

Dinamika Komunikasi Digital: Peluang dan Tantangannya Bagi Gen Z

Nurmala^{1*}, Qori Halimatul Hidayah², Muda Wali³

^{1,2}Fakultas Ilmu Komunikasi, Universitas Esa Unggul, Jl. Arjuna Utara No.9, Duri Kepa, Kec. Kb. Jeruk, Kota Jakarta Barat, Daerah Khusus Ibukota Jakarta

³Asia e University Malaysia, 3rd Floor, Wisma Subang Jaya, 106, Jalan SS 15/4, WISMA SUBANG JAYA, 47500 Subang Jaya, Selangor, Malaysia

E-mail: nurmala@esaunggul.ac.id

*Corresponding Author



<https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.5276>

ARTICLE INFO

Article history:

Received: 25 Jan 2026

Revised: 31 Jan 2026

Accepted: 06 Feb 2026

Kata Kunci:

Komunikasi Digital,
Peluang Dan
Tantangan, Gen Z.

Keywords:

Digital
Communication,
Opportunities and
Challenges, Gen Z.

ABSTRACT

Artikel ini bertujuan untuk menganalisis dinamika komunikasi digital meliputi peluang dan tantangannya bagi gen Z. Metode penelitian dalam penulisan artikel ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi literature. Perkembangan zaman dan teknologi membawa perubahan yang signifikan dalam semua aspek kehidupan manusia. Dalam bidang komunikasi yang kerap disebut era digital ini juga mengalami banyak pergeseran dari komunikasi langsung saat ini manusia lebih banyak memanfaatkan media komunikasi digital untuk berinteraksi. Gen Z adalah generasi yang aktif menggunakan media komunikasi, dimana mereka merupakan generasi yang hadir dan tumbuh bersamaan dengan berkembangnya teknologi digital. Media komunikasi digital yang populer di kalangan gen Z yaitu media sosial. Hampir semua aktifitas hari-harinya mengandalkan media komunikasi dalam mencapai tujuannya. Kehadiran media komunikasi digital pada dasarnya memberi banyak dampak positif bagi penggunaannya, diantaranya sebagai literasi dalam aktifitas pembelajaran, sebagai sarana untuk mengeksplorasi bakat atau kreatifitas, berbagi pengalaman, ilmu atau memberi hiburan pengguna lainnya dapat menjadi sarana dalam menambah penghasilan dengan menjadi *content creator* yang mengedukasi dan menghibur. Kurangnya kecakapan digital membuat Gen Z rentan terhadap dampak negatif seperti *FOMO*, hoaks, gangguan kesehatan mental, dan pelanggaran etika. Oleh karena itu, penggunaan media digital harus dilakukan secara bijak dan aman, tidak sekadar kreatif.

This article aims to analyze the dynamics of digital communication, including its opportunities and challenges for Gen Z. The research method used in this article is a qualitative research method with a literature study approach. The development of the era and technology has brought significant changes in all aspects of human life. In the field of communication, often referred to as the digital era, there has also been a shift from direct communication to currently, humans increasingly utilize digital communication media for interaction. Gen Z is a generation that actively uses communication media, where they are a generation that was present and grew up alongside the development of digital technology. The most popular digital communication media among Gen Z is social media. Almost all of their daily activities rely on communication media to achieve their goals. The presence of digital communication media basically has many positive impacts for its users, including literacy in learning activities, as a means to explore talents or creativity, share experiences, knowledge or provide entertainment to other users, and can be a means to increase income by becoming content creators who educate and entertain. The lack of digital skills makes Gen Z vulnerable to negative impacts such as FOMO, hoaxes, mental health disorders, and ethical violations. Therefore, the use of digital media must be done wisely and safely, not just creatively.



This is an open access article under the CC-BY-SA license.

