



## Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Bagi Kalangan Generasi Z

Haikal Ibnu Hakim<sup>1</sup>, Grusca Maura<sup>2</sup>, Iviana Polin<sup>3</sup>, Irwansyah<sup>4</sup>

Universitas Pelita Harapan<sup>1234</sup>

### Abstract

Received: 6 September 2024  
Revised: 14 September 2024  
Accepted: 29 September 2024

*The presence of Social Media in this digitalization era makes it easier for people to access information easily and quickly. In this case, it cannot be separated from the development of technology that continues to increase from era to era. Currently, many social media have sprung up such as Twitter, Facebook, TikTok and Instagram. But Instagram currently acts as the most popular Social Media among generation Z or Gen Z. Gen-Z uses Social Media in their daily lives as a form of interacting, expressing themselves, obtaining information and following trending topics on social media. The research method used in this study uses a qualitative method with a descriptive approach. The data used in this research consists of secondary and primary data. Secondary data is in the form of data obtained through books and other sources, while primary data is in the form of information obtained based on interviews with several informants. The theory utilized in this research uses new media theory. The data collection techniques used are interviews, observations, and online data searches. The result of this study is that the utilization of Instagram social media as information media among Generation Z shows significant information in disseminating the latest news and information. Instagram is not only utilized or used to share personal videos and photos, but also as an important source of information on various topics. Generation Z utilizes Instagram as an information media through posts with features such as Instagram Live and IGTV, users can watch live broadcasts and informative videos, making it a dynamic platform for information dissemination.*

**Keywords:** Communication, Social Media, Instagram, Generation Z

(\*) Corresponding Author:

[haikalibnu2424@gmail.com](mailto:haikalibnu2424@gmail.com)<sup>1</sup>, [gruscaudina@gmail.com](mailto:gruscaudina@gmail.com)<sup>2</sup>,  
[ivianapolin08@gmail.com](mailto:ivianapolin08@gmail.com)<sup>3</sup>, [dr.irwansyah.ma@gmail.com](mailto:dr.irwansyah.ma@gmail.com)<sup>4</sup>

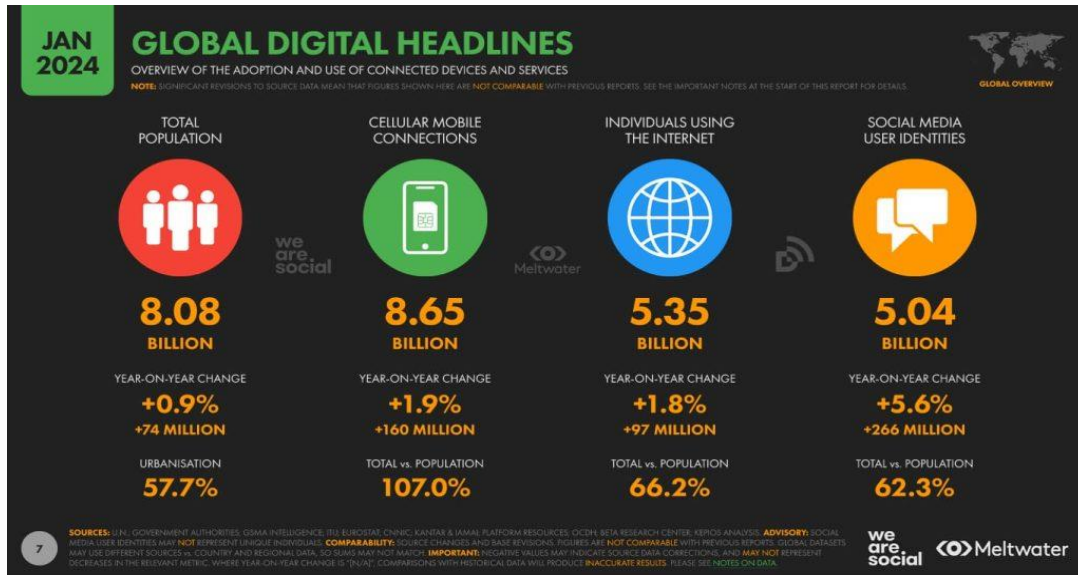
**How to Cite:** Hakim, H., Maura, G., Polin, I., & Irwansyah, I. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Bagi Kalangan Generasi Z. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 10(24.2), 489-505. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/9331>

## PENDAHULUAN

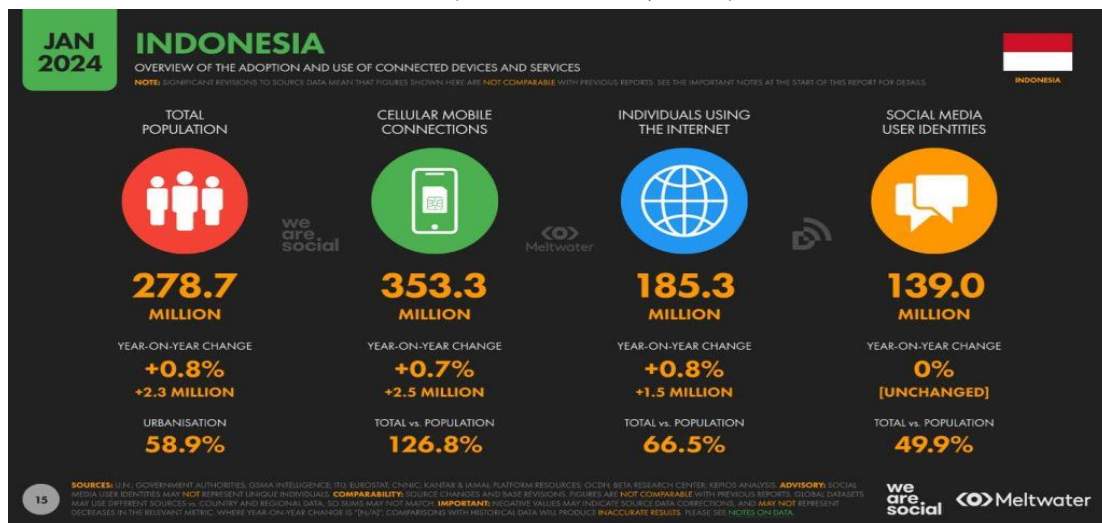
Dengan kehadiran media sosial di era digitalisasi ini sangat memudahkan Masyarakat dalam memperoleh informasi dengan singkat dan dapat diakses kapanpun. Hal ini tak terlepas dari berkembangnya suatu teknologi yang terus meningkat dari zaman ke zaman, sehingga manusia mudah dalam mengakses informasi. Melalui smartphone, masyarakat dapat mengakses informasi dan hiburan yang diinginkan. Media sosial menyediakan platform untuk interaksi virtual, memfasilitasi komunikasi tanpa batasan ruang dan waktu (Setiadi, 2016).

