PENGGUNAAN PLATFORM MEDIA SOSIAL OLEH GENERASI Z DI KOTA YOGYAKARTA : ANALISIS PERAN NILAI SYARIAH DAN PENGALAMAN

The use of social media platform among z Generation in yogyakarta city: anaysis of roles of sharia values and experience

Skripsi

Diajukan untuk memenuhi sebagian persyaratan guna memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam dari Program Studi Ekonomi Islam

DISUSUN OLEH:

PAMELIA VILLY APRILIANA

22423013

PROGRAM STUDI EKONOMI ISLAM

FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

YOGYAKARTA

2026

LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN

Yang bertanda tangan di bawah ini :

Nama : Pamelia Villy Apriliana

NIM : 22423013

Program Studi : Ekonomi Islam

Fakultas : Fakultas Ilmu Agama Islam

Judul Skripsi : Penggunaan Platform Media Sosial Oleh Generasi Z di Kota Yogyakarta :Analisis Peran Nilai-Nilai Syariah dan Pengalaman

Dengan inih menyatakan bahwa hasil penulis skripsi ini merupakan hasil karya sendiri dan benar keaslianya. Apabila ternyata kemudian hasil penulis skripsi ini merupakan plagiat atau ppenjimplakan terhadap karya orang lain, maka saya bersedia memepertanggungjawabkan sekaligus bersedia menerima snksi berdasarkan aturan tata tertib yang berlaku di Universitas Islam Indonesia.

Demikian, pernyataan ini saya buat dengan sebenarnya dan tidak dipaksakan.

Yogyakarta, 9 Juli 2026



Pamelia Villy Apriliana

NOTA DINAS

Hal : Tugas Akhir

Yogyakarta, 9 Juli 2026

Kepada : Yth. Ketua
Program Studi Ekonomi Islam
Fakultas Ilmu Agama Islam
Universitas Islam Indonesia

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Berdasarkan penunjukan Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia dengan nomor surat 575/Kaprodi/60/DAATI/FIAI/VII/2026 tanggal 3 Juli 2026. Atas tugas kami sebagai pembimbing skripsi Saudara:

Nama	: PAMELIA VILLY APRILIANA
No. Mahasiswa	: 22423013
Program Studi	: Ekonomi Islam
Tahun Akademik	: 2025/2026
Judul Tugas Akhir	: Penggunaan Platform Media Sosial Oleh Generasi Z di Kota Yogyakarta Anlisis Peran Nilai Syariah dan Pengalaman

Setelah kami teliti dan diadakan perbaikan seperlunya akhirnya kami nyatakan tugas akhir mahasiswa tersebut memenuhi syarat untuk diajukan ke Sidang Munaqasah Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam.

Demikian, semoga tugas akhir mahasiswa tersebut dapat dilanjutkan ke Sidang Munaqasah

Wasssalamu 'alaikum wr. wb.

Dosen Pembimbing

Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M.

REKOMENDASI PEMBIMBING

Yang bertanda tangan di bawah ini, Dosen pembimbing skripsi

Nama : Pamelia Villy Apriliana

NIM : 22423013

Judul Skripsi : Penggunaan Platform Media Sosial Oleh Generasi Z di Kota Yogyakarta Analisis Peran Nilai-Nilai Syariah dan Pengalaman

Menyatakan bahwa, berdasarkan proses dan hasil bimbingan selama ini, serta dilakukan perbaikan, maka yang bersangkutan dapat mendaftarkan diri untuk mengikuti munaqasah skripsi pada Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

Yogyakarta, 2 Juli 2026

Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M.

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA

FAKULTAS
ILMU AGAMA ISLAM

Gedung K.H. Wahid Hasyim
Kampus Terpadu Universitas Islam Indonesia
Jl. Kaliurang km 14,5 Yogyakarta 55584
T. (0274) 898444 ext. 4511
F. (0274) 898463
E. fiai@uii.ac.id
W. fiai.uii.ac.id

PENGESAHAN

Tugas Akhir ini telah diujikan dalam Sidang Tugas Akhir Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Program Studi Ekonomi Islam yang dilaksanakan pada:

Hari	:	Rabu
Tanggal	:	26 Agustus 2026
Judul Tugas Akhir	:	Penggunaan Platform Media Sosial oleh Generasi Z di Kota Yogyakarta: Analisis Peran Nilai Syariah dan Pengalaman
Nama	:	PAMELIA VILLY APRILIANA
Nomor Mahasiswa	:	22423013

Sehingga dapat diterima sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar sarjana dari Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia Yogyakarta.

TIM PENGUJI

Ketua/Pembimbing
Dr. Anton Priyo Nugroho, SE, MM (.....)

Penguji 1
Dr. Nur Kholis, S.Ag, SEI, M.Sh.Ec. (.....)

Penguji 2
Muhammad Adi Wicaksono, SE, M.E.I (.....)

Yogyakarta, 26 Agustus 2026
Fakultas Ilmu Agama Islam
Dekan

UNIVERSITAS ISLAM INDONESIA YOGYAKARTA FAKULTAS ILMU AGAMA ISLAM

Dr. Drs. Asmuni, MA

LEMBAR PERSEMBAHAN

Dengan mengucapkan Alhamdulillahi Robbil 'Alamin. Segala puji bagi Allah Tuhan semesta alam yang memberikan kemudahan serta kelancaran bagi penulis sehingga dapat menyelesaikan skripsi ini dengan tepat waktu. Tak lupa sholawat serta salam selalu tercurahkan kepada baginda Nabi Muhammad SAW beserta keluarga dan juga para sahabatnya. Semoga kelak kita dapat berjumpa di hari kiamat kelak dan semoga kita diakui sebagai umatnnya. Aamiin Yaa Rabbal Alamin.

Rasa syukur dan kebahagiaan ini penulis persembahkan kepada orang-orang yang penulis cintai dan yang memiliki arti besar dalam kehidupan, karena telah menjadi penyemangat dalam setiap perjuangan serta alasan terkuat bagi penulis untuk menyelesaikan tugas akhir ini. Dalam proses penyusunan skripsi ini, penulis juga memperoleh banyak bimbingan, pengetahuan, motivasi, doa, serta dukungan dari berbagai pihak yang senantiasa membantu hingga skripsi ini dapat diselesaikan. Oleh karena itu, dengan segala kerendahan hati dan penuh rasa syukur, penulis menyampaikan ucapan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada:

1. Allah SWT atas segala nikmat dan rahmat serta karunia pertolongan-Nya selama penulis menyusun skripsi.
2. Nabi Muhammad SAW yang telah menjadi contoh sekaligus panutan bagi penulis.
3. Bapak Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo, M.T., IPU., ASEAN Eng., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Dr. Drs. Asmuni, M.A., selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam
5. Ibu Dr. Siti Achiria, SE., MM selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam.
6. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M. selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang bukan hanya membimbing akademik, tetapi juga menjadi pengarah, penyemangat, dan motivator yang luar biasa. Terima kasih yang sebesar-besarnya atas kesediaan bapak meluangkan waktu di tengah kesibukan, atas kesabaran, perhatian, arahan yang disampaikan dengan tutur kata menenangkan dan tidak pernah menyakiti, sehingga seluruh proses bimbingan dapat dijalani dengan rasa aman dan nyaman. Tanpa bimbingan

dan dukungan bapak yang tulus, mungkin skripsi ini belum bisa selesai. Terima kasih telah mempermudah setiap proses, yang senantiasa meluangkan waktu selalu membuka pintu konsultasi dengan penuh kesabaran, dan memahami setiap kesulitan yang penulis hadapi selama proses penyusunan skripsi. Kehadiran dan bimbingan Bapak menjadi lentera di tengah kebingungan dan berbagai tantangan selama proses penyusunan skripsi ini. Bapak bukan hanya membimbing dengan ilmu, tetapi juga dengan ketulusan dan kepedulian. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, serta balasan terbaik untuk setiap kebaikan yang Bapak berikan.

7. Seluruh dosen Program Studi Ekonomi Islam Universitas Islam Indonesia yang telah memberikan bimbingan, ilmu pengetahuan, serta wawasan yang luas kepada penulis selama proses perkuliahan.
8. Seluruh staf Fakultas Ilmu Agama Islam yang telah membantu dalam kelancaran pengurusan administrasi akademik selama masa perkuliahan.
9. Teristimewa, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada kedua orang tua tercinta, Ayah Masrudin dan Ibu Romlah dua sosok yang paling berjasa dalam kehidupan penulis. Meskipun Ayah dan Ibu tidak berkesempatan menempuh pendidikan hingga bangku perkuliahan, keduanya selalu mengupayakan agar putri bungsunya dapat menempuh pendidikan setinggi-tingginya. Di tengah segala keterbatasan, Ayah dan Ibu juga senantiasa berusaha memenuhi setiap kebutuhan serta keinginan penulis selama masih dalam batas kemampuan, sebagai wujud kasih sayang, dukungan, dan pengorbanan yang tulus. Dengan segala keterbatasan yang ada, Ayah & Ibu selalu menjadi sumber kekuatan, penguat langkah, dan tempat kembali bagi penulis dalam setiap proses yang dijalani. Sebagai anak kedua, penulis bersyukur dan bangga dapat menyelesaikan pendidikan sarjana sebagai lulusan pertama di keluarga. Setiap cucuran keringat, kerja keras, dan tanggung jawab Ayah dan Ibu dalam menafkahi keluarga menjadi jalan bagi penulis untuk dapat mengenyam pendidikan hingga tahap ini, sekaligus menjadi teladan tentang arti keteguhan dan tanggung

jawab. Ayah dan ibu senantiasa menghadirkan doa, motivasi, nasihat, dan kasih sayang tanpa batas yang terus mengiringi setiap langkah dan ikhtiar penulis, dengan kesabaran dan pengorbanan yang tak pernah terhitung. Seluruh dukungan, perhatian, serta keikhlasan Ayah dan Ibu menjadi sumber kekuatan, inspirasi, serta pelita yang senantiasa menerangi perjalanan penulis dalam menyelesaikan pendidikan sarjana ini. Semoga Allah SWT senantiasa melimpahkan kesehatan, keberkahan, umur yang panjang, serta membalas seluruh kebaikan, pengorbanan, dan keikhlasan Ayah dan Ibu dengan pahala yang berlipat ganda.

10. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada kakek dan nenek tercinta. Kepada almarhum Kakek Mustareja, terima kasih atas kasih sayang, perhatian, dan segala kebaikan yang telah diberikan kepada penulis. Meskipun Kakek tidak dapat menyaksikan penulis menyelesaikan pendidikan sarjana ini, penulis akan selalu mengenang kasih sayang, nasihat, dan kenangan indah yang telah diberikan. Kepada almarhumah Nenek Wati, meskipun penulis tidak pernah memiliki kesempatan untuk bertemu secara langsung karena beliau telah lebih dahulu berpulang, penulis tetap mengenang dan menghormati beliau sebagai bagian yang berarti dalam keluarga. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada almarhum Kakek Ramuki atas segala kasih sayang, kebaikan, dan teladan yang telah diberikan kepada keluarga. Kepada Nenek Caswi, penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya atas doa, kasih sayang, perhatian, serta dukungan yang senantiasa diberikan. Terima kasih karena telah dengan penuh kesabaran menantikan hari ketika penulis dapat menjadi sarjana pertama dalam keluarga. Semoga pencapaian ini menjadi kebanggaan dan wujud kecil dari doa-doa yang selama ini selalu dipanjatkan untuk penulis. Semoga Allah SWT melimpahkan rahmat dan ampunan kepada almarhum Kakek Mustareja, almarhumah Nenek Wati, dan almarhum Kakek Ramuki, serta senantiasa memberikan kesehatan, keberkahan, umur yang panjang, dan kebahagiaan kepada Nenek Caswi.

11. Penulis mengucapkan terima kasih yang sebesar-besarnya kepada seluruh keluarga besar yang tidak dapat penulis sebutkan satu per satu. Terima kasih atas doa, kasih sayang, perhatian, dukungan, serta semangat yang senantiasa diberikan kepada penulis. Kehadiran dan kebersamaan keluarga menjadi salah satu sumber kekuatan bagi penulis untuk terus berjuang hingga akhirnya dapat menyelesaikan pendidikan sarjana ini. Pencapaian ini merupakan kebahagiaan yang telah lama dinantikan oleh keluarga besar, sekaligus menjadi wujud harapan yang akhirnya dapat terwujud melalui keberhasilan penulis menyelesaikan pendidikan sarjana.
12. Kepada Nabila, Irma dan Salsa yang telah menjadi teman serta menemani perjalanan penulis sejak awal perkuliahan dengan segala cerita, dukungan, dan kebersamaan yang begitu berarti. Terima kasih juga kepada Dinda dan Nadila yang hadir menemani, memberikan semangat, dan menjadi tempat berbagi cerita sejak awal proses penyusunan skripsi. Setiap bantuan dalam menyelesaikan tugas, semangat akademik yang terus diberikan, serta perhatian dan kepedulian yang tulus menjadi penguat langkah penulis untuk terus belajar dan bertahan dalam setiap proses. Momen berbagi cerita, tawa, diskusi hangat, hingga perjalanan yang dilalui bersama telah menciptakan ruang kebersamaan yang penuh makna dan kebahagiaan. Kehadiran kalian sebagai pendengar setia dan teman dalam berbagai situasi turut meringankan beban serta menjaga semangat penulis hingga akhirnya mampu menyelesaikan studi ini. Terima kasih telah memberikan warna, kehangatan, dan kenangan indah yang menjadikan hari-hari di bangku kuliah terasa lebih berkesan dan bermakna.
13. Teman-teman KKN Angkatan 71 Unit 27 Baciro, Gondokusuman Aura, Sava, Aya, Wanda terima kasih telah memberikan pengalaman berharga selama masa pengabdian kepada masyarakat. Kebersamaan, kerja sama, serta berbagai pembelajaran yang diperoleh selama kegiatan KKN menjadi kenangan dan pengalaman berharga yang turut membentuk pemahaman dan kedewasaan penulis.

14. Kepada seluruh teman-teman yang tidak dapat disebutkan satu per satu, penulis mengucapkan terima kasih atas doa, dukungan, semangat, bantuan, perhatian, serta kebersamaan yang telah diberikan selama proses perkuliahan hingga penyusunan skripsi ini. Setiap motivasi, pengalaman, dan kenangan yang telah dibagikan menjadi bagian yang sangat berarti dalam perjalanan akademik penulis hingga akhirnya dapat menyelesaikan studi ini.
15. *Last but not least, to myself,* Pamelia Villy Apriliana anak perempuan kedua dan harapan kedua orang tua. Terima kasih karena telah bertahan dan berjuang hingga sampai di titik ini. Terima kasih telah memberikan usaha terbaik dan tidak memilih untuk menyerah, meskipun perjalanan ini tidak selalu mudah. Untuk setiap malam yang dihabiskan dalam kelelahan, setiap pagi yang disambut dengan kekhawatiran, namun semuanya berhasil dilalui dengan penuh keteguhan. Terima kasih kepada hati yang tetap ikhlas menerima setiap ketetapan, meskipun tidak selalu berjalan sesuai harapan. Terima kasih kepada jiwa yang terus memilih bangkit, meski berkali-kali dihadapkan pada keraguan dan rasa ingin menyerah. Terima kasih kepada raga yang tetap melangkah dan bertahan menghadapi setiap proses hingga akhirnya mampu mencapai titik ini. Teruslah belajar, teruslah bersyukur atas setiap nikmat yang Allah SWT berikan, dan jangan pernah berhenti memperbaiki diri. Tetaplah berusaha, berbahagia di mana pun berada, dan percaya bahwa setiap proses memiliki waktu terbaiknya. Penulis berdoa semoga setiap langkah senantiasa dipermudah, dipertemukan dengan orang-orang baik, serta setiap doa dan impian dapat terwujud pada waktu terbaik menurut kehendak-Nya. *We finally made it. Here's to new beginnings.*

MOTTO

“Dua kali Allah ulangi : maka, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan, sesungguhnya beserta kesulitan ada kemudahan”

QS. Al-Insyirah ayat 5-6

"Step by step and the thing is done"

“Charles Atlas”

“Kasih Ibu adalah doa yang tak pernah putus, menjadi sumber kekuatan dalam setiap langkah menuju keberhasilan”

“Penulis”

ABSTRAK

PENGGUNAAN PLATFORM MEDIA SOSIAL OLEH GENERASI Z DI KOTA YOGYAKARTA : ANALISIS PERAN NILAI SYARIAH DAN PENGALAMAN

PAMELIA VILLY APRILIANA
22423013

Penggunaan media sosial di kalangan Generasi Z terus meningkat pesat, namun belum banyak kajian yang menganalisisnya dari perspektif nilai-nilai syariah sekaligus pengalaman nyata pengguna di ruang digital. Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi platform media sosial yang dominan digunakan oleh Generasi Z di Kota Yogyakarta, menganalisis peran nilai-nilai syariah sebagai pedoman etika digital, serta menggali pengalaman positif dan negatif mereka dalam berinteraksi di ruang digital. Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara mendalam terhadap informan Generasi Z di Kota Yogyakarta. Nilai-nilai syariah memiliki peran penting sebagai pedoman etika digital yang tercermin dalam penerapan lima prinsip komunikasi Islami (qaulan), yaitu: qaulan sadidan (kejujuran dan verifikasi informasi), qaulan ma'rufan (tutur kata yang baik dan sopan), qaulan layyinan (kelembutan dalam merespons konten negatif), qaulan balighan (penyampaian informasi yang jelas dan efektif), serta qaulan maysuran (penggunaan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami). Adapun pengalaman Generasi Z bersifat beragam, mencakup pengalaman positif berupa pemanfaatan media sosial sebagai sarana hiburan, sumber informasi akademik, wadah kreativitas, dan alat memperluas jaringan sosial serta pengalaman negatif berupa paparan konten hoaks yang semakin sulit diidentifikasi akibat perkembangan kecerdasan buatan (AI), ujaran kebencian, dan cyberbullying.

Kata kunci : Media sosial, Generasi Z, Pengalaman, nilai-nilai syariah,

ABSTRACT

THE USE OF SOCIAL MEDIA PLATFORM AMONG Z GENERATION IN YOGYAKARTA CITY: ANALYSIS OF ROLES OF SHARIA VALUES AND EXPERIENCE

PAMELIA VILLY APRILIANA
22423013

The utilisation of social media by Generation Z is subject to ongoing and rapid expansion; however, there is a paucity of research that has examined this phenomenon from the perspective of Sharia values and the experiences of users in the digital realm. The objective of this study is firstly, to identify the dominant social media platforms used by Generation Z in Yogyakarta City; secondly, to analyse the role of Sharia values as guidelines for digital ethics; and thirdly, to explore their positive and negative experiences in interacting in the digital space. The present study employs a qualitative approach, utilising in-depth interviews with Generation Z informants in Yogyakarta City. Sharia values play a pivotal role in the realm of digital ethics, as evidenced by the application of the five principles of Islamic communication (*qaulan*). These principles encompass: *qaulan sadidan*, which emphasises honesty and the verification of information; *qaulan ma'rufan*, promoting good and polite speech; *qaulan layyinan*, encouraging gentleness in responding to negative content; *qaulan balighan*, ensuring clear and effective delivery of information; and *qaulan maysuran*, employing simple and easily comprehensible language. The experiences of Generation Z are varied, including positive experiences in the form of using social media as a means of entertainment, a source of academic information, a forum for creativity, and a tool to expand social networks as well as negative experiences in the form of exposure to hoax content, which is increasingly difficult to identify due to the development of artificial intelligence (AI), hate speech and cyberbullying.

Keywords: Social Media, Z Generation, Experience, Sharia values

July 22, 2026

TRANSLATOR STATEMENT
The information appearing herein has been translated
by a Center for International Language and Cultural Studies of
Islamic University of Indonesia
CILACS UII Jl. DEMANGAN BARU NO 24
YOGYAKARTA, INDONESIA
Phone/Fax: 0274 540 255

KEPUTUSAN BERSAMA
MENTERI AGAMA DAN MENTERI PENDIDIKAN DAN KEBUDAYAAN
REPUBLIK INDONESIA

Nomor: 158 Th. 1987
Nomor: 0543b/U/1987

TRANSLITERASI ARAB-LATIN

Pendahuluan

Penelitian transliterasi Arab-Latin merupakan salah satu program penelitian Puslitbang Lektur Agama, Badan Litbang Agama, yang pelaksanaannya dimulai tahun anggaran 1983/ 1984.Untuk mencapai hasil rumusan yang lebih baik, hasil penelitian itu dibahas dalam pertemuan terbatas guna menampung pandangan dan pikiran para ahli agar dapat dijadikan bahan telaah yang berharga bagi forum seminar yang sifatnya lebih luas dan nasional. Transliterasi Arab-Latin memang dihajatkan oleh bangsa Indonesia karena huruf Arab di- pergunakan untuk menuliskan kitab agama Islam berikut penjelasannya (Al-Qur'an dan Hadis), sementara bangsa Indonesia mempergunakan huruf latin untuk menuliskan bahasanya. Karena ketiadaan pedoman yang baku, yang dapat dipergunakan oleh umat Islam di Indonesia yang meru-pakan mayoritas bangsa Indonesia, transliterasi Arab-Latin yang terpakai dalam masyarakat banyak ragamnya. Dalam menuju kearah pembakuan itulah Puslitbang Lektur Agama melalui penelitian dan seminar berusaha menyusun pedoman yang diharapkan dapat berlaku secara nasional.

Dalam seminar yang diadakan tahun anggaran 1985/1986 telah dibahas beberapa makalah yang disajikan oleh para ahli, yang kesemuanya memberikan sumbangan yang besar bagi usaha ke arah itu. Seminar itu juga membentuk tim yang bertugas merumuskan hasil seminar dan selan-jutnmya hasil tersebut dibahas lagi dalam seminar yang lebih luas, Seminar Nasional Pembakuan Transliterasi Arab-Latin Tahun 1985/1986. Tim tersebut terdiri dari 1) H.Sawabi Ihsan MA, 2) Ali Audah, 3) Prof. Gazali Dunia, 4) Prof. Dr. H.B. Jassin, dan 5) Drs. Sudarno M.Ed.

Dalam pidato pengarahan tangal 10 Maret 1986 pada semi nar tersebut, Kepala Litbang Agama menjelaskan bahwa pertemuan itu mempunyai arti penting dan strategis karena:

1. Pertemuan ilmiah ini menyangkut perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya ilmu pengetahuan ke-Islaman, sesuai dengan gerak majunya pembangunan yang semakin cepat.
2. Pertemuan ini merupakan tanggapan langsung terhadap kebijaksanaan Menteri Agama Kabinet Pembangunan IV, tentang perlunya peningkatan pemahaman, penghayatan, dan pengamalan agama bagi setiap umat beragama, secara ilmiah dan rasional.

Pedoman transliterasi Arab-Latin yang baku telah lama didambakan karena amat membantu dalam pemahaman terhadap ajaran dan perkembangan Islam di Indonesia. Umat Islam di Indonesia tidak semuanya mengenal dan menguasai huruf Arab.Oleh karena itu pertemuan ilmiah yang diadakan kali ini pada dasamya juga merupakan upaya untuk pembinaan dan peningkatan kehidupan beragama, khususnya umat Islam di Indonesia.

Badan Litbang Agama, dalam hal ini Puslitbang Lektur Agama, dan instansi lain yang ada hubungannya dengan kelekturan, amat memerlukan pedoman yang baku tentang transliterasi Arab-Latin yang dapat dijadikan acuan dalam penelitian dan pengalih-hurufan, dari Arab ke Latin dan sebaliknya.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda beda.Usaha penyeragamannya sudah pemah dicoba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat Islam Indonesia. Oleh karena itu, dalam usaha mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya Pedoman Transliterasi Arab-Latin baku yang dikuatkan dengan suatu Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk digunakan secara nasional.

Dari hasil penelitian dan penyajian pendapat para ahli diketahui bahwa selama ini masyarakat masih mempergunakan transliterasi yang berbeda-beda.Usaha penyeragamannya sudah pemah dicoba, baik oleh instansi maupun perorangan, namun hasilnya belum ada yang bersifat menyeluruh, dipakai oleh seluruh umat Islam Indonesia. Oleh karena itu, dalam usaha mencapai keseragaman, seminar menyepakati adanya Pedoman Transliterasi Arab-Latin baku yang dikuatkan

dengan suatu Surat Keputusan Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan untuk digunakan secara nasional.

Pengertian Transliterasi

Transliterasi dimaksudkan sebagai pengalih hurufan dari abjad yang satu ke abjad yang lain. Transliterasi Arab-Latin di sini ialah penyalinan huruf-huruf Arab dengan huruf-huruf Latin beserta perangkatnya.

Prinsip Pembakuan

Pembakuan pedoman transliterasi Arab-Latin ini disusun de ngan prinsip sebagai berikut:

1. Sejalan dengan Ejaan Yang Disempurnakan.
2. Huruf Arab yang belum ada padanannya dalam huruf Latin dicarikan padanan dengan cara memberi tambahan tanda diakritik, dengan dasar "satu fonem satu lambang".
3. Pedoman transliterasi ini diperuntukkan bagi masyarakat umum.

