

MEDIA SOSIAL SEBAGAI AGEN GLOBALISASI BUDAYA: PERUBAHAN NILAI DAN GAYA HIDUP GENERASI Z DI KOTA MAKASSAR

Ainun Mardiana¹, Muhammad Hud Azhaq², Muhammad Rasyid Ridha³
ainunmardiana1005@gmail.com¹, hudashaq0@gmail.com², m.rasyid.ridha@unm.ac.id³
Universitas Negeri Makassar

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk mengkaji bagaimana media sosial berperan sebagai agen globalisasi budaya yang memengaruhi perubahan nilai dan pola gaya hidup Generasi Z di Kota Makassar. Dengan menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif, data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam, dan dokumentasi terhadap Generasi Z yang aktif di media sosial. Hasil penelitian menunjukkan bahwa generasi ini mengalami pergeseran nilai dari budaya lokal yang bersifat kolektif dan normatif menuju nilai-nilai global yang lebih individualistik dan konsumtif. Pola gaya hidup mereka mencerminkan integrasi budaya populer global, sementara identitas budaya lokal semakin kabur akibat dominasi budaya luar yang dikonsumsi secara digital. Media sosial terbukti tidak hanya membentuk preferensi konsumsi, tetapi juga mengonstruksi cara pandang dan eksistensi sosial generasi muda dalam konteks global.

Kata Kunci: Generasi Z, Media Sosial, Globalisasi Budaya, Nilai Lokal, Gaya Hidup.

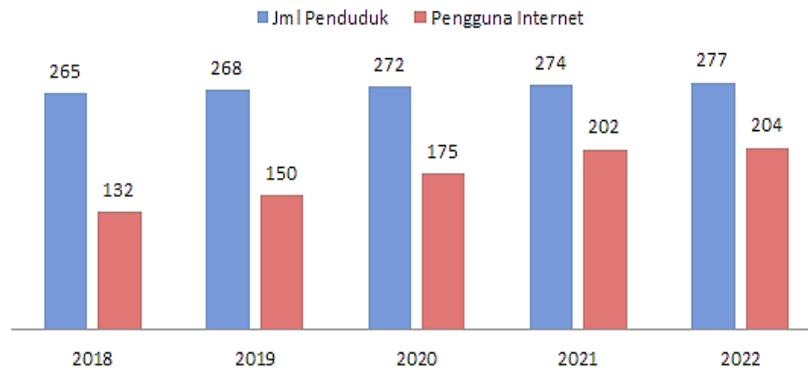
ABSTRACT

This study aims to examine how social media acts as an agent of cultural globalization that influences changes in values and lifestyle patterns of Generation Z in Makassar City. Using a descriptive qualitative approach, data were collected through observation, in-depth interviews, and documentation of Generation Z who are active on social media. The results of the study indicate that this generation is experiencing a shift in values from local culture that is collective and normative to global values that are more individualistic and consumptive. Their lifestyle patterns reflect the integration of global popular culture, while local cultural identities are increasingly blurred due to the dominance of foreign cultures that are consumed digitally. Social media has been shown to not only shape consumption preferences, but also construct the perspectives and social existence of the younger generation in a global context.

Keywords: Generation Z, Social Media, Cultural Globalization, Local Values, Lifestyle.