Seiring dengan berjalannya waktu, kian banyak sosial media yang ada dan bermunculan sehingga menjadi menarik perhatian publik. Tetapi dalam beberapa tahun terakhir ini, Instagram saat ini berperan sebagai media sosial yang paling populer di kalangan generasi Z atau Gen Z. Berdasarkan dari hasil survei yang dilakukan oleh We Are Social, pengguna aktif media sosial pada tahun 2024 di dunia sebanyak 5,04 miliar, angka ini naik 5,6 % dari tahun 2023.

Sementara itu, pengguna media sosial di Indonesia 139 juta. Dari data yang dilihat di We are Social, 83,1% rata-rata masyarakat menggunakan internet untuk mencari informasi, 57,1% pengguna menjadikan medsos sebagai sarana bisa terhubung dengan keluarga, dan 58,9% hanya untuk mengisi waktu luang.



Sumber (We Are Social, 2024)



Sumber: (We Are Social, 2024)

Berdasarkan hasil pengamatan yang dilakukan Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), penggunaan internet di Indonesia per bulan Februari 2024 mengalami peningkatan yang signifikan yaitu mencapai 221 juta jiwa. dari total populasi sebanyak 278 juta jiwa pada tahun 2023. Dari hasil survei penetrasi internet Indonesia 2024 yang diumumkan oleh APJII, tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 79,5%.

Dibandingkan dari empat tahun terakhir, penggunaan internet tahun 2024 terjadi peningkatan sebesar 1,4%. Hal ini dapat diartikan bahwa Masyarakat sekarang ini semakin banyak yang menggunakan internet untuk mendapat informasi dan layanan online. Sejak tahun 2018, penetrasi penggunaan internet peningkatan secara bertahap.

Pada tahun tersebut, Masyarakat yang menggunakan internet mencapai 68,4%, kemudian di tahun 2020 meningkat menjadi 73,7% , 77,01% tahun 2022, dan peningkatan terus meninggi mencapai 78,19% pada tahun 2023.

Sementara dari sisi gender, kontribusi penetrasi di Indonesia didominasi oleh laki-laki sebesar 50,7% dan Perempuan sebesar 49,1%. Sementara dari segi usia, mayoritas pengguna internet adalah generasi Z (Kelahiran 1997-2012) dengan presentase 34,40%. Selanjutnya generasi X (kelahiran 1965-1980) memiliki kontribusi sebanyak 18,98%, Post Gen Z (kelahiran setelah 2023) sebanyak 9,17%, baby boomers (1946-1964) sebanyak 6,58%, dan pre boomer kelahiran 1945 sebanyak 0,4%. Adapun berdasarkan wilayah, APJII menemukan tingkat penetrasi internet tertinggi terjadi di wilayah urban yang mencapai 69,5%, sedangkan di daerah rural hanya mencapai 30,5%. Ini menunjukkan bahwa akses internet masih lebih luas di perkotaan dibandingkan dengan pedesaan.

Instagram adalah platform interaksi dimana penggunaanya dapat dengan gampang membagikan konten visual seperti foto dan video, yang dikenal sebagai 'Update' (Hu, Manikonda, dan Kambhampati, 2014). Penggunaan Instagram sebagai sumber informasi pendidikan merupakan tren yang sedang berkembang dalam dunia media sosial, dan platform ini terus mengalami evolusi dengan menambahkan fitur-fitur inovatif seperti reels dan stiker yang menarik bagi generasi muda saat ini (Pittman dan Reich, 2016). Studi yang dilakukan oleh Sampurno et al. (2020) telah mengeksplorasi penggunaan media sosial ini. Temuan dari studi tersebut menunjukkan bahwa media sosial di Indonesia memiliki potensi sebagai sumber pembelajaran, menyediakan informasi penting bagi masyarakat.

Berdasarkan masalah yang dirumuskan di atas, maka dari itu tujuan dari penelitian ini adalah untuk Mengetahui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi di kalangan Generasi Z.

## **STUDI LITERATUR**

### **Media Sosial dalam Generasi Z**

Dikarenakan hidup berdampingan dengan teknologi, Gen-Z merupakan generasi yang paling aktif dibandingkan generasi lainnya (Gen-X, Gen-Y maupun baby boomer) dalam menggunakan media sosial, Gen-Z juga telah melibatkan media sosial sebagai bagian dari kehidupannya (Smith & Anderson, 2018). Bukan hanya aktif, Gen-Z juga sangat bergantung dan mengandalkan media sosial untuk memenuhi kebutuhan hidup sehari – hari serta mereka lebih menyukai internet daripada buku untuk mengakses berbagai informasi yang dinilai menarik karna visual gambar maupun video (McCrinkle, 2014). Gen- Z juga berpartisipasi aktif dalam membuat dan menyebarkan konten – konten buatannya atau orang lain yang berbentuk foto maupun video dimana akan memperkaya informasi yang akan mereka dapatkan (Churhill & Gosling, 2018). Lebih lanjut, Churhill & Gosling (2018) menjelaskan, bahwa Gen-Z menggunakan media sosial pada keseharian mereka sebagai bentuk untuk berinteraksi, mengekspresikan diri, memperoleh informasi dan mengikuti trending topic yang ada dalam media sosial tersebut. Lahirnya Gen-Z pada perkembangan teknologi yang pesat juga menimbulkan kebiasaan atau kecanduan Gen-Z dalam mencari informasi secara online di media sosial (Frances & Hoefel, 2018).

Berdasarkan hasil dari beberapa studi diatas dapat disimpulkan media sosial mempunyai peran yang krusial dalam kehidupan Generasi Z. Digunakan untuk beberapa aspek seperti berkomunikasi, mendapatkan informasi yang sedang tren maupun sebagai

alat untuk mengungkapkan diri mereka. Hal ini timbul karena mereka lahir di era teknologi yang berkembang pesat, membuat mereka berbeda dari generasi – generasi lainnya. Mereka juga turut aktif dalam membuat maupun menyebarkan konten – konten diri sendiri atau konten orang lain seperti konten foto maupun video. Hal ini dinilai mempunyai frekuensi tinggi pada penggunaan teknologi yang sudah menjadi bagian dari hidup mereka yang akan menyebabkan Gen-Z untuk menggantungkan hidupnya atau bahkan candu dalam menggunakan teknologi tersebut.

### **Generasi Z**

Generasi Z atau biasa disebut Gen-Z dengan tahun kelahiran rentang 1995 – 2010, yang dikenal sebagai generasi melek digital (Lanier, 2017). Namun, penelitian yang dilakukan Kapil & Roy (2014) menyebutkan bahwa Gen-Z ialah generasi yang lahir setelah tahun 2000. Kelahiran Gen-Z disertai dengan pertumbuhan teknologi yang begitu pesat, hal ini tentu membuat para Gen-Z hidup berdampingan dengan teknologi (Magano et al., 2020). Gen-Z juga dinilai sebagai generasi yang tumbuh dengan fenomena penyakit mental atau mental health, sehingga menyebabkan mereka sangat awas perihal mental health daripada generasi sebelumnya (Twenge, 2017). Selain itu, karena hidup di era mudahnya mengakses berbagai informasi melalui internet, menjadikan Gen-Z sebagai generasi yang mudah untuk menerima perbedaan dalam individu dengan tangan terbuka serta menghargai perspektif yang berbeda menjadikan mereka mudah untuk saling terhubung dan beradaptasi dengan banyaknya perbedaan disekitar lingkungan mereka (Francis & Hoefel, 2018).