Rumusan Pedoman Transliterasi Arab-Latin

Hal-hal yang dirumuskan secara kongkrit dalam pedoman transliterasi Arab-Latin ini
meliputi:

1. Konsonan
2. Vokal (tunggal dan rangkap)
3. Maddah
4. Ta'marbutah
5. Syaddah
6. Kata sandang (di depan huruf syamsiah dan qamariah)
7. Hamzah
8. Penulisan kata
9. Huruf kapital
10. Tajwid

1. Konsonan

Fonem konsonan bahasa Arab yang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, dalam transliterasi ini sebagian dilambangkan dengan huruf dan sebagian dilambangkan dengan tanda, dan sebagian lagi dengan huruf dan tanda sekaligus. Di bawah ini daftar huruf Arab itu dan transliterasinya dengan huruf Latin:

Huruf Arab	**Nama**	**Huruf latin**	**Nama**
ا	Alif	tidak dilambangkan	tidak dilambangkan
ب	Ba	B	Be
ت	Ta	T	Te
ث	Ṡa	ṡ	es (dengan titik di atas)
ج	Jim	J	Je
ح	Ḥa	ḥ	ha (dengan titik di bawah)
خ	Kha	Kh	ka dan ha
د	Dal	D	De
ذ	Żal	Ż	zet (dengan titik di atas)
ر	Ra	R	Er
ز	Zai	Z	Zet
س	Sin	S	Es
ش	Syin	Sy	es dan ye
ص	Ṣad	ṣ	es (dengan titik di bawah)
ض	Ḍad	ḍ	de (dengan titik di bawah)
ط	Ṭa	ṭ	te (dengan titik di bawah)
ظ	Ẓa	ẓ	zet (dengan titik di bawah)
ع	‘ain	‘	koma terbalik (di atas)
غ	Gain	G	Ge
ف	Fa	F	Ef

ق	Qaf	Q	Ki
ك	Kaf	K	Ka
ل	Lam	L	El
م	Mim	M	Em
ن	Nun	N	En
و	Wau	W	We
هـ	Ha	H	Ha
ء	Hamzah	'	Apostrof
ى	Ya	Y	Ye

2. Vokal

Vokal bahasa Arab, seperti vokal bahasa Indonesia, terdiri dari vokal tunggal atau monoftong dan vokal rangkap atau diftong.

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
ـَ	Fathah	A	A
ـِ	Kasrah	I	I
ـُ	Dhammah	U	U

3. Vokal Rungkap

Vokal rangkap bahasa Arab yang lambangnya berupa gabungan antara harkat dan.huruf, transliterasinya berupa gabungan huruf, yaitu

Tanda	Nama	Huruf Latin	Nama
...ـَيْ	fathah dan ya	Ai	a dan i
...ـَوْ	fathah dan wau	Au	a dan u

Contoh:

كَتَبَ - kataba

فَعَلَ - fa'ala

4. Ta' Marbutah

Transliterasi untuk ta marbutah ada dua:

a. Ta marbutah hidup

Ta marbu''ah yang hidup atau mendapat harakat fathah, kasrah dan dammah transliterasinya Adalah 't'.

b. Ta marbutah mati

Ta marbutah yang mati atau mendapat harakat sukun, transliterasinya adalah 'h'.

c. Kalua pada kata yang terakhir dengan ta marbu''ah diikuti oleh kata yang menggunakan kata sandang *al* serta bacaan kedua kata itu terpisah maka ta marbutah itu di transliterasikan dengan ha (h)

Contoh :

رُوْ طَةُ ا لأُ طْفاَل	-raudah al-atfãl
	-raudatul atfãl
المَدِيْنَةُ ا لمُنَوَّرَة	-al-Madĭnah al-Munawwara
	-al-Madĭnatul-Munawwarah
طُلْحة	-talhah

5. Syaddah (Tasydid)

Syaddah atau tasydid yang dalam tulisan Arab dilambangkan dengan sebuah tanda, tanda syaddah atau tanda tasydid, dalam transliterasi ini tanda syaddah tersebut dilambangkan dengan huruf, yaitu huruf yang sama dengan huruf yang diberi tanda syaddah itu.

Contoh :

رَبَّناَ - rabbanā	الحَجّ – al-hajj
نَزَّل – nazzala	نُعِّم – nu'' ima
الّبِر – al-birr	

6. Kata Sandang

Kata sandang dalam sistem tulisan Arab dilambangkan dengan huruf, yaitu لا, namun dalam transliterasi ini kata sandang itu dibedakan

atas kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah dan kata sandang yang diikuti huruf qamariah.

a. Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah Kata sandang yang diikuti oleh huruf syamsiah ditransliterasikan sesuai dengan bunyinya, yaitu huruf /1/ diganti dengan huruf yang sama dengan huruf yang langsung mengikuti kata sandang itu.
b. Kata sandang diikuti oleh huruf qamariah Kata sandang yang diikuti oleh huruf qamariah ditransliterasikan sesuai aturan yang digariskan di depan dan sesuai dengan bunyinya.

Baik dikuti huruf syamsiah maupun huruf qamariah, kata sandang ditulis terpisah dari kata yang mengikuti dan dihubungkan dengan tanda sempang. Contoh:

الرَّجُلُ	- ar-rajulu		اَلْقَلَم	- al-qalamu
السَّيِّدُ	- as-sayyidu		اَلْبَدِيْع	- al-badĭ'u
الشَّمْسُ	- as-syamsu		اَلْجَلَال	- al-jalālu

7. Hamzah

Dinyatakan di depan bahwa hamzah ditransliterasikan dengan apostrof. Namun, itu hanya berlaku bagi hamzah yang terletak ditengah dan di akhir kata. Bila hamzah itu terletak di awal kata, is dilambangkan, karena dalam tulisan Arab berupa alif.

Contoh:

تَأْخُذُونَ-	-ta'khużūna	إِنْ– inna
اَلنَّوْءُ	- an-nau'	أُمِرْتُ- umirtu
شَيْءٌ	- syai'un	أَكَلَ– akala

8. Penulisan Kata

Pada dasarnya setiap kata, baik fail, isim maupun harf ditulis terpisah. Hanya kata-kata ter-tentu yang penulisannya dengan huruf Arab sudah lazim dirangkaikan dengan kata lain karena ada huruf atau harkat yang dihilangkan maka transliterasi ini, penulisan kata tersebut dirangkaikan juga

dengan kata lain yang mengikutinya.

وَإِنَّ اَللهَ لَهُوَ خَيْرُ الرَّازِقِيْنَ	Wa innallāha lahuwa khair ar-rāziqĭn Wa innallāha lahuwa khairrāziqĭn
وَأَوْفُوا الْكَيْلَ وَالْمِيْزَانَ	Wa auf al-kaila wa-almĭzān Wa auf al-kaila wal mĭzān
إِبْرَاهِيْمُ الْخَلِيْلُ	Ibrāhĭm al-Khalĭl Ibrāhĭmul-Khalĭl
بِسْمِ اِللهِ مَجْرَاهاَ وَمُرْسَاهاَ	Bismillāhi majrehā wa mursahā
وَلِله عَلَىَ النَّاسِ حِجُّ الْبَيْتِ مَنِ اسْتَطَاعَ إِلَيْهِ سَبِيْلًا	Walillāhi ‘alan-nāsi hijju al-baiti manistatā’a ilaihi sabĭla Walillāhi ‘alan-nāsi hijjul-baiti manistatā’a ilaihi sabĭlā

9. Huruf Kapital

Meskipun dalam sistem tulisan Arab huruf kapital tidak dikenal, dalam transliterasi ini huruf tersebut digunakan juga. Penggunaan huruf kapital seperti apa yang berlaku dalam EYD, di antaranya: Huruf kapital digunakan untuk menuliskan huruf awal nama diri dan permulaan kalimat. Bilamana nama diri itu didahului oleh kata sandang, maka yang ditulis dengan huruf kapital tetap huruf awal nama diri tersebut, bukan huruf awal kata sandangnya.

Contoh:

وَمَا مُحَمَّدٌ إِلَّا رَسُوْلٌ	Wa mā Muhammadun illā rasl
إِنَّ أَوَّلَ بَيْتٍ وُضِعَ لِلنَّاسِ لَلَّذِى بِبَكَّةَ مُبَارَكاً	Inna awwala baitin wudi’a linnāsi lallažĭ bibakkata mubārakan

شَهْرُ رَمَضَانَ الَّذِى أُنْزِلَ فِيْهِ الْقُرْاٰنُ	Syahru Ramadān al-lażĭ unzila fĭh al-Qur'ānu Syahru Ramadān al-lażĭ unzila fĭhil Qur'ānu
وَلَقَدْ رَاٰهُ بِالْأُفُقِ الْمُبِيْنِ	Wa laqad ra'āhu bil-ufuq al-mubĭn Wa laqad ra'āhu bil-ufuqil-mubĭn
اَلْحَمْدُ لِله رَبِّ الْعَالَمِيْنِ	Alhamdu lillāhi rabbil al-'ālamĭn

Penggunaan huruf awal kapital untuk Allah hanya berlaku bila dalam tulisan Arabnya memang lengkap demikian dan kalau penulisan itu disatukan dengan kata lain sehingga ada huruf atau har-kat yang dihilangkan, huruf kapital tidak dipergunakan.

Contoh:

نَصْرٌ مِّنَ اللهِ وَفَتْحٌ قَرِيْبٌ	Nasrun minallāhi wa fathun qarĭb
لِله الْأَمْرُ جَمِيْعاً	Lillāhi al-amru jamĭ'an Lillāhil-amru jamĭ'an
وَاللهُ بِكُلِّ شَيْئٍ عَلِيْمٌ	Wallāha bikulli syai'in 'alĭm

10. Tajwid

Bagi mereka yang menginginkan kefasihan dalam bacaan, pedoman transliterasi ini merupakan bagian yang tak terpisahkan dengan Ilmu Tajwid.Karena itu peresmian pedoman transliterasi ini perlu disertai dengan pedoman tajwid

KATA PENGANTAR

Puji dan syukur saya panjatkan kehadirat Allah S.W.T. Shalawat dan salam senantiasa terlimpahkan kepada junjungan Nabi besar Muhammad S.A.W beserta keluarga dan para sahabat. Berkat Rahmat dan Hidayah-Nya akhirnya penulis dapat menyelesaikan Skripsi dengan judul "Penggunaan Platform Media Sosial oleh Generasi Z di Kota Yogyakarta: Analisis Peran Nilai Syariah dan Pengalaman" ini dengan tepat waktu. Skripsi ini disusun sebagai salah satu syarat untuk memperoleh gelar Sarjana Ekonomi Islam (S.E.) pada Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia. Selesainya skripsi tersebut tidak lepas dari doa, bantuan, dukungan serta bimbingan dari beberapa pihak, sehingga penulis ingin menyampaikan ucapan terima kasih kepada, yakni:

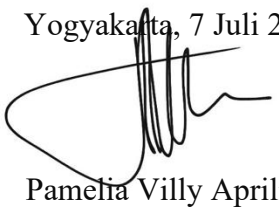
1. Bapak Prof. Dr. Ir. Hari Purnomo, M.T., IPU., ASEAN Eng., selaku Rektor Universitas Islam Indonesia.
2. Bapak Dr. Drs. Asmuni, M.A., selaku Dekan Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
3. Ibu Dr. Siti Achiria, S.E., M.M., selaku Ketua Program Studi Ekonomi Islam Fakultas Ilmu Agama Islam Universitas Islam Indonesia.
4. Bapak Dr. Anton Priyo Nugroho, S.E., M.M., selaku Dosen Pembimbing Skripsi yang telah meluangkan waktu, memberikan arahan, masukan, serta bimbingan dengan penuh kesabaran sehingga penulis dapat menyelesaikan skripsi ini.
5. Seluruh Dosen Program Studi Ekonomi Islam, Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia yang telah mendidik, membimbing, dan memberikan bekal ilmu pengetahuan yang sangat luar biasa kepada penulis selama masa perkuliahan.
6. Seluruh staf Fakultas Ilmu Agama Islam, Universitas Islam Indonesia yang telah banyak membantu, memberikan pelayanan terbaik, serta mempermudah segala urusan administrasi.
7. Kedua orang tua tercinta, Bapak Daswin Al Masrudin dan Ibu Romlah, yang selalu menjadi penyemangat penulis sebagai sandaran terkuat dari kerasnya dunia, yang tiada hentinya selalu memberikan kasih sayang, do’a an

motivasi dengan penuh keikhlasan yang tak terhingga kepada penulis, dan seluruh keluarga besar yang senantiasa memberikan kasih sayang, doa yang tulus, dukungan, yang tiada henti sehingga menjadi sumber kekuatan dan semangat bagi penulis dalam menyelesaikan studi ini.

8. Penulis juga mengucapkan terima kasih kepada seluruh pihak yang tidak dapat disebutkan satu per satu atas segala bantuan, dukungan, dan doa yang telah diberikan selama proses penyusunan skripsi ini hingga dapat diselesaikan dengan baik.

Penulis menyadari bahwa skripsi ini masih jauh dari kesempurnaan dikarenakan keterbatasan kemampuan dan pengetahuan yang penulis miliki. Oleh karena itu, kritik dan saran yang membangun sangat penulis harapkan demi perbaikan di masa mendatang. Akhir kata, penulis berharap semoga skripsi ini dapat memberikan manfaat bagi perkembangan ilmu pengetahuan, khususnya di bidang Ekonomi Islam, serta bagi semua pihak yang membacanya.

Yogyakarta, 7 Juli 2026



Pamelia Villy Apriliana

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL i
LEMBAR PERNYATAAN KEASLIAN ii
NOTA DINAS ii
REKOMENDASI PEMBIMBING iv
LEMBAR PENGESAHAN iv
LEMBAR PERSEMBAHAN v
MOTTO xi
ABSTRAK xii
ABSTRACT xiii
TRANSLITERASI ARAB-LATIN xiv
KATA PENGANTAR xxiii
DAFTAR ISI xxv
DAFTAR GAMBAR xxviii
DAFTAR TABEL xxix
BAB I PENDAHULUAN 1
A. Latar Belakang 1
B. Rumusan masalah 8
C. Tujuan penelitian 8
D. Manfaat penelitian 9
E. Sistematik penulisan 9
BAB II TINJAUAN PUSTAKA 11
A. Telaah Pustaka 11
B. Landasan Teori 15

1.Media sosial 15
2.Etika dan Hukum media sosial..... 18
3.Nilai-Nilai Syariah dalam media sosial..... 20
4.Teori pengalaman..... 26
5. Generasi Z 27
C. Kerangka berpikir..... 28
BAB III METODE PENELITIAN..... 30
A. Jenis Penelitian dan Pendekatan..... 30
B. Lokasi dan Waktu Penelitian 30
C. Subjek dan Objek Penelitian 30
D. Sumber Data..... 30
E. Teknik Pengumpulan Data..... 31
F. Instrument penelitian..... 31
G. Teknik Analisis data..... 32
BAB IV HASIL DAN PEMBAHASAN 34
A. Deskripsi subjek penelitian 34
B. Hasil penelitian..... 35
1.Platform media sosial yang digunakan Generasi Z di Kota Yogyakarta ... 36
2.Peran nilai-nilai syariah dalam penggunaan media sosial Generasi Z..... 37
3.Pengalaman Generasi Z dalam menggunakan platform media sosial..... 42
C. Pembahasan..... 44
1.Analisis Platform Media Sosial yang paling dominan digunakan oleh Generasi Z di Kota Yogyakarta..... 44
2. Analisis nilai-nilai syariah sebagai pedoman etika digital Generasi Z 46
3.Analisis pengalaman Generasi Z dalam ruang digital..... 51

BAB V PENUTUP 54
A. Kesimpulan 54
B. Saran 56
DAFTAR PUSTAKA 57
LAMPIRAN 83

DAFTAR GAMBAR

Gambar 1.1 Media Sosial Favorit generasi Z..... 5
Gambar 1.2 Dokumentasi wawancara informan Generasi Z di kota Yogyakarta
.....87

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Tabel kerangka berfikir 29
Tabel 1.2 Tabel data informan penelitian 3

BAB I
PENDAHULUAN

A. Latar Belakang

Media sosial saat ini telah berkembang menjadi fenomena global yang terus mengalami peningkatan pesat. Kehadirannya hampir tidak dapat dipisahkan dari aktivitas sehari-hari manusia. Sebagai salah satu bentuk komunikasi berbasis virtual, media sosial merupakan produk dari kemajuan teknologi informasi dan komunikasi modern. Platform ini berbentuk layanan daring yang memungkinkan penggunanya untuk berpartisipasi, berbagi, serta menciptakan berbagai konten, baik berupa blog, jejaring sosial, wiki, forum, maupun dunia virtual (Rafiq, 2020).

Media sosial tidak muncul secara instan, melainkan melalui Sejarah Panjang komunikasi digital yang bermula sejak pengiriman pesan telegraf pertama oleh Samuel Morse pada 1844, disusul pembentukan ARPANET pada 1969 sebagai cikal bakal internet modern, serta peluncuran NSFNET pada 1987 yang memperkuat insfrastruktur digital nasional (Kartini et al., 2023). Memasuki decade 1990-an seperti Compu Serve dan America Online (AOL) mulai memperkenalkan interaksi digital email, buletin, dan obarolan *real-time*. Inovasi ini mendosorng lahirnya jejaring, Six Degress (1997), yang memungkinkan pengguna membuat profil dan terhubung secara global meskipun hanya bertahan sebentar, Six Degress menjadi tonggak awal lahirnya media sosial modern.

Awal 2000-an ditandai dengan munculnya berbagai platform baru seperti Friendster (2001) berhasil menarik jutaan pengguna dengan system pendaftaran sederhana, Popularitas blog juga meningkat melalui *live journal* (1999) dan Blogger (2003) yang kemudian diakui oleh Google. Pada tahun 2002, hadir Linkedln sebagai jejaring sosial profesional yang kini memiliki ratusan juta pengguna di seluruh dunia. Sementara itu, MySpace (2003) sempat menjadi situs paling popular dengan fitur berbagi

musik dan profil personal, sebelum akhirnya tergeser oleh platform lain (Kartini et al., 2023).

Dengan demikian media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai media untuk berbagai informasi, hiburan, serta membangun jaringan sosial. Media sosial menghadirkan berbagai dampak positif bagi penggunanya, dampak positif yang di hadirkan oleh media sosial antara lain memudahkan pengguna untuk berinteraksi dengan siapa saja, baik teman, keluarga maupun artis idola, serta memperluas pergaulan sehingga dapat memiliki banyak koneksi dan jaringan yang luas dari berbagai latar belakang. Namun, di sisi lain media sosial juga membawa dampak negatif apabila tidak digunakan secara tidak bijak media sosial juga rentan menjadi sarana penyebaran konten yang bertentangan dengan norma, seperti pornografi, penyebaran berita hoax dan durasi yang panjang dalam menggunakan media sosial dapat membuat orang-orang menjadi kecanduan (Pujiono et al., 2022).

Menurut Qolbu, (2025) indonesia sebagai negara mayoritas Muslim yang memiliki populasi sekitar 229,62 juta jiwa 87,2% dari total penduduk. Dengan jumlah penduduk tersebut, penggunaan media sosial di Indonesia juga mengalami peningkatan yang signifikan dimana tingginya pengguna medis sosial di Indonesia didominasi oleh generasi muda yang aktif dalam menanfaatkan berbagai platform digital untuk berkomunikasi, memperoleh informasi, serta mengekspresikan diri. Generasi muda sebagai pengguna utama media sosial memiliki intensitas interaksi yang tinggi di ruang digital, sehingga menjadikan media sosial sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari.

Selain ditandai oleh peningkatan jumlah pengguna, perkembangan media sosial di Indonesia juga diikuti oleh semakin beragamnya platform yang dimanfaatkan oleh masyarakat. Hal ini sejalan dengan pengguna berbagai platform media sosial yang popular di kalangan masyarakat, terutama generasi muda, seperti facebook, Twitter (x), dan TikTok, yang menjadi ruang baru bagi masyarakat untuk mengekspresikan diri secara

bebas, melintas batas geografis dan budaya. Kebebasan berekpresi yang dijamin oleh berbagai konstitusi dan instrumen hak asasi manusia di seluruh dunia kini menemukan menifestasinya dalam dunia digital. Namun, bersamaan dengan itu muncul pula tantangan serius tekkait penyebaran hoaks, ujaran kebencian, perundungan daring *(cyberbullying),* dan pelanggaran privasi, yang sering kali terjadi karena lemahnya kesadaran etika digital. Lebih dari itu, kolom komentar sering kali dipenuhi dengan ujaran-ujaran yang tidak mencerminkan norma kesopanan, bahkan bertentangan dengan budaya masyarakat Indonesia yang menjunjung tinggi toleransi dan penghormatan (Mas'ud et al., 2025).

Oleh karena itu, diperlukan adanya pemahaman mengenai etika dalam pengunaan media sosial sebagai pedoman dalam berinterkasi di ruang digital. Di dunia kita juga mengenal etika berinternet atau yang lebih dikenal dengan netiket *(Network Etiquette)* , yaitu tata krama dalam menggunakan internet. Selain itu, sebelum memposting, pengguna perlu memeriksa dan memperhatikan Kembali konten yang akan dibagikan, serta menghindari hal-hal yang dapat menimbulkan konflik seperti hokas dan pornografi. Pengguna juga perlu mampu membedakan antara ranah pribadi dan ranah publik sehingga dapat menentukan informasi mana yang layak untuk dipublikasikan Dalam berinteraksi, pengguna diharapkan berkomunikasi secara santun serta memberikan komentar secara bijak dan sopan (Afriani & Azmi, 2020).

Masyarakat Indonesia yang mayoritas muslim menjadikan nilai-nilai syariah sebagai pedoman dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam penggunaan media sosial. Oleh karena itu, etika dan hukum bermedia sosial tidak hanya didasarkan pada norma sosial semata, tetapi juga berlandaskan pada ajaran Al-Qur'an dan hadist sebagai sumber utama dalam menentukan perilaku yang baik dan benar. Seseorang yang tidak berkata jujur berarti telah memutarbalikkan fakta dan dapat menimbulkan fitnah (Supriatna & Jenuri, 2023). Selain itu, dalam menerima dan menyebarkan informasi, Islam juga mengajarkan pentingnya tabayyun, yaitu mencari kejelasan atau

kebenaranm dari suatu informasi sebelum mempercayai atau menyampaikannya kepada orang lain. Prinsip tabayyun ini ditegaskan dalam Al-Qur'an, khususnya QS Al-Hujurat Ayat 6 yang berbunyi :

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْٓا اِنْ جَاۤءَكُمْ فَاسِقٌۢ بِنَبَاٍ فَتَبَيَّنُوْٓا اَنْ تُصِيْبُوْا قَوْمًاۢ بِجَهَالَةٍ فَتُصْبِحُوْا عَلٰى مَا فَعَلْتُمْ نٰدِمِيْنَ

Artinya:"hai orang orang yang beriman, jika datang kepadamu orang fasik membawa suatu berita, maka periksalah dengan teliti, agar kamu tidak menimpakan suatu musibah kepada suatu kaum tanpa mengetahui keadaanya yang menyebabkan kaum menyesal atas perbuatanmu itu ini" (*Qur'an Kemenag*, n.d.)

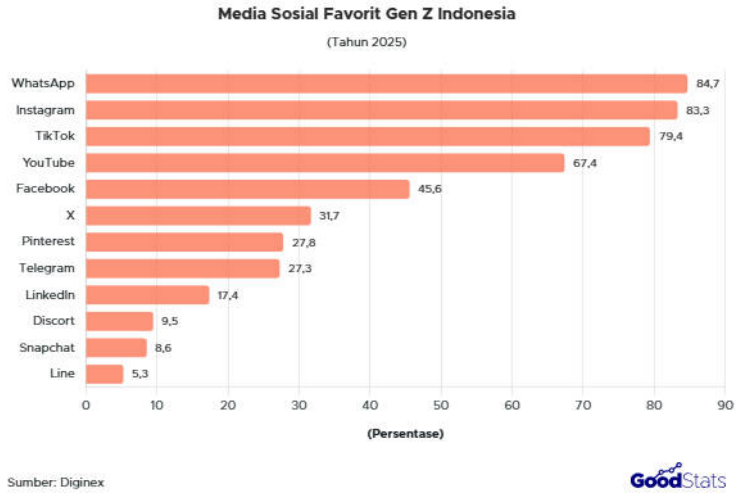
Selain kewajiban untuk meneliti kebenaran informasi, etika bermedia sosial dalam Islam juga mengatur bagaimana cara kita berinteraksi secara terhormat dengan sesama pengguna. Menjaga lisan dan tulisan tidak hanya terbatas pada menghindari berita bohong, tetapi juga menjauhi perilaku perundungan digital (*cyberbullying*), merendahkan martabat orang lain, atau menggunakan sebutan yang buruk dalam kolom komentar. Prinsip menjaga kehormatan orang lain ini ditegaskan oleh Allah SWT dalam Al-Qur'an surah Al-Hujurat ayat 11:

يٰٓاَيُّهَا الَّذِيْنَ اٰمَنُوْا لَا يَسْخَرْ قَوْمٌ مِّنْ قَوْمٍ عَسٰٓى اَنْ يَّكُوْنُوْا خَيْرًا مِّنْهُمْ وَلَا نِسَاۤءٌ مِّنْ نِّسَاۤءٍ عَسٰٓى اَنْ يَّكُنَّ خَيْرًا مِّنْهُنَّۚ وَلَا تَلْمِزُوْٓا اَنْفُسَكُمْ وَلَا تَنَابَزُوْا بِالْاَلْقَابِۗ بِئْسَ الِاسْمُ الْفُسُوْقُ بَعْدَ الْاِيْمَانِۚ وَمَنْ لَّمْ يَتُبْ فَاُولٰۤىِٕكَ هُمُ الظّٰلِمُوْنَ

Artinya : "Wahai orang-orang yang beriman! Janganlah suatu kaum mengolok-olok kaum yang lain, (karena) boleh jadi mereka (yang diperolok-olokkan) lebih baik dari mereka (yang mengolok-olok), dan jangan pula perempuan-perempuan (mengolok-olokkan) perempuan lain, (karena) boleh jadi perempuan (yang diperolok-olokkan) lebih baik dari perempuan (yang mengolok-olok). Janganlah kamu saling mencela satu sama lain, dan janganlah saling memanggil dengan gelar-gelar yang buruk. Seburuk-buruk panggilan adalah (panggilan) yang buruk (fasik) setelah beriman. Dan barangsiapa tidak bertobat, maka mereka itulah orang-orang yang zalim" (*Qur'an Kemenag*, n.d.)

Maka dari itu mengingat media sosial kini menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari bagi masyarakat di seluruh dunia, terutama generasi muda yang turut aktif menggunakannya. Di antara berbagai generasi masyarakat, Generasi Z Adalah yang paling aktif dan intens dalam menggunakan media sosial. Generasi Z yakni mereka yang mereka lahir antara tahun 1995 hingga 2012, dikenal sebagai generasi yang tumbuh dalam dunia serba digital. Paparan terhadap internet, ponsel cerdas, dan media sosial membentuk cara pandang serta perilaku mereka. Generasi ini terbiasa dengan arus informasi yang cepat dan luas, serta terbuka dalam mengekspresikan diri melalui berbagai platform digital. Media social seperti Instagram, TikTok, Twitter, dan YouTube menjadi wadah utama bagi mereka dalam berkomunikasi, mencari pengetahuan, dan membentuk jati diri (Pradivta et al., 2025).

