

PERANAN MEDIA SOSIAL INSTAGRAM DALAM MEMBENTUK KOMUNIKASI REMAJA GENERASI Z DI ERA DIGITAL KONTEMPORER

Devi Aulia, Ledydiani Margareth Purba

Program Studi Pendidikan Bahasa Indonesia, Fakultas Ilmu pendidikan dan Keguruan,
Universitas HKBP Nommensen Pematangsiantar
jumariasirait@gmail.com

Abstract

The development of information and communication technology in the digital era has transformed patterns of social interaction, particularly among Generation Z, who have grown up in a technology-based environment. Social media has become the primary space for building communication, shaping self-identity, and establishing social relationships without limitations of space and time. This study aims to analyze the role of Instagram in shaping the communication of Generation Z adolescents. The method used is qualitative with a descriptive approach to depict digital communication phenomena based on relevant sources. The results show that Instagram is utilized as a medium for communication, self-expression, and identity actualization. Features such as profiles, photo and video posts, stories, captions, comments, direct messages, and hashtags encourage communication that is visual, fast, flexible, and interactive. Adolescents tend to use brief language, a mix of Indonesian and English, symbols, and emojis that reflect an instant and expressive digital communication style. The use of Instagram has positive impacts, including ease of interaction, expansion of social networks, and increased self-confidence. However, intensive use also leads to social pressure, dependence on digital validation, distraction, and a decline in the quality of face-to-face communication. Therefore, digital literacy and wise social media management are necessary to ensure that adolescent communication remains healthy, balanced, and productive.

Keywords: Generation Z, Instagram, Communication.

Abstrak

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi di era digital mengubah pola interaksi sosial, terutama pada Generasi Z yang tumbuh dalam lingkungan berbasis teknologi. Media sosial menjadi ruang utama untuk membangun komunikasi, membentuk identitas diri, dan menjalin relasi sosial tanpa batas ruang dan waktu. Penelitian ini bertujuan menganalisis peranan Instagram dalam membentuk komunikasi remaja Generasi Z. Metode yang digunakan adalah kualitatif dengan pendekatan deskriptif untuk menggambarkan fenomena komunikasi digital berdasarkan kajian sumber relevan. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram dimanfaatkan sebagai media komunikasi, ekspresi diri, dan aktualisasi identitas. Fitur seperti profil, unggahan foto dan video, stories, caption, komentar, direct message, dan hashtag mendorong komunikasi yang visual, cepat, fleksibel, dan interaktif. Remaja cenderung menggunakan bahasa singkat, campuran Indonesia–Inggris, simbol, serta emoji yang mencerminkan gaya komunikasi digital yang instan dan ekspresif. Penggunaan Instagram memberikan dampak positif berupa kemudahan interaksi, perluasan jaringan pertemanan, dan peningkatan kepercayaan diri. Namun, intensitas penggunaan juga menimbulkan tekanan sosial, ketergantungan pada validasi digital, distraksi, serta penurunan kualitas komunikasi tatap muka. Oleh karena itu, diperlukan literasi digital dan pengelolaan media sosial yang bijak agar komunikasi remaja tetap sehat, seimbang, dan produktif.

Keywords: Generasi Z, Instagram, Komunikasi.

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah membawa perubahan yang signifikan terhadap pola interaksi sosial manusia. Salah satu inovasi paling berpengaruh dalam konteks ini adalah kehadiran media sosial, yang mampu menciptakan ruang komunikasi baru yang berlangsung secara cepat, interaktif, dan melampaui batas ruang serta waktu. Media sosial tidak hanya berperan sebagai sarana pertukaran informasi, tetapi juga menjadi wadah pembentukan identitas diri serta relasi sosial modern yang turut membentuk karakter dan pola komunikasi generasi masa kini.