PENDAHULUAN

Globalisasi merupakan pergeseran sosial budaya yang dapat mendorong terjadinya perubahan dalam lembaga, institusi, dan nilai sosial budaya dalam skala dunia. Pergeseran dan perkembangan ini dapat terjadi di tingkat lokal maupun nasional dan dapat menjangkau semua lokasi, tanpa memandang batas-batas tradisional (Amini et al., 2020). Salah satu dampak terpenting globalisasi adalah perubahan pola komunikasi, khususnya komunikasi antarbudaya. Seiring dengan perkembangan zaman, media sosial dan internet semakin maju dan membuat kontak lintas budaya menjadi lebih mudah di era digital saat ini. Media sosial telah menjadi salah satu kekuatan utama di balik globalisasi budaya di era digital. Seiring dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, orang-orang dari seluruh dunia kini dapat dengan mudah terhubung, bertukar informasi, dan berinteraksi satu sama lain melintasi batas geografis. Fenomena ini juga sangat terasa di Kota Makassar, sebagai salah satu kota metropolitan di Indonesia Timur yang mengalami perkembangan pesat dalam penggunaan teknologi digital dan media sosial. Kota ini menjadi pusat aktivitas digital bagi generasi muda, termasuk Generasi Z yang sangat aktif dalam menggunakan berbagai platform media sosial untuk berinteraksi, berekspresi, dan mengikuti tren global.



Gambar 1. Pertumbuhan Pengguna Internet di Indonesia Tahun 2018-2022

Berdasarkan data dari Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII), komunikasi media sosial menyumbang 18,9% dari total penggunaan internet di Indonesia pada tahun 2018. Facebook menyumbang 50,7% pengguna, Instagram 17,7%, dan YouTube 15,1%. Kemudian proporsi penduduk Indonesia yang menggunakan media sosial meningkat menjadi 51,5% antara tahun 2019 dan 2020, dengan Facebook menyumbang 65,8% dari total pengguna, Instagram 42,3%, dan YouTube 61%. Menurut data APJII 2022, 98,02% pengguna internet menggunakan internet untuk mengakses platform media sosial seperti Facebook, Twitter, Instagram, YouTube, Whatsapp, Telegram, Line, dan lainnya. Facebook merupakan jejaring media sosial yang paling mudah diakses, yakni sebanyak 68,36% pengguna dan YouTube sebanyak 63,02% (APJII, 2022). Hal ini berdampak signifikan pada struktur sosial dan budaya masyarakat, mempercepat penyebaran budaya, gaya hidup, dan nilai-nilai sosial dari satu daerah ke daerah lain. Selain itu, globalisasi memberikan dampak signifikan terhadap identitas nasional Generasi Z (Kurniawaty, 2024).

Generasi Z, yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, merupakan kelompok yang paling terpengaruh oleh globalisasi budaya melalui media sosial. Mereka tumbuh dalam lingkungan yang sangat terhubung secara digital dan aktif berpartisipasi dalam ekosistem media sosial, baik sebagai konsumen maupun produsen konten. Tidak terkecuali generasi Z di kota Makassar, mereka menjadikan media sosial sebagai ruang utama untuk menunjukkan identitas, membentuk komunitas digital, dan mencari inspirasi dari berbagai budaya global yang tersebar di dunia maya. Generasi ini cenderung memiliki keterbukaan yang lebih besar terhadap budaya asing, yang sering kali mereka adopsi dan integrasikan dalam kehidupan sehari-hari (Yusnita & Haryono, 2025). Dalam penelitian (Badri, 2022) yang menjelaskan bahwa generasi Z memiliki pola komunikasi yang lebih terbuka dan inklusif terhadap budaya asing dibandingkan generasi sebelumnya, yang dipengaruhi oleh interaksi intensif mereka dengan media sosial. Salah satu perubahan yang paling mencolok akibat globalisasi budaya di kalangan Generasi Z adalah pergeseran nilai dan gaya hidup. Paparan yang tinggi terhadap budaya global melalui platform seperti Facebook, TikTok, Instagram, dan YouTube telah menyebabkan pergeseran preferensi dalam aspek seperti mode, musik, makanan, bahkan pandangan politik dan sosial. Menurut penelitian yang dilakukan oleh (Diemas, 2024), generasi Z cenderung mengadopsi tren global dengan cepat, tetapi sering kali tanpa pemahaman yang mendalam mengenai konteks budaya dari tren tersebut. Hal ini menciptakan dinamika sosial yang menarik, di mana budaya lokal dan global berinteraksi serta bernegosiasi dalam kehidupan sehari-hari individu.

