupan sehari-hari, Gen Z cenderung memprioritaskan efisiensi. Dengan smartphone dan media digital yang selalu berada di genggaman, mereka dapat tetap terhubung dengan siapa pun, kapan pun, dan di mana pun tanpa batasan ruang dan waktu. Hal ini menjadikan smartphone sebagai alat utama mereka untuk melakukan berbagai aktivitas tanpa batas.

Selain itu, konten digital juga menjadi sumber informasi alternatif yang dapat memenuhi kebutuhan Generasi Z kapan saja [4]. Munculnya berbagai platform digital yang semakin mudah diakses juga mampu mengisi celah dalam saluran komunikasi—mulai dari media jejaring sosial, sharing platform, e-commerce, hingga portal berita yang dapat disesuaikan dengan preferensi dan kebutuhan informasi Gen Z. Pola konsumsi Gen Z sebagian besar dipengaruhi oleh kecenderungan multitasking dan rentang perhatian yang lebih pendek dibandingkan generasi sebelumnya [5].

Dalam konteks dunia nyata, etika dalam tutur kata dan perilaku terikat oleh norma sosial yang dijunjung dalam suatu komunitas. Oleh karena itu, setiap individu harus memiliki “kesadaran” saat menggunakan media sosial dan mampu membedakannya dari realitas sosial. Setiap orang seharusnya mampu mengendalikan aktivitasnya di media sosial [6]. Tingginya kesadaran etis dalam kehidupan sehari-hari belum tentu selaras dengan penerapannya di dunia digital atau media sosial. Etika dalam penggunaan media sosial sering diabaikan karena kebebasan dan fleksibilitas yang ditawarkan platform sebagai ruang interaksi dan komunikasi [7].

Pelemahan batas-batas etika tradisional menjadi salah satu faktor pendorong utama. Ketika interaksi terjadi di balik layar, individu sering merasa kurang bertanggung jawab atas kata-kata dan tindakannya [8]. Fenomena ini dikenal sebagai disinhibition effect, yang memicu penyebaran ujaran kebencian, hoaks, dan disinformasi yang mengancam tatanan sosial. Selain itu, semakin kaburnya batas antara konten promosi dan editorial membuat audiens sulit membedakan fakta yang obyektif dan pesan persuasif—yang pada akhirnya melemahkan kepercayaan publik terhadap sumber digital [5].

Sebuah survei yang dilakukan Katadata Insight Center (KIC) bekerja sama dengan Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kominfo) pada tahun 2021 menunjukkan bahwa meskipun mayoritas masyarakat menyadari pentingnya etika digital, pelanggaran masih terus terjadi [9]. Pada tahun yang sama, survei digital Microsoft menempatkan Indonesia di peringkat ke-29 sebagai negara dengan pengguna media sosial paling tidak sopan di kawasan Asia Pasifik [10].



Figure 1. Statistic Data about Unethical Social Media User (Source: Digital Microsoft, 2021)

Bagi praktisi Public Relations (PR) dan media, kondisi ini bagaikan ladang ranjau yang harus dinavigasi dengan hati-hati [11]. Nilai, kredibilitas, dan reputasi warganet Indonesia

dapat hancur dalam sekejap jika komunikasi digital tidak berlandaskan etika. Membangun kesadaran akan etika komunikasi di ruang digital bukan lagi pilihan—melainkan sebuah keharusan. Hal ini mencakup pendidikan berkelanjutan bagi semua pengguna, mulai dari Gen Z hingga profesional, tentang pentingnya verifikasi informasi, menghormati privasi, dan mempraktikkan empati dalam interaksi daring [12]. Bagi organisasi, etika harus menjadi inti dari setiap strategi komunikasi digital, dengan menjamin transparansi, akuntabilitas, dan tanggung jawab sosial.

Informasi ini kemudian menjadi dasar bagi program sosialisasi yang diselenggarakan oleh dosen dan sivitas akademika Digital Public Relations untuk melakukan sosialisasi dan pelatihan bagi Generasi Z. Relevan dengan latar belakang, fokus, dan keahlian masing-masing dosen, program ini bertujuan membuka jendela informasi yang lebih luas guna membantu memfasilitasi Generasi Z dalam menggunakan media digital secara lebih bijak.