Generasi Z merupakan kelompok yang paling dekat dan terbiasa dengan perkembangan teknologi digital. Sejak usia dini, generasi ini telah hidup berdampingan dengan perangkat teknologi, sehingga cenderung menyukai pola komunikasi yang instan, visual, dan berbasis digital. Ketergantungan Generasi Z terhadap dunia digital sejalan dengan pandangan Castells (2010) yang menyatakan bahwa kehidupan sosial masyarakat modern saat ini banyak dibangun melalui jaringan digital. Dalam jaringan tersebut, hubungan sosial, proses komunikasi, serta pembentukan identitas diri berlangsung secara virtual dan saling terhubung tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu. Kondisi ini menggambarkan bagaimana remaja Generasi Z membangun koneksi sosial dan jati diri mereka di dunia maya, salah satunya melalui pemanfaatan media sosial.

Secara konseptual, media sosial menurut Hidayatullah (2020:1) merupakan platform atau layanan berbasis daring yang memungkinkan

penggunanya untuk mengakses, mengikuti, serta berpartisipasi secara aktif dalam pembuatan, pemberian respons, dan penyebaran berbagai bentuk konten, baik berupa teks, gambar, foto, maupun video. Salah satu media sosial yang banyak digunakan oleh Generasi Z adalah Instagram. Atmoko (2012:28) menjelaskan bahwa Instagram dimanfaatkan sebagai media untuk berbagi informasi visual berupa gambar, foto, video, serta caption, sehingga platform ini secara jelas termasuk ke dalam kategori media sosial.

Instagram menjadi salah satu platform yang paling populer di kalangan Generasi Z karena mengedepankan kekuatan visual, kecepatan penyebaran informasi, serta interaksi sosial yang dinamis. Meskipun menawarkan berbagai kemudahan dan daya tarik, penggunaan Instagram juga memunculkan beragam fenomena sosial baru, seperti perubahan gaya komunikasi, kecenderungan menampilkan diri secara berlebihan, hingga munculnya tekanan sosial akibat intensnya perbandingan kehidupan di ruang digital.

Berdasarkan uraian tersebut, penelitian ini difokuskan pada peran media sosial Instagram dalam membentuk komunikasi remaja Generasi Z di era digital. Kajian ini penting dilakukan untuk memahami bagaimana komunikasi generasi muda terbentuk di tengah pesatnya perkembangan teknologi, sekaligus sebagai dasar dalam mengarahkan literasi digital agar penggunaan media sosial dapat berlangsung secara lebih sehat, positif, dan produktif.

METODE

Penelitian ini menggunakan

metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode kualitatif merupakan metode penelitian yang bertujuan untuk memahami fenomena secara alamiah dengan menekankan pada deskripsi, interpretasi, serta pemahaman mendalam terhadap makna subjektif yang terlibat (Sugiarto, 2016). Metode ini dipilih karena sesuai dengan fokus penelitian, yaitu untuk memahami dan menggambarkan bagaimana media sosial Instagram berperan dalam membentuk komunikasi remaja Generasi Z di era digital. Pendekatan deskriptif digunakan untuk menguraikan fenomena yang terjadi secara sistematis dan faktual berdasarkan kajian berbagai sumber yang relevan. Melalui metode ini, penelitian berupaya memberikan gambaran yang komprehensif mengenai komunikasi Generasi Z di media sosial Instagram sebagai bagian dari dinamika komunikasi digital di era modern.

HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Generasi Gen Z

Generasi Z, yang terdiri dari individu yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, telah mengadopsi media sosial seperti Facebook, Instagram, Twitter, dan TikTok sebagai platform utama untuk berbagi konten, berinteraksi, dan berpartisipasi dalam aktivitas sosial online (Fabriar et al., 2022). Mereka adalah generasi pertama yang tumbuh sepenuhnya dalam lingkungan digital yang serba terhubung dengan internet dan teknologi informasi. Kehidupan mereka sangat dipengaruhi oleh kemajuan perangkat teknologi seperti smartphone, komputer, dan media sosial, yang menjadi bagian penting dari aktivitas sosial, pendidikan, hingga hiburan sehari-hari.