Gambar 1.1 media social Favorit Generasi Z Indonesia



Sumber : (Data, n.d.)

Dari data diatas hasilnya, WhatsApp duduk di peringkat pertama sebagai media sosial yang banyak digunakan dengan 84,7%. Besarnya penggunaan WhatsApp ini tidak lepas dari kemudahan akses untuk berkirim pesan dan fitur yang terus berkembang. Selain pesan teks, WhatsApp memungkinkan panggilan suara dan video, berbagi dokumen, lokasi, hingga penggunaan kanal dan fitur bisnis. Banyak anak muda yang memanfaatkan

media sosial ini untuk terus terhubung secara profesional. Di urutan kedua ada Instagram yang digunakan oleh 83,3% responden. Tidak hanya sebagai ruang buat berbagi foto dan video, Instagram banyak dimanfaatkan untuk mengakses hiburan, informasi, hingga menjalin hubungan baru. TikTok menduduki peringkat ketiga dengan 79,4%, disusul YouTube dengan 67,4%, mencerminkan bagaimana konten berbasis video masih menjadi favorit anak muda. Sementara itu, 45,6% responden tercatat menggunakan Facebook, 31,7% aktif di X (Twitter), dan 27,8% juga menggunakan Pinterest. Media sosial lain yang turut dominan digunakan generasi Z Indonesia Adalah telegram (27,3%), Linkedln (17,4%), Discord (9,5%), Snapchat (8,6%), dan Line (5,3%)

Fenomena tersebut menunjukkan bahwa penggunaan media sosial oleh Generasi Z tidak hanya berkaitan dengan aspek komunikasi dan hiburan, tetapi juga menyentuh dimensi etika, moralitas, serta implementasi nilai-nilai syariah dalam kehidupan digital. Di era serba digital ini, perkembangan teknologi informasi dan media sosial memberikan dampak pengaruh besar terhadap cara kita berinteraksi dan berkomunikasi. Nilai-nilai syariah menjadi landasan penting bagi Generasi Z dalam menjalani kehidupan sehari hari, kehadiran media sosial memberikan kesempatan sekaligus tantangan bagi generasi muda, media sosial dapat menjadi sarana untuk berbagi pengetahuan tentang syariah, membangun jaringan komunitas yang positif dan memperkuat identitas keagamaan. Nilai nilai syariah di kalangan Generasi Z berkembang seiring dengan kemajuan teknologi dan perubahan sosial, mereka menerapkan ajaran agama dalam kehidupan sehari hari dengan pendekatan yang yang sesuai dengan perkembangan zaman (Tazkiyah et al., 2024).

Oleh karena itu, penting untuk mengkaji lebih lanjut bagaimana penggunaan media sosial oleh Generasi Z tidak hanya dari sisi aktivitas, tetapi juga dari pengalaman yang mereka alami serta nilai-nilai yang mereka terapkan dalam kehidupan digital. Pada kehidupan Generasi Z, media sosial telah menjadi elemen yang tidak terpisahkan dari proses pembentukan gaya

hidup mereka. Gaya hidup yang meliputi kebiasaan sehari-hari, preferensi dalam mengonsumsi barang dan jasa, pilihan hiburan, cara berpakaian, hingga nilai dan pandangan hidup kini sangat dipengaruhi oleh tren yang muncul dan berkembang di berbagai platform digital. Mereka cenderung meniru atau terinspirasi oleh figur publik, selebritas internet, atau influencer yang mereka ikuti, baik dalam hal cara berbelanja, pola makan, rutinitas, hingga sudut pandang terhadap isu-isu sosial. Media sosial tidak hanya menjadi sarana hiburan atau komunikasi, tetap juga menjadi penentu utama atas apa yang dianggap menarik, memiliki nilai, dan layak untuk diikuti dalam kehidupan sehari-hari (Hayani et al., 2025)

Dengan demikian penting untuk memahami pengalaman pengguna media sosial, khususnya generasi muda, dalam berinteraksi di ruang digital. Pengalaman yang dimaksud adalah kejadian atau peristiwa yang telah dialami oleh individu dalam menggunakan media sosial, seperti pernah menerima informasi hoaks, konten negatif seperti pornografi, mengalami interaksi yang tidak etis, serta berbagai bentuk pengalaman komunikasi lainnya di dunia digital. Selanjutnya, pengalaman tersebut perlu dianalisis dengan menggunakan perspektif nilai-nilai syariah sebagai pedoman dalam menilai perilaku pengguna media sosial. Dengan demikian, nilai-nilai syariah berperan sebagai alat analisis dalam melihat bagaimana seharusnya individu bersikap dalam menghadapi berbagai pengalaman di media sosial, baik dalam hal menjaga kejujuran, etika komunikasi, maupun tanggung jawab dalam menggunakan menyebarkan informasi. Dengan demikian, pengalaman pengguna media sosial dapat menjadi dasar dalam memahami bagaimana nilai-nila isyariah diterapkan dalam kehidupan digital sehari-hari.

Maka dari itu penggunaan platform digital seperti media soial telah berkembang terutama di Kota Yogyakarta. Perkembangan digital ini membantu masyarakat Yogyakarta khususnya pada Generasi Z yang Dimana Yogyakarta dijuluki sebagai Kota pelajar dengan jumlah mahasiswa dan pelajar cukup tinggi sehingga dengan kondisi ini menyebabkan

Generasi Z di Yogyakarta menggunakan berbagai platform media sosial untuk menunjang aktivitas akademik, membangun relasi komunikasi, serta memenuhi kebutuhan hiburan dan berita sehari-hari. Oleh karena itu, Fenomena ini memunculkan pertanyaan-pertanyaan menarik mengenai bagaimana Generasi Z dalam penggunaan metode penggunaan platform digital digital. Selain itu, penelitian ini juga akan peran-peran nilai syaraih Generasi Z dalam penggunaan platform digital serta platform apa yang banyak Generasi Z gunakan dalam kehidupan sehari-hari. Maka dari itu penulis tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul "PENGGUNAAN PLATFORM MEDIA SOSIAL OLEH GENERASI Z DI KOTA YOGYAKARTA : ANALISIS PERAN NILAI SYARIAH DAN PENGALAMAN"

B. Rumusan masalah

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, maka untuk rumusan masalah penelitian ini disusun sebagai berikut:

1. Apa saja platform media sosial yang digunakan oleh Generasi Z di Kota Yogyakarta dalam kehidupan sehari-hari?
2. Bagaimana peran nilai-nilai syariah terhadap Generasi Z dalam menggunakan platform media sosial?
3. Bagaimana pengalaman Generasi Z di Kota Yaogayakrta dalam menggunakan berbagai platform media sosial?

C. Tujuan penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dijelaskan, maka tujuan dari penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Untuk mengetahui platform media sosial apa saja yang digunakan oleh Generasi Z di Kota Yogyakarta dalam kehidupan sehari-hari.
2. Untuk menganalisis peran nilai-nilai syariah terhadap Generasi Z dalam menggunakan platform media sosial.
3. Untuk menganalisis pengalaman Generasi Z di Kota Yogyakarta dalam menggunakan berbagai platform media sosial.

D. Manfaat penelitian

Adapun manfaat penelitian yang diperoleh dari hasil penelitian ini yaitu antara lain

1. Manfaat akademis
   a. Menambah wawasan tentang penerapan nilai-nilai syariah pada Generasi Z dalam menggunakan platform media sosial dalam kehidupan sehari-hari.
   b. Menjadi referensi untuk penelitian selanjutnya.
2. Manfaat praktis
   a. Penelitian ini diharapkan mampu menyadarkan Generasi Z dan masyarakat bahwa pentingnya penerapan nilai-nilai syariah dalam penggunaan media sosial, sehingga mereka dapat lebih bijak, bertanggung jawab, dan beretika dalam berinteraksi di ruang digital.
   b. Secara praktis penelitian ini diharapkan mampu memperkaya pengetahuan yang lebih luas lagi-lagi bagi penulis mengenai pentingnya penerapan nilai-nilai syariah dalam pengguna media sosial, sehingga mereka dapat lebih bijak, bertanggung jawab, dan beretika dalam berinteraksi di ruang digital.

E. Sistematik penulisan

Untuk memudahkan pemahaman mengenai isi penelitian, penulis menyajikan uraian sistematika penulisan yang menjelaskan secara ringkas bagian-bagian yang akan dibahas dalam penelitian ini.

BAB I PENDAHULUAN : Bagian ini berisi tentang pendahuluan yang menjelaskan mengenai latar belakang, rumusan masalah, tujuan penelitian, manfaat penelitian dan sistematika penulisan.

BAB II TELAAH PUSTAKA DAN LANDASAN TEORI: Bab ini berisi telaah pustaka dari penelitian terdahulu yang relevan, landasan teori yang mendukung penelitian, hipotesis, serta kerangka berpikir yang digunakan dalam penelitian.

BAB III METODE PENELITIAN: Bab ini berisi uraian mengenai lokasi penelitian, jenis dan sumber data, metode penelitian, populasi dan sampel, subjek dan objek penelitian, teknik pengumpulan data, serta teknik pengolahan dan analisis data yang digunakan dalam penelitian.

BAB IV ANALISIS HASIL DAN PEMBAHASAN : Bagian ini membahas secara lebih mendalam mengenai uraian penelitian yang berisi deskripsi obek penelitian dan analisis data serta pembahasan dan interpretasi yang diperoleh dari penelitian yang telah dilakukan.

BAB V PENUTUP : Bagian ini berisi simpulan yang menunjukkan keberhasilan dari tujuan penelitian. Kesimpulan juga menunjukkan hipotesis mana yang didukung dan tidak didukung oleh data. Serta mengemukakan saran atas penelitian yang dilakukan dan bagi peneliti selanjutnya.

BAB II
TINJAUAN PUSTAKA

A. Telaah Pustaka

Untuk memudahkan penyusunan dalam penelitian ini, penulis melakukan tinjauan telaah pustaka dari beberapa literatur terkait, utamanya tentang penggunaan platform digital khususnya Generasi Z dan penerapan nilai-nilai syariah. Adapun beberapa telaah pustaka yang dimaksud adalah sebagai berikut :

1. Zuhri, S., Sakdiah, S. H., Faizah, F., Annafi, R., Kasih, T., Pratiwi, E. A. S., & Dewi, M. S. (2024) yang berjudul Analisis *"Pengaruh Media sosial dan Platform Digital Terhadap Pemahaman Agama Islam di Kalangan generasi Z"* Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Mayoritas responden Generasi Z menggunakan TikTok sebagai sumber pembelajaran agama Islam. Meskipun media sosial mempermudah akses informasi keagamaan, Generasi Z masih kesulitan membedakan informasi yang benar dan keliru, sehingga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman dan polarisasi. Oleh karena itu, literasi digital serta sehingga berpotensi menimbulkan kesalahpahaman dan polarisasi. Oleh karena itu, literasi digital serta penyediaan konten keagamaan yang kredibel perlu diperkuat agar pemahaman agama Islam lebih komprehensif dan kontekstual.
2. Tazkiyah, F. R., Islamiyah, I., Puspita, P., & Susilowati, A. Y. (2024). Yang berjudul *"Pengaruh Media Sosisal terhadap Nilai-Nilai Keislaman Dikalangan generasi Z: Studi Kasus Desa Duku Puntang"* Pendekatan ini menggunakan metode pendekatan deskriptif kuantitatif. Berdasarkan hasil penelitian, penggunaan media sosial secara bijak dan bertanggung jawab sangat diperlukan oleh generasi Z, antara lain dengan membatasi waktu penggunaan, mengikuti akun keagamaan yang resmi dan terpercaya, serta mampu memilah konten yang baik dan

buruk. Media sosial memiliki dampak positif sebagai sarana dakwah melalui berbagai platform digital, namun juga membawa dampak negatif seperti penyebaran hoaks, penipuan, dan pengaruh terhadap penurunan kualitas ibadah serta perilaku yang tidak sesuai dengan nilai-nilai keislaman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden generasi Z di Desa Dukupuntang (53,1%) memahami adanya pengaruh media sosial terhadap nilai-nilai keislaman. Oleh karena itu, diperlukan kesadaran dan literasi digital agar media sosial tidak mengganggu ibadah dan pembentukan perilaku Islami.

3. Fajrussalam, H., Fattikasary, A., Shofuroh, H., Pramesti, K., & Fadillah, K. (2024) yang berjudul *"Pengaruh Sosial Media Dalam Meningkatkan Pemahaman Agama Islam Terhadap Gen-Z".* Dalam penelitian ini menggunakan metode kualitatif yaitu upaya strategis untuk mendapatkan makna mendalam, pemahaman, konseptualisasi, atribut yang berbeda, indikasi, simbolisme, dan gambaran nyata dari suatu fenomena. Dakwah merupakan upaya mengajak manusia untuk memeluk dan mengamalkan ajaran Islam sesuai dengan prinsip-prinsip Allah SWT. Secara etimologis, dakwah berarti ajakan atau seruan, yang memiliki peran strategis dalam penyebaran Islam dan pembentukan kehidupan yang bermakna. Perkembangan zaman menuntut metode dakwah yang adaptif agar pesan keislaman dapat disampaikan secara efektif kepada mad'u. Generasi Z sebagai generasi masa depan Indonesia memiliki kebutuhan akan pemahaman keagamaan yang relevan dengan realitas kehidupan mereka. Nilai-nilai Islam yang bersifat universal, seperti keadilan dan kemaslahatan, menjadi landasan dalam membentuk perilaku dan etika. Oleh karena itu, dakwah harus dilandasi nilai keikhlasan, kesabaran, dan pendekatan yang bijak, baik secara langsung maupun melalui media sosial sebagai sarana dakwah yang efektif di era digital.
4. Efendi, S., & Agustin, M. (2025). Yang berjudul *"Peran Nilai-Nilai Islam Dalam Membangun Resiliensi generasi Z Studi Kasus Desa*

Kadungrejo" Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode studi kasus. Penelitian ini menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam berperan penting dalam membangun resiliensi generasi Z di Desa Kedungrejo. Resiliensi tercermin melalui sikap sabar, istiqamah, syukur, tawakal, serta konsistensi beribadah, dengan praktik keagamaan sebagai coping spiritual dalam menghadapi tantangan era digital. Keluarga, teman sebaya, dan komunitas keagamaan berfungsi sebagai sistem pendukung utama, meskipun masih terdapat hambatan seperti distraksi media sosial, beban akademik, dan ketidakpastian masa depan. Oleh karena itu, penguatan resiliensi memerlukan kolaborasi antara keluarga, komunitas, dan individu melalui internalisasi nilai Islam, termasuk literasi digital. Penelitian ini terbatas pada ruang lingkup wilayah dan subjek di Desa Kedungrejo.

5. Pradivta, E., Rafika, A. S., Faturahman, A., & Wahid, W. N. (2025) yang berjudul *"Peran Nilai-Nilai Islam dalam Transformasi Sosial pada Era Teknologi"* Penelitian ini menggunakan kualitatif melalui wawancara mendalam, studi pustaka, dan observasi partisipatif pada komunitas daring yang menerapkan prinsip-prinsip Islam. Penelitian ini menunjukkan bahwa nilai-nilai Islam, seperti kejujuran, tanggung jawab, empati, keadilan, dan rasa hormat, memiliki peran penting dalam merespons transformasi sosial akibat perkembangan teknologi. Nilai-nilai ini tidak hanya menjadi pedoman etika individu tetapi juga membentuk norma sosial di ruang digital, menciptakan lingkungan yang lebih harmonis, positif, dan bertanggung jawab.
6. Khalishah, R. (2024) yang berjudul *"Penerapan Nilai-Nilai Islami Pada generasi Z Dalam Membangun Karakter Unggul Di Era Globalisasi"* Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode tinjauan literatur (literature review). Penelitian ini membahas Nilai-nilai islami berkedudukan esensial dalam membentuk karakter unggul generasi Z dalam menghadapi era globalisasi. Pendidikan karakter yang didasarkan pada nilai-nilai islami menjadi solusi strategis

untuk mengatasi tantangan moral dan etika yang dihadapi dalam era digital dan pluralistik saat ini. Dengan demikian, generasi Z dapat menjadi pemimpin yang berintegritas dan berkontribusi positif terhadap perkembangan negara di masa depan.

7. Maharani, D. P., Suryaningrum, A. S., Nuraini, D. A., Anggraini, O. W. N., Yuliani, D. A., Prahesti, A., & Nurrohim, A (2025) Yang berjudul *"Integrasi Nilai-nilai Islam dalam Pemanfaatan Teknologi Digital oleh generasi Z di Era Moderen"* Penelitian yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif, yang bertujuan untuk memahami fenomena secara mendalam melalui analisis deskriptif dan interpretatif terhadap data yang dikumpulkan. generasi Z memiliki peran strategis dalam menerapkan dan menyebarkan nilai-nilai Islam di era digital. Meskipun menghadapi tantangan ketergantungan teknologi dan perubahan pola pencarian informasi, teknologi digital tetap menjadi sarana efektif untuk memahami dan menyampaikan ajaran Islam melalui media sosial dan konten kreatif. Dengan dukungan keluarga dan komunitas, generasi Z dapat memanfaatkan teknologi secara bijak untuk memperkuat identitas religius dan memberikan kontribusi positif bagi masyarakat modern.
8. Ermalyona, A., & Hermawan, A. (2025) yang berjudul *"Penggunaan Media Sosial Terhadap Pemahaman Nilai-Nilai Islam pada generasi Muda"* Penelitian ini menggunakan metode etnografi virtual untuk memahami interaksi dan pola perilaku generasi muda dalam dunia maya. Media sosial memberikan akses luas terhadap informasi keagamaan yang dapat memperkuat pemahaman Islam generasi muda melalui berbagai bentuk konten digital. Namun, tantangan seperti informasi tidak valid, konten dangkal, dan dominasi konten non-religius menuntut kehati-hatian dalam memilah sumber. Dengan literasi digital yang baik serta peran tokoh agama dan komunitas daring, media sosial berpotensi menjadi sarana efektif dalam membentuk generasi muda

yang memahamai dan mengamalkan nilai-nilai islam secara komprehensif

Berdasarkan penelitian-penelitian terdahulu yang telah ditelaah oleh penulis, terdapat kebaharuan penelitian sebagai pembeda antara penelitian terdahulu dengan penelitian yang penulis lakukan, bahwa penulis menganalisis platform media sosial yang banyak gunakan oleh Generasi Z dalam kehidupan sehari-hari dan pengalaman yang mereka alami selama menggunakan berbagai platform media sosial serta mengkaji peran nilai-nilai syariah sebagai pedoman etika dalam interaksi digital di Kota Yogyakarta.

B. Landasan Teori

1. Media sosial

a. Platform media sosial

Media sosial adalah bentuk media online di mana setiap penggunanya dengan mudah dapat mengakses, membagikan, serta menciptakan konten, seperti blog, forum, wiki, jejaring sosial, serta dunia virtual. Selain dapat membantu menerima dan menyebarkan informasi, media sosial juga dapat digunakan sebagai alat untuk berbisnis dan membentuk komunitas. Pada era digital saat ini, banyak komunitas yang awalnya berinteraksi secara virtual, seperti gerakan aksi solidaritas dan berbagai kegiatan lainnya yang dimulai melalui media sosial (Nur Hidayat et al., 2024).

b. Jenis-Jenis media sosial

Media sosial memiliki banyak jenis yang dikategorikan berdasarkan fungsi dan tujuan pengguanya. Berikut adalah beberapa jenis media sosial yang umum digunakan (Fitriani, 2021).

1) Proyek kolaborasi *(Collaborative Projects)* merupakan suatu media sosial yang mengizinkan ataupun membebaskan para penggunanya untuk bersama-sama membuat atau menambah serta memperbarui sebuah konten. Salah satu contohnya adalah Wikipedia.

2) Blog dan Microblog Blog dan microblog merupakan salah satu media sosial yang berupa cikal bakal maupun bentuk awal dari pengembangan media sosial. Melalui platform Blog and Microblog ini, para penggunanya diizinkan untuk membuat suatu konten yang mana pada awalnya didominasi oleh jenis konten tulisn saja dan ditampilkan secara kronologis. Salah satu contohnya Twitter.
3) Komunitas konten *(Content Communities)* merupakan suatu platform media sosial yang memungkinkan para penggunanya berbagi konten dalam tipe bentuk media multimedia seperti foto, video, gambar, audio. Contohnya seperti YouTube, Intagram dan TikTok.
4) Situs jejaring sosial *(Social Networking Sites)* merupakan suatu platform media sosial yang mana para penggunanya dapat menjalin suatu interaksi atau hubungan dengan pengguna lainnya dengan cara membuat suatu profil yang berisikan informasi pribadi pengguna tersebut, mengundang teman untuk dapat mengakses profil pengguna, sehingga dapat berkirim pesan singkat melalui platform media sosial tersebut. Misalnya, Facebook
5) Virtual *Game Worlds* merupakan platform yang mereplikasi dunia tiga dimensi atau 3D sehingga penggunanya dapat berinteraksi satu sama lain dalam suatu permainan melalui wujud avatar-avatar sesuai keinginan yang selayaknya berada di dunia nyata. Misalnya, Mobile Legends.
6) Virtual *Social Worlds* merupakan platform yang berwujud dunia virtual, dimana interaksi yang ditawarkan lebih bebas seperti simulasi kehidupan. Misalnya, *Second Life.*

c. Kelebihan dan kekurangan media sosial

Media sosial merupakan fenomena yang telah mengubah cara manusia berinteraksi dan berkomunikasi. Namun, penggunaannya

memiliki sisi positif maupun negatif yang perlu dipahami (Qadir & Ramli, 2024).

1) Kelebihan media sosial
   a) Meningkatkan komunikasi dan interaksi media social memungkinkan komunikasi *real time* tanpa Batasan geografis. Media social menjadi alat yang efektif untuk membangun hubungan interpersonal dan menjaga komunikasi dengan orang-orang di berbagai belahan dunia.
   b) Meningkatkan akses informasi media sosial memudahkan pengguna untuk mendapatkan informasi terkini dengan cepat. Platform seperti Twitter dan Facebook menjadi sumber berita dan informasi publik. bahwa media sosial berperan sebagai media distribusi informasi yang dapat menjangkau audiens secara luas dan cepat
   c) Sebagai sarana pemasaran dan bisnis media sosial memberikan peluang besar bagi pelaku bisnis untuk memasarkan produk dan menjangkau konsumen. media sosial memungkinkan strategi pemasaran yang lebih murah namun efektif, terutama untuk usaha kecil dan menengah.
   d) Meningkatkan kreativitas pengguna dapat mengekspresikan diri melalui berbagai format konten seperti video, gambar, dan tulisan. mencatat bahwa media sosial mendorong individu untuk menciptakan dan berbagi ide kreatif, yang juga dapat dimanfaatkan untuk membangun personal branding.
   e) Media sosial mempermudah terbentuknya komunitas berbasis minat, seperti komunitas hobi, pendidikan, atau advokasi sosial. Menjelaskan bahwa media sosial memfasilitasi kolaborasi dan interaksi dalam komunitas daring yang mendukung pertukaran informasi dan pengalaman

2) Kekurangan media sosial

a) Menyebarkan informasi palsu media sosial sering menjadi sarana penyebaran informasi yang tidak terverifikasi atau palsu. Yang dimana mengingatkan bahwa tanpa literasi digital yang baik, pengguna mudah terjebak dalam penyebaran hoaks yang dapat merugikan.

b) Menurunkan privasi pengguna data pribadi pengguna sering menjadi target penyalahgunaan oleh pihak-pihak yang tidak bertanggung jawab. Mencatat bahwa pelanggaran privasi menjadi salah satu isu utama dalam penggunaan media sosial, terutama terkait keamanan data.

c) Ketergantungan dan adiksi penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menyebabkan ketergantungan hingga berdampak pada kesehatan mental. Sehingga menyebutkan bahwa adiksi media sosial dapat mengurangi produktivitas dan menyebabkan kecemasan atau depresi.

d) Penyebaran konten negatif media sosial juga digunakan untuk menyebarkan konten negatif media sosial juga digunakan untuk menyebarkan konten yang tidak sesuai, seperti ujaran kebencia, ponografi, dan kekerasan, minimnya pengawasan dalam media social sering kali membuat platform ini menjadi wadah konten negative yang sulit

e) Mengurangi interaksi sosial tatap muka ketergantungan pada media sosial dapat mengurangi kualitas hubungan interpersonal secara langsung. Mencatat bahwa interaksi virtual sering kali menggantikan komunikasi tatap muka, yang dapat melemahkan hubungan emosional.

2. Etika dan Hukum media sosial

Dalam bermedia sosial tentunya terdapat etika atau adab yang perlu digunakan, karena dalam menggunakan media sosial ada hukum yang berlaku, salah satunya dalah Undang-Undang ITE. Karena

perilaku penyimpangan yang dilakukan seseoang dapat merugikan dan juga membahayakan orang lain. Warga Indonesia yang baik harus menggunakan Pancasila sebagai dasar-dasar dalam melakasanakan nilai utama dalam beretika. Hoax, pencemaran nama baik, dan menggunjing merupakan beberapa perbuatan yang melanggar etika bermedia sosial dan bisa dikenakan UU ITE (Supriatna & Jenuri, 2023). UU ITE memiliki arti bahwa UU ini mengatur mengenai tata lalu lintas di dunia maya seperti media sosial untuk mengatur para pelaku media sosial terhadap berbagai aspek kehidupan dimasyarakat. (Hartono, 2021).

Selain sanksi hukum yang diatur oleh negara, perilaku menyimpang di dunia maya juga sangat bertentangan dengan prinsip dasar syariah dalam berkomunikasi. Dalam perspektif Islam, media sosial seharusnya menjadi sarana mempererat silaturahmi, bukan tempat untuk menyebarkan kemungkaran. Oleh karena itu, terdapat beberapa unsur etika komunikasi khususnya dalam konteks penggunaan media sosial, yaitu sebagai berikut :

a. Bijak dalam bermedia sosial merupakan hal yang mendasar, hal ini dikarenakan pemahaman setiap orang dalam pertemanan di media sosial berbeda. Hal ini karena setiap orang memiliki karakter, wawasan, dan pola piker masing- masing, oleh karena itu, berhati-hati ketika men-*share* informasi ke media sosial adalah kunci utama yang dipegang oleh pengguna media sosial. Selain itu, informasi yang disampaikan harus mudah dimengerti dan dengan bahasa yang santun, sehingga tidak menimbulkan multitafsir atau justru salah pemahaman dan menyinggung orang lain yang dapat menimbulkan kegaduhan dijejaring sosial (Abdullah & Kahina, 2022).
b. Larangan larangan berprasangka, mencari-cari kesalahan dan menggunjing. Perilaku *cyberbullying* di media sosial merupakan salah satu bentuk penyimpangan dalam komunikasi digital yang perlu dihindari oleh setiap pengguna. Hal ini dikarenakan

cyberbullying dapat berupa tindakan mengolok-olok, mengejek, memberikan julukan buruk, hingga menggunjing yang bertujuan untuk mempermalukan atau merendahkan orang lain. Perilaku tersebut tidak hanya berdampak pada kondisi psikologis korban, tetapi juga dapat merusak hubungan sosial di lingkungan masyarakat. Selain itu, penting bagi setiap individu untuk menghindari prasangka buruk serta tidak mencari-cari kesalahan orang lain, karena hal tersebut dapat memicu terjadinya konflik dan perpecahan. Dengan demikian, penggunaan media sosial seharusnya diarahkan pada hal-hal yang positif, seperti menjalin silaturahmi, berbagi informasi yang bermanfaat, serta menjaga etika komunikasi agar tercipta lingkungan digital yang sehat dan harmonis (Adnan & Cahyani, 2022).

3. Nilai-Nilai Syariah dalam media sosial

Al-Qur'an sebagai pedoman hidup umat Islam memberikan berbagai prinsip dan nilai yang berkaitan dengan etika komunikasi, termasuk dalam menghadapi perkembangan media sosial. Nilai-nilai tersebut menekankan pentingnya sikap bijak, kehati-hatian, serta kemampuan dalam menyaring informasi yang diterima maupun disampaikan. Selain itu, Al-Qur'an juga mengajarkan agar setiap bentuk komunikasi dilakukan dengan mengedepankan etika, kebenaran, dan tanggung jawab, sehingga tidak menimbulkan dampak negatif bagi diri sendiri maupun orang lain. Oleh karena itu di kutip dari (Amelia & Nasrulloh, 2024) nilai-nilai syariah yang bersumber dari Al-Qur'an dapat dijadikan landasan dalam membentuk perilaku komunikasi yang baik, khususnya dalam penggunaan media sosial, yang akan diuraikan sebagai berikut:

a. Qaulan Sadidan

Qaulan Sadidan yaitu berbicara benar karena menyampaikan pesan yang benar adalah syarat untuk mencapai kebenaran amal. Salah satu tujuan adalah agar komunikator berperilaku dengan

integritas yang tinggi dan menerima respons dengan baik. Mereka diharapkan untuk sesuai dengan nilai Qaulan Sadida, termasuk tetapi tidak terbatas pada, berbicara jujur, menghindari manipulasi, dan menggunakan bahasa yang sopan. Hal ini penting untuk mencegah kerugian seperti hilangnya kepercayaan. Sesuai dalam Firman Allah dalam QS. An-Nisa' ayat 9:

وَلْيَخْشَ الَّذِيْنَ لَوْ تَرَكُوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعٰفًا خَافُوْا عَلَيْهِمْ ۖ فَلْيَتَّقُوا اللّٰهَ وَلْيَقُوْلُوْا قَوْلًا سَدِيْدًا

Artinya:"Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan dibelakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar." (*Qur'an Kemenag*, n.d.)

Dalam ayat ini mendeskripsikan "qaulan sadidan" sebagai perkataan yang tepat dan bertanggung jawab, yang berarti ucapan yang sesuai dengan ajaran agama. Informasi yang diposting di media sosial akan dilihat oleh berbagai kalangan dan tidak terbatas pada sejumlah orang. Hal ini diperkuat oleh fitur-fitur berbagi media sosial. Apabila kita menyebarkan informasi yang tidak benar, kemungkinan besar informasi tersebut akan menyebar dengan cepat. Dengan kata lain, kebohongan dapat tersebar melalui media sosial, baik disengaja maupun tidak, melalui unggahan yang kita bagikan. Oleh karena itu, sangat penting untuk memastikan kebenaran informasi sebelum menyebarkannya.

b. Qaulan Ma'rufa

Menurut (Thaha & Harani) salah satu pengertian etimologis dari kata "ma'rufan", yang berasal dari isim maf'ul yang berasal dari madhinya arafa, adalah "al-khair" atau "al-ikhsan", yang berarti "yang baik-baik". Oleh karena itu, Qaulan ma'rufan mengandung arti kata atau ungkapan yang baik dan pantas. Qaulan Ma'rufan tidak hanya merujuk pada perkataan yang baik dan sesuai, melainkan juga

mencakup dialog yang memberikan manfaat dan menghasilkan kebaikan atau kepentingan yang bermanfaat Kata Qaulan Ma`rufan disebutkan Allah swt dalam QS. Al-Baqarah: 235:

وَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ فِيْمَا عَرَّضْتُمْ بِهٖ مِنْ خِطْبَةِ النِّسَاۤءِ اَوْ اَكْنَنْتُمْ فِيْٓ اَنْفُسِكُمْۗ عَلِمَ اللّٰهُ اَنَّكُمْ سَتَذْكُرُوْنَهُنَّ وَلٰكِنْ لَّا تُوَاعِدُوْهُنَّ سِرًّا اِلَّآ اَنْ تَقُوْلُوْا قَوْلًا مَّعْرُوْفًا ۬ وَلَا تَعْزِمُوْا عُقْدَةَ النِّكَاحِ حَتّٰى يَبْلُغَ الْكِتٰبُ اَجَلَهٗۗ وَاعْلَمُوْٓا اَنَّ اللّٰهَ يَعْلَمُ مَا فِيْٓ اَنْفُسِكُمْ فَاحْذَرُوْهُ ۚ وَاعْلَمُوْٓا اَنَّ اللّٰهَ غَفُوْرٌ حَلِيْمٌ

Artinya : "Tidak ada dosa bagimu atas kata sindiran untuk meminang perempuan-perempuan atau (keinginan menikah) yang kamu sembunyikan dalam hati. Allah mengetahui bahwa kamu akan menyebut-nyebut mereka. Akan tetapi, janganlah kamu berjanji secara diam-diam untuk (menikahi) mereka, kecuali sekadar mengucapkan kata-kata yang patut (sindiran). Jangan pulalah kamu menetapkan akad nikah sebelum berakhirnya masa idah. Ketahuilah bahwa Allah mengetahui apa yang ada dalam hatimu. Maka, takutlah kepada-Nya. Ketahuilah bahwa Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyantun" (*Qur'an Kemenag*, n.d.)

Untuk menciptakan komunikasi yang efektif, seseorang perlu selalu berhati-hati, mempertimbangkan, dan merenungkan sebelum mengucapkan sesuatu. Penekanan pada hal ini disebabkan oleh dampak besar yang seringkali timbul akibat perkataan seseorang, baik bagi dirinya sendiri maupun orang lain. Dengan kata lain, penting bagi seseorang untuk berbicara dengan sopan, jelas, dan sesuai dengan norma-norma kebaikan yang berlaku. Oleh karena itu, baik sebagai pengirim pesan maupun penerima pesan di media sosial, penting untuk selalu memilih kata-kata yang tepat dan layak untuk disampaikan

Menurut Rinwanto et al., (2021) dari penjelasan diatas dapat ditarik Kesimpulan bahwa etika berkomunikasi berpengaruh terhadap kebaikan dunia dan akhirat. Karena semua perkataan akan dipertanggung jawabkan yang tidak hanya di dunia namun juga di

akhirat. Walaupun berusaha menyembunyikan kebenaran sehingga mengatakan sesuatau yang tidak sesuai dengan yang ada sesunggunya Allah maha mengetahui dan maha pengampun.

c. Qaulan Layyinan

Qaulan layyinan secara bahasa berarti perkataan yang lemah lembut. Qaulan layyinan adalah istilah yang mengandung anjuran, ajakan, dan contoh yang dilakukan oleh komunikator untuk meyakinkan komunikan bahwa apa yang mereka sampaikan adalah benar dan rasional, dengan tidak bermaksud untuk melakukan sesuatu yang salah. Mengangkat perspektif atau pendapat orang yang diajak bicara. Komunikasi yang lembut dan Qaulan Layyinan dapat membuat hati yang keras menjadi lembut kembali Adapun ayat yang menjelaskan tentang Qaulan Layyinan yaitu QS. Taha ayat 44 :

فَقُوْلَا لَهٗ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهٗ يَتَذَكَّرُ اَوْ يَخْشٰى

Artinya: *"Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut"* (*Qur'an Kemenag*, n.d.)

Dalam ayat ini, Allah SWT memerintahkan Nabi Musa dan Harun untuk berbicara kepada Fir'aun dengan cara yang lembut dan tidak kasar. *Qaulan Layyinan* akan menyentuh hati pendengar dan mendorongnya untuk menerima pesan dengan sukarela. Oleh karena itu, dapat disimpulkan bahwa *Qaulan Layyinan* merujuk pada komunikasi yang sopan dan ramah, dengan suara yang lembut tanpa menunjukkan kemarahan atau meninggikan suara. Sikap seperti ini memiliki daya tarik tersendiri. Rasulullah SAW menjadi contoh yang baik dalam hal ini karena beliau selalu berbicara dengan lemah lembut, sehingga pendengarnya terpikat oleh setiap kata yang disampaikannya.

d. Qaulan Balighan

Kata ba', lam dan ghain terdiri dari qaulan balighan. Dengan kata lain, masuknya sesuatu ke dalam sesuatu yang lain. Kecukupan juga berarti cukup, karena sampainya sesuatu kepada batas yang dibutuhkan. Balighan adalah individu yang cakap dalam merangkai dan mampu mengomunikasikan dengan baik (Sulaiman 2021). Ungkapan Qaulan Balighan dalam al-qur'an hanya terdapat satu kali, yakni QS. An-Nisa' ayat 63 :

أُولٰٓئِكَ الَّذِيْنَ يَعْلَمُ اللّٰهُ مَا فِيْ قُلُوْبِهِمْ فَاَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَّهُمْ فِيْٓ اَنْفُسِهِمْ قَوْلًا ۢ بَلِيْغًا

Artinya:"Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang di dalam hati mereka. Karena itu berpalinglah kamu dari mereka, dan berilah mereka pelajaran, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang berbekas pada jiwa mereka" (*Qur'an Kemenag*, n.d.)

Qaulan Balighan melibatkan penggunaan kata-kata yang efektif, relevan, mudah dimengerti, dan tegas. Komunikasi dakwah harus mampu menyesuaikan diri dengan situasi dan khalayak. Selain itu, penting untuk memilih kata-kata dan gaya berbicara yang sesuai saat berinteraksi dengan orang lain. Cara berbicara kepada anak kecil tentu berbeda dengan cara berbicara kepada siswa atau orang dewasa, karena audiens yang berbeda memiliki kebutuhan dan pemahaman yang berbeda pula

Qoulan Balighan merujuk pada nasihat yang begitu kuatnya sehingga bisa mendorong mereka untuk berhenti dari perbuatan buruk yang telah mereka lakukan sebelumnya. Salah satu kebiasaan orang munafik adalah mencoba menutupi dan menghindari argumentasi yang kuat dan kokoh terkait keyakinan agama Islam saat mereka menghadapi keraguan atau kerusakan pada keyakinan mereka. Agar komunikasi tepat sasaran, pesan dan gaya bicara komunikan harus disesuaikan dengan masa perkembangan mereka. Oleh karena itu, pesan dianggap balighan jika:

1) Seluruh pesan terkandung dalam satu kalimat.
2) Kalimat tidak terlalu panjang tetapi tidak terlalu singkat sehingga mengaburkan pesan.
3) Kosa kata yang digunakan sesuai dengan sikap komunikan.
4) Tata bahasa yang baik digunakan.

e. Qaulan Maysuran

Kata "maysūran" berasal dari kata "yusr", yang berarti mudah, ringan, dan gampang. Dalam Al-Qur'an kata "Qaulan maysūran" merupakan tuntunan. Untuk berkomunikasi dengan membangun perasaan dengan menggunakan bahasa yang mudah dipahami. Menurut bahasa Qaulan maysuran adalah perkataan yang mudah. Maysur adalah isim maf'ul dari yusr yang artinya mudah

Jika kata "maysuran" dikombinasikan dengan kata "qaulan", menjadi "qaulan maysuran" yang artinya berbicara dengan mudah atau sederhana. Berbicara dengan mudah berarti menggunakan kata-kata yang dapat dengan mudah dicerna, dimengerti, dan dipahami oleh lawan bicara. Ungkapan Qaulan Maysuran dalam Al Qur 'an hanya terdapat satu kali, yakni QS. Al-Isra' ayat 28

وَاِمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمُ ابْتِغَاۤءَ رَحْمَةٍ مِّنْ رَّبِّكَ تَرْجُوْهَا فَقُلْ لَّهُمْ قَوْلًا مَّيْسُوْرًا

Artinya:

"Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, Maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas" (*Qur'an Kemenag*, n.d.)

Seperti yang telah disebutkan sebelumnya, pengguna media sosial yang terhubung secara online memiliki beragam latar belakang, oleh karena itu penting untuk memperhatikan kebutuhan pemahaman mereka. Komunikator tidak seharunya menggunakan bahasa atau menyusun kalimat yang sulit dipahami oleh komunikan. Tujuanya adalah untuk mencapai kesamaan pemahaman antara komikator dan komunikan, bukan hanya meningkatkan pemahaman

komunikan semata. Dengan kata lain, komunikasi akan terjadi efektif jika semua pihak memahami pesan yang di sampaikan .

4. Teori pengalaman
   a. Definisi pengalaman

      Pengalaman adalah sesuatu yang pernah dialami (dijalani, dirasakan, dan tanggung). Pengalaman merupakan hasil yang diperoleh individu melalui interaksinya dengan lingkungan, yang memuat berbagai hal yang dapat dipelajari dan digunakan untuk memahami diri. Pengalaman tidak hanya berupa peristiwa yang dialami, tetapi proses yang dapat mengubah individu secara mendalam melalui berbagai kejadian kehidupan yang dilalui, sehingga individu tidak lagi menjadi sama seperti sebelumny (Liaran et al., 2024). Dari pendapat tersebut dapat disimpulkan bahwa pengalaman adalah sesuatu yang pernah dialami, dijalani maupun dirasakan yang kemudian disimpan dalam memori. Adapun jenis-jenis pengalaman adalah sebagai berikut:

      1) Pengalaman kognitif

         Secara bahasa kognitif berasalah dari Bahasa *"Cogitar"* artinya berfikir, kognitif mencakup semua bentuk pengalaman yang meliputi setiap perilaku mental manusia yang berhubungan dengan masalah penertian, pemahaman, pengelola informasi dan kesenjangan (Sutarto, 2017).

      2) Pengalaman emosional

         Pengalaman emosional adalah suatu peristiwa psikologis yang kaya makna dan bersifat subjektif, di mana individu merasakan sesuatu (seperti senang atau tidak senang) sebagai hasil dari interaksi antara proses afektif (perasaan dasar), persepsi terhadap situasi, serta pengetahuan konseptual yang dimiliki. Pengalaman ini tidak hanya berasal dari reaksi biologis otak, tetapi juga terbentuk dari bagaimana seseorang memberi makna pada situasi yang dialaminya, sehingga emosi muncul

sebagai kesatuan antara perasaan, interpretasi, dan konteks yang dirasakan pada saat tertentu. Dengan kata lain, pengalaman emosional merupakan hasil integrasi antara kondisi internal (afek/feeling) dan pemahaman terhadap lingkungan, yang kemudian disadari sebagai suatu emosi tertentu seperti marah, sedih, atau Bahagia (Barrett et al., 2007).

c) Pengalaman sosial

Pengalaman sosial merupakan proses yang dialami individu melalui interaksi dengan orang lain dan lingkungan sosialnya, yang melibatkan pertukaran pikiran, perasaan, serta perilaku dalam konteks hubungan sosial. Dalam kajian psikologi sosial, pengalaman ini terbentuk karena adanya pengaruh kehadiran orang lain baik secara nyata maupun yang dibayangkan yang kemudian memengaruhi cara individu berpikir, merasakan, dan bertindak dalam kehidupan sehari-hari. Melalui interaksi sosial seperti hubungan dengan keluarga, teman sebaya, maupun lingkungan masyarakat, individu memperoleh pemahaman, nilai, serta makna sosial yang membentuk perkembangan diri dan perilaku sosialnya. Dengan demikian, pengalaman sosial tidak hanya berupa kejadian interaksi, tetapi juga mencakup proses internalisasi norma, emosi sosial, serta keterhubungan dengan orang lain yang berperan penting dalam pembentukan identitas dan respons individu dalam situasi sosial (Mehrad et al., 2024).

5. Generasi Z

Generasi Z adalah kelompok demografis yang menggantikan generasi Milenial dan sebelum generasi Alfa. Mereka lahir pada rentang tahun 1997 sampai dengan tahun 2012. Generasi Z dikenal sebagai generasi yang tumbuh dan berkembang pada era teknologi yang terus berkembang, sehingga teknologi dan media sosial menjadi bagian penting dari kehidupan mereka. Generasi Z memiliki karakteristik yang

berbeda dari generasi sebelumnya, seperti milenial, dengan kecenderungan untuk lebih sensitif terhadap isu-isu sosial dan lingkungan mereka juga sering dianggap memiliki mental yang lemah atau manja karena sensitif dengan perubahan, namun hal ini bukan berarti mereka lebih rentan terhadap masalah kesehatan mental dari pada generasi lain. Generasi Z memiliki beberapa karakteristik, yaitu : (Sikumbang et al., 2024)

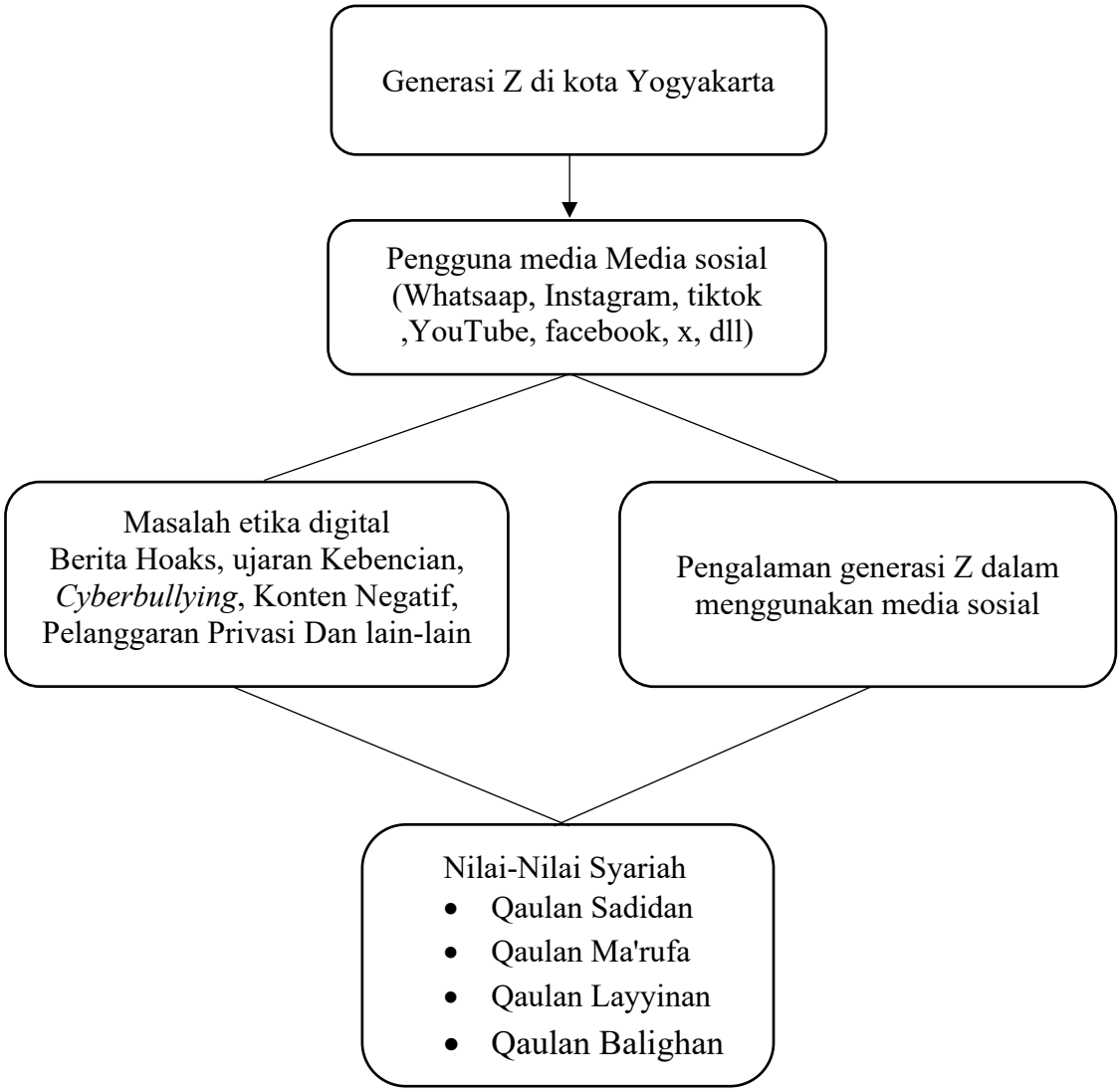
a. Kecenderungan terhadap teknologi dan media sosial. Hal ini disebabkan oleh mereka hidup di era teknologi yang sudah berkembang pesat, dan mereka cenderung menggunakan media social secara aktif.
b. FOMO *(Fear of Missing Out)* yaitu takut ketinggalan tren yang ada. Hal ini tidak hanya berlaku untuk tren yang ada tetapi juga takut ketinggalan oleh pencapaian orang lain. Sehingga hal ini menyebabkan tingginya tingkat stress oleh Generasi Z.
c. Keterampilan sosial dan pola pikir terbuka Generasi Z cenderung memiliki keterampilan social yang berbeda dan pola pikir terbuka, namun juga mungkin kesulitan dalam mengelola tekanan dan mengekspresikan ketidakpuasan mereka dengan cara yang berbeda, termasuk dengan mengeluh.

C. Kerangka berpikir

Dalam penelitian ini, kerangka berpikir disusun berdasarkan keterkaitan antara beberapa variabel utama, yaitu penggunaan platform media sosial, pengalaman generasi Z, dan nilai-nilai syariah.

Tabel 1.1

Tabel kerangka berfikir



BAB III
METODE PENELITIAN

A. Jenis Penelitian dan Pendekatan

Dalam penelitian ini, menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan fenomologi. Pendekatan fenomologi Merupakan strategi penelitian dimana di dalamnya peneliti mengidentifikasi hakikat pengalaman manusia tentang suatu fenomena tertentu. Memahami pengalaman-pengalaman hidup manusia menjadikan filsafat fenomenologi sebagai suatu metode penelitian yang prosedur-prosedurnya mengharuskan peneliti untuk mengkaji sejumlah subjek dengan terlibat secara langsung dan relative lama di dalamnya untuk mengembangkan pola-pola dan relasi-relasi makna (Kusumastuti & Khoiron, 2019).

B. Lokasi dan Waktu Penelitian

Berikut Lokasi dan waktu dalam penelitian ini :

1. Lokasi

   Penelitian ini akan dilakukan di Kota Yogyakarta khusunya Generasi Z

2. Waktu Penelitian

   Penelitian Ini telah dilakukan pada bulan Mei 2026 sampai dengan selesai.

C. Subjek dan Objek Penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Generasi Z yang menggunakan platform media sosial di provisnsi Daerah Istimewa Yogyakarta.

D. Sumber Data

Dalam penelitian ini, data dan informasi yang diperlukan dikumpulkan dalam bentuk data primer dan data sekunder.

1. Data Primer

   Sumber data primer adalah data yang didapatkan langsung dari subjek atau objek penelitian. Dalam penelitian ini, data primer diperoleh dari Generasi Z di Kota Yogyakarta melalui pengamatan langsung (observasi) terhadap penggunaan platform media sosial serta

wawancara untuk menggali pengalaman mereka dalam bermedia sosial dan penerapan nilai-nilai syariah dalam aktivitas digital sehari-hari.

2. Data sekunder

Data sekunder dapat diperoleh dari berbagai sumber, termasuk dokumen, publikasi pemerintah, analisis industry oleh media, situs web, dan internet. Peneliti menggunakan metode dokumentasi untuk mengumpulkan data sekunder, seperti mencari dan menganalisis dokumen dokumen yang relevan dengan topik penelitian. Selain itu, peneliti juga dapat menggunakan referensi buku, jurnal, dan internet untuk mendapatkan data sekunder yang diperlukan (Sulung & Muspawi, 2024).

E. Teknik Pengumpulan Data

Untuk mendapatkan berbagai data mendalam dan terbuka maka peneliti memerlukan pengguna Teknik pengumpulan data. Untuk mendapatkan berbagai data secara mendalam dan terbuka maka Teknik pengumpulan data yang pada penelitian ini adalah wawancara. Wawancara mendalam secara umum adalah proses memperoleh keterangan untuk tujuan penelitian dengan cara tanya jawab sambil bertatap muka antara pewawancara dengan informan atau orang yang diwawancarai, dengan atau tanpa menggunakan pedoman *(guide)* wawancara, di mana pewawancara dan informan terlibat dalam kehidupan sosial yang relatif lama. Dengan demikian, wavancara mendalam adalah keterlibatannya dalam kehhidupan informan (Bungin, 2007).

F. Instrument penelitian

Instrumen penelitian merupakan alat bantu yang digunakan peneliti untuk mengumpulkan data agar mudah dianalisis. Dalam penelitian ini, instrumen yang digunakan berupa pedoman wawancara kepada Generasi Z di Kota Yogyakarta. Adapun instrumen wawancara dijelaskan sebagai berikut:

1. Dokumentasi

   Instrumen penelitian yang digunakan sebagai pendukung pengumpulan data adalah alat perekam suara yang berfungsi untuk mendokumentasikan hasil wawancara dengan informan penelitian. Tidak hanya itu peneliti juga menggunakan kamera untuk memotret kalua peneliti sedang melakukan pembicaraan dengan informan/sumber data.

2. Wawancara

   Instrumen penelitian lain yang digunakan adalah lembar pedoman wawancara semi terstruktur yang berisikan daftar pertanyaan terkait pendapat, perasaan, dan pengalaman para Generasi Z. Peneliti juga menyiapkan seperti handphone untuk merekam suara saat proses wawancara. Hal lain yang peneliti siapkan juga adalah buku catatan dan alat tulis untuk mencatat poin-poin penting selama kegiatan wawancara.

G. Teknik Analisis data

Menurut (Sugiyono, 2016) proses analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan melalui beberapa tahapan, yaitu sebagai berikut:

1. *Data Reduction* (Reduksi Data)

   Mereduksi data berarti merangkum, memilih hal-hal yang pokok, memfokuskan pada hal-hal yang penting, dicari tema dan polanya. Dengan demikian data yang telah direduksi akan memberikan gambaran yang lebih jelas, dan mempermudah peneliti untuk melakukan pengumpulan data selanjutnya, dan mencarinya bila diperlukan. Reduksi data dapat dibantu dengan peralatan elektronik seperti komputer mini, dengan memberikan kode pada aspek-aspek tertentu.

   Dalam penelitian ini, reduksi data dilakukan dengan memilih data yang berkaitan dengan pengalaman Generasi Z dalam menggunakan media sosial serta penerapan nilai-nilai syariah dalam aktivitas digital. Data Data yang tidak sesuai dengan fokus penelitian dihilangkan, sedangkan data yang relevan dikelompokkan ke dalam tema seperti

pola penggunaan media sosial, pengalaman positif dan negatif, serta penerapan nilai-nilai syariah di ruang digital.

2. *Data Display* (Penyajian Data)

   Setelah data direduksi, maka langkah selanjutnya adalah mendisplaykan data. Kalau dalam penelitian kuantitatif penyajian data ini dapat dilakukan dalam bentuk tabel, grafik, phie chard, pictogram dan sejenisnya. Melalui penyajian data tersebut, maka data terorganisasikan, tersusun dalam pola hubungan, sehingga akan semakin mudah difahami.

   Penyajian data digunakan untuk menampilkan gambaran pengalaman Generasi Z dalam menggunakan platform media sosial, serta peran nilai-nilai syariah yang tercermin dalam sikap, perilaku, dan interaksi mereka di media sosial. Melalui penyajian data tersebut, peneliti dapat melihat pola-pola tertentu yang berkaitan dengan penggunaan media sosial dan internalisasi nilai syariah oleh Generasi Z di Kota Yogyakarta.

3. *Conclusion Drawing/Verification*

   Langkah ke tiga dalam analisis data kualitatif menurut Miles and Huberman adalah penarikan kesimpulan dan verifikasi. Kesimpulan awal yang dikemukakan masih bersifat sementara, dan akan berubah bila tidak ditemukan bukti-bukti yang kuat yang mendukung pada tahap pengumpulan data berikutnya. Tetapi apabila kesimpulan yang dikemukakan pada tahap awal, didukung oleh bukti-bukti yang valid dan konsisten saat peneliti kembali ke lapangan mengumpulkan data, maka kesimpulan yang dikemukakan merupakan kesimpulan yang kredibel. Dengan demikian kesimpulan dalam penelitian kualitatif mungkin dapat menjawab rumusan masalah yang dirumuskan sejak awal, tetapi mungkin juga tidak, karena seperti telah dikemukakan bahwa masalah dan rumusan masalah dalam penelitian kualitatif masih bersifat sementara dan akan berkembang setelah penelitian berada di lapangan

BAB IV
HASIL DAN PEMBAHASAN

A. Deskripsi subjek penelitian

Subjek dalam penelitian ini adalah Generasi Z di Kota Yogyakarta yang aktif menggunakan media sosial dalam kehidupan sehari-hari. Generasi Z dipilih karena merupakan kelompok yang tumbuh dan berkembang di era digital dengan intensitas penggunaan media sosial yang tinggi. Media sosial bagi Generasi Z tidak hanya digunakan sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media komunikasi, memperoleh informasi, mengikuti tren, dan mengekspresikan diri di ruang digital. Penelitian ini melibatkan 10 informan yang terdiri dari mahasiswa, pelajar, dan generasi muda dengan rentang usia 14–22 tahun. Informan dipilih menggunakan teknik purposive sampling, yaitu pemilihan informan berdasarkan kriteria yang sesuai dengan fokus penelitian, yakni Generasi Z yang aktif menggunakan platform media sosial seperti TikTok, Instagram, WhatsApp, Facebook, dan lainnya.

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar Generasi Z di Kota Yogyakarta aktif menggunakan media sosial, terutama Instagram, WhatsApp, dan TikTok. Media sosial telah menjadi bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari mahasiswa, dengan setiap platform memiliki tujuan penggunaan yang berbeda. Instagram dimanfaatkan untuk berbagi dan menemukan konten visual, serta mencari inspirasi dari influencer maupun teman. TikTok banyak digunakan untuk menikmati konten kreatif dan hiburan, serta mengikuti tren terbaru melalui video pendek. Sementara itu, WhatsApp menjadi media pilihan untuk komunikasi yang cepat dan efisien, baik dalam percakapan pribadi maupun diskusi kelompok terkait akademik atau komunitas (Adiarsi et al., 2024).

Kemudian, media sosial memberikan kemudahan dalam berbagi informasi serta berkomunikasi dengan pengguna lainnya, sehingga membentuk ikatan sosial secara virtual. Media sosial kini menjadi tempat

yang memungkinkan pengguna untuk saling berbagi informasi dengan lebih mudah (Herdiyani et al., 2022). Kemudahan tersebut menjadikan media sosial sebagai bagian yang tidak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Instagram, WhatsApp, dan TikTok merupakan platform yang paling dominan digunakan oleh Generasi Z di Kota Yogyakarta.

Tabel 1.2
Tlabel datla informan penelitilan

No.	Kode	Usia	Status	Platform yang Digunakan
1.	I-1	19 Tahun	Pelajar	Instagam**,** WhatApp, dan TikTok
2.	I-2	19 Tahun	Pelajar	Instagam**,** WhatApp, dan TikTok
3.	I-3	19 Tahun	Pelajar	Instagam**,** WhatApp, dan TikTok
4.	I-4	22 Tahun	Mahasiswa	Instagam**,** WhatApp, dan TikTok
5.	I-5	22 Tahun	Mahasiswa	Instagam**,** WhatApp, dan TikTok
6.	I-6	22 Tahun	Mahasiswa	Instagam**,** WhatApp, dan TikTok
7.	I-7	21 Tahun	Mahasiswa	Instagam**,** WhatApp, dan TikTok
8.	I-8	21 Tahun	Mahasiswa	Instagam**,** WhatApp, dan TikTok
9.	I-9	22 Tahun	Mahasiswa	Instagam**,** WhatApp, dan TikTok
10.	I-10	21 Tahun	Mahasiswa	Instagam**,** WhatApp, dan TikTok

Berdasarkan tabel di atas, dapat diketahui bahwa mayoritas informan generasi Z di Kota Yogyakarta menggunakan media sosial yang paling sering adalah Instagram**,** WhatsApp, dan TikTok.

B. Hasil penelitian

Berikut ini hasil penelitian mengenai penggunaan media sosial pada Generasi Z di Kota Yogyakarta berdasarkan hasil wawancara yang telah dilakukan kepada para informan.

1. Platform media sosial yang digunakan Generasi Z di Kota Yogyakarta

Berdasarkan hasil wawancara dengan seluruh informan, ditemukan bahwa platform media sosial yang paling dominan digunakan Generasi Z di Kota Yogyakarta adalah TikTok, Instagram, dan WhatsApp. Hampir seluruh informan menyebut ketiga platform tersebut sebagai yang paling sering diakses, meskipun tujuan dan intensitas penggunaannya bervariasi.

Hasil wawancara dari kode 1-1 ia mengatakan bahwa :

"tiktok sama Instagram dan wahstsApp"

Berdasarkan hasil wawancara, dalam kehidupan sehari-hari menggunakan media sosial seperti TikTok, Instagram dan WhatsApp, yang dimana WhatsApp ini digunakan untuk berkomunikasi dengan teman dan keluarga. Ia mengatakan bahwa konten yang paling sering dilihat adalah konten K-pop, khususnya mengenai NCT. Selain itu, pada TikTok ia juga sering melihat berbagai konten yang muncul di FYP sesuai dengan minatnya.

Kemudian Instagram dimanfaatkan oleh sebagian besar informan untuk berbagai keperluan, seperti memantau aktivitas teman, berinteraksi melalui fitur stories dan komentar, berbagi foto maupun video, serta memperoleh informasi sesuai minat masing-masing. Salah satu informan menyatakan bahwa Instagram digunakan untuk melihat unggahan teman dan mengakses konten yang berkaitan dengan bidang studinya, seperti konten Teknik(1-4). Informan lain juga menyampaikan pemanfaatan Instagram sebagai media untuk memperoleh pengetahuan maupun mendukung aktivitas ekonomi, misalnya berjualan pakaian *preloved* (1-9). Selain itu, WhatsApp merupakan platform yang paling konsisten digunakan oleh hampir seluruh informan sebagai sarana

komunikasi utama, baik untuk keperluan perkuliahan, diskusi tugas kelompok, maupun komunikasi dengan keluarga dan teman.

Ketika terjadi perbedaan pendapat dalam diskusi kelompok di WhatsApp, informan biasanya memperbanyak sumber referensi lalu mencari keputusan paling optimal, termasuk menggunakan fitur polling (I-4). Pengunaan polling WhastsApp juga dilakukan saat diskusi tugas agar pengambilang pengambilan keputusan berlangsung adil (1-5). WhastApp dimanfaatkan sebagai forum diskusi kelompok di mana semua pendapat disampaikan dan dicari jalan keluar Bersama (-10).

2. Peran nilai-nilai syariah dalam penggunaan media sosial Generasi Z
   a. Qaulan Sadidan

      Berdasarkan hasil wawancara, sebagian berupa upaya memastikan kebenaran informasi yang diterima sebelum menyebarkannya melalui media sosial. Hal ini dilakukan untuk menghindari penyebaran informasi yang belum tentu valid kepada pengguna lain.

      Hasil wawancara dari kode 1-4, ia mengatakan bahwa:

      "Sebelum dibagikan pasti dilihat dulu kontennya. Kalau sudah benar dan memang bermanfaat baru nge-share"

      Berdasarkan hasil wawancara, menunjukan bahwa informan bersikap lebih hati-hati dalam menyebarkan informasi di media sosial. informan tidak langsung membagikan suatu konten, tetapi terlabih dahulu memeriksa isi serta manfaat informan tersebut bagi orang lain. Hal serupa juga diterapkan oleh kode I-6 dan kode I-10 yang menyebut kebiasaan mengecek sumber informasi dan membaca komentar sebelum membagikan konten

      Namun demikian, tidak semua informan menerapkan prinsip tersebut secara konsisten. Beberapa informan mengaku masih pernah membagikan informasi tanpa melakukan verifikasi terlebih

dahulu karena menganggap informasi tersebut menarik atau ingin memastikan kebenarannya kepada orang lain.

b. Qaulan Ma'rufan

Berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar informan berusaha menjaga etika komunikasi ketika menggunakan media sosial. Infroman memilih menggunakan bahasa yang sopan serta menghindari perkataan yang dapat menyinggung atau menyakiti perasaan orang lain. Menjaga perkataan di media sosial penting dilakukan karena setiap unggahan dan komentar dapat dibaca oleh banyak orang dengan latar belakang yang berbeda.

Hasil wawancara dari kode I-5, ia mengatakan bahwa:

"Aku juga pernah komen di storynya temen aku di Instagram waktu dia post foto di pantai aku komen cantik banget si, udah gitu doang si kak"

Berdasarkan hasil wawancara tersebut dikethui bahwa informan cenderung menggunakan bahasa yang baik Ketika berinteraksi di media sosial. hal ini terlihat dari kebiasaan memberikan komentar yang bersifat positif, menyampaikan dukungan terhadap suatu pendapat secara wajar, serta menghindari penggunaan kata-kata yang dapat menyinggung atau menyakiti perasaan orang lain. Dengan demikian, komunikasi yang dilakukan informan di media sosial menunjukan adanya upaya untuk menjaga etika dan menciptakan interaksi yang positif di ruang digital.

Seluruh informan menyatakan tidak pernah memberikan komentar yang menyerang, menghina, atau menggunakan kata-kata kasar di media sosial. Sebagian besar infroman memilih untuk tidak berkomentar sama sekali ketika melihat konten negatif, dan hanya menyimpan pendapatnya dalam hati. Sikap ini mencerminkan

adanya upaya kolektif di kalangan informan untuk menjaga etika dan menciptakan interaksi yang positif di ruang digital.

c. Qaulan Balighan

Berdasarkan hasil wawancara, narasumber berusaha menyampaikan informasi secara jelas dan mudah dipahami ketika menggunakan media sosial. Hal tersebut terlihat saat narasumber membagikan informasi mengenai barang yang dijual melalui fitur story. Narasumber memberikan penjelasan secara rinci mengenai kondisi dan spesifikasi barang agar calon pembeli dapat memahami informasi yang disampaikan tanpa menimbulkan kesalahpahaman.

Hasil wawancara dari 1-9, ia mengatakan bahwa:

“waktu itukan aku pernah jualan baju prelove di Instagram, Ya aku langsung post aja sih, post barang yang mau aku jual, dan nanti detail-detailnya kayak ginu. Terus aku kasih tau panjangnya, lingkar dadanya sama nyantumin nomor WhatsApp sama minusnya apa aja kaya gitu doang si"

Berdasarkan hasil wawancara tersebut, dapat diketahui bahwa infroman berupaya menyampaikan informasi dengan bahasa yang sederhana dan mudah dipahami. Penyampaian informasi yang jelas mengenai kondisi barang, ukuran, dan detail lainnya membantu penerima pesan memahami informasi yang disampaikan sehingga mengurangi kemungkinan terjadinya kesalahpahaman dalam komunikasi melalui media sosial.

Selain juga menunjukkan penerapan nilai ini ketika membuat konten TikTok. Ia menyatakan selalu mempertimbangkan efek dan tren sebelum mengunggah konten agar pesan yang disampaikan dapat menjangkau audiens yang lebih luas (1-5). Hal serupa juga yang secara sadar menyusun konten edukasinya

menggunakan bahasa yang mudah dipahami, disertai kesimpulan singkat dan penggunaan hashtag yang relevan agar pesan tersampaikan secara efektif (1-10).

d. Qaulan Layyina

Berdasarkan hasil wawancara, beberapa narasumber menggunakan bahasa yang sederhana, jelas, dan mudah dipahami ketika membuat maupun menanggapi konten di media sosial. Penggunaan bahasa yang mudah dimengerti bertujuan agar pesan yang disampaikan dapat diterima dengan baik oleh pengguna lain serta menghindari terjadinya kesalahpahaman dalam komunikasi. Selain itu, narasumber juga berupaya menyampaikan pendapat dan tanggapan dengan kata-kata yang dapat dipahami oleh berbagai kalangan pengguna media sosial

Hasil wawancara dari kode 1-8, ia mengatakan bahwa :

"Aku pernah nemu postingan video, dimana video itu lagi nampilin mb amba yang lagi stress sama kehidupannya. Terus aku nemu satu komentar yang buruk isinya kayak gini 'mba kamu tu ga pantas hiduo tau, mending mati aja sekalian. Kalo kamu mati kan semua masalah mu selesai, terus juga kamu jadi ga nyusahin orang tuamu lagi. Dan kamu tu pantas dapatin kayak gini, jangan jadi Wanita sok Tangguh deh' terus aku tanggapin komenanya 'mba kita itu sama-sama wanita, ga sepantasnya kamu ngomong kayak gitu, pliis women sport women, kamu jangan judge mbanya kaya gitu kalo kamu belum ngerasiin itu, kamu ga tau betapa susahnya mba itu ngehadapin hidupnya. Kalo emang kamu ga bisa support pliis ga usah ngomong yang ga baik disini"

Berdasarkanh asil wawancara, meskipun pernah memberikan komentar dimedia sosial, infroman hanya

menyampaikan pendapat atau persetujuan dengan Bahasa yang sopan tanpa menyerang, menghina, maupun menjatuhkan pihak lain. Hal ini menunjukan adanya upaya untuk menjaga etika komunikasi serta menghormati perasaan pengguna media sosial lainya.

Hal yang sama juga disampaikan oleh informan lainnya. Kemudian informan lain juga menyatakan bahwa ketika melihat konten negatif atau berbeda pendapat, mereka memilih untuk tidak berkomentar atau menyampaikan pendapat dengan cara yang tidak menyinggung.

e. Qaulan Maysuran

Informan menyampaikan bahwa konten di media sosial dibuat singkat dan pesan dikemas dengan animasi, efek visual, serta font dan warna yang jelas untuk menonjolkan informasi penting. Bahasa yang digunakan sederhana dan umum sehingga mudah dipahami, sementara visual dan editing membantu konten lebih menarik dan tidak monoton.

Hasil wawancara dari 1-10, ia mengatakan bahwa :

"singkat aja, jadi kayak kebanyakan kan orang-orang sekarang tuh gak mau lihat durasi yang panjang ya, jadi kayak aku berbentuk klip-klip misalkan kebanyakan aku bikinnya di tiktok kayak gitu, kayak durasinya gak terlalu panjang supaya apa, supaya gak bosan, terus dikemas juga secara lebih menarik misalnya kayak banyak animasi, terus kayak gambar-gambar, terus lain itu dari bahasa, dari segi bahasanya juga aku sebisa mungkin kayak menyederhanakan bahasa tersebut, jadi kayak gak pake bahasa ilminya terus kayak bener-bener bahasa yangn umum dan general, dan bener-bener bisa dipahami gitu, jadi bahasanya sederhana, terus abis itu dari visualnya kan, jadi kayak misalnya kata-katanya

juga gak terlalu panjang gak terlalu ribet, terus abis itu yang aku lakuin sering itu dari mungkin dari editingnya ya, dari editingnya, dari misalkan penggunaan font biar lebih jelas juga kayak misalkan yang lebih penting itu terus abis itu mungkin dari warnanya juga, kayak semua aspeknya aku pikirin juga untuk gimana sih orang lain itu lebih interest sama lebih gampang paham, karena kan biasanya orang-orang juga banyak paham dan cepet paham kalau misalkan di-highlight atau misalkan dikasih warna tertentu, kayak gitu, jadi kesannya si konten itu tuh gak monoton kayak gitu, jadi untuk memahami untuk membuat orang lain paham, aku biasanya melakukan hal yang seperti itu"

Pernyataan tersebut menunjukkan bahwa informan menyampaikan informasi dengan bahasa sederhana agar mudah dipahami audiens di media sosial. Selain memakai kata-kata umum yang tidak terlalu teknis, pesan juga dikemas melalui video singkat, visual menarik, serta penggunaan font dan warna yang jelas untuk menonjolkan informasi penting. Cara penyampaian ini membuat pesan lebih mudah diterima dan dipahami, sehingga tujuan komunikasi tercapai secara efektif.

Salah satu informan mengungkapkan bahwa dalam konten make up yang dibuatnya, ia menggunakan teks sebagai pengganti *voice over* agar informasi tetap dapat tersampaikan dengan baik (1-7). Kemudian salah satu informan tersebut juga menjelaskan bahwa ketika pesan yang disampaikan belum dipahami oleh lawan bicara, ia akan menyesuaikan gaya bahasa yang digunakan sesuai dengan karakteristik penerima pesan (1-1).

3. Pengalaman Generasi Z dalam menggunakan platform media sosial

Berdasarkan hasil wawancara para informan memiliki pengalaman yang beragam selama menggunakan media sosial. Berikut ini pengalaman yang mereka alami saat menggunakan media sosial:

a. Pengalaman negatif

Hampir seluruh infroman pernah menemukan konten negatif di media sosial.

Hasil wawancara dari 1-2, ia mengatakan bahwa :

" Apalagi sekarang banyak banget AI ya kak, AI kan banyak banget yang udah sekarang menyerupai nyata, Jadi yang sering banget kena tipu"

Berdasarkan hasil wawancara, infroman menyampaikan bahwa perkembangan teknologi kecerdasan buatan ((*Artificial Intelligence* atau AI) yang semakin canggih membuat konten digital menjadi sulit dibedakan antara yang asli dan yang hasil rekayasa. Kondisi tersebut membuat pengguna media sosial perlu lebih berhati-hati dalam menerima maupun menyebarkan infromasi yang ditemukan di ruang digital. Selain itu, seluruh informan mengaku pernah menemukan berbagai bentuk konten negatif, seperti video palsu, cyberbullying, dan ujaran kebencian.

a. Pengalaman positif

Berdasakan hasil wawancara banyak generasi Z yang menggunakan media sosial hampir banyak menggunakan media sosial untuk hal-hal yang berguna.

Hasil wawancara dari 1-3, ia mengatakan bahwa :

“ Kalo di tiktok aku itu biasa liat konten masak-masak”

Berdasarkan hasil wawancara, pengalaman positif penggunaan media sosial pada generasi Z cukup beragam. Memanfaatkan TikTok dan Instagram sebagai sarana hiburan,

khususnya untuk mengakses konten K-Pop yang sesuai dengan minatnya (I-1). Memanfaatkan media sosial untuk mencari referensi memasak dan menikmati berbagai konten yang muncul pada FYP (I-3). Sementara itu, menggunakan media sosial tidak hanya sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sumber informasi akademik melalui konten-konten teknik yang mendukung perkuliahannya (I-4).

Selain sebagai konsumen konten, informan juga memiliki pengalaman positif sebagai kreator konten. Pernah membuat konten TikTok yang memperoleh respons besar hingga ditonton sekitar 400 ribu pengguna (I-5). Salah satu infroman pernah membuat konten tutorial make up yang bertujuan memberikan informasi dan inspirasi kepada pengguna lain (I-7). Kemudian, seluruh informan menggunakan Instagram dan TikTok untuk memperoleh hiburan serta mengikuti berbagai informasi dan tren yang sedang viral. Selain berfungsi sebagai sarana hiburan dan sumber informasi, media sosial juga memberikan pengalaman positif dalam membangun komunikasi dan memperluas interaksi sosial. Dalam hal ini, hampir seluruh informan memanfaatkan WhatsApp sebagai media komunikasi utama untuk berhubungan dengan keluarga, teman, maupun keperluan akademik seperti diskusi tugas dan koordinasi kegiatan.

C. Pembahasan

1. Analisis Platform media sosial yang dominan digunakan oleh Generasi Z di Kota Yogyakarta

Berdasarkan hasil penelitian, seluruh informan menyatakan bahwa TikTok, Instagram, dan WhatsApp merupakan platform yang paling dominan digunakan dalam kehidupan sehari-hari.

a. Instagram

Instagram menjadi salah satu platform utama yang digunakan Generasi Z. Menurut Wibisono (2020) dengan adanya platform seperti Instagram semua informan tentunya dapat membuat

unggahan seperti foto atau video berdurasi pendek yang dapat dilihat dan direspons oleh para pengikutnya, yang dalam hal ini adalah teman. Respons yang dapat diberikan berupa like atau love, serta komentar pada postingan yang diunggah di dalam Instagram. Tidak hanya itu**,** sebagaimana juga diungkapkan oleh informan I-4, sejak semakin maraknya bisnis online, platform seperti Instagram merupakan salah satu media belanja paling populer, baik untuk barang-barang baru maupun *preloved* (Efrianti & Idrus, 2020). Dengan adanya hal tersebut kini Instagram menjadi sarana strategis dalamn kegiatan pemasaran, termasuk dalam penjualan produk *preloved* barang bekas layak pakai yang semakin populer karena dianggap lebih hemat, berkelanjutan, dan ramah lingkungan. Secara sederhana, barang *preloved* adalah barang yang sudah pernah dipakai oleh orang lain dan kemudian dijual atau diberikan kepada pemilik baru (Azaria et al., 2024).

b. WhatsApp

WhatsApp menjadi media pembentukan komunitas yang mudah bagi Generasi Z di Kota Yogyakarta. seluruh informan memanfaatkan WhatsApp sebagai media komunikasi dalam kehidupan sehari-hari. dengan menggunakan aplikasi WhatsApp mempermudah semua orang, baik dalam keadaan jarak jauh maupun dekat. WhatsApp sangat banyak dimanfaatkan oleh Generasi Z untuk komunikasi apa saja, oleh sebab itu aplikasi WhatsApp menjadi media yang paling banyak digunakan oleh Generasi Z sebagai media komunikasi. Perkembangan Teknologi komunikasi memberikan alternatif bagi individu untuk mengembangkan ruang komunikasi sebagai sarana berinteraksi dan berkomunikasi, salah satunya adalah media sosial seperti WhatsApp yang memfasilitasi terbentuknya komunitas virtual (Erlinawati & Sinduwiatmo, 2024)

Sebagaimana seluruh informan, terutama karena sebagian besar merupakan bagian dari Generasi Z yang masih berstatus

mahasiswa. Untuk kalangan mahasiswa komunikasi sudah sering menggunakan aplikasi WhatsApp dalam berkomunikasi dan WhatsApp menjadi salah satu alternatif alat atau media komunikasi yang banyak digunakan oleh mahasiswa saat ini di tambah aplikasi WhatsApp juga menyediakan fitur grup chat untuk memudahkan berdiskusi atau memberikan informasi melalui group (Maspur, 2022).

c. TikTok

Seluruh informan Generasi Z di Kota Yogyakarta yang menggunakan TikTok dalam kehidupan sehari-hari. TikTok menyajikan informasi sesuai kebutuhan para penggunanya secara akurat. Apa yang sering diakses atau dicari oleh informan di platform media sosial TikTok, itu juga yang lebih sering muncul di beranda mereka atau lazim disebut *For You Page* (FYP). TikTok yang muncul sebagai media populer akhirnya tidak hanya menghadirkan hiburan, namun juga informasi yang bermanfaat bagi para penggunanya. Pengalaman yang didapat di aplikasi TikTok membuat informan mendapatkan informasi baru, dari yang tidak tahu menjadi banyak tahu. Satu hal yang pasti. (Bur et al., 2023), kemudian sebagaimana diungkapkan oleh informan 1-7 dan 1-6 Tiktok sebagai sarana pembuatan video atau konten, menjadi wadah munculnya tren konsep video, serta menyediakan teknik editing yang dapat dilakukan langsung dalam aplikasi (Suhartoyo & Wulandari, 2024).

2. Analisis nilai-nilai syariah sebagai pedoman etika digital Generasi Z

Hasil penelitian menunjukkan bahwa penerapan nilai-nilai syariah dalam penggunaan media sosial oleh Generasi Z di Kota Yogyakarta bersifat beragam dan tidak seragam. Dengan menerapkan prinsip-prinsip komunikasi Islami dalam penggunaan media sosial, umat Islam dapat menciptakan lingkungan digital yang beradab dan harmonis yang membawa manfaat bagi kehidupan duniawi dan

merupakan bentuk ketaatan kepada Allah SWT. Komunikasi yang tidak etis dapat berdampak negatif pada hubungan sosial, terutama dalam menjaga persaudaraan dan persahabatan antar sesama manusia. Oleh karena itu, untuk membangun pola komunikasi yang baik dan harmonis di media sosial, Al-Qur'an memberikan pedoman berupa prinsip-prinsip komunikasi yang kaya akan nilai-nilai moral. Prinsip-prinsip ini dikenal sebagai qaulan, yang masing-masing memiliki makna dan relevansi yang mendalam dalam konteks komunikasi modern bagi Generasi Z yang hidup di tengah derasnya arus media sosial saat ini (Wahyudi et al., 2025).

Pertama, Nilai yang terlihat dalam penggunaan media sosial adalah qaulan sadidan. Yang dimana Sebagian Informan belum sepenuhnya menerapkan prinsip tersebut, Meskipun demikian, masih terdapat bentuk penerapan yang dapat ditemukan, hal ini sebagaimana diungkapkan oleh informan I-4, I-6, dan I-10. Berdasarkan dimensi kejujuran dan ketegasan dalam qaulan sadidan mendukung persyaratan etis untuk memverifikasi informasi sebelum dirilis ke peredaran digital, baik sebagai unggahan, komentar, atau pesan yang diteruskan. Dengan demikian menurut Mawaliya et al., (2025) yang dimana infroman 1-4,1-6 dan 1-10 sudah menggunakan perkataan yang benar, baik dari segi substansi materi, isi, maupun pesan khususnya dalam media sosial. Sebagain pengguna media sosial wajib melakukan pengecekan fakta *(fact-checking)* terhadap setiap informasi yang diterima sebelum membagikannya kepada orang lain. Hal ini berarti tidak hanya menghindari berbohong, tetapi juga aktif menyebarkan informasi yang benar, edukatif, dan bermanfaat bagi masyarakat hal ini sebagaimana diungkapkan oleh informan I-4, I-6, dan I-10.

Menurut Ependi & Adenan, (2025) Verifikasi informasi sebelum menyebarkan prinsip tabayyun (verivikasi) dalam Surah An-Nisa ayat 9 Allah Swt. berfirman:

وَلْيَخْشَ الَّذِيْنَ لَوْ تَرَكُوْا مِنْ خَلْفِهِمْ ذُرِّيَّةً ضِعٰفًا خَافُوْا عَلَيْهِمْۖ فَلْيَتَّقُوا اللّٰهَ وَلْيَقُوْلُوْا قَوْلًا سَدِيْدًا

Artinya “Dan hendaklah takut kepada Allah orang-orang yang seandainya meninggalkan di belakang mereka anak-anak yang lemah, yang mereka khawatir terhadap (kesejahteraan) mereka. Oleh sebab itu, hendaklah mereka bertakwa kepada Allah dan hendaklah mereka mengucapkan perkataan yang benar.”(*Qur’an Kemenag*, n.d.)

Kedua, Qaulan Ma’rufan dapat diartikan sebagai perkataan yang baik hampir seluruh informan berusaha menghindari komentar kasar di media sosial. Dalam penggunaan media sosial, nilai ini berperan sebagai pedoman bagi Generasi Z dalam menyampaikan informasi dan berinteraksi dengan pengguna lain secara santun serta mencerminkan perilaku yang baik. Hal tersebut penting karena Generasi Z merupakan kelompok yang aktif menggunakan media sosial sebagai sarana komunikasi, berbagi informasi, dan mengekspresikan pendapat. (Amin, 2025). Hal inih sejalan dengan infrorman 1-5 dan sudah sudah di jelaskan dalam QS. Al-Baqarah: 235:

وَلَا جُنَاحَ عَلَيْكُمْ فِيْمَا عَرَّضْتُمْ بِهٖ مِنْ خِطْبَةِ النِّسَاۤءِ اَوْ اَكْنَنْتُمْ فِيْٓ اَنْفُسِكُمْۗ عَلِمَ اللّٰهُ اَنَّكُمْ سَتَذْكُرُوْنَهُنَّ وَلٰكِنْ لَّا تُوَاعِدُوْهُنَّ سِرًّا اِلَّآ اَنْ تَقُوْلُوْا قَوْلًا مَّعْرُوْفًا ۬ وَلَا تَعْزِمُوْا عُقْدَةَ النِّكَاحِ حَتّٰى يَبْلُغَ الْكِتٰبُ اَجَلَهٗۗ وَاعْلَمُوْٓا اَنَّ اللّٰهَ يَعْلَمُ مَا فِيْٓ اَنْفُسِكُمْ فَاحْذَرُوْهُ ۚ وَاعْلَمُوْٓا اَنَّ اللّٰهَ غَفُوْرٌ حَلِيْمٌ ۧ

Artinya: “Tidak ada dosa bagimu atas kata sindiran untuk meminang perempuan-perempuan atau (keinginan menikah) yang kamu sembunyikan dalam hati. Allah mengetahui bahwa kamu akan menyebut-nyebut mereka. Akan tetapi, janganlah kamu berjanji secara diam-diam untuk (menikahi) mereka, kecuali sekadar mengucapkan kata-kata yang patut (sindiran). Jangan pulalah kamu menetapkan akad nikah sebelum berakhirnya masa idah. Ketahuilah bahwa Allah mengetahui apa yang ada dalam hatimu. Maka, takutlah kepada-Nya. Ketahuilah bahwa Allah Maha Pengampun lagi Maha Penyantun”

Ketiga, Qaulan Layina berarti pembicaraan yang ramah, halus, dan menyenangkan yang dapat menyentuh hati. "layina" berarti sindiran, bukan terus terang atau lugas, atau kasar hal ini sejalan dengan infroman I-8 yang dimana pernah merespons komentar yang

menyerang seseorang di media sosial dengan kalimat lembut namun tegas. Oleh karena itu, dalam komunikasi Islam, sangat penting untuk menghindari kata-kata kasar dan suara (intonasi) yang keras dan tinggi (Alber et al., 2025). Sebagaimana disebutkan dalam penggunaan media sosial, nilai ini berperan sebagai pedoman bagi Generasi Z untuk berkomunikasi dengan santun, menghindari perkataan kasar, serta menjaga interaksi yang baik dengan pengguna lain meskipun terdapat perbedaan pendapat menggunakan bahasa yang baik tanpa mengejek sehinggan infroman lainya cenderung memilih diam atau tanpa merespons.

Dalam bermedia sosial, Ketika kita berbicara dengan pemuh kelembutan kita mungkin membangun hubungan yang saling menghormati dan meningkatkan kemungkinan kesalahpahaman. Komunikasi yang penuh kelembutan dan hikmah dapat membantu mempererat hubungan antar individu, terutama ketika menyelesaikan konflik atau perbedaan pendapat. (Malik et al., 2025) hal inih sejalan dengan informan I-9 dalam diskusi kelompok Sejalan dengan itu, beberapa informan menuturkan bahwa ketika menemukan konten negatif atau menghadapi perbedaan pendapat, mereka cenderung memilih diam atau menyampaikan pandangan dengan cara yang tidak menyinggung. Hal di atas sudah di jelaskan dalam QS. Taha ayat 44:

فَقُوْلَا لَهٗ قَوْلًا لَّيِّنًا لَّعَلَّهٗ يَتَذَكَّرُ اَوْ يَخْشٰى

Artinya: "Maka berbicaralah kamu berdua kepadanya dengan kata-kata yang lemah lembut, mudah-mudahan ia ingat atau takut"(Qur'an Kemenag, n.d.)

Keempat, Qaulan balighan sebagai cara berbicara yang efisien dan bermakna. Menurut Wahyudi et al., (2025). Dalam konteks di media sosial, pesan harus mengandung nilai-nilai positif, ditulis dengan bahasa yang sopan, dan memiliki tujuan yang jelas. Memilih diksi dan struktur kalimat yang tepat akan membuat pesan lebih mudah diingat dan memberikan dampak positif pada penerima hal inih dejalan dengan

informan I-9 selalu mencantumkan detail produk secara lengkap saat berjualan *preloved* di Instagram agar pembeli memahami informasi tanpa perlu banyak bertanya. Dalam penggunaan media sosial, nilai ini berperan sebagai pedoman bagi Generasi Z untuk menyampaikan informasi secara jelas, efektif, dan bertanggung jawab sehingga pesan yang disampaikan tidak menimbulkan kesalahpahaman di ruang digital.

Sejalan dengan infroman I-5 mempertimbangkan efek dan tren sebelum mengunggah konten agar pesan menjangkau audiens lebih luas kemudian infroman. Secara keseluruhan, informan menunjukkan konsistensi dalam menjaga etika komunikasi di media sosial. Mereka berusaha menyampaikan pesan dengan bahasa yang sopan, jelas, dan bermakna, serta menekankan pemilihan diksi yang tepat agar tidak menimbulkan kesalahpahaman. Informan Generasi Z lebih cenderung menggunakan WhatsApp, Instagram, dan TikTok sebagai sarana utama, memanfaatkan fitur grup chat maupun visual menarik untuk mendukung interaksi. hal inih sudah ada dalam QS. An-Nisa' ayat 63 :

أُولَٰئِكَ الَّذِيْنَ يَعْلَمُ اللّٰهُ مَا فِيْ قُلُوْبِهِمْ فَاَعْرِضْ عَنْهُمْ وَعِظْهُمْ وَقُلْ لَّهُمْ فِيْٓ اَنْفُسِهِمْ قَوْلًا ۢ بَلِيْغًا

Artinya: " "Mereka itu adalah orang-orang yang Allah mengetahui apa yang ada di dalam hati mereka. Karena itu, berpalinglah dari mereka, berilah mereka nasihat, dan katakanlah kepada mereka perkataan yang membekas pada jiwa mereka "(Qur'an Kemenag, n.d.)

Kelima, Qaulan Maysuran dalam komunikasi dalam media sosial, memerlukan penggunaan bahasa yang sederhana, ringkas, dan tepat. Malik et al., (2025) Salah satu prinsip utama yang diajarkan adalah pentingnya menyapaikan pesan dengan jelas. Dalam penggunaan media sosial, prinsip ini berperan bagi Generasi Z dalam menyampaikan informasi secara sederhana, jelas, dan mudah dipahami oleh pengguna lain sehingga pesan yang disampaikan tidak menimbulkan kebingungan maupun kesalahpahaman. Hal ini menunjukkan bahwa dalam komunikasi, pesan yang disampaikan harus mudah dipahami oleh audiens agar tidak menimbulkan kebingungan atau kesalahpahaman.

Mengingat Generasi Z merupakan kelompok yang aktif menggunakan media sosial untuk berbagi informasi, berkomunikasi, dan menyampaikan pendapat, penggunaan bahasa yang ringkas dan tepat menjadi penting agar pesan dapat diterima dengan baik oleh audiens hal inih sejalan dengan infroman 1-10, 1-7 dan 1-1.

Secara keseluruhan, sebagian informan konsisten menjaga etika komunikasi di media sosial dengan menerapkan prinsip *qaulan balighan*. Mereka menyampaikan pesan dengan bahasa yang sopan, jelas, dan bermakna, tidak menimbulkan kesalahpahaman. Dalam bentuk penggunaan bahasa sederhana, penyesuaian gaya komunikasi sesuai audiens, serta pemanfaatan visual dan detail informasi agar pesan lebih mudah dipahami

Salah satu tuntutan dalam Al-Qur'an adalah penggunaan bahasa yang mudah dimengerti dan melegakan perasaan hal inih di tegaskan dalam QS. Al-Isra ayat 28

وَاِمَّا تُعْرِضَنَّ عَنْهُمُ ابْتِغَاۤءَ رَحْمَةٍ مِّنْ رَّبِّكَ تَرْجُوْهَا فَقُلْ لَّهُمْ قَوْلًا مَّيْسُوْرًا

Artinya: "Dan jika kamu berpaling dari mereka untuk memperoleh rahmat dari Tuhanmu yang kamu harapkan, maka katakanlah kepada mereka ucapan yang pantas" (*Qur'an Kemenag*, n.d.)

3. Analisis pengalaman Generasi Z dalam ruang digital.

   Menurut Thaha & Harani, (2022) pengalaman Generasi Z di Yogyakarta dalam menggunakan media sosial menunjukkan bahwa platform digital menjadi bagian penting dari kehidupan sehari-hari. Media sosial juga kerap dijadikan sebagai alat untuk mengespresikan diri, mencari hiburan dan mengasah kreativitas. Salah satu bentuknya adalah mebuat konten-konten dengan tema tertentu yang kemudian dibagikan melalui akun media sosial yang dimiliki. Namun, seluruh informan memngalami pengalaman tidak selalu positif. Banyak juga ditemukan konten negatif tidak jarang ditemukan berbagai konten negatif.

   Selanjutnya, terdapat tiga pengalaman yang ditemukan dalam penggunaan media sosial oleh Generasi Z di Kota Yogyakarta:

1. Pengalaman kognitif

   Sebagian besar informan menyatakan bahwa Pengalaman pengguna media sosial di kota Yogyakarta dari Generasi Z beragam dalam memahami dan menafsirkan perubahan sosial yang terjadi di era digital, mereka memanfaatkan media sosial sebagai tempat berinteraksi dan mengekspresikan diri, tetapi juga menjadi sumber informasi utama, yang berdampak pada cara Generasi Z melihat berbagai fenomena sosial. Melalui konten yang mereka bagikan di platform seperti Instagram, WhatsApp, TiTtok mereka mendapatkan berita, pendapat, dan berbagai perspektif. Hal ini menyebabkan pemahaman mereka tentang masalah sosial, politik, budaya, dan ekonomi akhirnya dibentuk dan disesuaikan dengan informasi yang mereka peroleh dari media sosial (Kustiawan et al., 2025).

2. Pengalaman Emosional

   Menurut Fitriana, (2021) Generasi Z menggunakan media sosial untuk mengeksplorasi nilai-nilai, kepribadian, dan pandangan hidup, melalui konten yang mereka bagikan atau konsumsi. Media sosial telah membuka peluang unik bagi Generasi Z untuk membangkan koneksi, kreatifitas, dan identitas diri mereka dengan cara yang belum pernah ada sebelumnya. Generasi Z telah menfaatkan platform seperti instargram, WhatsApp, TikTok untuk membangun relasi sosial, mengepresikan kreativitas, dan membentuk pemahaman tentang siapa diri merak di tengah dunia yang sangat berubah.

3. Pengalaman Sosial

   Namun demikian, kemudahan akses informasi juga menimbulkan tantangan berupa proses penerimaan informasi menjadi sangatlah mudah untuk di akses, berbagi pengalaman yang di alami Generasi Z seperti Paparan konten negatif, seperti ujaran kebencian, dan *cyberbullying*, dan berita yang mencerahkan serta menyejukkan, justru digunakan secara menyebar berita bohong untuk melancarkan

serangan kepada pihak lain (Abdillah, 2021). Faktanya sekarang banyak dari media sosial juga tidak digunakan sebagaimana mestinya, seperti menebar kebencian, saling menghina, menyebarkan berita *hoax* dan tidak jarang topik agama menjadi masalah yang sering diperdebatkan (Syarifuddin & Fauziah, 2021).

BAB V
PENUTUP

A. Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan yang telah diuraikan pada bab sebelumnya, maka dapat ditarik kesimpulan sebagai berikut:

1. Platform media sosial yang paling dominan digunakan oleh generasi Z di Kota Yogyakarta dalam kehidupan sehari-hari adalah TikTok, Instagram, dan WhatsApp. Ketiga platform tersebut digunakan dengan fungsi yang berbeda-beda: TikTok dimanfaatkan terutama untuk hiburan, dn digunakan sebagai sarana untuk mencari informasi sesuai minat masing-masing dan mengikuti konten yang sedang tren melalui FYP *(For You Page),* Instagram digunakan untuk mengunggah foto, melihat unggahan teman, artis, maupun idola, serta sebagai media pemasaran, serta WhatsApp menjadi sarana komunikasi utama baik untuk keperluan akademik maupun komunikasi sehari-hari.
2. Nilai-nilai syariah berperan sebagai salah satu pedoman etika digital bagi Generasi Z di Kota Yogyakarta dalam menggunakan platform media sosial, meskipun penerapannya belum sepenuhnya konsisten pada seluruh informan. Peran tersebut tercermin dalam penerapan lima prinsip komunikasi Islami (qaulan), yaitu:
    a. Qaulan Sadidan, yakni kebiasaan sebagian informan untuk memeriksa kebenaran informasi sebelum membagikannya sebagai upaya menghindari penyebaran berita bohong *(hoaks)*, meskipun sebagian informan lain mengaku masih membagikan informasi tanpa melakukan verifikasi terlebih dahulu.
    b. Qaulan Ma'rufan, yang terwujud dalam penggunaan bahasa yang sopan, memberikan komentar positif, dan menghindari kata-kata yang menyakiti perasaan orang lain.
    c. Qaulan Layyinan, yang tercermin dari kecenderungan informan untuk merespons konten negatif dengan bahasa yang lemah lembut dan tidak menyerang balik.

d. Qaulan Balighan, yang diterapkan melalui penyampaian informasi secara jelas dan terperinci, misalnya ketika berjualan daring maupun membuat konten edukatif
e. Qaulan Maysuran, yang diwujudkan dengan menggunakan bahasa sederhana, singkat, dan mudah dipahami oleh berbagai kalangan audiens. Namun demikian, tidak semua informan menerapkan nilai-nilai syariah secara konsisten, sebagaimana terlihat pada penerapan qaulan sadidan yang belum merata, sehingga nilai-nilai syariah lebih tepat dipahami sebagai pedoman yang sedang dalam proses diinternalisasi daripada sebagai praktik yang telah diterapkan secara seragam oleh seluruh informan.

Dapat disimpulkan bahwa, diperlukan pemahaman yang lebih baik agar nilai-nilai syariah dapat diterapkan secara lebih konsisten dalam kehidupan sehari-hari. Hal ini menunjukkan bahwa pemahaman dan penerapan nilai-nilai syariah dalam aktivitas media sosial masih beragam pada setiap informan.

3. Pengalaman Generasi Z di Kota Yogyakarta dalam menggunakan berbagai platform media sosial bersifat beragam, mencakup pengalaman positif maupun negatif. Pengalaman positif yang ditemukan antara lain: pemanfaatan media sosial sebagai sarana hiburan (mengakses konten K-Pop, memasak, dan konten sesuai minat), sumber informasi akademik, wadah kreativitas melalui pembuatan konten, serta alat untuk memperluas jaringan komunikasi dan interaksi sosial. Hampir seluruh informan juga memanfaatkan WhatsApp sebagai media komunikasi utama yang memudahkan pertukaran informasi dan menjaga hubungan sosial. Di sisi lain, pengalaman negatif yang dialami informan meliputi paparan konten palsu yang semakin sulit dibedakan akibat perkembangan teknologi kecerdasan buatan AI (*Artificial Intelligence),* ujaran kebencian, dan berbagai bentuk *cyberbullying.* Keadaan ini menunjukkan bahwa media sosial belum sepenuhnya

menjadi tempat yang aman. Oleh karena itu, Generasi Z perlu lebih bijak dalam memilih dan memahami informasi yang diterima.

B. Saran

1. Bagi Generasi Z di Kota Yogyakarta
   a. Generasi Z diharapkan senantiasa meningkatkan kesadaran dan literasi digital dalam menggunakan platform media sosial. Sebelum membagikan informasi, hendaknya dilakukan verifikasi terlebih dahulu melalui sumber-sumber yang terpercaya agar tidak berkontribusi dalam penyebaran hoaks yang dapat merugikan banyak pihak.
   b. Generasi Z perlu lebih bijak dalam menggunakan media sosial, seperti memilih konten yang bermanfaat, menghindari konten negatif, tidak ikut melakukan cyberbullying, serta tetap menjaga keseimbangan antara penggunaan media sosial dan aktivitas sehari-hari.
2. Bagi Peneliti selanjtutnya

   Penelitian selanjutnya disarankan menggunakan pendekatan kuantitatif dengan penyebaran kuesioner kepada responden yang lebih banyak agar diperoleh gambaran yang lebih luas mengenai penggunaan media sosial, penerapan nilai-nilai syariah, dan pengalaman Generasi Z dalam ruang digital.

DAFTAR PUSTAKA

Abdillah, N. (2021). Hukum dan Etika Berinteraksi Melalui Media Sosial Menurut Islam. *FATAWA: Jurnal Pendidikan Agama Islam*, *1*(2), 108–119. https://doi.org/10.37812/fatawa.v1i2.275

Abdullah, A., & Kahina, D. I. (2022). Etika Komunikasi Islam Dalam Media Sosial. *Al-Hikmah: Jurnal Dakwah Dan Komunikasi*, *1*(2), 1–15. https://doi.org/10.47945/al-hikmah.v1i2.721

Adiarsi, G. R., Putra, A. E., & Raymond, R. (2024). Motivasi Penggunaan Media Sosial di Kalangan Mahasiswa Gen-Z. *Jurnal Nomosleca*, *10*(2), 269–279. https://doi.org/10.26905/nomosleca.v10i2.14603

Adnan, A., & Cahyani, D. I. (2022). Cyberbullying Di Media Sosial Dalam Perspektif Al-Qur'an. *Muhkamat : Jurnal Ilmu Al-Quran Dan Tafsir*, *1*(1), 36–51. https://journal.uinsuna.ac.id/index.php/muhkamat/article/view/884

Afriani, F., & Azmi, A. (2020). Penerapan Etika Komunikasi di Media Sosial. *Journal of Civic Education*, *3*(3), 331–338. https://doi.org/10.24036/jce.v3i3.372

Alber, M. J. A., Yanto, M. N. F., & Abdillah, M. (2025). Etika komunikasi didalam Islam*: Journal of Islamic Studies and Research*, *2*(01), 393–407. https://ejournal.bamala.org/index.php/almustofa/article/view/411

Amelia, U., & Nasrulloh. (2024). Konsep Etika Komunikasi Bermedia Sosial Bagi Generasi Milenial Perspektif Al-Qur'an. *Al-Fahmu: Jurnal Ilmu Al-Qur'an Dan Tafsir*, *3*(2), 163–174. https://doi.org/10.58363/alfahmu.v3i2.199

Amin, R. (2025). *Membangun Komunikasi Islam di Era Digital: Integrasi Qaulan Ma'rufan dan Qaulan Kariman dalam Media Sosial* : J*urnal Komunikasi dan Penyiaran Islam,* 12(2), 169-188. http://journal.iainkudus.ac.id/index.php/komunikasi

Azaria, A. S., Ratnasari, D., & Sumawati, A. R. (2024). Instagram dan Kesehatan Mental Generasi Z di Yogyakarta. *Jurnal Mahasiswa Komunikasi Cantrik*, *4*(1). https://doi.org/10.20885/cantrik.vol4.iss1.art1

Barrett, L. F., Mesquita, B., Ochsner, K. N., & Gross, J. J. (2007). The Experience of Emotion. *Annual Review of Psychology*, *58*, 373–403. https://doi.org/10.1146/annurev.psych.58.110405.085709

Bungin, B. (2009). *Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya* (Cetakan ke-3). Kencana Prenada Media Group. (Original work published 2007)

Bur, R., Ayuningtyas, F., & Muqsith, M. A. (2023). *Pemanfaatan TikTok Sebagai Media Informasi Baru Generasi Z*. *Jurnal Komunikasi Nusantara*, *5*(2). 189-198.

Data, G. (2025). *Media sosial favorit Gen Z 2025*. GoodStats Data. Retrieved February 9, 2026, from https://data.goodstats.id/statistic/media-sosial-favorit-gen-z-2025-b2tXg

Efrianti, E., & Idrus, N. I. (2020). *Preloved Shopping: Jual-Beli Online dan Pengelolaannya di Instagram Emik : Jurnal Ilmiah Ilmu-Ilmu Sosial*. https://ejournals.umma.ac.id/index.php/emik/article/view/578

Ependi, M., & Adenan, A. (2025). Qaulan Sadidan in QS. An-Nisa Verse 9 and Its Ethical Relevance for Generation Z's Digital Communication. *Sinthop: Media Kajian Pendidikan, Agama, Sosial Dan Budaya*, *4*(2), 259–270. https://doi.org/10.69548/sinthop.v4.i2.66.259-270

Erlinawati, E., & Sinduwiatmo, K. (2024). Peran WhatsApp dalam Komunikasi Interpersonal Remaja Desa Soki. *Journal of Technology and System Information*, *1*(3), 13. https://doi.org/10.47134/jtsi.v1i3.2515

Fitriana. (2021). Media sosial dalam membentuk pola komunikasi dan pemikiran generasi Z: Tinjauan empiris tiga tahun terakhir. *RETORIKA: Jurnal Kajian Komunikasi dan Penyiaran Islam*, *3*(1), 1–27. https://doi.org/10.47435/retorika.v3i1.577

Fitriani, Y. (2021). Pemanfaatan media sosial sebagai media penyajian konten edukasi atau pembelajaran digital. *Journal of Information System, Applied, Management, Accounting and Research*, *5*(4), 1006–1013. https://doi.org/10.52362/jisamar.v5i4.609

Hartono, M. F. (2021). *Etika dalam Berkomunikasi di Media Sosial*.

Hayani, F., Syamsir, Welni, A., Manita, B., Hayati, I., Oktavia, I., & Weldayenti, L. (2025). nalisis Penggunaan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Generasi Gen Z. *Edu Research*, *6*(1), 2184–2193. https://doi.org/10.47827/jer.v6i1.746

Herdiyani, S., Barkah, C. S., Auliana, L., & Sukoco, I. (2022). Analisis Penggunaan Media Sosial Terhadap Gaya Hidup Generasi Gen Z. *Edu Research*, *6*(1), 2184–2193. https://journal.unpar.ac.id/index.php/JurnalAdministrasiBisnis/article/view/5878

Kartini, K., Gultom, N., Sari, N., & Annisa, A. N. (2023). Penelitian Sejarah Sosial Media. *Da'watuna: Journal of Communication and Islamic Broadcasting*, *3*(3), 1001–1005. https://doi.org/10.47467/dawatuna.v3i3.3024

Kustiawan, W., Andini, A., Syahputra, R., Fitri, A., & Ginting, T. R. (2025). Pengalaman Penggunaan Media Sosial dalam Memaknai Perubahan Sosial: Studi Kualitatif Deskriptif Pada Generasi Milenial dan Z di Kota Medan. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, *9*(2), 14216-14224. https://doi.org/10.31004/jptam.v9i2.27525

Kusumastuti, A., & Khoiron, A. M. (2019). *Metode penelitian kualitatif*. Lembaga Pendidikan Sukarno Pressindo (LPSP).

Liaran, M., Ruben Tuhumena, & Liswandi Liswandi. (2024). Pengaruh Pengetahuan, Pengalaman dan Keterampilan Terhadap Kinerja Pegawai Pada Badan Pendapatan Daerah Kabupaten Mappi. *Jurnal Ekonomi Manajemen Sistem Informasi*, *6*(1), 480–493. https://doi.org/10.38035/jemsi.v6i1.3103

Malik, A., Rudianto, A. Z., & Afif, M. B. (2025). Konsep Komunikasi Dalam Perspektif Al-Qur'an Studi Kasus Manajemen Pendidikan Islam Di Sekolah. *AL-MUTSLA*, *7*(1), 61–85. https://doi.org/10.46870/jstain.v7i1.1409

Mas'ud, F., Jeluhur, H., Negat, K., Tefa, A., Uly, M., & Amtiran, M. (2025). Etika Dalam Media Sosial Antara Kebebasan Ekspresi Dan Tanggung Jawab

Digital. *Jimmi: Jurnal Ilmiah Mahasiswa Multidisiplin*, *2*(2), 235–246. https://doi.org/10.71153/jimmi.v2i2.289

Mawaliya, M., Kusnadi, K., & Firdaus, A. (2025). Etika Komunikasi Perspektif Al-Qur'an Dalam Menanggulangi Ujaran Kebencian Di Media Sosial. *Journal of Literature Review*, *1*(2). https://doi.org/10.63822/631gvd52

Mehrad, A., Cordic, S., Crecelius, G., Procise, W., & Wagner, K. (2024). Various Layers in Social Psychology. *Jurnal Psikologi Integratif*, *12*(1), 1–19. https://doi.org/10.14421/jpsi.v11i1.2809

Nur Hidayat, N. A. S., Septian, R. N., & Herlambang, Y. T. (2024). Sosial Media dalam Masyarakat sebagai Konsep Nyata Determinisme Teknologi. *UPGRADE : Jurnal Pendidikan Teknologi Informasi*, *1*(2), 73–80. https://doi.org/10.30812/upgrade.v1i2.3715

Pradivta, E., Rafika, A. S., Faturahman, A., & Wahid, W. N. (2025). Peran Nilai-Nilai Islam dalam Transformasi Sosial pada Era Teknologi: The Role of Islamic Values in Social Transformation in the Technological Era. *Alfabet Jurnal Wawasan Agama Risalah Islamiah, Teknologi Dan Sosial*, *2*(1), 24–33. https://doi.org/10.34306/alwaarits.v2i1.722

Pujiono, A., Kanafi, K., & Farida, M. (2022). Media Sosial sebagai Sumber Belajar bagi Generasi Z. *Regula Fidei : Jurnal Pendidikan Agama Kristen*, *7*(2), 252–262. https://doi.org/10.33541/rfidei.v7i2.80

Qadir, A., & Ramli, M. (2024). Media sosial (definisi, sejarah dan jenis-jenisnya). *Al-Furqan : Jurnal Agama, Sosial, Dan Budaya*, *3*(6), 2713–2724. https://publisherqu.com/index.php/Al-Furqan/article/view/1787

Qolbu, A. S. (2025, January 6). *Peran Media Sosial dalam Penyebaran Nilai-Nilai Islam – Sentuhan Qolbu Foundation | Yayasan Anak Yatim di Bekasi*. https://sentuhanqolbu.org/peran-media-sosial-dalam-penyebaran-nilai-nilai-islam/

Qur'an Kemenag. (n.d.). Retrieved May 4, 2026, from https://quran.kemenag.go.id/

Rafiq, A. (2020). ampak media sosial terhadap perubahan sosial suatu masyarakat. *Global Komunika : Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, *3*(1), 18–29. https://doi.org/10.33822/gk.v3i1.1704

Rinwanto, R., Sholihah, H., Hakim, N., & Syakhlani, M. (2021). Etika Komunikasi dalam Media Sosial Sesuai Tuntutan Al-Qur an. *Journal of Communication Studies*, *1*(01), 49–61. https://doi.org/10.37680/jcs.v1i01.721

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

Sugiyono. (2016). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D* (cetakan ke-23). Alfabeta.

Suhartoyo, A. R., & Wulandari, A. A. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Media Pembelajaran Editing Video Bagi Generasi Z. *DIGICOM : Jurnal Komunikasi dan Media*, *4*(2), 95–104. https://doi.org/10.37826/digicom.v4i2.794

Sulung, U., & Muspawi, M. (2024). Memahami sumber data penelitian: Primer, sekunder, dan tersier. *Edu Research*, *5*(3), 110–116. https://doi.org/10.47827/jer.v5i3.238

Supriatna, C., & Jenuri, J. (2023). Virtual communication: Etika bermedia sosial dalam perspektif Islam. *Comm-Edu (Community Education Journal)*, *6*(2), 135–143. https://doi.org/10.22460/comm-edu.v6i2.17877

Sutarto, S. (2017). Teori Kognitif dan Implikasinya Dalam Pembelajaran. *Islamic Counseling: Jurnal Bimbingan Konseling Islam*, *1*(2), 1–26. https://doi.org/10.29240/jbk.v1i2.331

Syarifuddin, A. I., & Fauziah, D. A. (2021). Fenomena Islam dan media sosial di Indonesia. *Al-Muaddib : Jurnal Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman*, *6*(2), 185–198. https://doi.org/10.31604/muaddib.v6i2.185-198

Tazkiyah, F. R., Islamiyah, I., Puspita, P., & Susilowati, A. Y. (2024). Pengaruh Media Sosisal terhadap Nilai-Nilai KeIslaman Dikalangan Generasi Z:

Studi Kasus Desa Duku Puntang. *Cendekia: Jurnal Ilmiah Multidisiplin*, *1*(2), 26–33.

Thaha, H., & Harani, A. (2022). *ETIKA BERKOMUNIKASI DI MEDIA SOSIAL DALAM PERSPEKTIF AL-QUR'AN*. *MADDIKA: Journal of Islamic Family Law*, *3*(2), 58-68.

Maspur, S. A. P. R. (2022). Analisis Penggunaan WhatsApp sebagai Media Komunikasi Akademik Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Angkatan 2019 Universitas Lancang Kuning. *UNILIB : Jurnal Perpustakaan*. https://doi.org/10.20885/unilib.Vol13.iss2.art6

Wahyudi, Amalia, Y., Asriani, P., Wicaksono, R. N., & Martabillah, M. D. (2025). Social Media Ethics from the Perspective of the Qur'an through a Study of Qaulan Values in Digital Communication. *AL-MANAR : Jurnal Komunikasi Dan Pendidikan Islam*, *14*(2), 252–265. https://doi.org/10.36668/jal.v14i2.1527

Wibisono, D. (2020). Pengaruh penggunaan instagram terhadap eksistensi diri remaja (studi pada mahasiswa di lingkungan fisip unila). *Sosiologi: jurnal ilmiah kajian ilmu sosial dan budaya*, *22*(2), 145-164. https://doi.org/10.23960/sosiologi.v22i2.65

Lampiran 1

DAFTAR PERTANYAAN WAWANCARA UNTUK INFORMAN GENERASI Z DI KOTA YOGYAKARTA

Daftar pertanyaan wawancara ini disusun untuk menjawab rumusan masalah penelitian berjudul *"Penggunaan Platform Media Sosial oleh Generasi Z di Kota Yogyakarta: Analisis Peran Nilai-Nilai Syariah dan Pengalaman"*. Pertanyaan dibuat untuk menggali informasi mengenai kebiasaan penggunaan media sosial, pemahaman Generasi Z terhadap etika dan nilai-nilai syariah, serta pengalaman positif maupun negatif selama berinteraksi di ruang digital. Berikut daftar pertanyaan wawancara:

1. Identitas diri
   a. Nama :
   b. Usia :
   c. Mahasiswa/pelajar/berkerja :
2. Apakah anda menggunakan handphone dan platform media sosial dalam kehidupan sehari-hari?
3. Platform media sosial apa saja yang anda gunakan dalam kehidupan sehari-hari?
4. Konten apa yang paling sering anda lihat atau bagikan di media sosial?
5. Pernahkah anda menemukan konten negatif (hoaks, ujaran kebencian, pornografi) di media sosial? bagaimana respon anda? Atau Apakah anda pernah mengalami interaksi tidak menyenangkan *(cyberbullying,* pelanggaran privasi)? ceritakan!
6. Ketika berbeda pendapat dengan orang lain di media sosial, bagaimana cara anda menyampaikan pendapat agar tidak menyinggung atau merendahkan orang lain? Dan Bagaimana cara anda menjaga komunikasi tetap baik ketika terjadi perbedaan pendapat di media sosial?
7. Ketika menerima berita atau konten di media sosial, apakah anda langsung percaya atau biasanya memeriksa kebenarannya terlebih dahulu? ceritakan!

8. Apa yang biasanya anda lakukan sebelum membagikan informasi agar tidak menimbulkan kesalahpahaman atau merugikan orang lain?
9. Pernahkah anda membuat atau membagikan pesan, nasihat, atau konten edukasi di media sosial? ceritakan!
10. Bagaimana cara anda memilih kata-kata agar pesan yang anda sampaikan jelas, tegas, tetapi tetap mudah dipahami oleh audiens?
11. Apakah pesan yang anda sampaikan memberi pengaruh atau kesan bagi orang lain?
12. Pernahkah anda mengalami situasi ketika pesan di media sosial sulit dipahami? bagaimana cara anda mengatasinya?
13. Bagaimana cara anda menyusun kalimat agar pesan yang anda sampaikan mudah dipahami oleh orang dari berbagai latar belakang?

Lampiran 2

TRANSKIP WAWANCARA INFORMAN GENERASI Z DI KOTA YOGYAKARTA

Informan 1

1. Identitas diri
   a. Kode : 1-1
   b. Usia : 19 Tahun
   c. Mahasiswa/pelajar/berkerja : Mahasiswa
2. Apakah anda menggunakan handphone dan platform media sosial dalam kehidupan sehari-hari?
   "pastinya setiap hari pake handphone"
3. Platform media sosial apa saja yang anda gunakan dalam kehidupan sehari-hari?
   "Biasanya pakai TikTok sama Instagram dan WhatsApp"
4. Konten apa yang paling sering anda lihat atau bagikan di media sosial?
   "Biasanya K-Pop sih, Kalau TikTok biasanya sesuai FYP aja sih"
5. Pernahkah anda menemukan konten negatif (hoaks, ujaran kebencian, pornografi) di media sosial? bagaimana respon anda? Atau Apakah anda pernah mengalami interaksi tidak menyenangkan *(cyberbullying,* pelanggaran privasi)? ceritakan!
   "Pernah, paling ujaran kebencian itu sih, jujur aku sring banget liat hal-hal kaya gitu terutama hinaan ejakan di komentar-komentar para seleb, Kalau aku jujur biasa aja sih, baca-baca aja Enggak pernah ikut komen"
6. Ketika berbeda pendapat dengan orang lain di media sosial, bagaimana cara anda menyampaikan pendapat agar tidak menyinggung atau merendahkan orang lain? Dan Bagaimana cara anda menjaga komunikasi tetap baik ketika terjadi perbedaan pendapat di media sosial?
   "Jujur gak pernah ribet. Sekip-sekip aja, gak pernah ribet"
7. Ketika menerima berita atau konten di media sosial, apakah anda langsung percaya atau biasanya memeriksa kebenarannya terlebih dahulu? ceritakan!

"Pernah sih, tapi kadang cuman mastiin. Kadang kan kita gak tau ini bener atau engga sesekali pernah"

8. Apa yang biasanya anda lakukan sebelum membagikan informasi agar tidak menimbulkan kesalahpahaman atau merugikan orang lain?
   "Gak pernah dicek, jadi cuman kayak random aja, Yaudah deh, gak apa-apa ngasih video aja deh"
9. Pernahkah anda membuat atau membagikan pesan, nasihat, atau konten edukasi di media sosial? ceritakan!
   "Gak pernah bikin video, paling foto-foto aja di Instagram"
10. Bagaimana cara anda memilih kata-kata agar pesan yang anda sampaikan jelas, tegas, tetapi tetap mudah dipahami oleh audiens?
    "Kalau ngirim pesan terus orang gak paham, biasanya aku jelasin lagi. Lihat dulu sifat orangnya gimana, terus disesuaiin aja"
11. Apakah pesan yang anda sampaikan memberi pengaruh atau kesan bagi orang lain?
    "Kalau ngirim pesan terus orang gak paham, biasanya aku jelasin lagi. Lihat dulu sifat orangnya gimana, terus disesuaiin aja"
12. Pernahkah anda mengalami situasi ketika pesan di media sosial sulit dipahami? bagaimana cara anda mengatasinya?
    "Kalau orang gak paham, dijelasin lagi biar jelas"
13. Bagaimana cara anda menyusun kalimat agar pesan yang anda sampaikan mudah dipahami oleh orang dari berbagai latar belakang?
    "Lihat dulu orangnya gimana, terus disesuaikan aja sama sifatnya"

Informan 2

1. Identitas diri
   a. Kode : 1-2
   b. Usia : 19 Tahun
   c. Mahasiswa/pelajar/berkerja : Mahasiswa
2. Apakah anda menggunakan handphone dan platform media sosial dalam kehidupan sehari-hari?
   "Iya dong, setiap hari malahan. 24 jam per 7"
3. Platform media sosial apa saja yang anda gunakan dalam kehidupan sehari-hari?
   "Sering banget pake Instagram,TikTok sama WhatsApp"
4. Konten apa yang paling sering anda lihat atau bagikan di media sosial?
   "Video-video, berita hoax, gosip, ujaran kebencian. Kalau fake itu jujur saya sering kena ya, apalagi sekarang banyak banget AI yang menyerupai nyata"
5. Pernahkah anda menemukan konten negatif (hoaks, ujaran kebencian, pornografi) di media sosial? bagaimana respon anda? Atau Apakah anda pernah mengalami interaksi tidak menyenangkan *(cyberbullying,* pelanggaran privasi)? ceritakan!
   "Responnya sebagai penonton aja, kayak wow gitu. Kalau ujaran kebencian banyak banget kak, apalagi gosip-gosip. Komentar menjatuhkan juga sering banget. Tapi kalau komen di sosmed enggak, komennya di hati aja. Soalnya kalau di sosmed diujet balik"
6. Ketika berbeda pendapat dengan orang lain di media sosial, bagaimana cara anda menyampaikan pendapat agar tidak menyinggung atau merendahkan orang lain? Bagaimana cara anda menjaga komunikasi tetap baik ketika terjadi perbedaan pendapat di media sosial?
   "Berbeda pendapat itu pernah sih. Tapi kalau liat pendapat orang lain kok mereka lebih setuju pendapat itu, jadi saya ngerasa mending gak usah komen. Makanya saya gak pernah komen di sosmed"
   "waktu itu pernah bahas tugas juju raku ga pernah ikut-ikut aku orang nya diem banget kak"

7. Ketika menerima berita atau konten di media sosial, apakah anda langsung percaya atau biasanya memeriksa kebenarannya terlebih dahulu? ceritakan!
   "Percaya. Kalau saya udah liat ini lucu ya aku kirim, kalau berita hot ya aku kirim. Gak pernah memilah-milah"
8. Apa yang biasanya anda lakukan sebelum membagikan informasi agar tidak menimbulkan kesalahpahaman atau merugikan orang lain?
   "Gak pernah sih kak, langsung kirim aja"
9. Pernahkah anda membuat atau membagikan pesan, nasihat, atau konten edukasi di media sosial? ceritakan!
   "Oh sering bikin video paling video velosity yang sedang trend aja kak. Tapi biasanya semua video cuma kayak video biasa aja, posting kalau asik. Gak pernah mikir lebih jauh"
10. Bagaimana cara anda memilih kata-kata agar pesan yang anda sampaikan jelas, tegas, tetapi tetap mudah dipahami oleh audiens?
    "Biasanya gak mikir panjang, posting aja kalau videonya dan udah sreg"
11. Apakah pesan yang anda sampaikan memberi pengaruh atau kesan bagi orang lain?
12. Pernahkah anda mengalami situasi ketika pesan di media sosial sulit dipahami? bagaimana cara anda mengatasinya?
13. Bagaimana cara anda menyusun kalimat agar pesan yang anda sampaikan mudah dipahami oleh orang dari berbagai latar belakang?

Informan 3

1. Identitas diri
   a. Kode : 1-3
   b. Usia : 19 Tahun
   c. Mahasiswa/pelajar/berkerja : Mahasiswa
2. Apakah anda menggunakan handphone dan platform media sosial dalam kehidupan sehari-hari?
   "Iya, main setiap hari"
3. Platform media sosial apa saja yang anda gunakan dalam kehidupan sehari-hari?
   "Instagram dan TikTok WhatsApp"
4. Konten apa yang paling sering anda lihat atau bagikan di media sosial?
   "Kalau aku itu biasa masak-masak, sesuai FYP"
5. Pernahkah anda menemukan konten negatif (hoaks, ujaran kebencian, pornografi) di media sosial? bagaimana respon anda? Atau Apakah anda pernah mengalami interaksi tidak menyenangkan *(cyberbullying,* pelanggaran privasi)? ceritakan!
   "Iya sering. Tapi gak nanggepin, scroll-scroll aja. Komennya di hati aja"
6. Ketika berbeda pendapat dengan orang lain di media sosial, bagaimana cara anda menyampaikan pendapat agar tidak menyinggung atau merendahkan orang lain? Dan Bagaimana cara anda menjaga komunikasi tetap baik ketika terjadi perbedaan pendapat di media sosial?
   "jujur belum pernah dan sama juga si polling di WhastApp biar cepet"
7. Ketika menerima berita atau konten di media sosial, apakah anda langsung percaya atau biasanya memeriksa kebenarannya terlebih dahulu? ceritakan!
   "Kalau video lucu langsung share, gak pernah dicek dulu"
8. Apa yang biasanya anda lakukan sebelum membagikan informasi agar tidak menimbulkan kesalahpahaman atau merugikan orang lain?
   "Langsung kirim aja, gak pernah memilah"
9. Pernahkah anda membuat atau membagikan pesan, nasihat, atau konten edukasi di media sosial? ceritakan!

"Gak pernah bikin konten edukasi paling konten video velosity yang sedang trend aja"

10. Bagaimana cara anda memilih kata-kata agar pesan yang anda sampaikan jelas, tegas, tetapi tetap mudah dipahami oleh audiens?
    "Gak pernah bikin konten, jadi gak mikir kata-kata"
11. Apakah pesan yang anda sampaikan memberi pengaruh atau kesan bagi orang lain?
    "Kalau posting video lucu, ya sekadar hiburan aja"
12. Pernahkah anda mengalami situasi ketika pesan di media sosial sulit dipahami? bagaimana cara anda mengatasinya?
    "Gak pernah ngalamin ribet, biasanya langsung aja"
13. Bagaimana cara anda menyusun kalimat agar pesan yang anda sampaikan mudah dipahami oleh orang dari berbagai latar belakang?
    "Gak pernah bikin konten, jadi gak nyusun kalimat khusus"

Informan 4

1. Identitas diri
   a. Kode : 1-4
   b. Usia : 22 Tahun
   c. Mahasiswa/pelajar/berkerja : mahasiswa
2. Apakah anda menggunakan handphone dan platform media sosial dalam kehidupan sehari-hari?
   "tentunya pake"
3. Platform media sosial apa saja yang anda gunakan dalam kehidupan sehari-hari?
   "instagram, WhatsApp, TikTok.
4. Konten apa yang paling sering anda lihat atau bagikan di media sosial?
   "Konten story teman, konten teknik. Random juga, tapi seringnya konten anak teknik"
5. Pernahkah anda menemukan konten negatif (hoaks, ujaran kebencian, pornografi) di media sosial? bagaimana respon anda? Atau Apakah anda pernah mengalami interaksi tidak menyenangkan *(cyberbullying,* pelanggaran privasi)? ceritakan!
   "Kalau pornografi jarang. Tapi kalau ujaran kebencian, bullying sering. Konten hoax juga sering. Kalau saya tidak fokus di kontennya, saya mencari sumber yang akurat dulu baru tahu bener-salahnya"
6. Ketika berbeda pendapat dengan orang lain di media sosial, bagaimana cara anda menyampaikan pendapat agar tidak menyinggung atau merendahkan orang lain? Dan Bagaimana cara anda menjaga komunikasi tetap baik ketika terjadi perbedaan pendapat di media sosial?
   "Lebih banyak mendengarkan, gak ikut-ikutan. Kalau di WA beda pendapat wajar, biasanya cari keputusan yang paling optimal dengan memperbanyak sumber"
7. Ketika menerima berita atau konten di media sosial, apakah anda langsung percaya atau biasanya memeriksa kebenarannya terlebih dahulu? ceritakan!

"Dilihat dulu sumbernya. Karena beberapa sumber di negara kita ada yang hoax"

8. Apa yang biasanya anda lakukan sebelum membagikan informasi agar tidak menimbulkan kesalahpahaman atau merugikan orang lain?
   "Sebelum dibagikan pasti dilihat dulu kontennya. Kalau sudah benar dan bermanfaat baru di-share. Kalau konten random gak penting, gak dibagikan"
9. Pernahkah anda membuat atau membagikan pesan, nasihat, atau konten edukasi di media sosial? ceritakan!
   "Gak pernah bikin video edukasi, hanya untuk melihat saja"
10. Bagaimana cara anda memilih kata-kata agar pesan yang anda sampaikan jelas, tegas, tetapi tetap mudah dipahami oleh audiens?
    "Lebih banyak mendengarkan, kalau ada beda pendapat cari keputusan optimal. Waktu ngerjain tugas makalah ada beberapa yng ngirim jurnalkan yg beda judul nah pake polling juga biar cepet selesai"
11. Apakah pesan yang anda sampaikan memberi pengaruh atau kesan bagi orang lain?
    "Kalau konten bermanfaat baru dibagikan, jadi memberi pengaruh positif"
12. Pernahkah anda mengalami situasi ketika pesan di media sosial sulit dipahami? bagaimana cara anda mengatasinya?
    "Kalau ada beda pendapat di WA, biasanya dijelaskan lagi kalo orang tersebut gak paham. biasanya si kalo ada yang nanyain tugas, nah kalo temen aku gak paham-paham aku jelasin terus sampe dia paham dengan nada lembut"
13. Bagaimana cara anda menyusun kalimat agar pesan yang anda sampaikan mudah dipahami oleh orang dari berbagai latar belakang?
    "Dengan memperbanyak sumber, lalu mencari keputusan yang paling optimal"

Informan 5

1. Identitas diri
   a. Kode : 1-5
   b. Usia : 22 Tahun
   c. Mahasiswa/pelajar/berkerja : Mahasiswa
2. Apakah anda menggunakan handphone dan platform media sosial dalam kehidupan sehari-hari?
   "Pastinya 24/7 pake terus kak"
3. Platform media sosial apa saja yang anda gunakan dalam kehidupan sehari-hari?
   "Lebih ke TikTok, Kebetulan yang paling dominan adalah TikTok. WA juga"
4. Konten apa yang paling sering anda lihat atau bagikan di media sosial?
   "Lebih ke hiburan aja sih, style juga. Selain itu berita-berita trending hari ini"
5. Pernahkah anda menemukan konten negatif (hoaks, ujaran kebencian, pornografi) di media sosial? bagaimana respon anda? Atau Apakah anda pernah mengalami interaksi tidak menyenangkan *(cyberbullying,* pelanggaran privasi)? ceritakan!
   "Pernah, terutama cyberbullying di komentar orang. Waktu itu ada kasus Sahroni, saya sempat beberapa kali komen, tapi hanya sekadar setuju, bukan menyerang"
6. Ketika berbeda pendapat dengan orang lain di media sosial, bagaimana cara anda menyampaikan pendapat agar tidak menyinggung atau merendahkan orang lain? Dan Bagaimana cara anda menjaga komunikasi tetap baik ketika terjadi perbedaan pendapat di media sosial?
   "Pernah berbeda pendapat, contohnya kasus lomba yang dicurangi juri. Kalau komen, bukan menyerang tapi lebih berpendapat. Kalau di WA biasanya pakai polling biar adil dan gak berantem"
7. Ketika menerima berita atau konten di media sosial, apakah anda langsung percaya atau biasanya memeriksa kebenarannya terlebih dahulu? ceritakan!

"Biasanya dicek dulu sumbernya, lihat komentar juga. Kalau trusted baru dianggap benar"

8. Apa yang biasanya anda lakukan sebelum membagikan informasi agar tidak menimbulkan kesalahpahaman atau merugikan orang lain?
   "Selektif banget. Biasanya hanya share ke teman-teman kalau kontennya jelas, trending, dan trusted. Jarang share kalau kontennya sepi"
9. Pernahkah anda membuat atau membagikan pesan, nasihat, atau konten edukasi di media sosial? ceritakan!
   "Pernah bikin konten evaluasi dosen di aplikasi kampus, lumayan rame sampai 400 ribu penonton. Kadang bikin konten edukasi juga"
10. Bagaimana cara anda memilih kata-kata agar pesan yang anda sampaikan jelas, tegas, tetapi tetap mudah dipahami oleh audiens?
    "Biasanya berusaha bikin video bagus, pakai sound TikTok yang lagi viral biar mudah dipahami dan disukai orang"
11. Apakah pesan yang anda sampaikan memberi pengaruh atau kesan bagi orang lain?
    "Iya, konten evaluasi dosen sempat booming dan memberi kesan ke banyak orang"
12. Pernahkah anda mengalami situasi ketika pesan di media sosial sulit dipahami? bagaimana cara anda mengatasinya?
    "Kalau bikin konten, selalu dicari dulu efek dan sound yang tren supaya mudah dipahami"
13. Bagaimana cara anda menyusun kalimat agar pesan yang anda sampaikan mudah dipahami oleh orang dari berbagai latar belakang?
    "Dengan menyesuaikan tren, sound, dan editing supaya pesan bisa diterima semua orang

Infroman 6

1. Identitas diri
   a. Kode : 1-6
   b. Usia : 22 Tahun
   c. Mahasiswa/pelajar/berkerja : Mahasiswa
2. Apakah anda menggunakan handphone dan platform media sosial dalam kehidupan sehari-hari?
   "Ya pake"
3. Platform media sosial apa saja yang anda gunakan dalam kehidupan sehari-hari?
   "Sama aku juga pake Instagram, TikTok dan WhatsApp"
4. Konten apa yang paling sering anda lihat atau bagikan di media sosial?
   "Berita penting, bencana alam, politik, hiburan. Kadang random juga"
5. Pernahkah anda menemukan konten negatif (hoaks, ujaran kebencian, pornografi) di media sosial? bagaimana respon anda? Atau Apakah anda pernah mengalami interaksi tidak menyenangkan *(cyberbullying,* pelanggaran privasi)? ceritakan!
   "Sering lihat berita fake dari AI, juga ada cyberbullying. Tapi saya tidak merespon, lebih memilih diam"
6. Ketika berbeda pendapat dengan orang lain di media sosial, bagaimana cara anda menyampaikan pendapat agar tidak menyinggung atau merendahkan orang lain? Dan Bagaimana cara anda menjaga komunikasi tetap baik ketika terjadi perbedaan pendapat di media sosial?
   "Jarang komen di media sosial. Kalau di WA sering ikut berdiskusi, biasanya baca dulu komentar atau reception sebelum menanggapi"
7. Ketika menerima berita atau konten di media sosial, apakah anda langsung percaya atau biasanya memeriksa kebenarannya terlebih dahulu? ceritakan!
   "Dilihat dulu reception atau komentar. Kadang tertipu AI, jadi harus dicek apakah asli atau tidak"
8. Apa yang biasanya anda lakukan sebelum membagikan informasi agar tidak menimbulkan kesalahpahaman atau merugikan orang lain?

"Baca dulu komentar, cek reception, pastikan konten benar sebelum dibagikan"

9. Pernahkah anda membuat atau membagikan pesan, nasihat, atau konten edukasi di media sosial? ceritakan!
   "Pernah bikin video edukasi tentang sampah dan sejarah reformasi. Dirangkum supaya lebih mudah dipahami"
10. Bagaimana cara anda memilih kata-kata agar pesan yang anda sampaikan jelas, tegas, tetapi tetap mudah dipahami oleh audiens?
    "Menggunakan bahasa sehari-hari yang mudah dipahami, dirangkum, dan diberi kesimpulan singkat"
11. Apakah pesan yang anda sampaikan memberi pengaruh atau kesan bagi orang lain?
    "Video edukasi diedit dengan hashtag viral dan opening menarik supaya berkesan dan memberi pengaruh positif"
12. Pernahkah anda mengalami situasi ketika pesan di media sosial sulit dipahami? bagaimana cara anda mengatasinya?
    "Kadang orang malas baca panjang, jadi dibuat singkat dan jelas, hanya kesimpulannya"
13. Bagaimana cara anda menyusun kalimat agar pesan yang anda sampaikan mudah dipahami oleh orang dari berbagai latar belakang?
    "Menggunakan bahasa sehari-hari, merangkum isi, dan menyesuaikan tren agar mudah dipahami semua orang"

Informan 7

1. Identitas diri
   a. Kode : 1-7
   b. Usia : 22 Tahun
   c. Mahasiswa/pelajar/berkerja : Mahasiswa
2. Apakah anda menggunakan handphone dan platform media sosial dalam kehidupan sehari-hari?
   "tentunya"
3. Platform media sosial apa saja yang anda gunakan dalam kehidupan sehari-hari?
   "TikTok, IG, WA"
4. Konten apa yang paling sering anda lihat atau bagikan di media sosial?
   "Make up, masak-masak, tips and tricks, random di TikTok sesuai fyp"
5. Pernahkah anda menemukan konten negatif (hoaks, ujaran kebencian, pornografi) di media sosial? bagaimana respon anda? Atau Apakah anda pernah mengalami interaksi tidak menyenangkan *(cyberbullying,* pelanggaran privasi)? ceritakan!
   "Iya sering. Banyak banget konten hoax, ujaran kebencian, cyberbullying, bahkan pelanggaran privasi"
6. Ketika berbeda pendapat dengan orang lain di media sosial, bagaimana cara anda menyampaikan pendapat agar tidak menyinggung atau merendahkan orang lain? Dan Bagaimana cara anda menjaga komunikasi tetap baik ketika terjadi perbedaan pendapat di media sosial?
   Pernah berbeda pendapat, contohnya soal make up. Saya bilang gak apa-apa karena saya suka make up. Biasanya tetap komunikasi lewat komen atau replay supaya terjaga"
7. Ketika menerima berita atau konten di media sosial, apakah anda langsung percaya atau biasanya memeriksa kebenarannya terlebih dahulu? ceritakan!
   "Kalau mau share ke keluarga biasanya random aja. Tapi kalau untuk tanggung jawab, harus pastikan datanya benar, sesuai fakta, gak bohong-bohong"

8. Apa yang biasanya anda lakukan sebelum membagikan informasi agar tidak menimbulkan kesalahpahaman atau merugikan orang lain?
   "Biasanya gak dicek, random aja. Kalau ke keluarga langsung kirim"
9. Pernahkah anda membuat atau membagikan pesan, nasihat, atau konten edukasi di media sosial? ceritakan!
   "Edukasi gak, lebih ke tutorial aja. Kayak make up gitu-gitu"
10. Bagaimana cara anda memilih kata-kata agar pesan yang anda sampaikan jelas, tegas, tetapi tetap mudah dipahami oleh audiens?
    "Karena saya suka gagap kalau ngomong, jadi lebih sering masukin informasi lewat teks di video, bukan voiceover"
11. Apakah pesan yang anda sampaikan memberi pengaruh atau kesan bagi orang lain?
    "Video tutorial make up memberi kesan positif, orang bisa belajar dari konten saya"
12. Pernahkah anda mengalami situasi ketika pesan di media sosial sulit dipahami? bagaimana cara anda mengatasinya?
    "Kalau ngomong suka gagap, jadi diatasi dengan teks tambahan di video supaya jelas"
13. Bagaimana cara anda menyusun kalimat agar pesan yang anda sampaikan mudah dipahami oleh orang dari berbagai latar belakang?
    "Menggunakan teks sederhana di video, bukan voiceover, supaya semua orang bisa paham"

Informan 8

1. Identitas diri
   a. Kode : 1-8
   b. Usia : 22 Tahun
   c. Mahasiswa/pelajar/berkerja : Mahasiswa
2. Apakah anda menggunakan handphone dan platform media sosial dalam kehidupan sehari-hari?
   "Pasti pakai media sosial sehari-hari"
3. Platform media sosial apa saja yang anda gunakan dalam kehidupan sehari-hari?
   "Instagram dan TikTok sama WhatsApp juga"
4. Konten apa yang paling sering anda lihat atau bagikan di media sosial?
   "K-pop, interpreter, Jepang, Thailand. Juga berita politik, Palestina, pemerintahan, ekonomi (IHSG), isu daerah, dan konten viral"
5. Pernahkah anda menemukan konten negatif (hoaks, ujaran kebencian, pornografi) di media sosial? bagaimana respon anda? Atau Apakah anda pernah mengalami interaksi tidak menyenangkan *(cyberbullying,* pelanggaran privasi)? ceritakan!
   "Pernah. Pornografi banyak, cyberbullying juga pernah lihat di komentar. Pelanggaran privasi tidak pernah dialami langsung"
6. Ketika berbeda pendapat dengan orang lain di media sosial, bagaimana cara anda menyampaikan pendapat agar tidak menyinggung atau merendahkan orang lain? Dan Bagaimana cara anda menjaga komunikasi tetap baik ketika terjadi perbedaan pendapat di media sosial?
   "Aku pernah nemu postingan video, dimana video itu lagi nampilin mbak-mbak yang lagi stres sama kehidupannya. Terus aku nemu satu komentar yang buruk isinya kayak gini, 'Mbak kamu tuh ga pantas hidup tau, mending mati aja sekalian. Kalo kamu mati kan semua masalahmu selesai, terus juga kamu jadi ga nyusahin orang tuamu lagi. Dan kamu tuh pantas dapetin kayak gini, jangan jadi wanita sok tangguh deh.' Terus aku tanggapin komennya, 'Mbak kita itu sama-sama wanita, ga sepantasnya kamu

ngomong kayak gitu, plis women support women, kamu jangan judge mbaknya kayak gitu kalo kamu belum ngerasain itu, kamu ga tau betapa susahnya mbak itu ngehadapin hidupnya. Kalo emang kamu ga bisa support plis ga usah ngomong yang ga baik di sini.'"

7. Ketika menerima berita atau konten di media sosial, apakah anda langsung percaya atau biasanya memeriksa kebenarannya terlebih dahulu? ceritakan!
   "kadang diliat kadang engga"
8. Apa yang biasanya anda lakukan sebelum membagikan informasi agar tidak menimbulkan kesalahpahaman atau merugikan orang lain?
   "Jarang share video fake. Kalau share, biasanya cek dulu apakah trusted. Pernah sekali share video fake, lalu ditarik kembali setelah tahu tidak benar"
9. Pernahkah anda membuat atau membagikan pesan, nasihat, atau konten edukasi di media sosial? ceritakan!
   "Tidak pernah bikin konten edukasi. Pernah bikin konten eksplorasi di TikTok, dan konten edukasi hanya kalau ada tugas kuliah"
10. Bagaimana cara anda memilih kata-kata agar pesan yang anda sampaikan jelas, tegas, tetapi tetap mudah dipahami oleh audiens?
    "Kalau bikin konten edukasi untuk tugas, biasanya dirangkum singkat supaya mudah dipahami"
11. Apakah pesan yang anda sampaikan memberi pengaruh atau kesan bagi orang lain?
    "Kalau konten edukasi tugas, memberi kesan positif karena jelas dan bermanfaat. Kalau konten eksplorasi, lebih ke hiburan"
12. Pernahkah anda mengalami situasi ketika pesan di media sosial sulit dipahami? bagaimana cara anda mengatasinya?
    "Pernah, kalau konten panjang orang malas baca. Jadi dibuat ringkas dan jelas"
13. Bagaimana cara anda menyusun kalimat agar pesan yang anda sampaikan mudah dipahami oleh orang dari berbagai latar belakang?
    "Dengan merangkum isi, menggunakan bahasa sederhana, dan memastikan konten sesuai fakta"

Infroman 9

1. Identitas diri
   a. Kode : 1-9
   b. Usia : 22 Tahun
   c. Mahasiswa/pelajar/berkerja : Mahasiswa
2. Apakah anda menggunakan handphone dan platform media sosial dalam kehidupan sehari-hari?
   "Ya, sehari-hari pakai HP"
3. Platform media sosial apa saja yang anda gunakan dalam kehidupan sehari-hari?
   "WhatsApp, Instagram, TikTok"
4. Konten apa yang paling sering anda lihat atau bagikan di media sosial?
   "Hiburan, masak, boyband Korea, video lucu. TikTok juga untuk cari referensi skripsi dan tutorial"
5. Pernahkah anda menemukan konten negatif (hoaks, ujaran kebencian, pornografi) di media sosial? bagaimana respon anda? Atau Apakah anda pernah mengalami interaksi tidak menyenangkan *(cyberbullying,* pelanggaran privasi)? ceritakan!
   "Tidak pernah menerima komentar negatif langsung. Tapi sering melihat komentar cyberbullying di akun orang lain. Respon saya: tidak ikut-ikutan, kalau tidak suka tinggal block atau skip"
6. Ketika berbeda pendapat dengan orang lain di media sosial, bagaimana cara anda menyampaikan pendapat agar tidak menyinggung atau merendahkan orang lain? Dan Bagaimana cara anda menjaga komunikasi tetap baik ketika terjadi perbedaan pendapat di media sosial?
   "Dengan bahasa yang baik dan benar, tanpa mengejek. Kalau diskusi kelompok di WA, semua pendapat disaring lalu dipilih yang paling sesuai tanpa menyampingkan yang lain"
7. Ketika menerima berita atau konten di media sosial, apakah anda langsung percaya atau biasanya memeriksa kebenarannya terlebih dahulu? ceritakan!

"Tidak pernah cek kebenaran. Kalau lucu langsung share. Kalau berita, saya anggap sudah disaring di media sosial, jadi tinggal share saja"

8. Apa yang biasanya anda lakukan sebelum membagikan informasi agar tidak menimbulkan kesalahpahaman atau merugikan orang lain?
   "Tidak peduli apakah fake atau real. Kalau menurut saya lucu atau menarik, langsung saya share. Tidak pernah mikirin dampaknya"
9. Pernahkah anda membuat atau membagikan pesan, nasihat, atau konten edukasi di media sosial? ceritakan!
   "Tidak pernah bikin konten edukasi. Mungkin dulu SMA pernah, tapi di kuliah tidak pernah. Kalau sekarang hanya posting jualan prelove di story IG dengan detail produk (ukuran, lingkar dada, panjang, dll.) supaya orang paham"
10. Bagaimana cara anda memilih kata-kata agar pesan yang anda sampaikan jelas, tegas, tetapi tetap mudah dipahami oleh audiens?
    "Kalau jualan, langsung tulis detail produk seperti ukuran, panjang, lingkar dada. Jadi orang bisa paham tanpa perlu tanya banyak"
11. Apakah pesan yang anda sampaikan memberi pengaruh atau kesan bagi orang lain?
    "Iya, kalau jualan orang langsung paham dari detail yang saya tulis. Mereka biasanya hanya tanya harga atau cara transaksi"
12. Pernahkah anda mengalami situasi ketika pesan di media sosial sulit dipahami? bagaimana cara anda mengatasinya?
    "Kalau ada yang kurang jelas, orang langsung nanya. Saya jawab detailnya, misalnya harga atau metode pembayaran"
13. Bagaimana cara anda menyusun kalimat agar pesan yang anda sampaikan mudah dipahami oleh orang dari berbagai latar belakang?
    "Dengan bahasa sederhana, langsung ke poin penting, dan mencantumkan detail produk supaya jelas"

Infroman 10

1. Identitas diri
   a. Kode : 1-10
   b. Usia : 22 Tahun
   c. Mahasiswa/pelajar/berkerja : Mahasiswa
2. Apakah anda menggunakan handphone dan platform media sosial dalam kehidupan sehari-hari?
   "Ya, sehari-hari pakai HP"
3. Platform media sosial apa saja yang anda gunakan dalam kehidupan sehari-hari?
   "Media sosial yang paling sering digunakan TikTok, IG, WA"
4. Konten apa yang paling sering anda lihat atau bagikan di media sosial?
   "Informasi, edukasi, video lucu. Kadang share konten motivasi atau keseharian orang lain"
5. Pernahkah anda menemukan konten negatif (hoaks, ujaran kebencian, pornografi) di media sosial? bagaimana respon anda? Atau Apakah anda pernah mengalami interaksi tidak menyenangkan *(cyberbullying,* pelanggaran privasi)? ceritakan!
   "Sering lihat konten negatif, termasuk hoaks dan komentar bullying. Respon saya: tidak ikut komen, tidak terlalu dipikirkan, lebih baik dijadikan pelajaran atau dihindari"
6. Ketika berbeda pendapat dengan orang lain di media sosial, bagaimana cara anda menyampaikan pendapat agar tidak menyinggung atau merendahkan orang lain? Dan Bagaimana cara anda menjaga komunikasi tetap baik ketika terjadi perbedaan pendapat di media sosial?
   "Kalau berbeda pendapat, biasanya lewat forum diskusi kelompok. Semua pendapat disampaikan, lalu dicari jalan keluar bersama, bisa lewat voting. Jadi keputusan bersama tanpa menyinggung orang lain"
7. Ketika menerima berita atau konten di media sosial, apakah anda langsung percaya atau biasanya memeriksa kebenarannya terlebih dahulu? ceritakan!

“Sebelum share informasi penting, saya pastikan sumbernya valid, misalnya dari website resmi atau akun official”

8. Apa yang biasanya anda lakukan sebelum membagikan informasi agar tidak menimbulkan kesalahpahaman atau merugikan orang lain?
   “Cek dulu sumbernya, pastikan valid. Kalau konten penting, saya lihat dari akun resmi atau website. Kalau hiburan, biasanya langsung share”
9. Pernahkah anda membuat atau membagikan pesan, nasihat, atau konten edukasi di media sosial? ceritakan!
   “Pernah bikin video edukasi Mafalla: pengenalan alat safety untuk arung jeram dan climbing, cara membuat flip line, prosedur penggunaan alat. Juga pernah bikin video edukasi pemberdayaan desa: olahan susu (stik susu, puding, bolu, es krim), cara produksi dengan PIRT, promosi di bazar. Selain itu pernah bikin infografis desa”
10. Bagaimana cara anda memilih kata-kata agar pesan yang anda sampaikan jelas, tegas, tetapi tetap mudah dipahami oleh audiens?
    “Menggunakan bahasa sederhana, bukan bahasa ilmiah. Kata-kata singkat, umum, dan mudah dipahami. Visual juga diperhatikan supaya jelas”
11. Apakah pesan yang anda sampaikan memberi pengaruh atau kesan bagi orang lain?
    “Iya, konten edukasi memberi kesan positif. Misalnya pengenalan alat safety dan olahan susu membuat orang paham manfaatnya. Promosi di bazar juga memberi dampak nyata”
12. Pernahkah anda mengalami situasi ketika pesan di media sosial sulit dipahami? bagaimana cara anda mengatasinya?
    “Kalau ada salah paham, saya jelaskan detail lewat DM atau telepon. Supaya tidak menyebarkan opini salah, saya luruskan langsung ke orangnya”
13. Bagaimana cara anda menyusun kalimat agar pesan yang anda sampaikan mudah dipahami oleh orang dari berbagai latar belakang?
    "Singkat saja, jadi kayak kebanyakan kan orang-orang sekarang tuh gak mau lihat durasi yang panjang ya, jadi kayak aku berbentuk klip-klip

misalkan. Kebanyakan aku bikinnya di TikTok kayak gitu, kayak durasinya gak terlalu panjang supaya apa, supaya gak bosan, terus dikemas juga secara lebih menarik misalnya kayak banyak animasi, terus kayak gambar-gambar, terus lain itu dari bahasa, dari segi bahasanya juga aku sebisa mungkin kayak menyederhanakan bahasa tersebut, jadi kayak gak pakai bahasa ilmiahnya terus kayak bener-bener bahasa yang umum dan general, dan bener-bener bisa dipahami gitu. Jadi bahasanya sederhana, terus habis itu dari visualnya kan, jadi kayak misalnya kata-katanya juga gak terlalu panjang, gak terlalu ribet, terus habis itu yang aku lakuin sering itu dari mungkin dari editingnya ya, dari editingnya, dari misalkan penggunaan font biar lebih jelas juga, kayak misalkan yang lebih penting itu di-bold, terus habis itu mungkin dari warnanya juga, kayak semua aspeknya aku pikirin juga untuk gimana sih orang lain itu lebih interest sama lebih gampang paham, karena kan biasanya orang-orang juga banyak paham dan cepat paham kalau misalkan di-highlight atau misalkan dikasih warna tertentu, kayak gitu. Jadi kesannya si konten itu tuh gak monoton kayak gitu, jadi untuk memahami, untuk membuat orang lain paham, aku biasanya melakukan hal yang seperti itu"

Informan 11

1. Identitas diri
   d. Kode : 1-11
   e. Usia : 22 Tahun
   f. Mahasiswa/pelajar/berkerja : Mahasiswa
2. Apakah anda menggunakan handphone dan platform media sosial dalam kehidupan sehari-hari?

   “Informan menggunakan handphone dan media sosial dalam kehidupan sehari-hari”
3. Platform media sosial apa saja yang anda gunakan dalam kehidupan sehari-hari?

   “Platform yang paling sering digunakan adalah TikTok, WhatsApp, dan Instagram. Informan menyebutkan TikTok sebagai platform yang paling sering digunakan”
4. Konten apa yang paling sering anda lihat atau bagikan di media sosial?

   “Informan paling sering melihat konten memasak dan berita, terutama berita yang sedang viral di TikTok”
5. Pernahkah anda menemukan konten negatif di media sosial? Bagaimana respon anda?

   “Informan pernah menemukan hoaks atau informasi yang tidak sesuai dengan fakta, termasuk cerita mengenai kehidupan orang lain yang belum tentu benar dan dapat menyerupai gibah. Ketika menemukan komentar atau konten seperti itu, informan cenderung hanya membaca dan tidak ikut terlibat”
6. Ketika berbeda pendapat dengan orang lain di media sosial, bagaimana cara anda menyampaikan pendapat agar tidak menyinggung atau merendahkan orang lain? Bagaimana cara menjaga komunikasi tetap baik?

   “Informan berusaha menyampaikan pendapat dengan cara yang tidak kasar atau “barbar”. Ketika memiliki pendapat berbeda, informan tetap menghargai pendapat orang lain dan menyampaikannya dengan bahasa

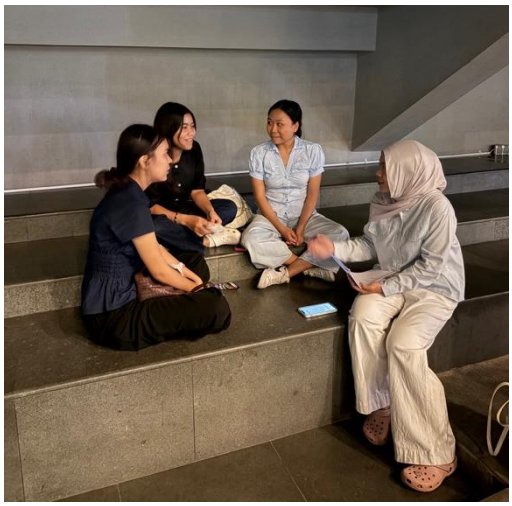
yang lebih halus. Dalam situasi tertentu, informan memilih memendam pendapat dan mengikuti pembicaraan agar komunikasi tetap berjalan baik"

7. Ketika menerima berita atau konten di media sosial, apakah anda langsung percaya atau memeriksa kebenarannya terlebih dahulu?
   "Informan mengatakan bahwa terkadang langsung melihat informasi, tetapi untuk berita yang dianggap penting, informan akan mencari dan memeriksa data terlebih dahulu untuk memastikan kebenarannya"
8. Apa yang biasanya anda lakukan sebelum membagikan informasi agar tidak menimbulkan kesalahpahaman atau merugikan orang lain?
   "Berdasarkan jawaban informan, ketika informasi dianggap penting, informan mencari data dan memeriksa kebenarannya terlebih dahulu sebelum menyebarkannya. Namun, tidak terdapat penjelasan lebih rinci mengenai langkah yang dilakukan sebelum membagikan informasi"
9. Pernahkah anda membuat atau membagikan pesan, nasihat, atau konten edukasi di media sosial?
   "Informan menyatakan tidak membuat konten edukasi secara khusus. Namun, dalam konteks tertentu seperti mempresentasikan sesuatu kepada orang lain, informan menyadari bahwa hal tersebut dapat berkaitan dengan edukasi"
10. Bagaimana cara anda memilih kata-kata agar pesan yang anda sampaikan jelas, tegas, tetapi tetap mudah dipahami oleh audiens?
    "Belum terjawab secara spesifik dalam transkrip. Ada jawaban bahwa informan tidak berbicara secara kasar atau "barbar", tetapi belum menjelaskan secara khusus bagaimana memilih kata-kata agar pesan jelas dan mudah dipahami"
11. Apakah pesan yang anda sampaikan memberi pengaruh atau kesan bagi orang lain?
    "Belum terjawab dalam transkrip"
12. Pernahkah anda mengalami situasi ketika pesan di media sosial sulit dipahami? Bagaimana cara anda mengatasinya?
    Belum terjawab dalam transkrip.

13. Bagaimana cara anda menyusun kalimat agar pesan yang anda sampaikan mudah dipahami oleh orang dari berbagai latar belakang?
    Belum terjawab secara spesifik dalam transkrip**.**

Lampiran 3

DOKUEMNTASI WAWANCARA UNTUK INFORMAN GENERASI Z DI KOTA YOGYAKARTA















Gambar 1.2 Dokumentasi wawancara informan Generasi Z di kota Yogyakarta