Gen-Z merupakan generasi yang paling open minded dibandingkan dengan generasi – generasi sebelumnya, hal ini diketahui karna mudahnya Gen-Z dalam menerima perbedaan yang ada disekitar lingkungannya. Mereka mampu menghargai pandangan – pandangan yang tidak linear dengan pandangan mereka, faktor ini disebabkan karna informasi yang didapat dari internet secara mudah. Ini merupakan faktor positif dari lahir dan tumbuh di era kepesatan teknologi, menjadikan generasi Gen-Z kaya akan wawasan dan mampu menerima perbedaan. Generasi Z juga dikenal sebagai generasi yang mahir dalam dunia digital yang membuat mereka menjadi mudah untuk berhubungan dengan satu sama lain.

### **Informasi dalam Kalangan Generasi Z**

Dikarenakan mahir dalam penggunaan teknologi maupun internet (Papacharissi, 2010) memberikan dampak yakni tingginya dorongan untuk belajar Gen-Z baik secara digital maupun visual (Ran et al., 2019). Selain itu, Gen-Z gemar untuk mencari tahu sebuah informasi dalam berbagai hal di internet dan mendapatkan informasi tersebut secara cepat (Hidvégi dan Kelemen-Erdős, 2016). Gen-Z cenderung menyukai informasi yang secara singkat dan menarik (Schau, 2020) yang didapat dari berbagai platform. Namun, hasil studi lain membuktikan Gen-Z juga menyukai informasi yang dia dapatkan dari teman sebaya maupun influencer yang dia ikuti pada laman media sosialnya (Onyido, 2021). Terdapat beberapa cara bagi Gen-Z untuk mendapatkan sebuah informasi, yakni diantaranya melalui media sosial (Instagram), platform pesan instan (Whatsapp) serta mesin pencari data (Google) (Sasser et al., 2021).

Tingginya penggunaan teknologi didalam kehidupan Gen-Z yang membuat mereka bergantung juga membuat generasi ini mempunyai hasrat yang tinggi untuk belajar menggunakan teknologi. Informasi yang didapatkan secara cepat juga disebabkan karena mahirnya dalam mengakses informasi melalui internet. Tujuan penggunaan teknologi nya pun bermacam – macam, seperti untuk berkomunikasi

melalui media sosial & pesan instan serta untuk mencari informasi menggunakan *search engine*.

### **Instagram Sebagai Media Informasi Generasi Z**

Instagram merupakan media sosial yang muncul pada tahun 2010 dan diciptakan oleh Kevin Systrom & Mike Krieger. Instagram ditujukan untuk membagikan foto atau video seseorang dalam beraktivitas. Tidak hanya foto atau video aktivitas seseorang, namun Instagram juga dapat digunakan untuk menyebarkan konten informasi (Mahendra, 2017). Berdasarkan studi yang dilakukan Smith (2021) pemakaian media sosial Instagram oleh Gen-Z untuk mendapatkan informasi mereka lakukan dengan berbagai cara, seperti menonton Instagram story pada profile seorang influencer yang mereka ikuti, menggunakan hashtag pada laman pencarian di Instagram atau menonton reels di Instagram. Instagram disukai oleh Gen-Z dalam mendapatkan informasi dikarenakan visual yang menarik, penggunaannya yang mudah serta mempunyai fitur – fitur yang beraneka ragam (story, reels, template atau live). Ada berbagai jenis informasi yang dicari atau disukai Gen-Z, informasi tersebut berupa informasi yang informatif namun juga mengedukasi (Benavides et al., 2023), hiburan namun bermanfaat (Fietkiewicz, 2016) dan yang dekat dengan kehidupan mereka (Safeet et al., 2021).

Dari beberapa hasil studi diatas, Instagram dinilai efektif untuk menjadi wadah yang kaya akan informasi berupa visual gambar atau video. Instagram mempunyai fitur – fitur yang dapat diaplikasikan untuk mendapatkan informasi yang mereka butuhkan. Contohnya reels atau story, dengan menonton video yang edukatif yang singkat mereka akan mendapatkan banyak informasi. Dengan konten yang singkat serta informatif dan visual yang menarik, membuat Gen-Z menggunakan Instagram demi mendapatkan berbagai informasi atau pengetahuan yang dapat menambah wawasannya. Tetapi pembuatan konten – konten tersebut juga perlu diperhatikan agar informasi yang disampaikan mudah untuk diterima secepat seperti konten yang relate dengan dunia Gen-Z, edukatif namun juga menghibur.

### **Generasi Z dalam Memanfaatkan Instagram Sebagai Media Informasi**

Instagram berperan aktif dalam penyebaran konten – konten yang berisikan informasi untuk Gen-Z. Dengan tingginya angka pengguna Instagram pada Generasi Z, hal ini membuktikan Instagram mampu menjadi wadah informasi dengan memanfaatkan fitur – fitur yang terdapat didalam aplikasi tersebut. Gen-Z dapat menggunakan Instagram untuk mengikuti *trending topic* yang sedang berlangsung secara *real time*. Namun terlepas dari berbagai kegunaan Instagram, terdapat satu hal yang diperlukan hal preventif, yakni cyberbullying (Brown & Lambert, 2022). Cyberbullying adalah jenis perilaku atau tindakan bullying yang dilakukan didunia maya, ditujukan untuk mengucilkan atau menyakiti seseorang. Contoh dari perilaku cyberbullying diantaranya seperti penyebaran pesan yang mengancam, foto atau video memalukan serta menjiplak data diri seseorang lalu mengirimkan pesan negative kepada orang lain atas data diri orang tersebut melalui fake account (Kowalski, 2014).

Dengan berisikan konten – konten yang sedang trending topic, membuat Generasi Z memanfaatkan Instagram sebagai media informasi yang bisa didapatkan secara cepat berbentuk gambar atau video. Hal ini menjadikan Gen-Z mudah untuk mendapatkan & menyerap informasi pada konten – konten yang tersebar di Instagram. Gen-Z juga dapat memanfaatkan dengan maksimal fitur yang ada di dalam media sosial Instagram kiat mendapatkan informasi yang dibutuhkannya. Tidak hanya informasi, Gen-Z juga dapat menggunakan Instagram sebagai media sosial untuk berkomunikasi, dimana dengan

berkomunikasi dengan temannya melalui Instagram, Gen-Z akan mendapatkan informasi lain dari temannya. Tetapi, Gen-Z juga harus mawas diri terhadap kejahatan – kejahatan yang dilakukan secara online seperti cyberbullying. Gen-Z juga harus mengedukasi dirinya sendiri agar cermat dalam menggunakan aplikasi Instagram.