Menurut Schroer (2021), Generasi Z adalah generasi yang paling melek teknologi karena sejak kecil mereka sudah terekspos dengan perangkat digital dan internet. Mereka dikenal memiliki kemampuan tinggi dalam memanfaatkan teknologi untuk belajar, bekerja, dan berkomunikasi. Namun, ketergantungan yang besar terhadap teknologi juga menjadikan mereka lebih rentan terhadap distraksi digital dan tekanan sosial yang muncul di dunia maya.

Sementara itu, Dimock (2019) dari Pew Research Center menjelaskan bahwa generasi ini cenderung lebih sadar terhadap isu sosial, lingkungan, dan keberagaman dibandingkan generasi sebelumnya. Mereka memiliki pola pikir terbuka (*open-minded*), menghargai perbedaan, serta aktif menyuarakan opini melalui media digital. Akan tetapi, paparan media sosial yang tinggi juga membuat mereka lebih mudah mengalami tekanan psikologis, seperti *fear of missing out* (FOMO) yaitu perasaan takut tertinggal dari tren atau pencapaian orang lain.

B. Media Sosial Instagram

Menurut Salmiah (2020:7), Instagram merupakan platform berbasis visual yang menonjolkan keindahan tampilan foto dan video, sehingga mudah diterima oleh audiens di berbagai lapisan pengguna. Platform ini menjadi salah satu media sosial yang efektif apabila dimanfaatkan secara optimal, misalnya dengan menggunakan seluruh fitur yang tersedia seperti stories, unggahan foto secara rutin, serta penggunaan hashtag yang relevan untuk memulai interaksi dan menarik pengikut baru. Instagram juga menyediakan beragam fitur menarik yang dapat dimanfaatkan untuk berbagai keperluan, termasuk promosi dan komunikasi digital (Oktavinatoro, 2020).

Melalui aplikasi ini, pengguna dapat mengunggah berbagai konten visual untuk dibagikan kepada pengikut maupun kelompok pertemanan. Selain itu, Instagram juga memungkinkan pengguna untuk melihat unggahan orang lain, memberikan komentar, serta menyukai konten yang dibagikan oleh sesama pengguna. Oleh karena itu, berbagai fitur utama Instagram beserta kegunaannya dalam aktivitas pengguna sehari-hari.

1) Profil dan Bio

Pada aplikasi Instagram, profil merupakan identitas utama yang merepresentasikan diri, komunitas, maupun pelaku usaha. Instagram secara berkala melakukan pembaruan desain profil guna meningkatkan kenyamanan dan kemudahan akses informasi. Tampilan terbaru lebih menonjolkan jumlah followers dan following sebagai indikator jejaring sosial pengguna.

Bagian bio disusun secara ringkas, namun tetap strategis karena berfungsi sebagai deskripsi singkat mengenai identitas, minat, profesi, atau tujuan akun. Pengguna juga dapat menambahkan tautan (link), informasi kontak, serta kategori akun (misalnya kreator atau bisnis). Dengan tampilan yang lebih sederhana dan terstruktur, profil kini memberikan kesan profesional, informatif, dan mudah dipahami dalam waktu singkat.

2) Unggah Foto dan Video

Fitur unggah foto dan video menjadi inti dari aktivitas berbagi konten di Instagram. Pengguna dapat memilih media dari galeri perangkat atau menggunakan kamera secara langsung melalui aplikasi. Sebelum dipublikasikan, konten dapat diedit menggunakan berbagai filter, pengaturan pencahayaan, pemotongan

(crop), penambahan teks, maupun efek visual lainnya untuk meningkatkan kualitas tampilan.

Instagram juga menyediakan fitur carousel yang memungkinkan beberapa foto atau video diunggah dalam satu postingan. Fitur ini sangat bermanfaat untuk menyampaikan cerita secara berurutan, menampilkan variasi produk, atau memberikan informasi yang lebih lengkap dalam satu unggahan.

