

Etika Media Sosial dan Implikasinya bagi Individu dan Masyarakat

Katarina Rensa Nana¹, Fadil Mas'ud², Stefani Bitu Gemian³, Florentina Sanung⁴, Aprilini Dima Keba⁵, Maria Trivonia Jelita⁶

^{1 s.d 6} Universitas Nusa Cendana, Nusa Tenggara Timur, Indonesia
Email Koresponden: rensanana@gmail.com

Abstrak

Perkembangan teknologi digital telah membawa media sosial menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari masyarakat modern. Penggunaan media sosial yang masih menimbulkan berbagai implikasi etis, baik pada tingkat individu maupun sosial. Artikel ini bertujuan untuk mengkaji konsep etika dalam penggunaan media sosial serta dampaknya terhadap perilaku individu dan dinamika sosial. Melalui pendekatan kualitatif dengan studi pustaka, penelitian ini menemukan bahwa rendahnya kesadaran etika digital dapat memicu penyebaran informasi palsu, ujaran kebencian, serta pelanggaran privasi. Di sisi lain, media sosial juga berpotensi menjadi ruang positif untuk membangun solidaritas sosial, partisipasi publik, dan ekspresi diri, apabila digunakan secara etis dan bertanggung jawab. Etika media sosial memiliki dampak signifikan pada masyarakat dan individu, termasuk perubahan perilaku, persepsi, dan interaksi sosial. Pentingnya kesadaran etika digital dan penggunaan media sosial yang bertanggung jawab untuk menciptakan masyarakat yang lebih harmonis dan produktif. Dengan demikian, artikel ini diharapkan dapat memberikan kontribusi pada pengembangan literasi digital dan etika bermedia sosial di era digital saat ini. Oleh karena itu, penting untuk meningkatkan kesadaran dan praktik etika dalam penggunaan media sosial, serta mengembangkan strategi untuk mengurangi dampak negatifnya. Dengan demikian, penting bagi setiap individu dan lembaga untuk mengembangkan literasi digital dan etika bermedia sosial guna menciptakan ruang digital yang sehat dan produktif.

Kata Kunci: Etika Digital, Media Sosial, Masyarakat, Literasi Digital

Pendahuluan

Setiap orang membutuhkan informasi untuk menunjang aktivitas mereka, sehingga berusaha untuk mengakses informasi secepat mungkin. Teknologi informasi mengalami perkembangan dengan munculnya internet dan diikuti dengan hadirnya media sosial. Media sosial merupakan media yang memungkinkan setiap orang berinteraksi maupun bersosialisasi dan berkomunikasi tanpa terhalang ruang dan waktu. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi



dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas (Fitriani,2017)

Dalam era digital yang semakin berkembang, media sosial telah menjadi salah satu platform utama untuk pertukaran informasi. Dalam konteks media sosial, etika ini menjadi semakin kompleks. Informasi dapat dengan mudah dan cepat menyebar, tetapi tidak semua informasi yang dibagikan di platform ini dapat dianggap akurat atau bermanfaat. Berita palsu, hoaks, dan misinformasi telah menjadi isu serius yang tidak hanya merusak kredibilitas media, tetapi juga dapat memicu dampak negatif pada masyarakat. Ketika informasi yang salah menyebar, dapat timbul kebingungan, ketakutan, dan bahkan tindakan yang merugikan masyarakat luas. Etika dalam media sosial merujuk pada prinsip-prinsip moral yang mengatur cara informasi disampaikan dan diterima oleh masyarakat (Alamsyah,2024)

Sejak awal dibangun, media sosial diperuntukkan sebagai wadah bagi para penggunanya agar dapat dengan mudah berpartisipasi, berbagi, dan bertukar informasi dan ide di komunitas dan jejaring virtual. Media sosial dalam hal ini meliputi blog, jejaring sosial, forum, dan dunia visual. Produksi informasi dan berita saat ini bukan lagi eksklusif hanya dilakukan oleh penerbit berita besar. Saat ini siapa pun bisa menjadi pembuat berita dan memberikan dampak kepada orang banyak. Begitupun dengan konsumsi informasi yang dapat dengan bebas dinikmati siapa saja melalui media digital (Fitriani,2017).

Tantangan utama dalam media sosial adalah kurangnya pengawasan dan regulasi. Di dunia digital, siapa pun dapat membuat dan membagikan konten tanpa batasan yang ketat. Meskipun hal ini mendorong kreativitas dan inovasi dalam penyampaian informasi, di sisi lain, hal ini juga mempermudah penyebaran informasi yang salah. Dalam banyak kasus, individu atau kelompok dengan agenda tertentu memanfaatkan media sosial untuk menyebarkan propaganda atau informasi yang dapat membahayakan masyarakat. Dalam hal ini, etika media sosial sangat penting untuk mendapatkan informasi lebih cepat dan juga tidak terpengaruh oleh berita-berita palsu atau hoaks (Bahram,2023).

Selain itu, media sosial juga mempengaruhi cara individu berinteraksi dan berkomunikasi satu sama lain. Dalam komunikasi interpersonal yang sehat, prinsip-prinsip etika seperti kejujuran, saling menghormati, dan tanggung jawab sangat penting. Namun, di dunia maya, interaksi ini sering kali diabaikan. Banyak pengguna merasa aman untuk menyampaikan pendapat mereka tanpa memikirkan dampaknya terhadap orang lain. Fenomena cyberbullying, misalnya, menjadi semakin umum di media sosial, di mana individu diserang secara verbal dan emosional tanpa rasa takut akan konsekuensi. Hal ini menunjukkan perlunya etika yang lebih kuat dalam berkomunikasi di platform digital (Susiana,2023).

Di sisi lain, media sosial juga dapat menjadi alat yang kuat untuk menyebarkan pesan positif dan mempromosikan kesadaran sosial. Banyak gerakan sosial dan kampanye kesadaran berhasil menjangkau audiens yang lebih luas melalui media sosial. Namun, agar pesan-pesan ini sampai dengan efektif, penting untuk menerapkan etika dalam penyampaian informasi. Masyarakat perlu didorong untuk berpikir kritis dan melakukan verifikasi terhadap informasi yang mereka terima, serta mempertimbangkan dampak dari apa yang mereka bagikan (Ema, 2024).

Dengan demikian, etika dalam media sosial tidak hanya menjadi masalah teoretis, tetapi juga praktis yang memiliki implikasi nyata bagi masyarakat. Masyarakat perlu menyadari pentingnya etika dalam komunikasi, terutama di era informasi saat ini, di mana setiap individu memiliki kekuatan untuk mempengaruhi opini publik dan membentuk narasi. Penting bagi semua pihak, termasuk platform media sosial, pembuat kebijakan, dan pengguna, untuk berkolaborasi dalam menciptakan lingkungan komunikasi yang etis dan bertanggung jawab. Hal ini tidak hanya akan memperkuat kepercayaan masyarakat terhadap informasi yang diterima, tetapi juga akan membangun kesadaran yang lebih besar tentang dampak dari komunikasi yang tidak etis di era digital.(Aticha,2024)

Metode Penelitian

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis etika dalam media sosial, khususnya dalam implikasi dalam masyarakat dan individu. Metode

penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik studi pustaka. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan studi pustaka (library research) dimana peneliti mengumpulkan data dengan cara membaca, mempelajari, dan menganalisis jurnal-jurnal, buku, artikel dari peneliti terdahulu yang ada hubungannya dengan obyek penelitian serta sumber-sumber lain yang mendukung penelitian seperti foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan (Wijaya et al., 2025). (Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis etika dalam media sosial, khususnya dalam implikasi dalam masyarakat dan individu. Metode penelitian yang digunakan adalah pendekatan kualitatif dengan teknik studi pustaka. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dengan menggunakan studi pustaka (library research) dimana peneliti mengumpulkan data dengan cara membaca, mempelajari, dan menganalisis jurnal-jurnal, buku, artikel dari peneliti terdahulu yang ada hubungannya dengan obyek penelitian serta sumber-sumber lain yang mendukung penelitian seperti foto-foto, gambar, maupun dokumen elektronik yang dapat mendukung dalam proses penulisan (Siregar, 2022).

Studi Kepustakaan Menurut Sugiyono (2016:291), berkaitan dengan kajian teoritis dan referensi lain yang berkaitan dengan nilai, budaya dan norma yang berkembang pada situasi sosial yang diteliti, selain itu studi kepustakaan sangat penting dalam melakukan penelitian, hal ini dikarenakan penelitian tidak akan lepas dari literatur-literatur ilmiah. Data diperoleh dari data yang relevan terhadap permasalahan yang akan diteliti dengan melakukan studi pustaka lainnya seperti buku, jurnal, artikel, peneliti terdahulu (Ansori,2019)

Pembahasan/hasil

A. Pengertian Etika

Pengertian Etika (Etimologi), berasal dari bahasa Yunani adalah “Ethos”, yang berarti watak kesusilaan atau adat kebiasaan (custom). Etika biasanya berkaitan erat dengan perkataan moral yang merupakan istilah dari bahasa Latin, yaitu “Mos” dan dalam bentuk jamaknya “ Mores”, yang

berarti juga adat kebiasaan atau cara hidup seseorang dengan melakukan perbuatan yang baik (kesusilaan), dan menghindari hal-hal tindakan yang buruk. Etika dan moral lebih kurang sama pengertiannya, tetapi dalam kegiatan sehari-hari terdapat perbedaan, yaitu moral atau moralitas untuk penilaian perbuatan yang dilakukan, sedangkan etika adalah untuk pengkajian sistem nilai-nilai yang berlaku (Ferdinand, 2019).

Etika dalam perkembangannya sangat mempengaruhi kehidupan manusia. Etika memberi manusia orientasi bagaimana ia menjalani hidupnya melalui rangkaian tindakan sehari-hari. Itu berarti etika membantu manusia untuk mengambil sikap dan bertindak secara tepat dalam menjalani hidup ini. Etika pada akhirnya membantu kita untuk mengambil keputusan tentang tindakan apa yang perlu kita lakukan dan yang perlu kita pahami bersama bahwa etika ini dapat diterapkan dalam segala aspek atau sisi kehidupan kita, dengan demikian etika ini dapat dibagi menjadi beberapa bagian sesuai dengan aspek atau sisi kehidupan manusianya (Satar, 2022).

B. Pengertian Media Sosial

Media sosial digunakan sebagai sarana untuk berinteraksi, berkomunikasi, dan membangun jaringan melalui media komunikasi online. Pada dasarnya media sosial merupakan perkembangan mutakhir dari teknologi-teknologi web baru berbasis internet, yang memudahkan semua orang untuk dapat berkomunikasi, berpartisipasi, saling berbagi dan membentuk sebuah jaringan secara online, sehingga dapat menyebarkan konten mereka sendiri. Post di blog, tweet, atau video YouTube dapat direproduksi dan dapat dilihat secara langsung oleh jutaan orang secara gratis (Zarella, 2010).

Menurut Brogan (2010) mendefinisikan Social media sebagai berikut: "Social media is a new set of communication and collaboration tools that enable many types of interactions that were previously not available to the common person". (Sosial media adalah satu set baru komunikasi dan alat kolaborasi yang memungkinkan banyak jenis interaksi yang sebelumnya tidak tersedia untuk orang biasa).

Perkembangan teknologi yang pesat saat ini telah mempengaruhi segala aspek kehidupan manusia, termasuk dalam hal komunikasi. Internet, telah mempermudah berbagai aktivitas manusia, termasuk komunikasi. Dengan teknologi komunikasi ini, masyarakat berubah menjadi masyarakat informasi. Internet memiliki peran penting dalam komunikasi masa kini, dimana menggunakan perangkat genggam yang terhubung ke internet, informasi dapat diakses tanpa batasan ruang dan waktu. Setiap detik, manusia dapat mengakses berita terbaru hanya dengan satu klik. Penggunaan internet tidak terlepas dari penggunaan media sosial, yang telah menjadi platform utama bagi masyarakat untuk berinteraksi dan bertukar informasi (Cholik, 2021).

Kemudahan akses masyarakat terhadap media sosial juga mengakibatkan peningkatan volume informasi yang tersedia. Dampak langsung dari keberadaan media sosial ini adalah perubahan dalam berbagai aspek masyarakat, termasuk kebudayaan, gaya hidup, dan hal lainnya. Individu juga memiliki peran penting dalam menjaga etika di media sosial. Setiap pengguna media sosial bertanggung jawab untuk memastikan bahwa tindakan mereka nilai-nilai etika yang mereka wakili. Hal ini termasuk menyadari dampak dari tindakan online, mengutamakan kejujuran, menghindari penyebaran informasi palsu (Rahim, 2024).

Bijak dalam bersosial media sangat penting untuk diterapkan oleh semua kalangan. Sosial media adalah tempat untuk berbagi pengalaman, mendapatkan informasi terbaru, dan terhubung dengan orang lain secara mudah dan cepat. Menurut Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI), "bijak" berarti "selalu menggunakan akal budinya; pandai; mahir". bijak menggunakan akalnya untuk kebaikan dan tepat guna dalam bentuk perkataan maupun perbuatan. Adapun kata bijaksana memiliki pengertian yang serupa menurut KBBI (Subandowo, 2017).

Beberapa tantangan etika yang sering dihadapi di media sosial meliputi:

- a. Penyebaran Informasi yang Salah (Misinformasi dan Hoaks) Salah satu tantangan terbesar dalam etika komunikasi di media sosial adalah penyebaran informasi yang salah atau hoaks. Informasi yang tidak

terverifikasi sering kali tersebar luas tanpa ada pertimbangan apakah informasi tersebut benar atau tidak. Hoak adalah informasi yang direkayasa untuk menutupi informasi sebenarnya. Dengan kata lain, hoax juga dapat didefinisikan sebagai upaya untuk memutarbalikkan fakta dengan menggunakan informasi yang seolah-olah meyakinkan tetapi tidak dapat dipastikan benar. Salah satu dari contoh pemberitaan palsu yang sering terjadi adalah mengklaim sesuatu atau kejadian dengan nama yang berbeda dengan barang atau kejadian. Dalam istilah lain, hoax adalah suatu tipuan yang digunakan untuk membuat orang percaya pada sesuatu yang salah dan seringkali tidak masuk akal yang ditemukan di media online. Kepalsuan dianggap lebih akurat daripada kebenaran, isu dianggap lebih dapat diandalkan daripada informasi, dan bahkan rumor dianggap lebih akurat daripada kebenaran sebenarnya. Hoax bertujuan untuk membuat opini publik, menggiring opini publik, membentuk persepsi juga untuk hufing fun yang menguji kecerdasan dan kecermatan pengguna internet dan media sosial. Tujuan penyebaran hoax beragam tapi pada umumnya hoax disebarkan sebagai bahan lelucon atau sekedar iseng, menjatuhkan pesaing (black campaign), promosi dengan penipuan, ataupun ajakan untuk berbuat amalan – amalan baik yang sebenarnya belum ada dalil yang jelas di dalamnya. Namun ini menyebabkan banyak penerima hoax terpancing untuk segera menyebarkan kepada rekan sejawatnya sehingga akhirnya hoax ini dengan cepat tersebar luas (Mutiara et al., 2024).

- b. Anonymity dan Kurangnya Akuntabilitas Banyak pengguna media sosial merasa bahwa identitas mereka dapat disembunyikan di balik anonimitas. Ketika orang merasa tidak dapat dipertanggungjawabkan atas tindakan mereka, mereka cenderung lebih bebas untuk berperilaku tidak sesuai dengan etika komunikasi. Ini memberi ruang bagi perilaku tidak etis, seperti penghinaan, ujaran kebencian, atau bahkan cyberbullying (Aulia, 2023). Menurut Digital Civility Index (DCI) Indonesia berada di urutan ke-29 dari 32 negara yang disurvei untuk tingkat kesopanan, sekaligus menjadi yang terendah di Asia Tenggara. Skor kesopanan daring di Indonesia sendiri naik delapan poin, dari 67 pada

tahun 2019 menjadi 76 pada tahun 2020. Cyberbullying dilihat dari asal katanya terdiri dari dua kata yaitu cyber (internet), dan bullying (perundungan). Cyberbullying dapat diartikan sebagai perundungan online, perundungan yang dilakukan dalam dunia digital atau dunia maya atau juga dalam media sosial. Perundungan ini dapat dilakukan melalui pesan teks, e-mail, pesan instan, permainan online, situs web, chat rooms, atau melalui jejaring sosial (Kowalski and Limber 2012). Dilansir dari website Unicef (2024), Cyberbullying merupakan perilaku berulang yang ditujukan untuk menakuti, membuat marah, atau mempermalukan mereka yang menjadi sasaran. Contohnya termasuk:

- 1) Menyebarkan kebohongan tentang seseorang atau memposting foto memalukan tentang seseorang di media sosial
- 2) Mengirim pesan atau ancaman yang menyakitkan melalui platform chatting, menuliskan kata-kata menyakitkan pada kolom komentar media sosial, atau memposting sesuatu yang memalukan/menyakitkan.
- 3) Meniru atau mengatasnamakan seseorang (misalnya dengan akun palsu atau masuk melalui akun seseorang) dan mengirim pesan jahat kepada orang lain atas nama mereka.
- 4) Trolling - pengiriman pesan yang mengancam atau menjengkelkan di jejaring sosial, ruang obrolan, atau game online.
- 5) Mengucilkan, mengecualikan, anak-anak dari game online, aktivitas, atau grup pertemanan.
- 6) Menyiapkan/membuat situs atau grup (group chat, room chat) yang berisi kebencian tentang seseorang atau dengan tujuan untuk menebar kebencian terhadap seseorang.
- 7) Menghasut anak-anak atau remaja lainnya untuk mempermalukan seseorang.

Bermedia sosial adalah hak semua orang, tetapi hak ini harus diimbangi dengan tanggung jawab. Dengan menerapkan etika bermedia sosial, kita dapat menciptakan dunia digital yang lebih baik untuk semua orang. Berikut beberapa cara memanfaatkan media sosial dengan bijak.

a. Berhati-hati dalam Membagikan Unggahan

Salah satu cara memanfaatkan media sosial dengan baik adalah dengan berhati-hati membagikan unggahan. Sebab, unggahan dapat dilihat banyak orang sehingga lebih baik tidak menyebarkan konten sembarangan.

b. Hati-hati Menyebarkan Data Pribadi

Cara memanfaatkan media sosial dengan baik selanjutnya adalah berhati-hati dalam menyebarkan data pribadi, karena adanya tindakan kejahatan dengan memanfaatkan data pribadi pengguna medsos.

c. Bijak Mengatur Waktu Online

Cara memanfaatkan media sosial dengan baik berikutnya adalah bijak dalam mengatur waktu bermain medsos. Apabila sedang berkumpul dengan keluarga, lebih baik hindari bermain media sosial.

d. Menjunjung Etika Berkomunikasi

Media sosial memberikan kemudahan bagi penggunanya untuk berkomunikasi secara jarak jauh. Namun, meskipun tidak berjumpa secara langsung, pastikan untuk menjaga etika berkomunikasi. (Kusumasanthi, 2023)

Media sosial hadir layaknya sekumpulan negara atau masyarakat, dimana di dalamnya juga terdapat ragam etika dan aturan yang mengikat para penggunanya. Aturan ini ada perangkat teknologi itu merupakan sebuah mesin yang terhubung secara daring atau bisa muncul karena interaksi diantara sesama pengguna. Realitas ini senada dengan yang diungkapkan oleh Baudrillard (1994), dimana ia menggunakan istilah *simulacra* yang diartikan sebagai “bukan cerminan dari realitas”. Kesadaran akan sesuatu yang nyata di benak para pengguna media sosial semakin terdegradasi dan tergantikan realitas semu. Menurut Nasrullah (2015), kondisi ini disebabkan oleh imaji yang ditampilkan media secara terus-menerus hingga pada akhirnya khalayak seolah berada diantara realitas dan ilusi karena tanda yang ada di media seakan-akan telah terputus dari realitas. Dengan kata lain, media sosial telah menjadi realitas itu sendiri, bahkan apa yang di dalamnya justru lebih *real* dan *actual*. (Mulawarman, 2017)

Kesimpulan

Etika dalam media sosial memiliki implikasi yang signifikan pada masyarakat dan individu. Penggunaan media sosial yang tidak etis dapat menyebabkan penyebaran informasi palsu, ujaran kebencian, dan pelanggaran privasi, yang berdampak negatif pada masyarakat dan individu. Namun, dengan meningkatkan kesadaran dan praktik etika digital, media sosial dapat menjadi alat yang positif untuk membangun solidaritas sosial, partisipasi publik, dan ekspresi diri. Oleh karena itu, penting bagi individu dan masyarakat untuk memahami dan menerapkan etika media sosial yang baik.

Dengan demikian, kita dapat menciptakan ruang digital yang sehat, produktif, dan bermanfaat bagi semua pihak. Selain itu, perlu dilakukan upaya edukasi dan pelatihan untuk meningkatkan kesadaran etika digital dan mempromosikan penggunaan media sosial yang bertanggung jawab. Dengan kesadaran dan praktik etika digital yang baik, kita dapat meminimalkan dampak negatif media sosial dan memaksimalkan potensinya sebagai alat untuk membangun masyarakat yang lebih baik dan harmonis." Saran untuk penelitian selanjutnya adalah untuk mengembangkan strategi yang lebih efektif dalam meningkatkan kesadaran etika digital dan mempromosikan penggunaan media sosial yang bertanggung jawab."

Daftar Pustaka

- Alamsyah, I. L., Aulya, N., & Satriya, S. H. (2024). Transformasi media dan dinamika komunikasi dalam era digital: Tantangan dan peluang ilmu komunikasi. *Jurnal Ilmiah Research Student*, 1(3), 168-181.
- Ansori, Y. Z., Budiman, I. A., & Nahdi, D. S. (2019). Islam Dan Pendidikan Multikultural. *Jurnal Cakrawala Pendas*, 5(2), 457634.
- Aticha, V. (2024). Etika dalam Komunikasi Massa: Analisis Penyebaran Informasi di Media Sosial dan Implikasinya bagi Masyarakat. *Circle Archive*, 1(6).
- Aulia, B. W., Rizki, M., Prindiyana, P., & Surgana, S. (2023). Peran krusial jaringan komputer dan basis data dalam era digital. JUSTINFO | Jurnal Sistem Informasi dan Teknologi Informasi, 1(1), 9-20.

- Bahram, M. (2023). Tantangan Hukum Dan Etika (Rekayasa Sosial Terhadap Kebebasan Berpendapat Di Dunia Digital). *SENTRI: Jurnal Riset Ilmiah*, 2(12), 5092-5109.
- Cholik, C. A. (2021). Perkembangan teknologi informasi komunikasi/ICT dalam berbagai bidang. *Jurnal Fakultas Teknik UNISA Kuningan*, 2(2), 39-46.
- Ema, E., & Nayiroh, L. (2024). Komunikasi Media Sosial Sebagai Alat Mobilisasi Gerakan Sosial Di Indonesia. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi dan Informasi*, 9(1), 221-238.
- Ferdinand, G. R., Madallo, E., Palamba, R., Josua, R., Manajemen, J., Ekonomi, F., & Jaya, U. A. (2019). Etika dalam kehidupan bermasyarakat. *Jurnal Etika Kehidupan*, 3-4.
- Fitriani, Y. (2017). Analisis pemanfaatan berbagai media sosial sebagai sarana penyebaran informasi bagi masyarakat. *Paradigma*, 19(2), 148-152.
- Hamama, S. (2024). Etika Komunikasi dalam Media Sosial: Tantangan dan Solusinya. *Jurnal Selasar KPI: Referensi Media Komunikasi dan Dakwah*, 4(2), 182-197.
- Kusumasanthi, D., Wiguna, I. B. A. A., & Puspawati, S. (2023). Eksistensi filsafat komunikasi di era digital. *Samvada: Jurnal Riset Komunikasi, Media, Dan Public Relation*, 2(1), 22-37.
- Mulawarman, M., & Nurfitri, A. D. (2017). Perilaku pengguna media sosial beserta implikasinya ditinjau dari perspektif psikologi sosial terapan. *Buletin Psikologi*, 25(1), 36-44.
- Rahim, A., & Indah, M. (2024). Pentingnya pendidikan literasi digital di kalangan remaja. *SABAJAYA Jurnal Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(02), 51-56.
- Satar, M., Siradjuddin, S., & Musmulyadi, M. (2022). Sistem Kegiatan Pemasaran Dalam Perspektif Etika Ekonomi Islam. *Jurnal Mirai Management*, 7(2), 191-199.
- Siregar, H. (2022). Analisis Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Sosialisasi Pancasila. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 2(1), 71-82.
- Subandowo, M. (2017). Peradaban dan produktivitas dalam perspektif bonus demografi serta generasi Y dan Z. *SOSIOHUMANIKA*, 10(2), 191-208.

Susiana, S., & Susanti, N. D. (2023). Analisis Pola Komunikasi Interpersonal: Fondasi Pilar Keluarga Sakinah. *JAWI: Journal of Ahkam Wa Iqtishad*, 1(4), 249-258.

Wijaya, M., Pratomo, B., Citta, A. B., & Efendi, S. (2025). *Metodologi Penelitian: Kombinasi Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan Mixed Methods*. PT. Media Penerbit Indonesia.