

Pengaruh Media Sosial Terhadap Perilaku Generasi Milenial

Fatimah Az Zahra¹, Muhammad Alif Hidayatullah², Munali³, Moch. Apip⁴

Madrasah Aliyah Jam'iyah Islamiyyah Pondok Aren, Indonesia^{1,2,4}

Universitas Indraprasta PGRI, Jakarta, Indonesia³

Corresponding Author: fazahfatimahazzahra@gmail.com¹, muhammadalifhidayatulloh@gmail.com², munalilutfi22@gmail.com³, Apip234018@gmail.com⁴

Info Artikel

Submitted: 02 Januari 2026

Revised : 30 Januari 2026

Accepted: 26 Februari 2026

Published: 14 Maret 2026

Keywords: Social media; Behavior; Millennials

Kata Kunci: Media Sosial; Perilaku; Generasi Milenial

Abstract

The development of digital technology, particularly social media, has influenced the mindset, behavior, and social interactions of the millennial generation. The high intensity of social media usage makes it not only a means of communication but also a means of shaping character and lifestyle. This study aims to analyze the influence of social media on millennials using a quantitative approach using a simple linear regression method. The sample consisted of 60 respondents selected through probability sampling using a simple random sampling technique. Data were collected through a questionnaire based on the dimensions of ease of access, information quality, interactivity, frequency of use, ethics, and digital awareness, then analyzed using SPSS version 27. The results showed a correlation value of 0.543 (categorized as moderately strong). The coefficient of determination (R^2) of 0.295 indicates that social media contributes 29.5% to the millennial generation variable, while 70.5% is influenced by other factors. A significance value of $0.000 < 0.05$ indicates a significant influence, with the regression equation $Y = 33.389 + 0.414X$. The implications of this study emphasize the importance of digital literacy and ethical awareness in social media use. Further research is recommended to expand the variables, number, and scope of respondents so that the results are more comprehensive and have broader generalizations.

Abstrak

Perkembangan teknologi digital, khususnya media sosial, telah memengaruhi pola pikir, perilaku, dan interaksi sosial generasi milenial. Tingginya intensitas penggunaan menjadikan media sosial tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai pembentuk karakter dan gaya hidup. Penelitian ini bertujuan menganalisis pengaruh media sosial terhadap generasi milenial menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode regresi linier sederhana. Sampel terdiri dari 60 responden yang dipilih melalui probability sampling dengan teknik simple random sampling. Data dikumpulkan melalui kuesioner berdasarkan dimensi kemudahan akses, kualitas informasi, interaktivitas, frekuensi penggunaan, etika, dan kesadaran digital, kemudian dianalisis menggunakan SPSS versi 27. Hasil penelitian menunjukkan nilai korelasi sebesar 0,543 (kategori cukup kuat). Koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,295 mengindikasikan bahwa media sosial berkontribusi 29,5% terhadap variabel generasi milenial, sementara 70,5% dipengaruhi faktor lain. Nilai signifikansi $0,000 < 0,05$ menandakan adanya pengaruh signifikan, dengan persamaan regresi $Y = 33,389 + 0,414X$. Implikasi penelitian menekankan pentingnya literasi digital dan kesadaran etika dalam penggunaan media sosial. Penelitian selanjutnya disarankan memperluas variabel, jumlah, dan cakupan responden agar hasil lebih komprehensif dan memiliki generalisasi lebih luas.



This work is licensed under a [Creative Commons Attribution-ShareAlike 4.0 International License](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/).

Publisher: Lembaga Penerbit Penelitian Nusantara

Pendahuluan

Fenomena umum terkait pengaruh media sosial terhadap generasi milenial menunjukkan adanya perkembangan media sosial di era digital telah memengaruhi pola pikir, perilaku, dan interaksi sosial generasi milenial. Kelompok ini cenderung memiliki ketergantungan tinggi terhadap media sosial sebagai sarana komunikasi, ekspresi diri, dan pembentukan identitas (Sunardi, 2026). Namun, arus informasi dan budaya global yang tidak selalu sejalan dengan nilai bangsa dapat menimbulkan pergeseran nilai. Di sisi lain, nilai-nilai Pancasila seharusnya menjadi pedoman dalam kehidupan bermasyarakat, tetapi belum sepenuhnya terinternalisasi dengan baik. Oleh karena itu, muncul permasalahan mengenai bagaimana generasi milenial dapat memanfaatkan media sosial secara bijak tanpa mengabaikan nilai kebangsaan (Amanda Selviana et al., 2024).