3) Fitur Instagram Stories

Instagram Stories merupakan fitur berbagi konten sementara yang bertahan selama 24 jam. Fitur ini sangat populer, terutama dalam kegiatan promosi dan komunikasi yang bersifat cepat serta aktual. Melalui Stories, pengguna dapat membagikan momen keseharian, pengumuman, maupun promosi secara lebih santai dan interaktif.

Berbagai fitur pendukung seperti jajak pendapat (polling), kolom pertanyaan, stiker, musik, hingga hashtag memungkinkan terjadinya komunikasi dua arah antara pemilik akun dan audiens. Bagi akun bisnis, tersedia fitur Insight yang membantu menganalisis jumlah tayangan, jangkauan, dan respons audiens. Selain itu, fitur kenangan (seperti On This Day) memungkinkan pengguna membagikan kembali momen lama yang pernah diunggah.

4) Caption

Caption merupakan teks pendukung yang menyertai foto atau video. Fungsinya tidak hanya sebagai penjelas, tetapi juga sebagai sarana membangun narasi dan memperkuat pesan yang ingin disampaikan. Caption yang ditulis secara menarik, persuasif,

dan informatif dapat meningkatkan keterlibatan audiens, mendorong interaksi, serta memperjelas konteks unggahan.

Dalam strategi pemasaran digital, caption sering digunakan untuk menyampaikan ajakan bertindak (call to action), seperti mengunjungi tautan, memberikan komentar, atau membagikan konten.

5) Komentar

Kolom komentar menjadi ruang interaksi terbuka antar pengguna. Melalui fitur ini, pengguna dapat memberikan tanggapan, pertanyaan, kritik, maupun apresiasi terhadap suatu unggahan. Interaksi di kolom komentar mencerminkan tingkat keterlibatan audiens terhadap konten yang dibagikan.

Pengguna juga dapat menandai akun lain dengan simbol @ agar komentar tersebut diketahui secara langsung oleh pihak yang dituju. Selain itu, pemilik akun memiliki kendali untuk mengatur, menyaring, bahkan membatasi komentar demi menjaga kenyamanan interaksi.

6) Hashtags

Hashtag (#) berfungsi sebagai penanda atau pengelompokan konten berdasarkan tema tertentu. Dengan menambahkan hashtag yang relevan, unggahan memiliki peluang lebih besar untuk ditemukan oleh pengguna lain yang mencari topik serupa.

Dalam konteks promosi dan branding, penggunaan hashtag yang tepat dapat memperluas jangkauan audiens, meningkatkan visibilitas konten, serta membangun identitas kampanye tertentu. Hashtag juga membantu menciptakan keterhubungan

antara satu unggahan dengan unggahan lain dalam satu kategori topik.

7) Like

Fitur like menjadi bentuk apresiasi sederhana terhadap suatu unggahan. Pengguna dapat menekan ikon berbentuk hati atau mengetuk dua kali pada foto maupun video untuk memberikan tanda suka.

Jumlah like sering kali dijadikan indikator popularitas atau daya tarik suatu konten. Meskipun demikian, fungsi utamanya tetap sebagai simbol dukungan dan respons positif dari audiens terhadap unggahan yang dibagikan.

8) Activity (Your Activity)

Fitur Your Activity membantu pengguna memantau durasi penggunaan aplikasi. Melalui fitur ini, pengguna dapat melihat rata-rata waktu harian yang dihabiskan di Instagram serta mengatur pengingat batas waktu penggunaan.

Fitur ini berperan penting dalam mendukung kesadaran digital (digital well-being), sehingga pengguna dapat mengelola waktu secara lebih bijak dan tidak berlebihan dalam menggunakan media sosial.

9) Direct Message (DM)

Direct Message (DM) merupakan fitur komunikasi pribadi yang memungkinkan pengguna mengirim pesan secara langsung kepada satu orang maupun dalam bentuk grup. Pesan yang dikirim dapat berupa teks, foto, video, tautan, hingga pesan suara.

Fitur ini mendukung komunikasi yang lebih personal dan tertutup, baik untuk keperluan pertemanan, kerja sama bisnis, maupun layanan pelanggan.

Dalam konteks bisnis, DM sering dimanfaatkan sebagai sarana konsultasi dan transaksi langsung dengan konsumen.

10) Geotagging (Tag Lokasi)

Geotagging memungkinkan pengguna menambahkan informasi lokasi pada unggahan foto atau video. Dengan mencantumkan tag lokasi, konten dapat ditemukan oleh pengguna lain yang menelusuri tempat tersebut.

Fitur ini sangat bermanfaat bagi pelaku usaha, terutama dalam mempromosikan lokasi bisnis, destinasi wisata, atau acara tertentu. Tag lokasi membantu meningkatkan visibilitas serta memberikan konteks yang lebih jelas terhadap unggahan.

11) Story Archive

Story Archive adalah fitur yang secara otomatis menyimpan Stories yang telah melewati batas waktu 24 jam ke dalam arsip pribadi. Melalui fitur ini, pengguna tidak perlu khawatir kehilangan konten yang pernah dibagikan.

Pengguna dapat melihat kembali, mengunduh, atau membagikan ulang Stories tersebut kapan saja. Selain itu, arsip ini dapat diatur menjadi Highlight pada profil sehingga tetap dapat diakses oleh pengunjung akun. Fitur ini memberikan fleksibilitas dalam mengelola dan mendokumentasikan konten secara lebih terstruktur.

C. Instagram Sebagai Media Pembentuk Komunikasi Digital

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi Generasi Z. Sebagaimana dikemukakan oleh Oktifa

(2022), Generasi Z cenderung lebih menyukai komunikasi berbasis digital atau virtual melalui jaringan internet. Preferensi ini menunjukkan bahwa ruang interaksi mereka lebih dominan berlangsung di dunia maya dibandingkan secara tatap muka. Kondisi tersebut menegaskan bahwa media sosial bukan lagi sekadar sarana tambahan, melainkan telah menjadi ruang utama dalam membangun relasi sosial. Oleh karena itu, diperlukan penyesuaian perilaku komunikasi agar Generasi Z tetap mampu menyeimbangkan komunikasi digital dengan interaksi langsung sesuai konteks dan kebutuhan.

Sejalan dengan itu, Alyulistin (2022) menyatakan bahwa karakter komunikasi Generasi Z bersifat bebas dan fleksibel. Mereka cenderung lebih berani dalam menyampaikan pendapat serta menggunakan gaya komunikasi yang santai, terbuka, dan akrab. Karakter ini menemukan ruang ekspresi yang luas melalui Instagram, yang menyediakan berbagai fitur interaktif dan visual. Namun, dalam konteks profesional seperti dunia kerja, gaya komunikasi yang terlalu santai perlu disesuaikan agar tetap efektif, terarah, dan profesional. Hal ini menunjukkan bahwa komunikasi digital yang terbentuk melalui media sosial salah satunya yaitu instagram yang turut memengaruhi sikap dan kebiasaan komunikasi dalam kehidupan nyata.

Instagram berperan signifikan dalam membentuk komunikasi digital remaja Generasi Z. Platform ini tidak hanya berfungsi sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana utama untuk berkomunikasi dan mengekspresikan diri. Intensitas penggunaan yang mencapai 3–5 jam per hari, terutama pada malam hari, memperlihatkan bahwa Instagram telah menjadi bagian dari rutinitas komunikasi sehari-hari.

Aktivitas seperti mengunggah story, menonton reels, memberikan komentar, serta berinteraksi melalui direct message (DM) membentuk pola komunikasi yang lebih personal, cepat, dan responsif dibandingkan komunikasi konvensional.

Komunikasi yang berkembang melalui Instagram cenderung visual, instan, dan fleksibel. Penggunaan foto, video pendek, stiker, emoji, serta bahasa campuran Indonesia-Inggris dengan berbagai singkatan seperti *otw*, *btw*, *gws*, dan *ootd* mencerminkan gaya komunikasi yang ekspresif dan tidak formal. Fitur serta algoritma Instagram turut membentuk preferensi konten, topik percakapan, bahkan standar estetika dalam berkomunikasi. Dengan demikian, Instagram tidak hanya menjadi medium penyampai pesan, tetapi juga membentuk struktur, gaya, dan budaya komunikasi digital di kalangan remaja.

Dari sisi motivasi, penggunaan Instagram didorong oleh kebutuhan untuk menjaga relasi sosial, memperoleh validasi melalui like dan komentar, mengikuti tren yang sedang viral, serta membangun citra diri melalui *self-branding*. Namun, dinamika tersebut juga menimbulkan tekanan sosial untuk selalu tampil menarik dan relevan. Intensitas interaksi pun berbeda berdasarkan kedekatan hubungan sosial; komunikasi dengan teman dekat cenderung lebih terbuka melalui DM dan story, sementara dengan akun yang kurang dikenal lebih bersifat pasif. Kebiasaan multitasking saat menggunakan Instagram juga berpotensi menurunkan fokus dan kedalaman komunikasi.

Secara keseluruhan, Instagram membentuk komunikasi digital yang menekankan kecepatan, visualitas, dan respons instan. Di satu sisi, platform ini mempermudah interaksi serta

memperluas jaringan pertemanan. Di sisi lain, ketergantungan pada umpan balik digital berpotensi mengurangi kualitas komunikasi tatap muka dan kedalaman emosional dalam interaksi sosial. Dengan demikian, Instagram dapat dipahami sebagai media yang tidak hanya memfasilitasi komunikasi digital, tetapi secara aktif membentuk karakter, gaya, dan dinamika komunikasi Generasi Z di era digital.

SIMPULAN

Media sosial, khususnya Instagram, memiliki peran yang sangat besar dalam membentuk komunikasi remaja Generasi Z di era digital. Sebagai generasi yang tumbuh dan berkembang dalam lingkungan teknologi digital, Generasi Z menjadikan Instagram bukan hanya sebagai media hiburan, tetapi juga sebagai sarana utama untuk berinteraksi, mengekspresikan diri, membangun identitas, serta menjaga hubungan sosial. Berbagai fitur seperti profil, unggahan foto dan video, stories, caption, komentar, direct message, hingga fitur pendukung lainnya mendorong terciptanya komunikasi yang visual, cepat, fleksibel, dan interaktif. Komunikasi yang terbentuk menunjukkan adanya pergeseran dari komunikasi tatap muka menuju komunikasi digital yang instan dan ekspresif. Penggunaan Instagram memberikan dampak positif seperti memperluas jaringan pertemanan, mempermudah interaksi, dan meningkatkan kepercayaan diri, namun juga menimbulkan dampak negatif berupa tekanan sosial, ketergantungan pada validasi digital, serta berkurangnya kualitas interaksi langsung. Oleh karena itu, penggunaan Instagram perlu disertai dengan kesadaran dan pengelolaan yang

bijak agar komunikasi digital dapat berlangsung secara sehat dan seimbang.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis memanjatkan puji dan syukur kepada Tuhan Yang Maha Esa atas segala rahmat dan karunia-Nya sehingga penelitian ini dapat diselesaikan dengan baik. Dalam proses penyusunan karya ilmiah ini, penulis menerima berbagai bentuk bantuan, dukungan, serta motivasi dari banyak pihak yang sangat berarti.

Oleh karena itu, penulis menyampaikan penghargaan dan rasa terima kasih yang sebesar-besarnya kepada dosen pembimbing, Prof. Dr. Jumaria Sirait, M.Pd., atas arahan, masukan, serta perhatian yang senantiasa diberikan selama proses penelitian hingga karya ini dapat tersusun secara optimal.

Ucapan terima kasih juga penulis sampaikan kepada seluruh narasumber dan responden yang telah berkenan meluangkan waktu serta memberikan data dan informasi yang dibutuhkan dalam penelitian ini. Tidak lupa, penulis juga mengapresiasi dukungan dari teman-teman, rekan seperjuangan, serta semua pihak yang telah membantu, baik secara langsung maupun tidak langsung.

Akhirnya, penulis berharap penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan serta menjadi rujukan bagi penelitian selanjutnya.

DAFTAR PUSTAKA

Antasari, C., & Pratiwi, R. D. (2022). Pemanfaatan Fitur Instagram Sebagai Sarana Komunikasi Pemasaran Kedai Babakkeroyokan Di Kota Palu.

Kinesik,9(2),176-182.

<https://jurnal.fisip.untad.ac.id/index.php/kinesik/id/article/view/327>

Atmoko, B. D. (2012). Instagram Handbook: Tips fotografi ponsel untuk penggemar Instagram. Jakarta: Media Kita.

Castells, M. (2010). The Rise of the Network Society: The Information Age: Economy, Society, and Culture (Vol. 1). Oxford: Wiley-Blackwell.

Dimock, M. (2019). Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins. Pew Research Center. Retrieved from

<https://www.pewresearch.org>

Dewi, D. (2024). Gaya Komunikasi Generasi Z Dalam Membentuk Citra Diri Di Era Digital Di Sma 8 Pinrang= Generation Z's Communication Style On Shaping Self-Image At Sman 8 Pinrang (Doctoral dissertation, Universitas Hasanuddin).

Fabriar, S. R., Fitri, A. N., & Fathoni, A. (2022). Podcast: Alternatif Media Dakwah Era Digital. An-Nida: Jurnal Komunikasi Islam. <https://doi.org/10.34001/an-nida.v14i1>.

Hakim, H. I., 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.

<https://share.google/YMp2cbdL5u6usPCto>

Hidayatullah, S. (2020). Memahami Jenis-Jenis Media Sosial. <https://marketingcraft.getcraft.com/id-articles/memahami-jenis-jenis-media-sosial>.

- Kusuma, D. A., Yendra, M., Bakhtiar, R., Takdir, M., & Handrina, E. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Pola Komunikasi Pemerintah Dan Masyarakat Dalam Era Digital. *Ekasakti Jurnal Penelitian Dan Pengabdian*, 5(1), 23-32. <https://share.google/5coLRJRHYYLUA2KIP>
- Nuruzzahra, F., Azura, S. Z., & Shaputra, H. A. (2023, November). Pola Komunikasi Generasi Z Melalui Direct Message (DM) Instagram Kepada Idola. In *Prosiding Seminar Nasional Ilmu Ilmu Sosial (SNIIS)* (Vol. 2, pp. 1507-1520). <https://share.google/jAcj4066i2XT7xNPY>
- RICKY, MC, MICHAEL, KS, & ERICA, A. (2023). Faktor-faktor komunikasi (yang perlu dimiliki) generasi Z dalam mempersiapkan karir. *Jurnal Penelitian Mahasiswa Учредители: Politeknik Pratama Purwokerto*, 1 (3), 372-384.
- Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., & Permana, B. G. (2024). Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z. *Journal on Education*, 6(2), 11029-11037.
- Sugiarto. 2016. *Metode Penelitian Kuantitatif*. Vol. 4
- Schroer, W. (2021). Generations X, Y, Z and the others. *The Social Marketing Journal*, 5(2), 45–57.
- Oktavinatoro, M. (2020). *Pemanfaatan media sosial Instagram sebagai sarana komunikasi digital di era modern*. Jakarta: PT Gramedia Pustaka Utama