Dalam teori kultivasi (*cultivation theory*) oleh George Gerbner menjelaskan bahwa paparan jangka panjang terhadap media, terutama televisi dan dalam perkembangan modern, media digital dan media sosial dapat membentuk persepsi individu tentang realitas

sosial. Media memainkan peran penting dalam membentuk norma, nilai, dan budaya masyarakat dengan menyajikan gambaran tertentu yang terus-menerus diulang (DeFleur & DeFleur, 2022). Dalam penelitian ini, media sosial bertindak sebagai agen globalisasi budaya yang secara terus-menerus menampilkan tren global terhadap kebiasaan yang mereka lihat di media sosial, yang pada akhirnya dapat mempengaruhi identitas budaya mereka. Oleh karena itu, generasi Z yang lahir dan tumbuh dalam era digital, sangat dipengaruhi oleh konten yang mereka konsumsi di media sosial. Paparan berkelanjutan terhadap konten tertentu dapat membentuk persepsi mereka tentang realitas sosial, sesuai dengan asumsi Teori Kultivasi. Generasi Z cenderung mengandalkan media sosial sebagai sumber utama informasi mereka, yang dapat membuat mereka rentan terhadap penyebaran berita palsu atau manipulasi informasi yang berdampak pada perubahan nilai dan gaya hidup (Akbar & Hasyim, 2024).

Dalam penelitian ini, terdapat kesenjangan yang cukup signifikan antara ekspektasi terhadap peran media sosial dan kenyataan yang terjadi di lapangan. Secara ideal, media sosial diharapkan menjadi jembatan bagi Generasi Z untuk memperluas wawasan budaya, memahami keberagaman global, serta mengadopsi nilai-nilai yang memperkaya kehidupan mereka tanpa kehilangan identitas budaya lokal. Media sosial diharapkan dapat menjadi alat edukasi yang membantu generasi Z mengenali budaya asing dengan cara yang kritis dan selektif, sehingga terjadi akulturasi budaya yang harmonis tanpa menghilangkan karakter khas budaya nasional. Namun kenyataannya, dominasi budaya asing dalam media sosial lebih sering menghasilkan westernisasi atau fenomena lain seperti *Korean Wave*, yang secara perlahan menggantikan ketertarikan terhadap budaya lokal. Generasi Z lebih banyak terpapar tren budaya global yang cenderung mengutamakan individualisme dan ekspresi diri yang bebas, dibandingkan dengan norma budaya lokal yang menekankan kebersamaan dan kesopanan. Hal ini menimbulkan dampak yang berlawanan dengan ekspektasi awal, di mana bukannya terjadi asimilasi budaya yang seimbang, justru terjadi pergeseran nilai yang dapat mengikis identitas budaya lokal. Dengan memahami media sosial sebagai agen perubahan globalisasi budaya terkait dengan perubahan nilai dan gaya hidup generasi Z di Kota Makassar, penelitian ini berfokus pada masalah utama yang menjadi dasar kajian terkait (1) Bagaimana pengaruh media sosial terhadap perubahan nilai-nilai budaya lokal di kalangan generasi Z di kota Makassar ?; (2) Bagaimana media sosial membentuk pola gaya hidup Generasi Z di Kota Makassar dalam mengikuti tren budaya global?; (3) Bagaimana persepsi Generasi Z di Kota Makassar terhadap identitas budaya lokal di tengah dominasi budaya global yang disebarkan melalui media sosial?.

METODOLOGI

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami secara mendalam bagaimana media sosial memengaruhi perubahan nilai, gaya hidup, dan identitas budaya Generasi Z di Kota Makassar (Sugiyono, 2021). Pendekatan ini dipilih karena sesuai untuk menggali pandangan, pengalaman, dan makna subjektif dari para informan dalam konteks sosial dan budaya tertentu. Informan dalam penelitian ini adalah Generasi Z (lahir antara tahun 1997-2012) yang berdomisili di Kota Makassar dan aktif menggunakan media sosial (Instagram, TikTok, dan YouTube) minimal 3 jam per hari. Data dikumpulkan melalui observasi, wawancara mendalam (in-depth interview), dan dokumentasi. Analisis data dilakukan melalui tahapan reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan (Mullany & Stockwell, 2021).