2. METODE

Pelaksanaan kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini dibagi ke dalam tiga tahap: perencanaan, pelaksanaan, dan evaluasi umpan balik dari peserta. Tahapan ini dilakukan untuk memastikan bahwa kegiatan tepat sasaran sesuai dengan kebutuhan mitra serta efektif dalam mencapai tujuan yang diharapkan.

Tahapan pelaksanaan melibatkan keseluruhan anggota kelompok PKM. Dalam hal ini, Dr. Tita Melia milyane, S.Sos., M.M.Pd. sebagai ketua kelompok pengabdian masyarakat sekaligus penghubung dengan mitra sasaran. Topik utama yang dibawakan juga melalui dasar penelitian serta studi kepakaran mengenai literasi dan etika digital. Anggota kelompok PKM, yaitu Septiana Yustika Widyaningrum, S.Tr.I.Kom., M.I.Kom, memiliki tupoksi utama untuk mengelaborasi materi ke dalam materi ajar yang lebih relevan dan juga selini dengan isu yang sedang diikuti oleh mitra sasaran. Hal ini diharapkan untuk membuat materi pelatihan lebih kreatif, objektif, dan efektif baik dari sisi pembelajaran maupun sisi dampak output yang diharapkan. Alike Zefanya sebagai anggota kelompok PKM juga mengintegrasikan pembelajaran dan melakukan eksekusi lapangan sampai tahap akhir, meliputi administratif dan pendokumentasian.

Pemilihan materi mengenai etika digital, telah melalui proses dengan harapan dapat disesuaikan dengan permasalahan yang dihadapi oleh siswa MAN 1 Pangandaran yang termasuk dalam Generasi Z. Observasi lapangan juga dilakukan oleh fasilitator secara langsung di lokasi dengan bantuan guru-guru MAN 1 Pangandaran. Sebagai bagian dari transformasi pendidikan, literasi digital juga mendukung pengembangan keterampilan abad ke-21 yang sangat esensial di era yang tengah dihadapi oleh Generasi Z [13]. Fenomena penyalahgunaan media digital yang menyimpang dari etika dan norma sosial diangkat dengan tema “Pelatihan Etika bagi Generasi Z”. Sosialisasi ini berfungsi sebagai perpanjangan dari pendidikan, di mana pengembangan diperlukan akibat adanya pergeseran pragmatis menuju pendekatan pembelajaran yang berpusat pada siswa, dengan memprioritaskan capaian belajar yang relevan dengan dunia sosial mereka [14].

Tahap selanjutnya, yang menjadi tujuan utama dari kegiatan pengabdian kepada masyarakat ini, adalah program pendampingan yang ditujukan bagi mitra sasaran, yaitu siswa kelas XI MAN 1 Pangandaran. Pendampingan ini dilaksanakan secara tatap muka di ruang kelas XI-C dan XI-B MAN 1 Pangandaran yang berlokasi di Jl. Raya Cijulang No. 234, Desa



Figure 2. MAN 1 Pangandaran Profil Sekolah (Source: Arus Perubahan, 2023)

Sukaresik, Kec. Sidamulih, Kab. Pangandaran. Peserta kegiatan berjumlah 50 siswa yang secara aktif menggunakan media digital, baik untuk kebutuhan komunikasi sehari-hari, pembelajaran, maupun untuk menunjang aktivitas hiburan.

Program pelatihan dilakukan dengan metode presentasi, kemudian dilanjutkan dengan survei untuk mengumpulkan umpan balik terkait pengetahuan yang diperoleh dari pelatihan. Selain siswa MAN 1 Pangandaran yang menjadi peserta pelatihan, para guru juga terlibat dalam program pendampingan ini sebagai penghubung antara fasilitator dan peserta. Selain berperan sebagai koordinator, guru-guru juga memberikan dukungan penuh untuk memastikan keberlangsungan program serta tercapainya tujuan, khususnya dalam pelatihan etika digital.