## **METODOLOGI PENELITIAN**

### **Pendekatan Penelitian**

Metode yang digunakan penulis berdasarkan penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif dengan menentukan Langkah-langkah dengan pendekatan deskriptif kualitatif yaitu dengan Penentuan masalah, Seleksi informan dan pengkodean. Dari uraian penjelasan di atas tujuan dari penelitian kualitatif ini selaras dengan perumusan masalah dan pertanyaan penelitian, atau identifikasi masalah. Ini karena penelitian bertujuan untuk menjawab pertanyaan yang telah diajukan sebelumnya melalui perumusan masalah dan identifikasi masalah, serta menentukan cara pengolahan hasil penelitian menggunakan metode kualitatif.

Hasil data akan disajikan deskriptif yang menurut Kriyantono (2014) adalah menguraikan data secara sistematis faktual dan juga akurat perihal fakta dan sifat dari objek tertentu. Dengan kata lain penelitian ini ialah penelitian yang sifatnya deskriptif bahwa datanya hanya berupa gambar, kata-kata dan bukan angka maupun perhitungan.

### **Objek Penelitian**

Objek Penelitian menurut Supriati (2012) adalah objek penelitian variabel yang dikaji dan diteliti oleh penelitian di tempat penelitian. Melalui objek penelitian tersebut sebagai sasaran dalam penelitian untuk memperoleh suatu solusi maupun jawaban dari konflik dan suatu permasalahan yang terjadi. Penelitian pada objek yang diteliti disini ialah Media Sosial Instagram.

### **Subjek Penelitian**

Moleong (2010) menguraikan Subjek pada Penelitian selaku informan, yang merupakan orang yang digunakan untuk menginformasikan dan memberikan sebuah informasi mengenai kondisi penelitian dan situasi.

Sedangkan subjek pada penelitian menurut Arikunto (dalam Novi Yanti, 2018) ialah kedudukannya begitu vital pada penelitian, subjek penelitian harus didata terlebih dahulu sebelum penelitian siap untuk menggabungkan dan mengumpulkan data. Subjek penelitian bisa berupa hal, orang dan benda. Dengan itu subjek pada penelitian umumnya adalah manusia atau apa saja yang memerankan menjadi urusan manusia. Subjek pada penelitian ialah Generasi Z yang menggunakan Media Sosial Instagram.

### **Metode Pengumpulan Data**

Teknik pengumpulan data yang digunakan pada penelitian ini untuk mengumpulkan dan mendapatkan data pada penelitian ini ialah, sebagai berikut:

#### 1) Observasi

Menggunakan metode observasi dengan melakukan pengamatan mengenai sosial media Instagram untuk mengetahui sumber media informasi yang dikonsumsi Generasi Z.

#### 2) Wawancara

Wawancara ialah kegiatan untuk memperoleh sebuah informasi dari informan melalui cara bertemu langsung, tatap muka dan bisa juga melalui surat menyurat yaitu gmail atau menggunakan video conference lainnya seperti video call melalui Zoom Meeting. Proses pengumpulan data yang dilakukan penulis akan mix melalui bertemu

secara tidak langsung dan langsung memberikan tanya jawab ke lapangan sehingga mampu mendapatkan informasi mengenai permasalahan yang diulas oleh peneliti.

### 3) Dokumentasi

Metode dokumentasi merupakan metode dari pengumpulan kualitatif, melalui dokumentasi ini penulis dapat memperoleh sebuah foto-foto, metode dokumentasi tersebut dilakukan untuk memperoleh data-data yang belum didapatkan melalui wawancara maupun observasi.

## **HASIL & DISKUSI**

### **Media Sosial Instagram**

Instagram adalah platform berbagi video dan foto yang begitu populer di dunia. Instagram memegang peranan yang penting dan sebagai salah satu media sosial terbesar saat ini. Pengguna bisa mengupload foto dan video, serta berinteraksi dengan konten dari pengguna lain melalui like, komentar, dan direct message. Instagram juga memiliki fitur-fitur seperti Instagram Stories, reels dan juga IGTV yang menjadikan penikmat dan pengguna untuk saling berbagi konten secara real-time dan kreatif. Instagram Stories memudahkan pengguna untuk membagikan momen-momen sehari-hari dalam format yang bersifat sementara, sementara IGTV membuat pengguna untuk mengunggah video-video berdurasi yang cukup terbilang panjang. Reels adalah fitur yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan video pendek yang kreatif dan menghibur.

Instagram juga menjadi tempat yang vital bagi para influencer dan content creator untuk membangun komunitas dan mendapatkan penghasilan. Dengan kerjasama dengan merek-merek terkenal, influencer dapat mendapatkan kesempatan untuk memperluas jangkauan dan pengaruh mereka. Hal ini menciptakan ekosistem yang dinamis di platform Instagram, di mana konten-konten kreatif dan inspiratif dapat berkembang. Instagram juga memiliki peran dalam mempengaruhi tren dan gaya hidup. Banyak pengguna yang terinspirasi oleh konten-konten yang mereka lihat di Instagram, mulai dari fashion, makanan, hingga destinasi wisata. Platform ini juga menjadi tempat yang penting untuk berbagi informasi dan pengetahuan, melalui fitur-fitur seperti Instagram Guides dan Instagram Live. Dengan demikian, Instagram tidak hanya menjadi media sosial untuk bersenang-senang, tetapi juga sebagai sumber inspirasi dan informasi bagi banyak orang.

### **Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi**

Platform Media Sosial Instagram telah menjadi sumber informasi yang signifikan bagi banyak orang. Instagram tidak digunakan hanya untuk berbagi video dan foto pribadi, tetapi juga sebagai tempat untuk mendapatkan berita dan informasi terkini. Banyak akun media dan publik figur menggunakan Instagram untuk menyebarkan informasi terbaru kepada pengikut mereka, mulai dari berita politik, hiburan, hingga informasi kesehatan dan lingkungan. Instagram memiliki fitur-fitur seperti Instagram Live dan IGTV yang mewujudkan pengguna untuk menyaksikan siaran langsung dan video-video informatif. Banyak akun media dan organisasi menggunakan fitur ini untuk melakukan wawancara, diskusi, dan penyiaran acara-acara penting secara real-time. Hal ini membuat Instagram menjadi platform yang dinamis dalam menyajikan informasi kepada pengguna.