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perubahan Nilai-Nilai Budaya Lokal pada Generasi Z

Penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z mengalami pergeseran nilai budaya lokal akibat paparan media sosial yang intens. Generasi Z cenderung mengadopsi nilai-nilai yang dipromosikan oleh media sosial, seperti otentisitas dan visibilitas, yang kadang bertentangan dengan nilai-nilai budaya tradisional. Dalam konteks globalisasi digital, Generasi Z mengalami transformasi budaya yang signifikan, ditandai dengan pergeseran nilai-nilai tradisional menuju nilai-nilai yang lebih modern, fleksibel, dan terbuka terhadap pengaruh global. Generasi ini tumbuh dan berkembang dalam lingkungan yang sangat dipengaruhi oleh internet dan media sosial, sehingga pemahaman mereka terhadap budaya tidak lagi terbatas pada lingkungan lokal. Salah satu nilai budaya lokal yang mengalami penurunan dalam praktiknya adalah nilai gotong royong, yang selama ini menjadi fondasi kebersamaan dalam masyarakat Indonesia. Dalam studi yang dilakukan oleh (Nurdenirta et al., 2022), ditemukan bahwa keterlibatan remaja dalam kegiatan sosial tradisional seperti kerja bakti atau upacara adat mengalami penurunan drastis akibat meningkatnya waktu yang dihabiskan di dunia maya, khususnya media sosial, yang menawarkan ruang ekspresi personal lebih menarik dan dinamis dibandingkan interaksi komunal yang bersifat kolektif dan normatif. Selain itu, penelitian oleh (Yolanda & Andary, 2025) menyoroti bahwa media sosial berperan dalam membentuk identitas budaya global, yang dapat mengaburkan identitas budaya lokal.

Perubahan lainnya juga tampak pada aspek norma kesopanan dan etiket sosial. Generasi Z cenderung lebih terbuka dalam berkomunikasi dan mengekspresikan pendapat, baik dalam bentuk verbal maupun visual, melalui media sosial. Sementara hal ini menunjukkan peningkatan dalam keberanian berpendapat, namun juga memunculkan kekhawatiran akan lunturnya nilai kesantunan yang secara historis dijunjung tinggi dalam budaya lokal. Studi oleh (Anugrah & Azis, 2022) mengungkapkan bahwa penggunaan bahasa gaul, meme satir, dan simbol budaya asing dalam komunikasi digital generasi muda semakin mengaburkan batas antara budaya lokal dan budaya global, yang pada akhirnya menyebabkan terjadinya disorientasi identitas budaya di kalangan remaja Indonesia. Pergeseran ini bukan hanya merupakan ekspresi dari perubahan zaman, melainkan juga representasi dari relasi kuasa budaya global atas lokal yang termanifestasi melalui praktik budaya digital. Pergeseran nilai budaya ini tidak hanya bersifat simbolik, melainkan juga berimplikasi langsung terhadap perilaku keseharian. Generasi Z lebih memilih untuk menampilkan identitas mereka dalam bentuk gaya hidup konsumtif, seperti mengikuti tren fashion luar negeri, mengonsumsi produk hiburan dari negara lain, dan bahkan meniru pola pikir serta gaya bicara tokoh-tokoh populer dunia maya. Dalam penelitian oleh (Suparwi et al., 2023), disebutkan bahwa nilai-nilai tradisional seperti kesederhanaan, saling menghormati, dan penghargaan terhadap orang tua mulai bergeser ke arah nilai individualisme, hedonisme, dan keinginan untuk tampil sebagai “versi terbaik diri” yang sering kali tidak sesuai dengan norma-norma budaya lokal. Dalam hal ini, media sosial berperan sebagai agen sosialisasi budaya baru yang mampu menciptakan perubahan mendasar pada sistem nilai generasi Z di Indonesia, khususnya di wilayah perkotaan seperti Kota Makassar.