How to Cite: Nurmala, et al. (2026). Dinamika Komunikasi Digital: Peluang dan Tantangannya Bagi Gen Z, 4(3). <https://doi.org/10.31004/jerkin.v4i3.5276>

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa banyak perubahan dalam kehidupan manusia termasuk dalam bidang komunikasi. Komunikasi adalah proses penyampaian pesan oleh komunikator kepada komunikan baik secara langsung maupun menggunakan media komunikasi untuk tujuan tertentu (Martha et al., 2024). Komunikasi merupakan aspek penting bagi manusia dalam menjalankan kehidupan dan mencapai keinginannya. Era digital ini proses komunikasi mengalami pergeseran, dimana proses komunikasi dapat dilakukan melalui media komunikasi digital dengan memanfaatkan jaringan internet. Era digital merupakan suatu era yang mengalami perkembangan teknologi sangat pesat mengikuti perkembangan zaman modern serta ditandai dengan pemanfaatan teknologi dalam berbagai kegiatan manusia (Nurhemah & Rahma, 2024). Di era ini setiap aktifitas manusia dapat terhubung dalam ruang digital untuk terus berkomunikasi secara intens dalam pencapaian suatu tujuan. Dengan demikian dapat memberi peluang keberhasilan komunikasi yang efektif untuk pencapaian tujuan tersebut.

Kemunculan teknologi baru memberi kemudahan dan banyak pilihan bagi pengguna dalam memafaatkan sarana komunikasi (Hamzah & Mustafa, 2014). Pemanfaatan media komunikasi digital menjadi trend dikalangan masyarakat untuk mendukung segala aktifitas dalam kesehariannya. Masyarakat mulai beralih ke ruang digital untuk mempermudah aktifitasnya terutama dikalangan remaja. Pemanfaatan media komunikasi digital dengan bijak tentunya dapat berpeluang positif bagi masyarakat dalam mempermudah dan mempercepat kegiatan yang dikerjakan. Selain itu juga meningkatkan literasi untuk pengetahuan, wawasan, sebagai sarana promosi atau sumber penghasilan serta hiburan.

Disisi lain pengguna media komunikasi digital juga menghadapi berbagai tantangan dalam praktiknya. Untuk dapat memanfaatkan media komunikasi digital perlu adanya keterampilan yang memadai terkait digitalisasi untuk mendapatkan hasil yang maksimal. Keterampilan digital yaitu kemampuan penggunaan teknologi digital secara etis dan bijak untuk kepentingan yang baik bagi hidupnya (Mikraj et al., 2024). Untuk itu pengguna perlu melatih kecakapan digital melalui berbagai cara dan juga mendalami cara yang tepat dalam mengkases fitur-fitur yang ada pada media digital yang digunakan secara bijak. Media yang kerap digunakan saat ini seperti media sosial *instagram*, *tiktok*, dan *tool-tool* lainnya. Hal ini agar penggunaan media dapat bermanfaat dan tidak mengalami pelanggaran etika digital yang membahayakan dirinya dan orang lain. Karena penyalahgunaan media komunikasi digital juga dapat berdampak negatif tanpa adanya pemahaman yang cukup dan pengawasan dari orang tertentu.

Generasi Z adalah suatu generasi yang lahir dan tumbuh di era pesatnya perkembangan teknologi yang semakin canggih (Nurlaila et al., 2024). Generasi Z yang populer disebut dengan kata gen Z merupakan salah satu generasi yang aktif menggunakan media komunikasi digital, dimana mereka lahir dan tumbuh bersamaan dengan pesatnya perkembangan teknologi digital yang setiap aktifitas manusia selalu mengandalkan media komunikasi. Sehingga dalam menjalankan kegiatan sehari-harinya gen Z lebih aktif di media sosial bahkan sebagian besar waktunya dihabiskan di media sosial. beberapa kasus juga menunjukkan bahwa banyak dari kalangan gen Z yang kecanduan media digital ini untuk main gamez dan nonton secara berlebihan. Dengan demikian gen Z beresiko mengalami dampak negative akibat penyalahgunaan media digital. Hal ini tentunya juga sangat meresahkan masyarakat terutama orang tua yang telah menitipkan harapan besarnya agar Gen Z dapat menjadi anak yang baik sukses dan menjadi penerus bangsa berkompeten.

Dengan demikian penulis tertarik mengkaji hal ini lebih dalam lagi mengenai Dinamika Komunikasi Digital yakni Peluang dan Tantangan bagi Gen Z menggunakan studi literatur. Melalui artikel ini diharapkan dapat menjadi rujukan mengenai dinamika komunikasi digital terkait peluang dan tantangan bagi gen Z.

METODE

Penulisan artikel ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan pendekatan studi leteratur yaitu metode dengan cara sistematis untuk menemukan, menganalisis dan mengevaluasi proses penulisan artikel yang relevan dengan tujuan penulisan. Pendekatan studi literatur berarti proses penelitian dengan mengkaji dan menganalisis data dari sumber tertulis (Ilmu, 2024). Data tertulis berupa

data pustaka, membaca dan mencatat serta pengelolaan data penelitian secara objektif, sistematis, analitis dan kritis terhadap permasalahan yang sedang dikaji. Studi literature dilakukan dengan cara mengkaji sumber-sumber akademik, mengumpulkan dan menganalisis beberapa kajian terdahulu yang terkait kemudian dilanjutkan dengan penarikan kesimpulan (Siregar et al., 2025).

Studi literatur digunakan untuk membantu penulis dalam membangun dasar teori, kerangka berpikir, dan menentukan tujuan penelitian. Studi literatur mengumpulkan data dan menganalisis data menggunakan sumber tertulis seperti artikel jurnal, buku dan catatan lainnya yang relevan dengan tema penelitian (Dinata et al., 2025). Penulis menggunakan studi literatur untuk menggali lebih dalam mengenai persoalan yang sedang dikaji yaitu mengenai komunikasi digital dalam artikel ini dengan menelusuri sumber-sumber tulisan dalam kajian terdahulu dengan tema terkait. Kegiatan tersebut meliputi mengumpulkan, membaca, mencatat, dan mengelola kajian pustaka.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Komunikasi Digital

Komunikasi merupakan hal yang penting dalam setiap aktifitas manusia, dimana manusia perlu berinteraksi dengan manusia lainnya untuk memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Manusia hidup berdampingan dengan lingkungannya seperti keluarga, lingkungan masyarakat, lingkungan sekolah, lingkungan kerja atau komunitas lainnya. Karena setiap manusia memiliki tujuan masing-masing dalam kehidupannya sehingga perlu memanfaatkan komunikasi dalam pencapaian tersebut.

Komunikasi adalah proses pertukaran informasi, ide atau gagasan antara komunikator dengan komunikan untuk memperoleh pemahaman yang sama dalam mencapai tujuan. Komunikasi yaitu tindakan menyampaikan suatu pernyataan dari seseorang kepada orang lain. Dalam kegiatan komunikasi ini melibatkan orang sebagai pengirim dan penerima pesan, saluran yang digunakan dan juga efek yang masing-masing termasuk dalam unsur komunikasi. Komunikasi berlangsung ketika orang-orang yang berinteraksi saling memiliki kesamaan makna (Nurhadi & Kurniawan, 2017). Komunikasi adalah cara yang ditempuh dalam menjalin hubungan antara individu sebagai makhluk sosial yang hidup berdampingan dan saling membutuhkan. Proses komunikasi ini dilakukan untuk menjalin komunikasi yang efektif yaitu komunikasi yang sesuai dengan harapan setiap pelaku komunikasi (Daryono, 2019).

Unsur-unsur dalam komunikasi meliputi adanya orang yang mempunyai maksud menyampaikan pesan, penerima pesan, isi pesan, media yang digunakan serta efek dari penyampaian pesan (Jurnal & Mea, 2022). Komunikasi melewati proses setiap unsur yang terlibat dalam aktifitas komunikasi. Di era digital ini proses komunikasi mengalami banyak kemajuan, selain komunikasi yang dapat dilakukan secara langsung terdapat juga media komunikasi digital yang dapat dimanfaatkan untuk berkomunikasi di ruang maya.

Komunikasi digital adalah proses komunikasi yang dilakukan dengan memanfaatkan media digital seperti media sosial sebagai sarana komunikasi untuk kepentingan tertentu (Anwar & Rusmana, 2017). Misalnya untuk mengirim pesan melalui *email* atau *whatsapp*, penyebaran atau pencarian informasi melalui *website* dan hiburan melalui facebook, instagram dan tiktok. Media komunikasi digital juga kerap disebut dengan media komunikasi *online*.

Melalui komunikasi digital penyebaran informasi tentang hal apapun sangat cepat dengan adanya jaringan internet yang dapat menjangkau masyarakat secara luas (Putra et al., 2023). Komunikasi digital telah memberikan cara baru dalam berinteraksi dimanapun dan kapanpun dengan cepat di ruang maya. Komunikasi digital sebagai *new media* yang didukung jaringan internet dalam pengoprasianya. Melalui jaringan inilah setiap individu dapat terhubung meskipun berada di ruang dan jarak yang berbeda. Secara *real time*. Beberapa contoh media komunikasi yang sering digunakan era digital antara lain seperti media sosial, *blog*, *website*, dan lainnya yang membutuhkan jaringan internet.

Media sosial menjadi media komunikasi digital yang populer dikalangan gen Z, media sosial adalah sarana komunikasi dan kolaborasi yang memungkinkan setiap pengguna dapat berinteraksi dalam ruang digital (Budi et al., 2019). Berbagai fitur-fitur canggih yang terdapat dalam aplikasi media sosial menarik perhatian gen Z untuk menggunakan media sosial dalam memenuhi kebutuhannya. Dalam teori komunikasi *uses and gratification* mengemukakan bahwa pengguna media menentukan dan menggunakan media sesuai dengan keinginan dalam memenuhi kebutuhan dan kepuasannya. Dalam hal ini gen Z akan memilih media komunikasi sesuai dengan keperluan dan yang dapat memberikan

kepuasannya. Sehingga mereka ada yang aktif di instagram, tiktok atau media lainnya yang menurut mereka sesuai dengan minat dan harapannya.

Generasi Z

Generasi Z adalah generasi yang hadir pada era perkembangan teknologi modern yang saat ini populer dengan istilah Gen Z (William, 2024). Generasi Z merupakan yang dari awal telah kenal dan akrab dengan media komunikasi digital sehingga mereka sangat akrab dan dengan cepat mampu menyerap keterampilan digitalisasi. Gen Z juga kerap disebut dengan generasi internet karena sebagian besar dari mereka mampu mengoperasikan teknologi digital dan memiliki karakter multitasking dibandingkan dengan generasi sebelumnya.

Generasi Z sebagai generasi muda menjadi harapan besar masyarakat agar mampu menghadapi tantangan perkembangan zaman sehingga menjadi generasi penerus bangsa yang memiliki sumber daya manusia yang berkualitas. Perkembangan zaman mengharuskan setiap orang beradaptasi dengan perubahan sistem dalam kehidupannya mulai dari system sosial, pendidikan, politik dan ekonomi. Setiap aktifitas generasi Z saat ini dipengaruhi oleh teknologi digital.

Peluang dan Tantangan komunikasi Digital bagi Gen Z

Komunikasi digital memberi peluang kemudahan sistem komunikasi dan akses informasi, komunikasi global yang mampu menjaukau pengguna dari berbagai penjuru dunia serta memberikan efisiensi biaya (Studi et al., 2024). Gen Z dihadapkan dengan kemajuan digital yang semakin pesat, dimana semakin banyak media komunikasi yang dapat dimanfaatkan untuk berkomunikasi seperti media sosial yang makin berkembang dengan fitur-fitur menarik. Gen Z sangat mudah terpancing untuk ikut trend di media-media sosial, hal ini disebabkan akses media sosial yang begitu mudah serta kurangnya pengawasan dari orang tua atau pihak lain. Gen Z berpotensi mengeksplor kreatifitasnya melalui media sosial berdasarkan terpaan media begitu luas dan mudah diakses sehingga mereka belajar dari pengalaman orang lain yang sedang trend di media sosial.

Saat ini gen Z merupakan pengguna aktif di berbagai media sosial terutama instagram dan tiktok. Mereka mengadopsi media sosial tersebut untuk mengekspresikan diri dan kreatifitasnya. Namun yang kerap terjadi adalah beberapa tindakan yang terkesan ikut-ikutan yang belakangan ini kerap di istilahkan dengan kata Fomo (*Fear Of Missing Out*). Fomo berarti suatu keadaan dimana seseorang merasa takut akan tertinggal dalam aktivitas tertentu. Fomo menyerang seseorang sehingga merasa cemas dan takut apabila tidak mengikuti atau tertinggal informasi baru yang sedang trending (Chyquitita, 2024). Fomo ini kerap terjadi di kalangan Gen Z sebagai pengguna yang aktif di media sosial tanpa memperhatikan kebermanfaatannya dalam tindakannya tersebut. Mereka suka terlibat dalam aktifitas berlebihan di media sosial seperti mengikuti informasi atau berita yang sedang viral bahkan melupakan hal yang lebih penting dalam pemanfaatan media sosial.

Perkembangan teknologi digital dalam bidang komunikasi juga menjadi tantangan bagi Gen Z. Proses komunikasi menjadi lebih kompleks dan tersistem tidak hanya komunikasi secara langsung namun lebih banyak komunikasi di ruang digital. Sebagian besar waktu digunakan untuk mengakses media sosial untuk kepentingan pribadi, pendidikan atau pekerjaan. Sehingga gen Z perlu memahami lebih dalam mengenai pemanfaatan media sosial yang baik, bijak dan tidak melanggar etika. Sebagai sarana belajar bagi gen Z, media komunikasi pada dasarnya sangat mendukung proses pembelajaran. Terlebih lagi sistem pendidikan saat ini juga ikut memanfaatkan media komunikasi sebagai fasilitas yang mendukung kegiatan proses pembelajaran baik secara luring dan daring untuk mewujudkan pendidikan yang berkualitas di era digital. Gen z yang masih dalam aktifitas sekolah tidak dapat menghindari media sosial untuk berkomunikasi dengan guru dan warga belajar lainnya serta sebagai sarana pembelajaran dikelas dan secara online.

Peran media komunikasi dalam pendidikan juga sebagai sumber referensi bagi pelajar untuk mengakses bahan belajar dengan mudah dan cepat, hal ini tentunya menjadi peluang bagi gen Z dalam meningkatkan literasi digital yaitu menambah pengetahuan dan wawasan akademik melalui media komunikasi digital (Sasmitha et al., 2025). Penyerapan materi juga lebih mudah dengan tambahan bacaan lainnya dengan tema terkait pada media sosial. Selain itu pelaksanaan proses pembelajaran sangat efisien dengan adanya media digital yang dapat membantu gen Z berkomunikasi dengan pengajarnya. Mereka juga dapat memanfaatkan media komunikasi untuk mengadakan pembelajaran secara daring.

Namun terkadang juga dapat menimbulkan dampak negatif seperti kecurangan dalam penyelesaian tugas-tugas belajar yaitu dengan melakukan plagiasi. Artinya pelajar menjadi lebih pasif dalam berfikir kritis karena lebih tertarik mengerjakan tugas secara cepat dibandingkan memperhatikan kualitas jawaban atas tugas-tugasnya. Selain itu akses informasi yang begitu mudah terkadang memicu gen Z mengakses informasi yang diluar kepentingan belajar yaitu lebih banyak menggunakan media sosial untuk kepentingan hiburan saja. Mereka lebih tertarik untuk main gamez atau *scroll* informasi yang tidak penting bahkan melakukan tindakan yang diluar batasan sebagai pelajar yaitu mengakses informasi yang dilarangatau terlibat dalam perdebatan antara pengguna di laman komentar. Padahal, ini sebenarnya tidak diperlukan karena hanya akan mengurangi energi gen Z itu saja dan sebaiknya lebih fokus pada kepentingan dalam hal positif seperti belajar, menjukan kreatifitasnya atau hiburan yang sewajarnya.

Media komunikasi digital dapat berperan positif bagi pengguna di era yang modern ini meliputi akses informasi tanpa batas, efisiensi komunikasi serta sarana komunikasi yang aktif dan kreatif (Indriani & Sitorus, 2025). Bagi gen Z, diantaranya mampu menjadi media dalam mengembangkan bakat dan kreativitas gen Z tersebut. Melalui media sosial gen Z dapat belajar secara mandiri dari pengalaman dan edukasi yang ditampilkan di akun media sosial tertentu. Ada banyak tutorial yang di edukasikan oleh orang-orang yang handal dalam bidangnya masing-masing sehingga generasi ini dapat menambah wawasannya sesuai dengan minat dan bakatnya masing-masing. Kemudian mereka dapat mensosialisasikan atau mempromosikan kreatifitasnya di akun media sosialnya agar dapat membentuk citra positif bagi diri dan kreatifitasnya itu.

Peluang lainnya untuk gen Z adalah sebagai sarana menambah penghasilan. Dimana media sosial saat ini merupakan salah satu media yang sangat berpengaruh dalam promosi dan peningkatan penghasilan (Ayuningtiyas, 2024). Karena pengguna yang begitu banyak dan luas memungkinkan untuk melakukan sosialisasi dan branding terhadap usaha yang sedang dijalankan. Namun terkadang juga sebagai *content creator* yang berbagi ilmu atau pengalaman melalui media sosial juga dapat menjadi peluang mendapatkan *income*.

Permasalahan lainnya yang menjadi tantangan bagi gen Z dalam komunikasi digital terkadang terjadinya *overload information* atau kondisi kelebihan informasi yang disebarakan di media digital sehingga membuat gen Z bingung akibat kurangnya pemahaman terhadap sumber yang akurat dan terpercaya. Akhirnya informasi yang disampaikan terus menerus hingga viral akan dianggap benar dan diadopsi atau di share kembali di akun pribadinya tanpa melakukan verifikasi terlebih dahulu (Amro et al., 2025).

Keterampilan komunikasi juga menjadi tantangan dalam berkomunikasi melalui media digital. Media digital adalah perpaduan media dengan teknologi yang memungkinkan adanya pengetahuan teknologi dan teknis. Sehingga keterampilan teknologi komunikasi memainkan peranan penting di era digital terutama bagi gen Z untuk mampu mengeksplor informasi yang kreatif (Usman, 2025).

Namun komunikasi melalui media sosial sebaiknya tidak hanya kreatif tetapi memberi kenyamanan dan keamanan bagi komunikator dan komunikan. Generasi Z sebagai generasi muda perlu adanya bimbingan dan pengawasan dalam penggunaan dan pemanfaatan media digital dalam mendukung aktifitas sehari-harinya baik dalam aktifitas sosial, pendidikan maupun aktifitas bisnis (Nadya et al., 2025). Bimbingan dapat dilakukan dengan belajar mandiri kecakapan digital, memahami literasi, mengikuti pelatihan dari berbagai sumber atau dengan dampingan orang tertentu seperti orang tua, guru dan lainnya. Dengan demikian dapat memperkuat pemahaman dan kesadaran gen Z dalam pemanfaatan media digital secara bijak sehingga mengurangi resiko yang ditimbulkan dari penyalahgunaan media komunikasi dikalangan gen Z.

SIMPULAN

Berdasarkan pembahasan diatas maka penulis dapat menyimpulkan bahwa komunikasi digital terutama melalui media sosial menjadi trend dikalangan Gen Z dalam menjalankan aktifitas dan memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Media sosial yang kerap digunakan oleh Gen Z yaitu *instagram*, *tiktok*, *youtube*, dan *whatsapp*. Media digital dapat berpeluang sebagai literasi dalam aktifitas pembelajaran bagi gen Z yang masih berstatus sebagai pelajar. Penggunaan media digital secara bijak juga dapat berperan sebagai sarana untuk mengeksplorasi bakat atau kreatifitas melalui aplikasi-aplikasi media sosial seperti *instagram* ataupun *tiktok* yang merupakan media yang sedang populer dikalangan

gen Z. Selain itu gen Z juga dapat berbagi pengalaman, ilmu atau memberi hiburan pengguna lainnya dengan menjadi *content creator* yang mengedukasi dan menghibur. Kemudian gen Z juga dapat menambah penghasilan dengan mempromosikan poduk/usaha sendiri atau orang lain yang menjadi *partnership* karena media sosial menjadi salah satu media yang berpengaruh di dunia bisnis saat ini. Dengan demikian gen Z dapat menghadapi perkembangan teknologi era digital dengan memanfaatkan media komunikasi digital secara baik, terampil, dan bijak sehingga terhindar dari penyalahgunaan media digital yang berdampak negative bagi dirinya dan orang lain seperti fomo, pelanggaran etika digital, terlibat dalam perdebatan yang tidak perlu di media sosial, kecanduan *gedged*, kesehatan mental, dan mampu menyaring informasi yang *overload/hoak*. Generasi Z sebagai generasi muda perlu adanya bimbingan dan pengawasan dalam penggunaan dan pemanfaatan media digital dalam mendukung aktifitas sehari-harinya baik dalam aktifitas sosial, pendidikan maupun aktifitas bisnis. Komunikasi digital diharapkan tidak hanya kreatif tetapi memberi kenyamanan dan keamanan bagi komunikator dan komunikan dalam ruang digital.

REFERENSI

- Amro, H., Sinaga, B., Azhar, A. A., Islam, U., Sumatera, N., & Medan, K. (2025). *Literasi Media sebagai Solusi Tabayyun Berita Hoax di Media Sosial pada Mahasiswa FDK*. 4(2), 464–475. <https://doi.org/10.54259/mukasi.v4i2.4339>
- Anwar, R. K., & Rusmana, A. (2017). Komunikasi Digital Berbentuk Media Sosial Dalam Meningkatkan Kompetensi Bagi Kepala, Pustakawan, Dan Tenaga Pengelola Perpustakaan. *Dharmakarya: Jurnal Aplikasi Ipteks Untuk Masyarakat*, 6(3), 204–208.
- Ayuningtiyas, C. A. (2024). *Pemanfaatan Media Sosial Dalam Ekonomi Kreatif Untuk Menciptakan Ide Bisnis Bagi Para Wirausahawan Muda*. 2(1).
- Budi, B. B., Arif, E., & Roem, E. R. (2019). Pemanfaatan Media Sosial. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 3(1), 34. <https://doi.org/10.25077/rk.3.1.34-44.2019>
- Chyquitita, T. (2024). *Mengurai Fenomena FoMo dikalangan Remaja*. 6(4), 3763–3771.
- Daryono. (2019). Membangun komunikasi efektif dalam pelayanan perpustakaan. *Media Pustakawan*, 25(2), 22–31.
- Dinata, C., Permatasari, P., Azizah, S. N., Saidah, R., Esa, U., & Jakarta, U. (2025). *Peran komunikasi dalam menjaga reputasi perusahaan 1*. 3(1), 29–48.
- Hamzah, A., & Mustafa, S. E. (2014). *Digital Readiness of Malaysian Journalists*. June, 58–67.
- Ilmu, M. T. (2024). *Pengertian : Jurnal Pendidikan Indonesia (PJPI)*. 2009.
- Indriani, L., & Sitorus, F. K. (2025). *Dampak Positif dan Negatif Media Digital dalam Pendekatan Filsafat. 1*, 1–11.
- Jurnal, J., & Mea, I. (2022). *ANALISIS PENGARUH UNSUR-UNSUR KOMUNIKASI TERHADAP BRAND AWARENESS PADA MEDIA MARKETING YOUTUBE JIMEA | Jurnal Ilmiah MEA (Manajemen , Ekonomi , dan Akuntansi)*. 6(2), 1315–1335.
- Martha, A., Suri, A., Putri, Y. R., Sari, Y. N., Studi, P., Dasar, P., & Adzkia, U. (2024). *Pengertian Komunikasi , Komunikasi Antarbudaya dan Sistem Komunikasi*. 8, 50356–50365.
- Mikraj, A. L., Wahyu, J., Astuti, T., Agama, I., & Negeri, I. (2024). *Pengembangan Ketrampilan Digital Untuk Menciptakan Inovasi Dan Kreativitas Siswa Dalam Pembelajaran*. 5(1), 1114–1126. <https://doi.org/10.55606/jupensi.v2i3.645.2>
- Nadya, I., Putri, M. E., Puriani, R. A., & Putri, R. M. (2025). *Penelitian Pengaruh Media Sosial Terhadap Etika Anak dan Remaja pada Era Digital*. 4.
- Nurhadi, Z. F., & Kurniawan, A. W. (2017). Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran dan Penelitian. *Jurnal Komunikasi Hasil Pemikiran Dan Penelitian*, 3(1), 90–95.
- Nurhemah, N., & Rahma, A. (2024). *PENGARUH ERA DIGITAL TERHADAP PENDIDIKAN*. 4, 141–147.
- Nurlaila, C., Aini, Q., Setyawati, S., & Laksana, A. (2024). *Dinamika Perilaku Gen Z Sebagai Generasi Internet. 1*, 95–102. <https://doi.org/10.62383/konsensus.v1i6.433>
- Putra, L. D., Zhinta, S., Pratama, A., Dahlan, U. A., & Digital, T. (2023). *Pemanfaatan Media dan Teknologi Digital Dalam Mengatasi Masalah Pembelajaran*. 4(8), 310–317.
- Sasmita, F. A., Hafida, R. N., & Zhafira, A. (2025). *Analisis Peran Media Digital dalam Meningkatkan*

Efektivitas Komunikasi Organisasi Ikatan Mahasiswa Muhammadiyah di Tengah Tantangan Disrupsi Digital Analysis of the Role of Digital Media in Increasing the Effectiveness of Organizational Communication of the Muhammadiyah Student Association Amidst the Challenges of Digital Disruption. 4(2), 175–183.

Siregar, R. H., Albina, M., Islam, U., Sumatera, N., Baru, K., & Serdang, K. D. (2025). *MENJELASKAN CARA MENGANALISIS DATA DALAM*. 3(6).

Studi, P., Komunikasi, I., Bina, U., Informatika, S., & Barat, J. (2024). *PERUBAHAN PARADIGMA KOMUNIKASI DI ERA DIGITAL : DAMPAK DAN TANTANGANNYA*. 5(2), 151–155.

Usman, A. (2025). *Gudang Jurnal Pengabdian Masyarakat Sosialisasi tentang Kunci Sukses Berkomunikasi Di Dunia Digital Bagi Generasi Z*. 3, 457–462.

William, H. (2024). *Peran Generasi Z Dalam Membangun Harmoni Di Tengah*. 2(2), 121–132.