Penelitian ini mengkaji permasalahan terkait pengaruh penggunaan media sosial terhadap generasi milenial. Kemajuan teknologi memudahkan akses informasi secara cepat dan luas, namun juga membuka peluang masuknya pengaruh negatif yang sering tidak disadari. Hal ini menjadi penting karena media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga berperan dalam membentuk pola pikir, sikap, dan perilaku. Oleh sebab itu, perlu dipahami sejauh mana penggunaan media sosial berdampak pada pembentukan karakter generasi milenial (Fanindy & Mupida, 2021).

Kondisi spesifik saat ini terkait pengaruh media sosial terhadap generasi milenial menunjukkan bahwa kecenderungan perilaku konsumtif pada generasi milenial, khususnya di wilayah perkotaan, semakin meningkat dan dipengaruhi oleh intensitas penggunaan media sosial. Paparan tren digital mendorong terjadinya pembelian impulsif, seperti mengikuti mode, gaya hidup kafe, dan kebutuhan berbasis citra, meskipun tidak sesuai dengan kebutuhan utama. Kondisi ini diperkuat oleh rendahnya literasi keuangan, yang tercermin dari kurangnya perencanaan keuangan, terbatasnya pemahaman mengenai pengelolaan risiko, serta rendahnya kesadaran akan pentingnya investasi. Akibatnya, pendapatan lebih banyak digunakan untuk memenuhi kebutuhan jangka pendek dibandingkan untuk tujuan keuangan jangka panjang (Qurotaa'yun, 2019).

Tingginya intensitas penggunaan media sosial oleh generasi milenial di Indonesia menimbulkan persoalan mengenai sejauh mana platform tersebut mampu membentuk perilaku konsumsi yang konsisten dan berkelanjutan. Meskipun kampanye produk ramah lingkungan, seperti

penggunaan sedotan stainless dan totebag, disebarluaskan melalui media sosial, perubahan perilaku yang terjadi belum sepenuhnya stabil. Sebagian milenial menunjukkan sikap lebih selektif dalam memilih produk, namun masih terdapat ketidakonsistenan dalam penerapannya. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan terkait efektivitas media sosial dalam membangun kesadaran lingkungan yang berkelanjutan, serta sejauh mana pengaruhnya mampu mengubah pola konsumsi secara nyata, bukan sekadar mengikuti tren sementara (Hasdiansa et al., 2023).

Permasalahan yang muncul pada generasi milenial akibat penggunaan media sosial yang berlebihan adalah terganggunya keseimbangan hidup sehari-hari. Generasi milenial yang memiliki rasa ingin tahu tinggi, namun kurang diimbangi dengan kontrol diri dan aktivitas nyata, cenderung mengalami ketergantungan pada platform digital (Yunarti, 2024). Kondisi ini membuat sebagian milenial sulit mengendalikan penggunaan media sosial, merasa gelisah ketika tidak mengaksesnya, serta terus mengulang kebiasaan tersebut. Dampaknya, kualitas hidup, interaksi sosial, serta produktivitas dalam belajar maupun bekerja dapat mengalami penurunan (Yunarti, 2024).

Rendahnya literasi politik pada generasi milenial tercermin dari kurangnya ketertarikan mereka terhadap isu-isu politik. Kondisi ini dipengaruhi oleh pandangan negatif terhadap dunia politik, terutama terhadap partai politik yang dianggap belum mampu menjalankan perannya secara efektif. Persepsi tersebut diperkuat oleh lemahnya tata kelola, maraknya praktik KKN, serta kurang optimalnya fungsi partai sebagai sarana pendidikan politik bagi masyarakat. Akibatnya, generasi milenial cenderung bersikap apatis dan kurang terlibat dalam aktivitas politik (Rosadi et al., 2020). Akibatnya, generasi milenial lebih memilih untuk memfokuskan perhatian pada aspek lain, seperti perkembangan teknologi dan budaya populer, daripada terlibat aktif dalam kegiatan politik.

Data yang mendukung permasalahan ini menunjukkan bahwa kemajuan media sosial memberikan kemudahan komunikasi tanpa batas ruang dan waktu, baik dalam membangun relasi maupun pertukaran informasi. Namun, kemudahan tersebut belum sepenuhnya diiringi oleh penerapan etika dalam berinteraksi. Kebebasan dalam menyampaikan pendapat, perasaan, serta berbagai konten sering kali menimbulkan ujaran yang tidak pantas dan memicu konflik di ruang digital. Hal ini menunjukkan adanya permasalahan berupa rendahnya etika komunikasi dalam penggunaan media sosial. Oleh karena itu, diperlukan upaya peningkatan literasi digital, penguatan regulasi, serta penumbuhan kesadaran kolektif agar generasi milenial mampu memanfaatkan media sosial secara bijak dan bertanggung jawab (Hapsari Wijayanti et al., 2022).

Meskipun hampir seluruh masyarakat Indonesia telah mengakses internet melalui perangkat digital, tingkat literasi media masih tergolong sedang dengan skor indeks 3,54 pada 2022. Generasi

milenial, sebagai pengguna dominan media sosial, menghabiskan waktu berjam-jam di platform seperti Facebook, YouTube, dan TikTok (Sari, 2019). Namun, tingginya intensitas penggunaan media sosial di kalangan generasi milenial belum sepenuhnya diimbangi dengan kemampuan dalam menyaring informasi. Hal ini terlihat dari banyaknya penyebaran informasi yang tidak akurat yang berasal dari media sosial, serta masih adanya sebagian masyarakat yang belum mampu membedakan antara informasi yang benar dan yang keliru. Kondisi ini menunjukkan bahwa penguasaan teknologi oleh generasi milenial tidak selalu diikuti dengan literasi digital yang kritis, sehingga mereka tetap rentan dalam menerima maupun menyebarkan informasi yang belum terverifikasi.

Tingginya intensitas penggunaan perangkat digital pada generasi milenial di Indonesia memunculkan permasalahan terkait perubahan pola komunikasi. Durasi penggunaan ponsel pintar yang mencapai lebih dari enam jam per hari, termasuk lebih dari tiga jam untuk media sosial, menunjukkan adanya pergeseran interaksi dari tatap muka ke komunikasi daring. Kondisi ini menimbulkan pertanyaan mengenai efektivitas komunikasi tersebut, mengingat keterbatasan ekspresi dan pemahaman dalam ruang digital dapat memicu kesalahpahaman hingga konflik. Oleh karena itu, perlu dikaji sejauh mana dominasi komunikasi digital memengaruhi kualitas interaksi sosial generasi milenial dalam kehidupan sehari-hari (Zis et al., 2021).

TikTok saat ini semakin berperan sebagai sarana komunikasi politik di kalangan generasi milenial. Generasi milenial yang aktif menggunakan platform ini cenderung memanfaatkan TikTok untuk mengikuti perkembangan isu politik dan berita, sehingga mereka semakin sering terpapar konten politik di ruang digital. Di Indonesia, TikTok juga terbukti efektif digunakan sebagai media komunikasi politik, terutama karena format kontennya yang singkat, menarik, dan sesuai dengan karakter generasi milenial. Kondisi ini menunjukkan bahwa media sosial tidak hanya menjadi sarana hiburan, tetapi juga memiliki pengaruh dalam membentuk pandangan, sikap, hingga kecenderungan pilihan politik generasi milenial (Faridh, 2024). Data ini mengindikasikan bahwa meskipun TikTok berperan penting dalam memperluas komunikasi politik, platform tersebut juga menuntut peningkatan literasi media agar generasi muda dapat lebih kritis dan selektif dalam menyerap serta menyebarkan informasi.

Globalisasi memberikan dampak yang cukup besar terhadap generasi milenial di Indonesia, yang terlihat dari mulai berkurangnya keterlibatan dalam tradisi lokal serta pergeseran nilai gotong royong menuju pola hidup yang lebih individualistis. Meskipun sebagian generasi milenial menyadari pentingnya pelestarian budaya, hanya sebagian kecil yang benar-benar aktif berpartisipasi dalam kegiatan budaya. Kondisi ini semakin dipengaruhi oleh kuatnya arus budaya asing melalui

media sosial, musik, dan gaya hidup modern, sehingga nilai-nilai Pancasila sebagai identitas bangsa cenderung semakin terpinggirkan (Advent Graceman Mendrofa et al., 2024).

Penelitian ini mengkaji permasalahan terkait pengaruh penggunaan media sosial terhadap generasi milenial. Kemajuan teknologi memudahkan akses informasi secara cepat dan luas, namun juga membuka peluang masuknya pengaruh negatif yang sering tidak disadari. Hal ini menjadi penting karena media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga berperan dalam membentuk pola pikir, sikap, dan perilaku. Oleh sebab itu, perlu dipahami sejauh mana penggunaan media sosial berdampak pada pembentukan karakter generasi milenial.

Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif. Pendekatan ini bertujuan untuk menguji pengaruh antara variabel (Bisnis Pebriana Barage & Sudarusman, 2022; Durachman et al., 2021; Syafindra & Samputra, 2023). Populasi penelitian adalah mahasiswa Provinsi Banten. Penentuan sampel dilakukan dengan teknik *probability sampling* melalui metode Simple Random Sampling (Anwar Yasfin & Kristiana Rahmawati, 2023). Sehingga setiap anggota populasi memiliki kesempatan yang sama untuk menjadi responden. Jumlah sampel yang digunakan dalam penelitian ini sebanyak 60 Mahasiswa. Pengambilan data dilaksanakan pada bulan Januari sampai dengan bulan Februari 2026. Desain penelitian pengukuran pembentukan karakter Mahasiswa seperti Gambar 1 berikut (Rahmawati et al., 2020):



Gambar 1. Desain Penelitian

Analisis data menggunakan regresi linier sederhana dengan software SPSS versi 27. Analisis data meliputi: koefisien korelasi, koefisien determinasi, pengujian hipotesis, dan persamaan garis regresi linier sederhana. Tabel koefisien korelasi antara dua variabel (Siregar et al., 2024) dapat dilihat pada Tabel berikut:

Tabel 1. Koefisien Korelasi

Interval	Tingkat Korelasi
0.00-0.02	Sangat Lemah
0.21-0.40	Lemah
0.41-0.60	Sedang

1	.543 ^a	.295	.283	3.357
---	-------------------	------	------	-------

a. Predictors: (Constant), Media Sosial

Berdasarkan Tabel *Model Summary*, skor koefisien korelasi (R) adalah sebesar 0,543. Hal ini menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara variabel media sosial dengan variabel generasi milenial (Siregar et al., 2024). Selanjutnya, diperoleh skor R Square sebesar 0,295. Skor tersebut menunjukkan bahwa variabel media sosial memberikan kontribusi sebesar 29,5% terhadap variabel generasi milenial, sedangkan sisanya sebesar 70,5% dipengaruhi oleh variabel lain di luar penelitian.

Pengujian Hipotesis

Tabel 3. Model ANOVA

ANOVA^a

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	273.322	1	273.322	24.252	.000 ^b
	Residual	653.661	58	11.270		
	Total	926.983	59			

a. Dependent Variable: Generasi Milenial

b. Predictors: (Constant), Media Sosial

Berdasarkan tabel ANOVA, diperoleh skor F hitung sebesar 24,252 dan skor signifikansi sebesar 0,000. Skor signifikansi $0,000 < 0,05$, maka terdapat pengaruh yang signifikan antara variabel media sosial terhadap variabel generasi milenial (Khusnaini Hidayatul Arofah et al., 2025).

Persamaan Regresi Linier

Tabel 4. Model Uji Hipotesis

Coefficients^a

Model		Unstandardized		Standardized		Sig.
		Coefficients		Coefficients		
		B	Std. Error	Beta	t	
1	(Constant)	33.389	4.615		7.235	.000

Media Sosial	.414	.084	.543	4.925	.000
--------------	------	------	------	-------	------

a. Dependent Variable: Generasi Milenial

Berdasarkan tabel *Coefficients*, diperoleh skor konstanta (Constant) sebesar 33,389. Skor koefisien regresi variabel media sosial sebesar 0,414, sehingga persamaan garis regresi linier sederhana adalah: $Y = 33,389 + 0,414X$. Persamaan ini memberikan informasi bahwa setiap kenaikan satu skor variabel media sosial (X), maka akan terjadi kenaikan skor variabel generasi milenial (Y).

Pembahasan

Berdasarkan hasil analisis pada Tabel *Model Summary*, diperoleh nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,543. Nilai ini mengindikasikan adanya hubungan yang tergolong cukup kuat antara variabel media sosial dan variabel generasi milenial. Artinya, perubahan yang terjadi pada intensitas maupun kualitas penggunaan media sosial cenderung diikuti oleh perubahan pada karakteristik generasi milenial. Hubungan yang cukup kuat ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki keterkaitan nyata dalam membentuk pola pikir, sikap, maupun perilaku generasi milenial. Temuan tersebut konsisten dengan hasil penelitian Abdul Harif Siswanto (2023) serta Syahputri et al. (2023) yang menegaskan bahwa media online berhubungan positif dengan peningkatan kesadaran sosial pada generasi milenial.

Selanjutnya, nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,295 menunjukkan bahwa variabel media sosial mampu menjelaskan 29,5% variasi pada variabel generasi milenial. Sementara itu, sebesar 70,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor-faktor lain yang tidak diteliti dalam penelitian ini. Hal ini menegaskan bahwa meskipun media sosial berperan penting, terdapat variabel lain seperti lingkungan sosial, pendidikan, budaya, dan faktor ekonomi yang turut memberikan kontribusi. Hasil ini sejalan dengan penelitian Rezeki Hasibuan et al. (2023) yang menyatakan bahwa media sosial memengaruhi perubahan perilaku komunikasi, meskipun Andriani & Puji Suci (2023) menekankan adanya faktor lain yang lebih dominan.

Berdasarkan hasil uji ANOVA, diperoleh nilai F hitung sebesar 24,252 dengan tingkat signifikansi 0,000 yang lebih kecil dari 0,05. Hal ini menunjukkan bahwa pengaruh media sosial terhadap generasi milenial terbukti signifikan secara statistik. Dengan demikian, hipotesis yang menyatakan adanya pengaruh media sosial terhadap generasi milenial dapat diterima. Temuan ini selaras dengan penelitian Azizah & Aswad (2022) serta Putra & Setiawan (2021) yang menyimpulkan bahwa media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap perilaku generasi

milenial, termasuk dalam aspek konsumtif dan sosial.

Selain itu, berdasarkan tabel *Coefficients*, diperoleh persamaan regresi linier sederhana $Y = 33,389 + 0,414X$. Persamaan ini menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel media sosial akan diikuti oleh peningkatan sebesar 0,414 pada variabel generasi milenial. Dengan kata lain, semakin tinggi skor penggunaan atau pemanfaatan media sosial, maka semakin tinggi pula skor yang menggambarkan karakteristik generasi milenial.

SIMPULAN (12pt)

Berdasarkan hasil analisis dan pembahasan, dapat disimpulkan bahwa media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap generasi milenial. Nilai koefisien korelasi (R) sebesar 0,543 menunjukkan adanya hubungan yang cukup kuat antara variabel media sosial dan generasi milenial. Hal ini menandakan bahwa semakin tinggi intensitas dan kualitas penggunaan media sosial, semakin besar pula pengaruhnya terhadap karakteristik generasi milenial. Nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,295 mengindikasikan bahwa media sosial memberikan kontribusi sebesar 29,5% terhadap variabel generasi milenial, sedangkan 70,5% sisanya dipengaruhi oleh faktor lain di luar penelitian. Dengan demikian, media sosial merupakan salah satu faktor penting, namun bukan satu-satunya variabel yang memengaruhi perkembangan generasi milenial. Hasil uji hipotesis melalui ANOVA menunjukkan nilai F hitung sebesar 24,252 dengan signifikansi 0,000 ($< 0,05$), sehingga dapat dinyatakan bahwa pengaruh media sosial terhadap generasi milenial terbukti secara statistik signifikan. Persamaan regresi $Y = 33,389 + 0,414X$ juga menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu satuan pada variabel media sosial akan meningkatkan skor generasi milenial sebesar 0,414.

DAFTAR PUSTAKA

- Abdul Harif Siswanto. (2023). Media Massa Online dan Kesadaran Sosial Pembaca Milenial. *Jurnal Ilmu Multidisiplin Internasional*. <https://doi.org/10.62668/defacto.v1i02.779>
- Adha, S., Fahlevi, M., Siti Rabiah, A., & Dhyan Parashakti, R. (2020). Pengaruh Sosial Media Influencer Terhadap Pengaruh Minat Kerja Antar Brand. *Industrial Dan Manajemen*. <https://doi.org/10.7777/jiemar.v1i1>
- Advent Graceman Mendrofa, Amelia Nurlita, Ilham Hudi, Dimas Darma Putra, Dian Juniati Sandra Putri, Sakti Wibowo, & Syarifatul Hayati. (2024). Dampak Negatif Globalisasi pada Perilaku Generasi Milenial yang Bertentangan dengan Nilai-Nilai Pancasila. *Wawasan : Jurnal Ilmu Manajemen, Ekonomi Dan Kewirausahaan*, 2(2), 130–141. <https://doi.org/10.58192/wawasan.v2i2.1950>

- Alifah, Q., & Indiyati, D. (2023). Pengaruh Stres Kerja Terhadap Niat Keluar Perusahaan Pada Generasi Milenial Indonesia. *Ilmiah*, 7(3), 2023. <https://doi.org/https://doi.org/10.31955/mea.v7i3.3434>
- Amanda Selviana, Emilia Susanti, Julia Elvina, Iis Sholehah, Layyana Syarifah Pane, & Putri Diana. (2024). Implementasi Nilai-Nilai Pancasila di Kalangan Generasi Milenial Melalui Media Sosial (bahasa indonesia, Tran.). *Jurnal Bintang Pendidikan Indonesia*, 2(3), 148–157. <https://doi.org/10.55606/jubpi.v2i3.3075>
- Andriani, D., & Puji Suci, R. (2023). Pengaruh Promosi Media Sosial Instagram Starcross Terhadap Keputusan Pembelian Dimediasi Minat Beli (Studi pada Generasi Milenial Malang). *Jurnal Ekonomi*, 2(3). <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.55681/economina.v2i3.404>
- Anwar Yasfin, M., & Kristiana Rahmawati, H. (2023). Pendampingan Moderasi Beragama Generasi Milenial Kabupaten Kudus Melalui Pelatihan Literasi Media. *Pengabdian Masyarakat*, 2. <https://doi.org/10.35878/kifah.v2i1>
- Bisnis Pebriana Barage, C., & Sudarusman, E. (2022). Pengaruh Work-Life Balance, Stres Kerja, Dan Kepuasan Kerja Terhadap Turnover Intention (*Studi Pada Pekerja Generasi Milenial Di Yogyakarta*) (Vol. 3, Number 1). <https://doi.org/DOI:https://doi.org/10.35917/cb.v3i1.302>
- Djari, J. A., & Heriyawan, M. S. (2022). Pengaruh Media Sosial, Pembelajaran Daring, dan Kecerdasan Emosional Terhadap Etika dan Perilaku Taruna Pelayaran. *Dinamika Bahari*, 3(1), 20–28. <https://doi.org/10.46484/db.v3i1.298>
- Durachman, Y., Supriati, R., Puji Santoso, N., Marwati Suryaman, F., & Syarif Hidayatullah Jakarta, U. (2021). Dampak Implementasi Pendidikan Agama Islam Dalam Membentuk Karakter Generasi Milenial Menghadapi Perkembangan Teknologi Digital Pada Sosial Media. In *Alphabet Jurnal Wawasan Agama Risalah Islamiah, Teknologi dan Sosial (Al-Waarits)* (Vol. 1, Number 1).
- Eryanto, H., & Wiradendi Wolor, C. (2023). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Dan Motivasi Terhadap Minat Berwirausaha Siswa Smk Negeri 40 Jakarta. *Bisnis Dan Keuangan TRANSEKONOMIKA | VOLUME*, 3(3). <https://doi.org/https://doi.org/10.55047/transekonomika.v3i3.446>
- Fanindy, M. N., & Mupida, S. (2021). Pergeseran literasi pada generasi milenial akibat penyebaran radikalisme di media sosial (bahasa indonesia, Tran.). *Millah: Journal of Religious Studies*, 20(2), 195–222. <https://doi.org/10.20885/millah.vol20.iss2.art1>
- Faridh, A. (2024). Peran Tiktok Sebagai Media Komunikasi Politik Bagi Generasi Milenial (Studi Kasus Pada Karyawan Duta Lampung Tahun 2024) (bahasa indonesia, Tran.). In *Jurnal Professional* (Vol. 11, Number 2). <https://doi.org/https://doi.org/10.37676/professional.v11i2.7148>
- Hapsari Wijayanti, S., Sihotang, K., Emmily Dirgantara, V., & Maytriyanti. (2022). Bentuk-Bentuk Etika Bermedia Sosial Generasi Milenial. *Jurnal Komunikasi*, 16(2), 129–146. <https://doi.org/10.20885/komunikasi.vol16.iss2.art3>
- Hasdiansa, I. W., Hasbiah, S., & Fadilah Aswar, N. (2023). Pengaruh Media Sosial terhadap perilaku ramah

- lingkungan generasi milenial dan generasi z (bahasa indonesia, Tran.). *Bisnis Dan Kewirausahaan*, 12. <https://doi.org/https://doi.org/10.37476/jbk.v12i1.3804>
- Kerang, S. D. K. N. K. Perilaku Mencontek dalam Ujian Sekolah: Analisis Faktor Individual dan Lingkungan Sekolah.
- Khusnaini Hidayatul Arofah, Dina Nur Antika, & Eva Dwiyantri Putri M. (2025). Hubungan Lingkungan Keluarga Dengan Sikap Tanggung Jawab Siswa Madrasah Ibtidaiyah. *Jurnal Ilmiah Multidisiplin Ilmu*, 2(3), 172–177. <https://doi.org/10.69714/tm57b011>
- Putra, R. D., & Setiawan, B. (2021). Pengaruh Promosi melalui Sosial Media dan Online Customer Reviews Terhadap Keputusan Pembelian. *Jurnal Informatika Kesatuan*, 1(1), 31–42. <https://doi.org/10.37641/jikes.v1i1.405>
- Putri, A. M., Latifya, A., & Andrian, F. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Nilai-Nilai Yang Terkandung Dalam Pancasila Pada Generasi Z. *Syntax Idea*, 2(12). <https://doi.org/https://doi.org/10.46799/syntax-idea.v2i12.732>
- Qurotaa'yun, Z. , & K. A. (2019). Pengaruh Literasi Keuangan Terhadap Perilaku Konsumtif Generasi Milenial Di Kota Bandung. *Akutansi Dan Keuangan*, 3, 46–53. <https://doi.org/https://doi.org/10.25124/jaf.v3i1.2167>
- Raharjo, N. P., Winarko, B., Balai, B., Sumber, P., Manusia, D., & Surabaya, P. (2021). Analisis Tingkat Literasi Digital Generasi Milenial Kota Surabaya dalam Menanggulangi Penyebaran Hoaks. *Komunikasi,Media Dan Informatika*, 33. <https://doi.org/10.31504/komunika.v9i1.3795>
- Rezeki Hasibuan, S., Titin Sumanti, S., & Rozi, F. (2023a). Pengaruh Penggunaan Media Sosial Terhadap Pola Perilaku Komunikasi Siswa Sma Ar-Rahman Medan. *Sibatik Journal: Jurnal Ilmiah Bidang Sosial, Ekonomi, Budaya, Teknologi, Dan Pendidikan*, 2(5), 1411–1418. <https://doi.org/10.54443/sibatik.v2i5.803>
- Rosadi, B., Darmawan, C., Anggraeni, L., & Kunci, K. (2020). *pengaruh pesan politik dimedia sosial*. <https://doi.org/https://doi.org/10.17509/civicus.v20i1.16586>
- Sahputra, I., Pratama, A., Fachrurrazi, S., & Ari Saptari, M. (2023). meningkatkan semangat literasi digital. *Jurnal Malikussaleh Mengabdi*, 2(1), 2829–6141. <https://doi.org/10.29103/jmm>
- Sari, S. (2019). literasi media pada generasi milenial di era digital. In *Jurnal Professional FIS UNIVED* (Vol. 6, Number 2).
- Siregar, D., Aditya, T., Purwanto, E., & Elyana, K. (2024). Pengaruh Media Sosial Instagram Terhadap Perubahan dalam Gaya Hidup Gen Z di Kota Tangerang. *Jurnal Teknologi Informasi Dan Komunikasi*, 8(3), 2024. <https://doi.org/10.35870/jti>
- Sunardi, S. (2019). Pendidikan Era Global “Globalisasi Pendidikan atau Pendidikan Islam Berwawasan Global”. *At-Tadbir*, 3(1), 370693.
- Sunardi, S., Halimatuzzahrah, H., Zulfa, E., & Fadli, H. (2025). Inovasi Kurikulum Pendidikan Islam Integrasi

- Antara Ilmu Keislaman dan Ilmu Modern di MA Darussalimin NW Sengkol Mantang. *Jurnal Mahasantri*, 5(2), 60-67.
- Syafindra, Y., & Samputra, P. L. (2023). Pengaruh Emotional Quotient Terhadap Strategi Coping Stress Generasi Milenial Dalam Bermedia Sosial. *AL-MANHAJ: Jurnal Hukum Dan Pranata Sosial Islam*, 5(1), 11–22. <https://doi.org/10.37680/almanhaj.v5i1.2064>
- Tanjung, A. F., & Adha, R. (2023). Persepsi Dan Keputusan Investasi Masa Depan Pada Generasi Milenial Dan Gen Z. *Jurnal Penelitian Dan Kajian Sosial Keagamaan*, 20, 257–266. <https://doi.org/10.46781/al-mutharahah>
- Tatik Purwaningsih, Nurul Hidayat, Arnold Surya Nugroho, & Ria Restina Robiyanti. (2023). Urgensi Literasi Digital untuk Generasi Milenial di Era Society 5.0. *ALKHIDMAH: Jurnal Pengabdian Dan Kemitraan Masyarakat*, 1(3), 132–139. <https://doi.org/10.59246/alkhidmah.v1i3.421>
- Yunarti, D. P. (2024). Analisis dampak media sosial pada perilaku fomo generasi milenial (bahasa indonesia, Tran.). *Jurnal Bimbingan Dan Konseling*, 11(1). <https://www.jurnal.umbaru.ac.id/index.php/bkmb/article/view/842>
- Zahra, F. A., & Paludi, S. (2023). Pengaruh Media Sosial, Persepsi Harga, dan Kualitas Produk Terhadap Keputusan Pembelian di Restoran Mujigae. *JAMBURA*, 6(2). <https://doi.org/https://doi.org/10.37479/jimb.v6i2.19758>
- Zis, S. F., Effendi, N., & Roem, E. R. (2021). Perubahan Perilaku Komunikasi Generasi Milenial dan Generasi Z di Era Digital. *Satwika: Kajian Ilmu Budaya Dan Perubahan Sosial*, 5(1), 69–87. <https://doi.org/10.22219/satwika.v5i1.15550>
- Zulfikar, R., & Novianti, L. (2018). Pengaruh Kapabilitas Jejaring Usaha dan Media Sosial terhadap Kinerja Usaha (Studi Kasus: Sentra Kain Cigondewah Bandung). In *Jurnal Riset Bisnis dan Manajemen* (Vol. 2, Number 2). <https://doi.org/https://doi.org/10.34010/jurisma.v8i2.1004>
- Zulhijah Rahmawati, D., Adam Wibawa, L., Cantika Antoni Putri, L., Malik, A., & Raden Intan Lampung, U. (2025). Al-A'Mal. In *Jurnal Manajemen Bisnis Syariah* (Vol. 2).