Pola Gaya Hidup Baru yang Mencerminkan Tren Global

Fenomena globalisasi budaya yang difasilitasi oleh media sosial telah menghasilkan pola gaya hidup baru di kalangan Generasi Z, terutama di kawasan perkotaan seperti Kota Makassar. Gaya hidup ini mencerminkan integrasi budaya populer global ke dalam praktik keseharian generasi muda, termasuk dalam hal cara berpakaian, pola konsumsi, gaya bicara, hingga perilaku digital. Media sosial, seperti TikTok, Instagram, dan YouTube, memainkan

peran krusial dalam memperkenalkan dan memopulerkan tren global yang dengan cepat diadopsi oleh Generasi Z. Hal ini selaras dengan temuan (Diemas, 2024) yang menjelaskan bahwa Generasi Z cenderung mengadopsi tren global secara cepat tanpa memedulikan konteks nilai budaya asalnya, sehingga berpotensi menimbulkan ketimpangan antara identitas lokal dan budaya yang dikonsumsi secara digital. Pola konsumsi Generasi Z dalam berbagai aspek kehidupan juga menunjukkan kecenderungan terhadap gaya hidup hedonistik dan self-branding. Mereka cenderung memilih produk, tempat hiburan, atau aktivitas yang memiliki nilai estetika tinggi dan dapat ditampilkan secara menarik di media sosial. Dalam konteks ini, media sosial tidak hanya menjadi sarana hiburan, melainkan juga ajang pembentukan citra diri dan alat untuk mendapatkan validasi sosial. Hal ini dapat dilihat dalam tren “café hopping,” “OOTD (outfit of the day),” dan “digital nomad lifestyle” yang berkembang pesat di kalangan anak muda perkotaan.

Pola gaya hidup baru yang terbentuk di kalangan Generasi Z juga mencerminkan adanya penyesuaian terhadap norma-norma global yang menekankan kebebasan berekspresi, mobilitas sosial, serta keterbukaan terhadap keberagaman. Di media sosial, Generasi Z memanfaatkan algoritma dan fitur personalisasi untuk membentuk ruang digital yang sesuai dengan preferensi pribadi mereka. Hal ini memperkuat orientasi individualistik dalam kehidupan sehari-hari, termasuk dalam pengambilan keputusan, pilihan konsumsi, hingga perencanaan masa depan. Menurut (Lestari & Achdiani, 2024), orientasi hidup Generasi Z mulai bergeser dari kepentingan komunal menuju pengembangan citra dan pencapaian individual, yang dipengaruhi oleh budaya global dan konten digital yang mereka konsumsi secara intensif. Nilai-nilai ini sering kali tidak selaras dengan nilai budaya lokal seperti musyawarah, kesederhanaan, dan penghormatan terhadap hierarki sosial. Tidak hanya itu, pola gaya hidup digital juga tercermin dari kebiasaan konsumsi konten hiburan yang menyesuaikan dengan tren global. Musik, film, serial, dan mode berpakaian yang diadopsi oleh Generasi Z di Kota Makassar, misalnya, menunjukkan pengaruh kuat dari budaya Korea Selatan, Jepang, dan Barat. Penggunaan aplikasi streaming seperti Netflix, Spotify, dan YouTube semakin memperkuat arus globalisasi budaya, sehingga menciptakan ekosistem digital yang memungkinkan penyebaran gaya hidup secara masif. Penelitian oleh (Messianik, 2023) menunjukkan bahwa Generasi Z mengonsumsi budaya populer global secara intens melalui media sosial, dan ini menciptakan “ritus digital” baru yang secara tidak langsung membentuk ulang gaya hidup mereka, mulai dari pilihan makanan, rencana perjalanan, hingga gaya komunikasi digital.