Berdasarkan konteks media informasi, Instagram juga menjadi tempat yang penting untuk menyebarkan informasi terkait isu-isu sosial dan kemanusiaan. Banyak organisasi nirlaba dan aktivis menggunakan Instagram untuk menggalang dukungan dan

menyalurkan kesadaran tentang berbagai isu penting, seperti hak asasi manusia, lingkungan, dan kesehatan mental. Melalui kampanye dan postingan yang informatif, Instagram menjadi sarana untuk memperluas pemahaman dan solidaritas terhadap berbagai isu global. Instagram juga memberikan ruang bagi berbagai suara dan perspektif. Pengguna dapat mengikuti akun-akun yang mewakili berbagai sudut pandang dan latar belakang, sehingga mereka dapat mendapatkan informasi dari berbagai sumber yang berbeda. Hal ini memperkaya pengalaman pengguna dalam mengakses informasi dan memperluas cakupan pengetahuan mereka.

### **Penelitian Terdahulu Mengenai Pemanfaatan Media Sosial Instagram**

Penelitian terdahulu mengenai Pemanfaatan Akun Instagram yang dilakukan oleh Dian Nurvita (2020) dengan judul “Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Edukasi Parenting” Kajian ini mengkaji fenomena pemanfaatan Sosial Media selaku sarana pendidikan parenting bagi ibu-ibu muda, yang dipicu oleh perkembangan teknologi dan munculnya internet. Dahulu, ibu-ibu muda cenderung mengandalkan pengalaman dari generasi sebelumnya dalam hal pengasuhan, perawatan, dan pendidikan anak. Namun, saat ini, sumber informasi tentang parenting telah beralih dari metode tradisional ke platform digital.

Kemudian penelitian pendukung kedua yaitu, Penelitian yang dilaksanakan oleh Tasya Nurul pada tahun 2022, berjudul 'Pemanfaatan Instagram Sebagai Kanal Diseminasi Informasi Aktivitas di Yayasan Jamrud Biru', bertujuan untuk memaparkan penggunaan Instagram oleh individu di Yayasan Jamrud Biru dalam menyebarkan informasi mengenai kegiatan mereka, yang berperan dalam komunikasi eksternal organisasi. Studi ini, yang berlandaskan pada teori media baru dan menggunakan metode deskriptif kualitatif, fokus pada penggunaan Instagram, khususnya bagaimana akun @yayasan\_jamrudbiru memanfaatkan media sosial ini untuk menginformasikan kegiatan Yayasan Jamrud Biru. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Yayasan Jamrud Biru berhasil memanfaatkan Instagram untuk memperlancar komunikasi dan menyebarkan informasi, yang sesuai dengan fungsi dan tujuan media sosial.

### **Langkah-Langkah Pendekatan Penelitian Deskriptif Kualitatif**

1. Penentuan Masalah : Penggunaan media sosial instagram pada generasi Z sering mengalami tekanan dan kecemasan terkait citra diri dan body image akibat paparan konten yang idealis di Instagram. Banyaknya foto-foto yang di-retus dan kurasi dengan sempurna mampu menciptakan tolak ukur maupun standar ketampanan yang tidak realistis ataupun juga bisa sebagai penyalahgunaan pada media sosial Instagram dengan mengakses konten yang tidak sesuai dengan umur.
2. Seleksi Informan : Informan merupakan peran kunci untuk mendapatkan informasi yang jelas secara terperinci untuk mendapatkan jawaban dari rumusan masalah yang kita teliti, oleh karena itu penulis memilih 5 informan untuk di wawancarai yang terdiri dari Kalangan Generasi Z yang aktif memakai Sosial Media Instagram sebagai media informasi.
3. Pengkodean : Pengkodean data adalah untuk mengidentifikasi konsep-konsep dan tema-tema utama yang muncul dalam data. Pengkodean data yang dilakukan penulis adalah dengan menggunakan teori new media sebagai teori kunci untuk digunakan pada penelitian ini.

### **Analisis**

Hasil pengkajian atau penelitian yang digunakan penulis mengenai Pemanfaatan Media Sosial Instagram Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Bagi Kalangan Generasi Z merupakan gambaran umum dan diharapkan dapat

menjawab masalah dalam penelitian ini. Pada penelitian ini, penulis menggali informasi untuk mendapatkan fakta yang sebenarnya.

Berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan penulis untuk mengumpulkan informasi data terkait dengan penelitian ini, data yang didapatkan penulis melalui wawancara digunakan menjadi informasi data utama dalam penelitian, dan sedangkan data yang diperoleh penulis berdasarkan sumber lain seperti, buku, refrensi jurnal, internet, dan sumber lain digunakan untuk menjelaskan dan melengkapi data yang di peroleh penulis melalui wawancara kepada para informan yaitu Generasi Z

Berdasarkan permasalahan pada penelitian ini yaitu ingin mengetahui Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Bagi Kalangan Generasi Z. Pertanyaan-pertanyaan pada hasil wawancara merupakan identifikasi dari pertanyaan peneliti. Hasil dari wawancara mendalam dengan informan ini menjelaskan dan memaparkan hasil dari pertanyaan yang telah diajukan penulis kepada informan untuk dapat mengetahui dan memberikan informasi sebagai pihak yang terkait dengan pertanyaan pada penelitian. Pada penelitian ini menggunakan Teori New Media

Penulis akan memberitahukan identitas informan dalam memberikan informasi terhadap pertanyaan yang telah diajukan penulis kepada informan terkait Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Bagi Kalangan Generasi Z

#### **Informan 1**

Nama : Farah Aqilah

Umur : 19 Tahun

Penulis melakukan wawancara dengan informan I di tanggal 17 Mei 2024. Wawancara ini dilakukan secara langsung bersama dengan Farah Aqilah selaku Generasi Z yang Aktif Menggunakan Media Sosial Instagram. Informan tersebut saat menjawab pertanyaan cukup detail dan karakter informan baik dan ramah saat menjawab dan memberi penjelasan terkait pertanyaan yang diajukan saat melakukan wawancara.



**Gambar Bersama Informan I, Generasi Z**  
(Sumber dokumentasi pribadi)

#### **Informan II**

Nama: Bayu Dwi

Umur: 23 Tahun

Penulis melakukan wawancara dengan informan II di tanggal 18 Mei 2024. Wawancara ini dilakukan secara langsung bersama Bayu Dwi selaku Generasi Z yang Aktif Menggunakan Media Sosial Instagram. Informan tersebut saat menjawab pertanyaan cukup detail dalam memberikan penjelasan terkait pertanyaan yang diajukan dan karakter informan baik dan ramah saat wawancara berlangsung.



**Gambar Bersama Informan III, Generasi Z**  
(Sumber dokumentasi pribadi)

### **Informan III**

Nama: Sena

Umur: 20 Tahun

Penulis melakukan wawancara dengan informan III pada tanggal 16 Mei 2024. Wawancara ini dilakukan secara langsung bersama Sena selaku Generasi Z yang Aktif Menggunakan Media Sosial Instagram. Informan tersebut saat menjawab pertanyaan cukup detail dalam memberikan penjelasan terkait pertanyaan yang diajukan dan karakter informan baik dan ramah saat wawancara berlangsung.