Tahap terakhir, sebagai bagian dari evaluasi, melibatkan pemberian umpan balik dari peserta kepada fasilitator. Tahap penutup ini juga berfungsi sebagai tolok ukur keberhasilan program dan efektivitas materi pelatihan yang telah disampaikan kepada peserta sasaran. Harapannya, literasi digital tidak hanya dipahami sebagai akses terhadap teknologi, tetapi juga mencakup kemampuan untuk menggunakan informasi secara bijak dan bertanggung jawab.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

Ruang digital, dengan segala kemudahan dan kecepatannya, telah menjadi arena utama interaksi bagi Generasi Z. Seperti yang telah dibahas sebelumnya, kemudahan yang berada di genggaman tangan memberikan rasa nyaman bagi generasi ini dalam mengakses informasi secara cepat dan real-time [15]. Namun, di balik gemerlap konektivitas terdapat tantangan besar terkait etika komunikasi. Data statistik menunjukkan bahwa meskipun semakin terkoneksi, pelanggaran etika digital tetap menjadi isu krusial [4]. Misalnya, tingginya angka perundungan siber (*cyberbullying*) di kalangan Gen Z, atau meningkatnya kekhawatiran publik terhadap privasi data dan penggunaan informasi pribadi secara tidak etis oleh organisasi. Fakta bahwa mayoritas profesional digital juga mengakui menghadapi dilema etika dalam pekerjaan sehari-hari semakin menegaskan kompleksitas isu ini. Isu utama inilah yang kemudian diangkat oleh tim Digital Public Relations Telkom University kepada para siswa.

Dalam *Figure 3*, materi mengenai etika digital yang dipresentasikan dalam sesi pendampingan di MAN 1 Pangandaran. Topik tersebut berhasil membuka diskusi penting tentang bagaimana siswa dapat bersikap bijak dan bertanggung jawab dalam menggunakan media sosial. Mengingat bahwa media digital telah menjadi alat utama komunikasi dan pencarian informasi bagi siswa, pemahaman mengenai etika digital menjadi krusial untuk mencegah perilaku menyimpang seperti penyebaran ujaran kebencian, pelanggaran privasi, dan penyalahgunaan informasi.



Figure 3. Sesi pendampingan di MAN 1 Pangandaran
(Source: Dokumentasi Pribadi)

Digitalisasi merupakan konsekuensi alami dari perkembangan teknologi sistem informasi yang membawa dampak positif sekaligus negatif bagi Gen Z [16]. Generasi muda masa kini kerap mudah terpengaruh untuk mengambil tindakan tanpa mempertimbangkan konsekuensi jangka panjang. Dalam konteks ini, etika digital berperan vital sebagai pedoman untuk memastikan interaksi daring yang bertanggung jawab, dengan memperhatikan privasi serta pencegahan penyalahgunaan teknologi. Kepercayaan sosial menjadi elemen penting untuk menumbuhkan keharmonisan antarindividu [17]. Nilai-nilai budaya seperti gotong royong dan sopan santun [18] dapat dijadikan landasan dalam membangun kepercayaan sosial di era digital. Pembentukan karakter melalui praktik konsisten atas nilai-nilai tersebut terbukti efektif dalam membentuk perilaku siswa maupun pendidik. Proses pembiasaan ini dapat diimplementasikan melalui berbagai kegiatan akademik maupun non-akademik sebagai upaya berkelanjutan untuk menumbuhkan kepercayaan sosial [19].

Setelah menjelaskan prinsip dasar etika digital dan faktor-faktor yang mendorong terjadinya pelanggaran, forum diskusi menghasilkan beberapa rekomendasi untuk tindakan jangka pendek dan jangka panjang. Sebagaimana digambarkan dalam *Figure 4.*, di mana mahasiswa saling berdiskusi dan menuangkan ide mengenai prinsip etika digital dalam bentuk pengisian kuesioner. Dalam jangka pendek, siswa didorong untuk mulai menerapkan etika digital dalam kehidupan sehari-hari, seperti menjaga etika dalam berkomentar, menghormati privasi orang lain, dan menyaring informasi sebelum membagikannya secara publik.



Figure 4. Sesi Diskusi
(Source: Dokumentasi Pribadi)

Sementara itu, strategi jangka panjang yang diusulkan antara lain meluncurkan kampanye literasi etika digital melalui platform resmi sekolah, baik website maupun media sosial, serta merumuskan kebijakan sekolah yang lebih jelas terkait penggunaan media sosial.

Pembentukan saluran khusus untuk melaporkan pelanggaran etika juga dianggap sebagai langkah penting dalam menciptakan ruang digital dan lingkungan sekolah yang lebih sehat.

Keberhasilan kampanye ini sangat bergantung pada keterlibatan aktif seluruh elemen sekolah, termasuk siswa, guru, dan manajemen. Untuk menjamin keberlanjutan program, evaluasi rutin dan diskusi berkelanjutan mengenai isu etika digital perlu dilakukan secara periodik.

Selain itu, kesadaran dalam menyaring informasi yang diperoleh dari media sosial juga menjadi poin menarik dalam diskusi. Siswa didorong untuk mengenali tanda-tanda informasi yang tidak etis, seperti *clickbait*, penyebaran privasi orang lain tanpa izin, dan konten provokatif. Sebagai pengguna media yang bertanggung jawab, siswa dihibau untuk membaca informasi secara menyeluruh, memeriksa keasliannya, serta menghindari berbagi tanpa konfirmasi. Mengenali situs resmi, melakukan *fact-checking*, dan memanfaatkan fitur pencarian gambar seperti Google Images juga menjadi bagian dari praktik etika digital yang baik. Fenomena ini menunjukkan bahwa keberadaan media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap pola etika dan bentuk interaksi sosial dalam kehidupan sehari-hari. Menurut laporan *We Are Social* (2024), sebanyak 89,2% pengguna internet di Indonesia aktif menggunakan media sosial, yang secara tidak langsung membentuk norma baru dalam komunikasi dan perilaku, baik di ruang digital maupun fisik [20].

Kampanye etika digital di lingkungan sekolah ini diharapkan dapat menjadi pengingat bagi siswa untuk lebih menyadari dampak perilakunya di dunia digital. Kesadaran ini akan menumbuhkan sikap objektif, kritis, dan rasional dalam menghadapi berbagai konten digital. Dalam konteks ini, pemateri dan guru sebagai pendidik memiliki peluang untuk menciptakan sumber belajar yang menarik dan visioner ketika menggunakan media digital [21].

Pada *Figure 5*. Terlihat antusiasme siswa selama sesi pendampingan menunjukkan adanya peningkatan kesadaran akan pentingnya menjaga keharmonisan dan kesejahteraan, baik



Figure 5. Dokumentasi sesi pelatihan
(Source: Dokumentasi Pribadi)



Figure 6. Dokumentasi sesi pelatihan
(Source: Dokumentasi Pribadi)

di dunia daring maupun luring. Implementasi hasil pendampingan akan terus dikoordinasikan untuk memastikan dampak positif yang berkelanjutan bagi seluruh komunitas sekolah. MAN 1 Pangandaran sebagai mitra sasaran menyambut baik kampanye ini

Temuan penelitian ini menunjukkan bahwa siswa memperoleh hasil positif dari pengalaman belajar yang dipersonalisasi, yang mengindikasikan bahwa penyesuaian materi dan tugas dengan gaya belajar individu siswa dapat meningkatkan efektivitas pembelajaran mereka [22].

4. KESIMPULAN

Temuan ini menyimpulkan bahwa teknologi digital telah memberikan dampak signifikan terhadap praktik etika bermedia sosial di kalangan Generasi Z, khususnya di MAN 1 Pangandaran. Sosialisasi dan pelatihan yang komprehensif dapat mengubah persepsi dan kognisi siswa dalam menyikapi berbagai bentuk pelanggaran etika digital yang marak di lingkungan keseharian mereka. Kasus-kasus yang ditemukan di media digital menjadi peluang

pembelajaran, di mana para pemateri berupaya memfasilitasi diskusi dan evaluasi mengenai tren perilaku Generasi Z dalam konteks etika digital.

Di MAN 1 Pangandaran, guru dan komunitas akademik cenderung menekankan pendidikan moral dan keagamaan, dengan penggunaan perangkat digital secara selektif dan selaras dengan nilai-nilai spiritual. Para pemateri memberikan kesempatan kepada peserta untuk memahami dan mempelajari lebih lanjut batasan-batasan etika digital yang relevan dengan interaksi sosial mereka.

5. SARAN

Lebih lanjut, penelitian ini juga menunjukkan bahwa kesadaran pluralistik mendorong adaptasi etika dalam praktik pengasuhan digital (digital parenting). Wawasan ini menegaskan pentingnya merancang strategi pelatihan dan pengawasan melalui program pendidikan digital yang responsif.

DAFTAR PUSTAKA

- [1] R. Syahfitri and Matang, "Indonesia Era Globalisasi: Peran dan Tantangan Generasi Kedua Digital Native," *At-Tawasul: Jurnal Komunikasi dan Penyiaran Islam*, pp. 101–109, 2023, [Online]. Available: <http://jurnal.iuqibogor.ac.id>
- [2] S. Kemp, "Digital 2025: Indonesia," DATAREPORTAL.
- [3] T. Hariguna, Berlilana, and R. Waluyo, "Sosialisasi Etika Penggunaan Media Sosial untuk Mencegah Bullying pada Siswa MTs Ushriyyah Purbalingga," *ADI Pengabdian Kepada Masyarakat*, vol. 3, no. 2, pp. 107–113, Jan. 2023, doi: 10.34306/adimas.v3i2.865.
- [4] Muhammad Fadillah, Aulia Nurbalqis, and Lia Agustina, "PENGARUH KONTEN DIGITAL TERHADAP GENERASI Z DALAM PEMANFAATAN MEDIA SOSIAL DAN DIGITAL NATIVE DI KOTA TANJUNGPINANG," *Al Yazidiy Jurnal Sosial Humaniora dan Pendidikan*, vol. 4, no. 2, pp. 01–11, Oct. 2022, doi: 10.55606/ay.v4i2.29.
- [5] D. Maulana, D. Yuliantina, R. Akseptori, and A. Risdwiyanto, "The Effectiveness of Content-Based Marketing Campaigns in Attracting Gen Z Consumers," *Oikonomia : Journal of Management Economics and Accounting*, vol. 2, no. 2, pp. 59–71, Feb. 2025, doi: 10.61942/oikonomia.v2i2.302.
- [6] S. A. Putri, "Media Sosial, Informasi dan Pemilih Pemula," *Jurnal Abdimas PHB*, vol. 6, no. 2, pp. 631–637, 2022.
- [7] R. Nuiryanti, W. Sukma Nugraha, D. A. Pujiasti, D. Gunawan, and R. K. Adiredja, "Sosialisasi Etis Bermedia Sosial untuk Masyarakat Cakap Digital," *BADRANAYA: Jurnal Pengabdian kepada Masyarakat*, vol. 02, no. 01, pp. 28–33, 2024.
- [8] M. Yuliasuti, "Ketika TikTok 'Mengkhianati' Kepercayaan Gen Z," *Scriptura*, vol. 14, no. 1, pp. 82–94, Jul. 2024, doi: 10.9744/scriptura.14.1.82-94.
- [9] H. P. Sibuea, D. Fitriana, and Sarip, "PENYULUHAN HUKUM ETIKA DIGITAL BAGI PENGGUNA MEDIA SOSIAL DI SMK 01 PELAYARAN MUNDU, CIREBON ," *Empowerment: Jurnal Pengabdian Masyarakat*, vol. 5, no. 3, pp. 248–257, 2022.
- [10] M. Cempaka, "Berdasar Survei Microsoft, Warganet Indonesia Paling Tak Sopan se-Asia Pasifik," *Vice Indonesia*, Jakarta, Feb. 25, 2021.
- [11] C. Mustamin and A. Akil, "The Role of Online Journalism in Tuberculosis Awareness: Insights from Indonesia in the Digital Era," *APLIKATIF: Journal of Research Trends in Social Sciences and Humanities*, vol. 3, no. 2, pp. 126–144, Dec. 2024, doi: 10.59110/aplikatif.v3i2.477.
- [12] K. Andriana and F. Rahadi, "Mempertahankan Etika Publik di Era Digital: Tantangan dan Solusi Berbasis Data," *Republika Indonesia*, Jakarta, 2024.
- [13] K. Krismiyati and R. Latuperissa, "Pendampingan Penelitian Sederhana Bagi Guru – Guru Teknik Informatika di Jawa Tengah Pendampingan Penelitian Sederhana Bagi

- Guru – Guru Teknik Informatika di Jawa Tengah,” *Jurnal Abdimas PHB*, vol. 7, no. 1, pp. 54–61, 2024.
- [14] N. Dahniar, “Enhancing English Learning Outcomes with Joyful Learning-Based Wordwall Media in Primary Schools,” *APLIKATIF Journal of Research Trends in Social Sciences and Humanities*, vol. 4, no. 1, pp. 95–104, 2025, doi: 10.59110/aplikatif.v4i1.568.
- [15] N. Dewi Anjani Sudrajat, G. Chairunnisa, S. Nur Assyifa, N. Wulandari, and S. Rimadias, “Stream to Shop: Perilaku Belanja Gen Z Pada Social Commerce dan Apa Yang Paling Memikat Mereka,” *Jurnal Manajemen dan Pemasaran Digital*, vol. 2, no. 3, pp. 257–272, Aug. 2024, doi: 10.38035/jmpd.v2i3.212.
- [16] N. Dwi Sulystyaningsih, I. Made Putra Suryantara, I. Arifiana Rahmandari, N. Wayan Mariaseh, and A. Wahab, “Habituaasi Nilai-nilai Etno-Digital Ethic untuk Penguatan Etika Komunikasi Digital dan Social Trust Mahasiswa,” *Journal of Character Education Society*, vol. 4, no. 1, pp. 377–387, 2024, doi: 10.31764/jces.v3i1.28368.
- [17] Cindy Verlia, Angela Caroline, Yoke P. Kornarius, Triningtyas E. P. Gusti, and Agus Gunawan, “Perspektif Gen Z sebagai Digital Savvy terhadap niat untuk menggunakan AI di tempat kerja,” *ATRABIS Jurnal Administrasi Bisnis (e-Journal)*, vol. 10, no. 1, pp. 162–176, Jun. 2024, doi: 10.38204/atrabis.v10i1.1939.
- [18] I. N. Hidayah, D. A. S. Setiowati, D. E. E. Sianipar, and N. Anisa, “The Influence of the TikTok Poison Phenomenon as a Glow Up Trend on Interest in Buying Beauty Products,” *APLIKATIF: Journal of Research Trends in Social Sciences and Humanities*, vol. 2, no. 1, pp. 1–7, Jun. 2023, doi: 10.59110/aplikatif.v2i1.119.
- [19] F. Jafri and A. H. Yahya, “The Role of Digital Transformation in Shaping Broadcasting Management Practices in Malaysia TV Stations,” *International Journal of Research and Innovation in Social Science*, vol. IX, no. XIII, pp. 6–16, 2025, doi: 10.47772/IJRISS.2025.913COM002.
- [20] C. Zonyfar, M. Maharina, S. Sihabudin, and K. Ahmad, “LITERASI DIGITAL: PENGUATAN ETIKA DAN INTERAKSI SISWA DI MEDIA SOSIAL,” *JMM (Jurnal Masyarakat Mandiri)*, vol. 6, no. 2, p. 1426, Apr. 2022, doi: 10.31764/jmm.v6i2.7274.
- [21] R. Putri Nourma Budiarti, A. Rulyansah, R. Rizqina Mardhotillah, and A. Najjah, “Peningkatan Literasi Digital melalui Pembelajaran Daring: Pengabdian Masyarakat untuk Guru Sekolah Dasar,” *Indonesia Berdaya*, vol. 3, no. 4, pp. 827–834, 2022.
- [22] S. Liou, C. Cheng, T. Chu, C. Chang, and H. Liu, “Effectiveness of differentiated instruction on learning outcomes and learning satisfaction in the evidence-based nursing course: Empirical research quantitative,” *Nurs Open*, vol. 10, no. 10, pp. 6794–6807, Oct. 2023, doi: 10.1002/nop2.1926.