Namun, di balik adopsi gaya hidup global tersebut, muncul konsekuensi berupa meningkatnya tekanan sosial dalam mempertahankan citra digital yang “ideal” menurut standar global. Generasi Z terjebak dalam siklus perbandingan sosial (social comparison), di mana mereka merasa terdorong untuk selalu tampil menarik, sukses, dan bahagia di dunia maya. Fenomena ini berdampak pada kesehatan mental dan keseimbangan hidup generasi muda. Seperti yang dipaparkan oleh (Badri, 2022), kecenderungan Generasi Z untuk membentuk “self-presentation” di media sosial sebagai bentuk aktualisasi diri sering kali menciptakan tekanan psikologis yang tidak disadari. Hal ini menunjukkan bahwa gaya hidup baru yang mencerminkan tren global tidak hanya mengubah praktik budaya, tetapi juga mengubah persepsi diri dan relasi sosial generasi ini.

Krisis Identitas Budaya Lokal di Kalangan Generasi Z Makassar

Krisis identitas budaya lokal yang dialami Generasi Z di Kota Makassar merupakan konsekuensi dari intensitas paparan terhadap budaya global yang disebarluaskan melalui media sosial. Generasi ini tumbuh dalam era digital yang sangat terhubung dengan media sosial, di mana nilai-nilai budaya luar dapat dengan mudah diakses dan diinternalisasi melalui platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube. Identitas budaya lokal yang

seharusnya dibentuk oleh nilai-nilai tradisional seperti bahasa daerah, adat istiadat, serta struktur sosial berbasis komunitas, mulai tergantikan oleh nilai-nilai baru yang berakar pada budaya populer global. Menurut (Ananda et al., 2024), media sosial berperan membentuk identitas budaya global yang menjauhkan Generasi Z dari akar budaya lokal mereka, menciptakan semacam identitas hybrid yang tidak berakar secara kuat pada nilai budaya aslinya.

Gejala krisis identitas ini dapat diamati dalam bentuk melemahnya afiliasi generasi muda terhadap simbol-simbol budaya lokal, seperti kurangnya minat terhadap bahasa daerah, tarian tradisional, dan ritual adat. Dalam konteks Kota Makassar, Generasi Z cenderung lebih antusias mengikuti tren K-Pop, fashion Korea, atau budaya barat lainnya dibanding mempelajari sejarah dan budaya suku Makassar atau Bugis. Hal ini menunjukkan adanya keterputusan antara generasi muda dan warisan budaya leluhur. Badri, (2022) menyatakan bahwa dominasi budaya global menciptakan realitas sosial baru yang membentuk identitas digital lebih kuat daripada identitas lokal. Proses pembentukan identitas yang berlangsung di media sosial sering kali menjadikan eksistensi online sebagai tolok ukur eksistensi sosial, mengakibatkan orientasi budaya beralih dari kolektivitas tradisional ke arah personalisasi dan pencitraan digital. Tidak hanya itu, Generasi Z juga mengalami dilema antara kebutuhan untuk diterima secara global dan keinginan mempertahankan nilai lokal. Mereka terjebak dalam upaya membentuk “identitas ideal” yang sesuai dengan standar global, sementara dalam waktu yang sama kehilangan koneksi emosional dengan budaya lokalnya sendiri. Studi oleh (Rahmatia et al., 2024) menjelaskan bahwa generasi muda saat ini menghadapi disrupsi nilai, di mana norma-norma lokal tidak lagi menjadi rujukan utama dalam pengambilan keputusan atau dalam membentuk perilaku sosial mereka. Nilai seperti hormat kepada orang tua, sopan santun dalam berbahasa, dan solidaritas sosial mulai tergeser oleh semangat individualisme, pencitraan diri, dan hedonisme yang diperoleh dari model budaya luar yang dikonsumsi secara masif melalui media digital.