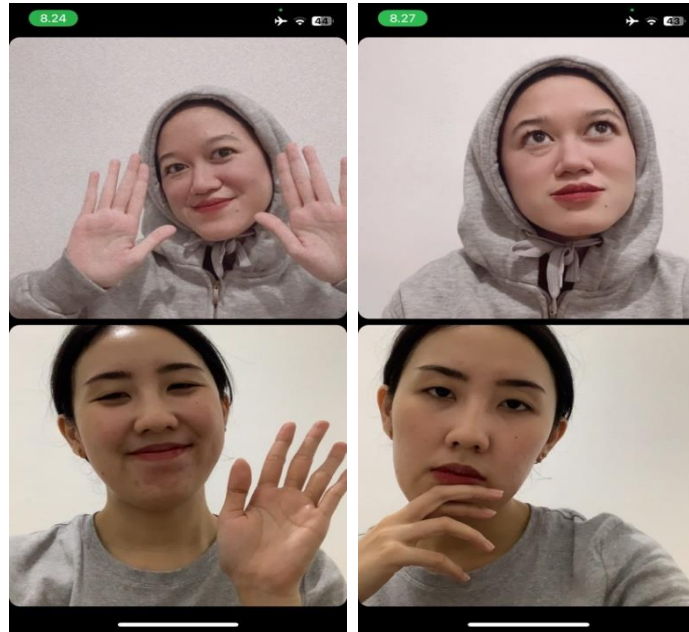
**Gambar Bersama Informan III, Generasi Z**  
(Sumber dokumentasi pribadi)

### **Informan IV**

Nama: Melda Dita

Umur: 25 Tahun

Penulis melakukan wawancara dengan informan IV pada tanggal 16 Mei 2024. Wawancara ini dilakukan melalui *video call* pada fitur Instagram bersama Melda Dita selaku Generasi Z yang Aktif Menggunakan Media Sosial Instagram. Informan tersebut saat menjawab pertanyaan cukup detail dalam memberikan penjelasan terkait pertanyaan yang diajukan dan karakter informan baik dan ramah saat wawancara berlangsung.



**Gambar Bersama Informan IV, Generasi Z**  
(Sumber dokumentasi pribadi)

**Informan V**

Nama: Misyka

Umur: 22 Tahun

Penulis melakukan wawancara dengan informan V pada tanggal 16 Mei 2024. Wawancara ini dilakukan melalui *video call* pada fitur Instagram bersama Misyka selaku Generasi Z yang Aktif Menggunakan Media Sosial Instagram. Informan tersebut saat menjawab pertanyaan cukup detail dalam memberikan penjelasan terkait pertanyaan yang diajukan dan karakter informan baik dan ramah saat wawancara berlangsung.



**Gambar Bersama Informan V, Generasi Z**  
(Sumber dokumentasi pribadi)

## PEMBAHASAN

Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Bagi Kalangan Generasi Z salah satu media Informasi yang relevan dan terupdate mengenai berbagai ragam sebuah informasi dari belahan penjuru dunia manapun, Informan I,II,III,IV,V menjelaskan awal mengenai Apakah Media Sosial Instagram bisa disebut sebagai media informasi, hal ini diperjelas dalam wawancara :

**“ya bisa, karena ada beberapa akun yang menyebarkan berita dan informasi terbaru secara cepat dan selain itu Instagram juga menghadirkan informasi-informasi yang akurat dan factual dari segi penyajian apabila dimanfaatkan dengan tepat untuk sumber informasi yang akurat dan relevan”.**

Informan II, Menjelaskan:

**“Ya betul bisa saja Instagram disebut sebagai Media Informasi, karena media Instagram juga digunakan oleh banyak media dan organisasi berita untuk membagikan berita dan informasi terkini kepada para pengikut maupun penggunanya. Banyak akun media resmi yang aktif di Instagram untuk menyebarkan informasi terkini kepada para pengikutnya”.**

Informan III, Menjelaskan:

**“Ya, instagram bisa disebut sebagai media informasi hal ini dikarenakan segala sesuatu yang terjadi di dunia maya dapat diabadikan dan diunggah ke Instagram”.**

Informan IV, Menjelaskan:

**“Bisa, karna secara visual menarik jadi banyak orang di lingkungan saya memakai IG dan sekaligus estetik”**

Informan V, Menjelaskan:

**“Bisa, karna sekarang kan juga udah banyak media2 resmi yang ada di IG, walaupun banyak hoax terbantu dengan adanya icon verified di setiap profile media tersebut”**

Dari pemaparan informan I,II,III,IV dan V yaitu selaku Generasi Z menyimpulkan dan menjelaskan bahwa Media Sosial Instagram dapat disebut sebagai Media Informasi dikarenakan Instagram pada saat ini dapat menyajikan suatu informasi yang beragam melalui akun Instagram. Selanjutnya penulis menanyakan Informasi apa yang sering dikonsumsi. Hal ini di perjelas dalam wawancara informan I,II,III,IV dan V:

**“Saya sering melihat informasi di instagram yaitu berita di daerah sekitar contohnya saya bertempat tinggal di bekasi saya sering melihat informasi di akun info Bekasi”.**

Informan II, Menjelaskan:

**“Random aja sih, biasanya saya melihat informasi-informasi yang sedang viral dan terupdate dan selain itu juga saya suka melihat informasi-informasi mengenai modifikasi kendaraan seperti mobil maupun motor”.**

Informan III, Menjelaskan:

**“Informasi-informasi mengenai berita terkini yang sedang viral”.**

Informan IV, Menjelaskan:

**“Informasi tentang K-Pop, music concert dan berita yang lagi viral”.**

Informan V, Menjelaskan:

**“Kalau aku entertainment, arts kayak design grafis buat cari inspirasi, sama humor”.**

Dari pemaparan informan I,II,III,IV dan V yaitu selaku Generasi Z menyimpulkan dan menjelaskan bahwa Informasi yang sering dikonsumsi oleh Kalangan Generasi Z ini ialah Informasi yang sedang trending atau viral. Selanjutnya penulis menanyakan Kenapa memilih informasi tersebut yang dikonsumsi. Hal ini di perjelas dalam wawancara informan I,II,III,IV dan V:

**“Alasan saya memilih informasi dari info Bekasi adalah untuk mengetahui apa yang sedang terjadi di jalan dan di daerah tempat tinggal saya”.**

Informan II, Menjelaskan:

**“Alasan saya memilih informasi tersebut karena saya suka mengikuti informasi-informasi atau perbincangan yang sedang ramai di jagat media sosial tentunya Instagram ya, dengan Instagram berita apapun sudah pasti ada dan lengkap, kalau untuk informasi mengenai modifikasi kendaraan itu karena kesukaan dan hobi saya maka dari itu selain melihat informasi viral saya juga melihat informasi-informasi mengenai modifikasi kendaraan mobil maupun motor”.**

Informan III, Menjelaskan:

**“Karena informasi mengenai berita atau fenomena terkini bermanfaat dalam mengetahui gejala yang sedang terjadi di kehidupan nyata”.**

Informan IV, Menjelaskan:

**“Karena lebih mudah diakses & informasinya singkat tapi mudah dipahami”**

Informan V, Menjelaskan:

**“Karena kalau IG kan basisnya gambar/video, aku juga interest ke arts jadi keduanya saling berhubungan”.**

Dari pemaparan informan I,II,III,IV dan V yaitu selaku Generasi Z menyimpulkan dan menjelaskan alasan memilih informasi-informasi tersebut dikarenakan berdasarkan hobi dan ada juga untuk melihat kejadian-kejadian di daerah tempat tinggalnya masing-masing. Selanjutnya penulis menanyakan Keunggulan Instagram dalam membagikan suatu informasi. Hal ini di perjelas dalam wawancara informan I,II,III,IV dan V:

**“Keunggulan instagram yaitu bisa berinteraksi dengan konten lainnya, seperti melalui komentar, likes, dan direct messages. Selain itu juga bisa mengakses sebuah informasi dari akun-akun yang akurat dan relevan dalam segi penyajian informasinya”.**

Informan II, Menjelaskan:

**“Menurut saya keunggulan pada Instagram tentu saja terletak pada Instastory ya, dari Instastory atau stories ini para pengguna dapat merekam video maupun foto yang disukainya, selain itu juga ada fitur direct messages melalui fitur ini semua pengguna mampu berinteraksi dengan siapapun tanpa adanya jarak dan hambatan, dan yang terakhir keunggulan Instagram juga pada Media Informasi, banyak sekali Pemberitaan yang tadinya kita tidak mengetahui jadi tahu mengenai pemberitaan yang sedang terjadi di luar sana.**

Informan III, Menjelaskan:

**“Instagram merupakan salah satu aplikasi yang cepat dalam membagikan sebuah informasi dengan melalui fitur-fitur yang tersedia”.**

Informan IV, Menjelaskan:

**“Karena terdapat caption jadi lebih mudah dipahami selain itu juga disajikan secara menarik dengan fitur-fitur yang ada pada Instagram”.**

Informan V, Menjelaskan:

**“Banyak informasi yang beraneka ragam melalui unggahan-unggahan pada akun-akun di media sosial Instagram dan disajikan secara menarik melalui fitur-fitur yang unik”.**

Dari pemaparan informan I,II,III,IV dan V yaitu selaku Generasi Z menyimpulkan dan menjelaskan keunggulan pada Instagram dalam membagikan suatu informasi terletak pada unggahan-unggahan atau postingan dengan caption yang mudah dipahami dan selain itu juga dengan memanfaatkan fitur-fitur yang menarik dalam penyajian suatu informasi pada Instagram. Selanjutnya penulis menanyakan Kelemahan Instagram dalam membagikan suatu informasi. Hal ini di perjelas dalam wawancara informan I,II,III,IV dan V:

**“Pendapat saya mengenai kelemahan pada Media Sosial Instagram yaitu kelemahan dari instagram sering kali fitur yang ada tidak bisa di gunakan dan akun di instagram mudah untuk di hack sehingga sering sekali logout dari akun yang di miliki”.**

Informan II, Menjelaskan:

**“Pendapat saya mengenai kelemahan pada Media Sosial Instagram yaitu kelemahan dari instagram menurut saya pada saat ini banyak sekali pengguna yang mempunyai 2 atau 3 akun bahkan lebih, hal seperti ini bisa munculnya suatu pembohogan identitas dan bisa juga menyelundup dengan menggunakan nama samara, ini yang membuat saya merasa ini adalah kelemahan dari Instagram, menurut saya kalau 1 orang hanya bisa punya 1 akun saja”.**

Informan III, Menjelaskan:

**“Yang menjadi kelemahan adalah berita atau informasi yang disebarakan tidak semua valid atau benar sesuai dengan yang terjadi di kehidupan nyata”.**

Informan IV, Menjelaskan:

**“Kelemahan terkadang suka clickbait dan juga banyak sekali pengguna yang menggunakan lebih dari 1 akun”.**

Informan V, Menjelaskan:

**“Menurut saya kelehaman pada Instagram terletak banyaknya hoax, masih banyaknya hoax yang beredar melalui Instagram, oleh karena itu saya biasanya memilah milih informasi informasi yang relevan saja dan benar keberadaanya”.**

Dari pemaparan informan I,II,III,IV dan V yaitu selaku Generasi Z menyimpulkan dan menjelaskan kelemahan pada Instagram dalam membagikan suatu informasi terletak pada masih banyaknya hoax yang beredar pada Instagram dan juga banyaknya akun pengguna Instagram yang menggunakan lebih dari 1 akun. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan oleh penulis berupa data-data serta hasil wawancara mendalam, Penulis membahas hasil penelitian berdasarkan pertanyaan yang diajukan yaitu berkaitan dengan penelitian Pemanfaatan Media Sosial Instagram Sebagai Media Informasi Bagi Kalangan Generasi Z.

## **KESIMPULAN**

Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media informasi di kalangan Generasi Z menunjukkan dampak yang signifikan dalam menyebarkan berita dan informasi terkini. Instagram tidak hanya dipergunakan untuk berbagi video dan foto pribadi, tetapi juga sebagai sumber informasi penting dalam berbagai topik. Dengan fitur-fitur seperti Instagram Live dan IGTV, pengguna dapat menyaksikan siaran langsung dan video informatif, menjadikannya platform yang dinamis untuk penyebaran informasi. Selain itu juga pemanfaatan media sosial Instagram sebagai media informasi

di kalangan Generasi Z menunjukkan peran yang semakin penting dalam menyediakan akses informasi yang cepat dan relevan. Instagram bukan hanya sekedar platform untuk berbagi video dan foto pribadi, tetapi juga menjadi sumber berita dan informasi terkini dalam berbagai bidang seperti politik, hiburan dan lingkungan. Fitur-fitur seperti Instagram Live dan IGTV memungkinkan pengguna untuk mengakses konten informatif secara langsung dan interaktif, memperluas cakupan informasi yang dapat diakses oleh Generasi Z.

## **Saran**

### **Saran Akademis**

Berdasarkan hasil penelitian yang telah ditemukan bahwa Generasi Z perlu dilatih untuk menjadi kritis dalam menilai informasi yang diterima melalui Instagram. Mereka harus mampu membedakan antara informasi yang valid dan terpercaya dengan konten yang tidak terverifikasi atau berpotensi menyesatkan. Penggunaan tools seperti fact-checking websites dan sumber informasi resmi dapat membantu dalam memverifikasi kebenaran informasi sebelum dipercayai dan disebarluaskan.