Situasi ini mencerminkan urgensi perlunya intervensi budaya yang strategis dan adaptif. Meskipun globalisasi tidak dapat dihindari, namun penguatan kembali identitas budaya lokal dapat dilakukan melalui pengintegrasian nilai-nilai budaya dalam pendidikan, kampanye digital berbasis lokalitas, serta pelibatan aktif Generasi Z dalam produksi konten yang mengangkat budaya lokal. Tanpa upaya ini, generasi muda berisiko kehilangan kesadaran budaya yang mendasar, yang pada akhirnya dapat melemahkan fondasi identitas nasional Indonesia di masa depan.

KESIMPULAN

Penelitian ini mengungkapkan bahwa media sosial berfungsi sebagai agen utama globalisasi budaya yang memengaruhi secara signifikan pola pikir, nilai, dan gaya hidup Generasi Z di Kota Makassar. Arus informasi yang cepat dan tanpa batas menyebabkan terjadinya pergeseran nilai dari budaya lokal yang bersifat kolektif dan normatif menuju nilai-nilai global yang lebih individualistik, ekspresif, dan konsumtif. Generasi Z cenderung membentuk identitas berdasarkan tren digital global, sehingga nilai-nilai seperti kesederhanaan, penghormatan terhadap orang tua, dan solidaritas sosial mengalami penurunan dalam praktik keseharian mereka. Krisis identitas budaya lokal yang dialami Generasi Z menunjukkan adanya tantangan besar dalam menjaga keberlanjutan warisan budaya di tengah dominasi budaya populer global. Gaya hidup yang terbentuk melalui media sosial menempatkan eksistensi digital sebagai tolok ukur sosial baru, yang sering kali tidak selaras dengan nilai-nilai lokal. Perubahan ini bukan hanya persoalan gaya hidup, tetapi juga berkaitan erat dengan pembentukan jati diri generasi muda yang semakin terpisah

dari akar budaya mereka sendiri.

Untuk merespons kondisi ini, diperlukan peran aktif pemerintah, lembaga pendidikan, pelaku budaya, dan masyarakat dalam menciptakan strategi pelestarian budaya lokal yang adaptif terhadap perkembangan zaman. Penguatan identitas lokal melalui pendidikan berbasis budaya, kampanye digital yang kreatif dan berdaya saing, serta pelibatan Generasi Z dalam produksi konten budaya dapat menjadi alternatif solusi. Kolaborasi lintas sektor ini diharapkan mampu menumbuhkan kesadaran kritis dan rasa bangga generasi muda terhadap identitas lokalnya tanpa harus menolak kemajuan global yang tidak dapat dihindari.

DAFTAR PUSTAKA

- Akbar, B., & Hasyim, A. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Tiktok Sebagai Sumber Informasi Bagi Gen Z di Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Nahdatul Ulama Sulawesi Tenggara. *JISDIK: Jurnal Ilmiah Ilmu Sosial Dan Pendidikan*, 2(2), 132–139. <https://jurnal.unusultra.ac.id/index.php/jisdik> ISSN:
- Amini, Q., Rizkyah, K., Nuralviah, S., & Urfany, N. (2020). Pengaruh Globalisasi Terhadap Siswa. *Pandawa: Jurnal Pendidikan Dan Dakwah*, 2(3), 375–385. <https://ejournal.stitpn.ac.id/index.php/pandawa>
- Ananda, M., Suriansyah, A., & Rafianti, W. R. (2024). Pengaruh Media Sosial Terhadap Pembentukan Identitas Diri pada Generasi Z. *MARAS (Jurnal Penelitian Multidisiplin)*, 2(4), 2279–2289. <https://doi.org/10.60126/maras.v2i4.634>
- Anugrah, M. F., & Azis, A. (2022). Penggunaan Bahasa Gaul Dalam “Meme” Di Media Sosial Instagram. *Titik Dua: Jurnal Pembelajaran Bahasa Dan Sastra Indonesia*, 2(1), 1–17. <https://doi.org/10.59562/titikdua.v2i1.24994>
- APJII. (2022). Hasil Survei Profil Internet Indonesia 2022. Retrieved from. <https://apjii.or.id/content/read/39/559/Hasil-Survei-Profil-Internet-Indonesia-2022>
- Badri, M. (2022). Pribumi Digital Moderat: Profil Kecakapan Komunikasi Digital Generasi Z. *Jurnal Riset Komunikasi*, 5(2), 291–303. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v5i2.653>
- DeFleur, M. L., & DeFleur, M. H. (2022). Cultivation Theory. *Mass Communication Theories*, 8(1), 83–90. <https://doi.org/10.4324/9781003083467-26>
- Diemas Arya Komara, S. N. W. (2024). Memahami Perilaku Informasi Gen-Z dan Strategi Melawan Disinformasi : Sebuah Tinjauan Literatur Penggunaan Media Sosial. *Jurnal Pustaka Ilmiah*, 10(2), 155–174. <https://doi.org/10.20961/jpi.v10i2.85775>
- Kurniawaty, J. B. (2024). Nasionalisme di Era Digital: Tantangan dan Peluang Bagi Generasi Z Indonesia. *Jagaddhita: Jurnal Kebhinnekaan Dan Wawasan Kebangsaan*, 3(2), 1–9. <https://journal.unindra.ac.id/index.php/jagaddhita%0A>
- Lestari, R. N., & Achdiani, Y. (2024). *Sosietas : Jurnal Pendidikan Sosiologi Pengaruh Globalisasi Terhadap Gaya Hidup Individualisme Masyarakat Modern. Sosietas : Jurnal Pendidikan Sosiologi Journal*, 14(2), 117–128. <https://doi.org/10.17509/sosietas.v13i1.59644>
- Messianik, A. (2023). Komodifikasi Budaya Populer di Generasi Z (Studi Kasus Anak Muda Sidoarjo). *Jurnal Dinamika Sosial Budaya*, 25(1), 220–223. <https://doi.org/10.26623/jdsb.v25i1.4387>
- Mullany, L., & Stockwell, P. (2021). Qualitative, quantitative and mixed methods research (Dörnyei). In *Introducing English Language*. <https://doi.org/10.4324/9781315707181-60>
- Nurdenirta, A., Fajri, A., Assidiqi, A. R., Khair, M. G., Mesin, P. T., Teknik, F., Makassar, U. N., Elektronika, P. T., Teknik, F., Makassar, U. N., Teknik, F., Makassar, U. N., Elektro, P. T., Teknik, F., Makassar, U. N., Mesin, P. T., Teknik, F., & Makassar, U. N. (2022). Menumbuhkan Keharmonisan Masyarakat Kelurahan Samalewa Melalui Kerja Bakti dan Tadarrusan. *Jurnal Lepa-Lepa Open*, 2(6), 1756–1760. <https://ojs.unm.ac.id/JLLO/index>
- Rahmatia, A., Sukmana, O., Kristiono, R., & Susilo, D. (2024). Individualisme Gen Z sebagai Tantangan Kolektivisme di Indonesia. *Journal of Society Bridge*, 2(3), 186–196. <https://doi.org/10.59012/jsb.v2i3.55>
- Sugiyono. (2021). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Suparwi, S., Mahmud, H., & Khunaefi, M. W. (2023). *Disrupsi Normalitas Nilai Generasi Muda*

- dan Peran 3 Pilar Pendidikan. *Jurnal Integralistik*, 34(2), 40–50. <http://journal.unnes.ac.id/nju/index.php/integralistik>
- Yolanda, A., & Andary, R. W. (2025). The Role of Social Media in the Formation of Global Cultural Identity. *Journal of Social Science Utilizing Technology*, 3(1), 10–18. <https://doi.org/10.70177/jssut.v3i1.2102>
- Yusnita, T. R., & Haryono, A. (2025). Communication Barriers between Gen Z and Alpha in the Cultural Digitalization Era. *JOALL (Journal of Applied Linguistics and Literature)*, 10(1), 1–20. <https://doi.org/10.33369/joall.v10i1.35077>