### **Saran Praktis**

Peneliti merasakan bahwa akun Instagram sebagai media informasi adalah sumber beraneka ragam suatu informasi yang update dan mudah dipahami. Untuk itu penulis menyarankan apabila akademisi lain menggunakan penelitian ini sebagai referensi, disarankan untuk menggunakan 503 variabel yang berbeda agar memberi kedinamisan pengetahuan yang ada di lingkungan perguruan tinggi.

## **DAFTAR PUSTAKA**

- Bhardwaj, M., & Ashok, S. (2015). Mobile phone addiction and loneliness among teenagers. *The International Journal of Indian Psychology*, 2(3), 27-34.
- Brown, S., Turner, M., & Lambert, J. (2022). Instagram use and mental health among Generation Z: A systematic review. *Journal of Health Psychology*, 27(2), 246-257.
- Churchill, A., & Gosling, F. (2018). Generational differences in social media use: A meta-analysis. *Journal of Personality and Social Psychology*, 114(2), 247-267.
- Decisions of Generation Z". *FIKUSZ '16 Symposium for Young Researchers*. Óbuda University. hal. 173-181
- Fietkiewicz, Kaja & Lins, Elmar & Baran, Katsiaryna & Stock, Wolfgang. (2016). Inter-Generational Comparison of Social Media Use: Investigating the Online Behavior of Different Generational Cohorts. 10.1109/HICSS.2016.477.
- Francis, T., & Hoefel, F. (2018, November 12). *True Gen: Generation Z and its implications for companies*. McKinsey.
- Hidvégi, Anna dan Kelemen-Erdős, Anikó. (2016). "Assessing the Online Purchasing Behavior of Generation Z". *International Journal of Social Relevance & Concern*, Volume 2, Issue 1, p.10-11., 10-14.
- Kowalski, U., Giumetti, G., Schroeder, C., & Kupchik, A. (2014). Cyberbullying: A review of the research. *Pediatrics*, 133(4), e823-e830.
- Lanier, K. (2017). 5 things HR professionals need to know. *Strategic HR Rev.* 16, 288–290. doi: 10.1108/SHR-08-2017-0051
- Magano, J., Silva, C., Figueiredo, C., Vitória, A., Nogueira, T., and Pimenta Dinis, M. A. (2020). Generation Z: fitting project management soft skills competencies—A mixed-method approach. *Educ. Sci.* 10:187. doi: 10.3390/educsci10070187

- Mahendra, B., Communications, M., & Security, G. P. (2017). Eksistensi Sosial Remaja dalam Instagram. In *Jurnal Visi Komunikasi* (Vol. 16, Issue 01).
- Marta, R. F. (2018). Polemik Kebhinnekaan Indonesia Pada Informasi Instagram @Infia\_Fact Terkait Patung Kwan Sing Tee Koen Tuban. *Bricolage: Jurnal Magister Ilmu Komunikasi*, 3(02), 63–71. <https://doi.org/10.30813/bricolage.v3i02.922>
- May, Christopher (2002). *The Information Society: A Skeptical View*. Cambridge, U.K.: Polity Press.
- McCrindle, Mark. (2018). *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*.
- Muannas. (2018). Proses Gatekeeping Terkait Redistribusi Konten Media Sosial: Perspektif Generasi Z. *Jurnallisa*, 4 (2), 256-270. Nasution,A.K.P. (2020). Integrasi Media Sosial Dalam Pembelajaran Generasi Z. *Jurnal Teknologi Informasi dan Pendidikan*, 13 (1), 81-86.
- Murthy, Dhiraj. “Towards a Sociological Understanding of Social Media: Theorizing Twitter.” *Sociology* 46, no. 6 (2012): 1059–1073.
- Onyido, G. E., Adjei, D. K., & Agbo, C. E. (2021). Information sources and preference among Generation Z in Nigeria. *Library & Information Science Research*, 53(1), 101070.
- Papacharissi, Z. (2010). *A private sphere: Democracy in a digital age*. Cambridge, UK: Polity.
- Pittman, M., & Reich, B. (2016). Social media and loneliness: why an instagram picture may be worth more than a thousand twitter words. *Computers in Human Behavior*, 6(2), 155-167.
- Pratama, R. Z., Mudjiyanto, B., Sitinah, Fernando, J., & Sandi, F. (2020). Pembentukan Konsep Diri Siswa SMA Melalui Media Sosial Instagram. *Komunikata57*, 1(1), 42–49.
- Ran, A., Almagor, R., & Yosephsberg Ben-Yehushua, L. (2019). *The New Learners: Characteristics of Generation Z in Class and Behind School Walls*. Mofet Institute, the Inter-College Information Center.
- Safeer, Asif & he, Yuanqiong & Lin, Yuanyuan & Abrar, Muhammad & Nawaz, Zubair. (2021). Impact of perceived brand authenticity on consumer behavior: an evidence from generation Y in Asian perspective. *International Journal of Emerging Markets*. ahead-of-print. 10.1108/IJOEM-09-2020-1128.
- Sasser, M. Y., York, J. D., & Busey, K. D. (2021). What are the primary information sources and seeking behaviors of generation Z?. *Journal of Applied Business Research*, 22(1), 43-59.
- Schau, C., Gertz, G., & Broomfield, K. (2020). Information seeking and evaluation among Generation Z: A systematic review. *Journal of Information Science*, 46(5), 723-742.
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan media sosial untuk efektifitas komunikasi. *Cakrawala: Jurnal Humaniora Bina Sarana Informatika*, 16(2).
- Smith, A., & Anderson, M. (2018). *Social media use and mental health among young adults*. *Computers in Human Behavior*, 80, 42-50.
- Sucipta Ari (2018) Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Media Informasi Bisnis oleh Generasi Z
- Tiggemann, M., Hayden, S., Brown, Z., & Veldhuis, J. (2018). The effect of Instagram “likes” on women’s social co

- Ting, (2015). Beliefs about the Use of Instagram: An Exploratory Study. *International Journal of Business and Innovation*. Vol. 2, Issue 2, 2015
- Treviño Benavides, T.B., Alcorta Castro, A.T., Garza Marichalar, S.A., Peña Cisneros, M., Baker Suárez, E.C. (2023). Research on Social Media Use and Generation Z. In: *Social Media Addiction in Generation Z Consumers*. SpringerBriefs in Business. Springer, Cham. [https://doi.org/10.1007/978-3-031-33452-8\\_2](https://doi.org/10.1007/978-3-031-33452-8_2)
- Turkle, S. (2012) *Alone Together: Why We Expect More from Technology and Less from Each Other*. Basic Books, New York. mparison and body dissatisfaction. *Body Image*, 26, 90-97
- Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why Today's Super-Connected Kids Are Growing Up Less Rebellious, More Skittish, and Surprisingly Optimistic*. Atria Books.
- Veissi, I. (2017). *Influencer marketing on Instagram*.
- We Are Social (Hootsuite). *Indonesian Digital Report 2020*. <https://andilink/hootsuite-we-aresocial-Indonesian-digital-report2020/>. Diakses pada 10 Agustus 2020.
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi