



**KEPUTUSAN DEKAN  
FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF  
UNIVERSITAS BUDI LUHUR  
Nomor : K/UBL/FKDK/ooo/069/09/25**

**TENTANG**

**KEWAJIBAN DOSEN MELAKSANAKAN TRIDHARMA PERGURUAN TINGGI  
FAKULTAS KOMUNIKASI & DESAIN KREATIF UNIVERSITAS BUDI LUHUR  
SEMESTER GASAL TAHUN AKADEMIK 2025/2026**

- Menimbang : a) Bahwa untuk meningkatkan kinerja Dosen dalam melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi di Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur.  
b) Bahwa dipandang perlu meningkatkan peran Dosen dalam pengembangan keilmuan dan karya nyata dalam kehidupan masyarakat.
- Mengingat : 1) Undang-Undang Nomor 12/Tahun 2012 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Republik Indonesia/Tahun 2012 Nomor 5336);  
2) Undang-Undang Nomor 20/Tahun 2003 tentang Sistem Pendidikan Nasional (Lembaran Negara Republik Indonesia/Tahun 2003 Nomor 78, Tambahan Lembaran Negara Republik Indonesia Nomor 4301);  
3) Undang-Undang Nomor 60/Tahun 1999 tentang Pendidikan Tinggi (Lembaran Negara Tahun 1999 Nomor 115, Tambahan Lembaran Negara Nomor 3859);  
4) Peraturan Pemerintah Nomor 17/Tahun 2010 tentang Pengelolaan dan Penyelenggaraan Pendidikan (Lembaran Negara Republik Indonesia Tahun 2010 Nomor 23);  
5) Permendikbudristek Nomor 53 tahun 2023 tentang Penjaminan Mutu Pendidikan Tinggi;  
6) Statuta Universitas Budi Luhur No. K/YBLC/KET/ooo/216/06/23;  
7) Keputusan Pengurus Yayasan Pendidikan Budi Luhur Cakti No. K/YBLC/KET/ooo/072/03/23 tentang Pengangkatan Dekan

**MEMUTUSKAN**

**MENETAPKAN**

- Pertama : Mewajibkan setiap dosen tetap Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur untuk memiliki *roadmap* penelitian, menyusun rencana atau proposal penelitian, melaksanakan penelitian, dan menyusun karya ilmiah minimal satu karya dalam satu semester.
- Kedua : Mewajibkan setiap dosen tetap Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif untuk terlibat dalam kegiatan pengabdian masyarakat minimal satu kegiatan dalam satu semester.
- Ketiga : Mewajibkan setiap dosen Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif untuk mengajar sesuai dengan jadwal dan mata kuliah yang telah ditetapkan Ketua Program Studi.
- Kempat : Dalam melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi setiap dosen berkewajiban membuat laporan kepada Ketua Program Studi terkait dan bertanggung jawab kepada Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur.
- Kelima : Keputusan ini berlaku sejak tanggal ditetapkan dan akan diubah sebagaimana mestinya apabila dikemudian hari terdapat kekeliruan.

Ditetapkan di : Jakarta  
Pada Tanggal : 01 September 2025  
Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif  
Universitas Budi Luhur



Rocky Prasetyo Jati



# UNIVERSITAS BUDI LUHUR

Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif

KAMPUS PUSAT : Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Jakarta Selatan 12260

Telp : (021) 5853753 (Hunting) Fax : (021) 7371164, 5853752

Website : <http://www.budiluhur.ac.id>

Lampiran Keputusan Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif Universitas Budi Luhur  
Nomor : K/UBL/FKDK/ooo/069/09/25

Tentang : Kewajiban Dosen Melaksanakan Tridharma Perguruan Tinggi Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif  
Universitas Budi Luhur Semester Gasal Tahun 2025/2026

NO	NAMA
1.	Abdul Azis, S.S, M.I.Kom.
2.	Ahmad Thabathaba'I Saefudin, S.I.Kom., M.Ds.
3.	Amin Aminudin, S.Kom.I, M.I.Kom.
4.	Anastasia Putri Kristiani, M.I.Kom.
5.	Anggun Putri Dewanggi I.B, S.Sos, M.M.
6.	Arbi Cristional Lokananta, S.I.Kom., M.I.Kom.
7.	Arif Nur Hidayat, S.Kom., M.I.Kom.
8.	Artyasto Jatisidi, S.I.Kom., M.I.Kom.
9.	Benny Muhdalihha, S.Sn., M.Sn.
10.	Danang Soeminto, S.Sos., M.I.Kom.
11.	Denik Iswardani Witarti, S.I.P, M.Si, Ph.D.
12.	Dewi Pugersari, S.Ds, M.Ds.
13.	Dhika Purnama Putra, S.I.Kom., M.Sn.
14.	Dini Maryani Sunarya, S.Sos, M.Si.
15.	Doddy Wihardi, S.I.P., M.I.Kom.
16.	Dominggo Subandrio, S.Sn., M.I.Kom.
17.	Dr. Afrina Sari, S.Sos, M.Si.
18.	Dr. Ahmad Toni, S.Sos.I., M.I.Kom.
19.	Dr. Arief Ruslan, S.Kom. M.Sn.
20.	Dr. Dudi Iskandar, S.Ag., M.I.Kom.
21.	Dr. Eko Putra Boediman, S.S, MM, M.I.Kom.
22.	Dr. I.G.P. Wiranegara, S.Sn., M.Sn.
23.	Dr. Indah Suryawati, S.Sos, M.Si.
24.	Dr. Nawiroh Vera, S.Sos, M.Si.
25.	Dr. Ni Gusti Ayu Ketut Kurniasari, S.I.P, M.Si.
26.	Dr. Rocky Prasetyo Jati, S.P.T., M.Si.
27.	Dra. Rachmi Kurnia Siregar, M.I.Kom.
28.	Dra. Riyodina Ganefsri Pratikto, M.Si.
29.	Drs. Ahmad Pramegia, M.I.Kom.
30.	Drs. Dwi Prijono Soesanto, M.I.Kom.
31.	Eko Sumardi, S.Sos., M.I.Kom.
32.	Fatma Misky, S.I.Kom., M.Sn.
33.	Geri Suratno, S.I.Kom., M.I.Kom.
34.	Harningsih, S.I.Kom., M.I.Kom.
35.	Haronas Kutanto, S.P.T., M.I.Kom.
36.	Ilham Akbar Afandi, S.I.Kom., M.I.Kom.
37.	Jeanie Annissa, S.I.P, M.Si.
38.	Julaiha Probo Anggraini, S.Si, M.Kom.
39.	Laksmi Rachmaria, S.Sos., M.I.Kom.
40.	Lies Andayani, S.Pd., M.Pd.
41.	Liza Dwi Ratna Dewi, S.Sos, M.Si.
42.	Medya Apriliansyah, S.E, M.Si.
43.	Mira Herlina, S.Sos., M.I.Kom.
44.	Mohammad Agung Akhdani, S.I.Kom., M.I.Kom.
45.	Muhammad Ikhwan, S.Sos., M.I.K.
46.	Muhammad Iqbal Naufal, S.I.Kom., M.I.Kom.
47.	Mulyati, S.I.Kom., M.I.Kom.
48.	Nexen Alexandre Pinontoan, S.I.Kom., M.I.Kom.
49.	Nurfitrianah Octavianingrum Raharjo Putri, S.Sn., M.Sn.
50.	Prof. Dr. Ir. Prudensius Maring, M.A.
51.	Prof. Dr. Umaimah, S.Fil., M.Si.
52.	Putro Nugroho, S.S.T.
53.	Raden Wahyu Utomo Martianto, S.I.Kom., M.I.Kom.
54.	Rahajeng Puspitosari, S.I.Kom., M.I.Kom.
55.	Rama Romindo Utomo, M.I.Kom.
56.	Rana Syakirah Rinaldi, S.I.Kom., M.I.Kom.
57.	Ria Anggraini, S.I.Kom., M.I.Kom.
58.	Ricky Widyananda Putra, S.I.Kom., M.Sn.
59.	Rifqi Muflih, S.Sos, M.Si.
60.	Rini Lestari, S.Sos., M.I.Kom.
61.	Sangga Arta Witama, S.I.Kom., M.I.Kom.
62.	Sekarseta Prihatmadi, S.P.T., M.I.Kom.
63.	Shinta Kristanty, S.Sos, M.Si.
64.	Sinta Dwi Utami, S.I.P., M.I.Kom.
65.	Sukma Alam, S.I.Kom., M.I.Kom.
66.	Suwarno, S.Sos., M.I.Kom.
67.	Wahyu Arnisa, S.I.Kom., M.Ds.
68.	Wedha Stratesti Yudha, S.S., M.Sc.
69.	Wenny Maya Arlena, S.Sos, M.Si.



# UNIVERSITAS BUDI LUHUR

Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif

KAMPUS PUSAT : Jl. Raya Ciledug, Petukangan Utara, Jakarta Selatan 12260

Telp : (021) 5853753 (Hunting) Fax : (021) 7371164, 5853752

Website : <http://www.budiluhur.ac.id>

70.	Yori Pusparani, S.Ds, M.Ds.
71.	Yousep Eka Irawan Apriandi, S.P.T., M.I.Kom.
72.	Yuliana Choerul Reza, S.I.Kom., M.I.Kom.
73.	Zakaria Satrio Darmawan, S.P.T., M.I.Kom.

Ditetapkan di : Jakarta

Pada Tanggal : 01 September 2025

Dekan Fakultas Komunikasi & Desain Kreatif

Universitas Budi Luhur



Rocky Prasetyo Jati



# Media Sosial & Konten Kreator

# PEOPLE NOWADAYS



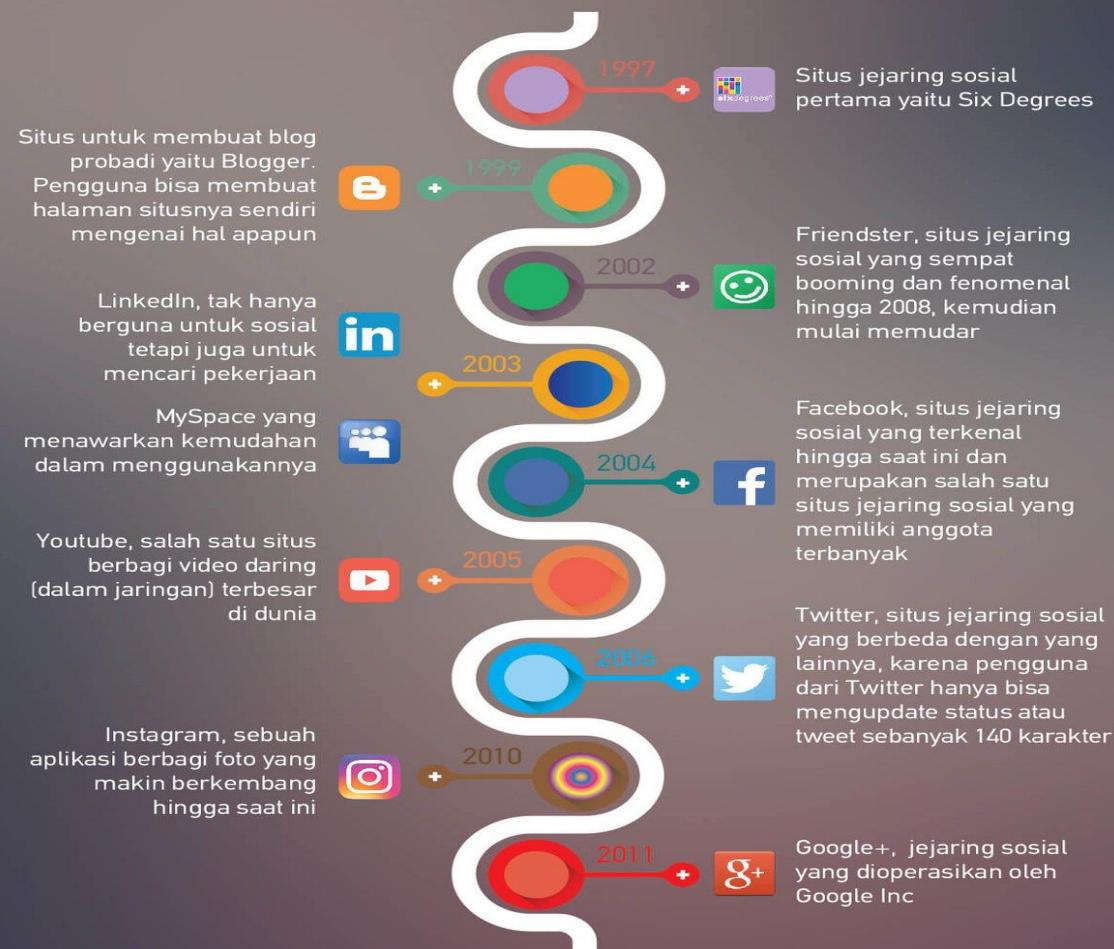
Internet telah menciptakan ruang virtual untuk mempertemukan individu dengan individu atau individu dengan kelompok dalam waktu bersamaan, tetapi tidak dalam satu ruangan



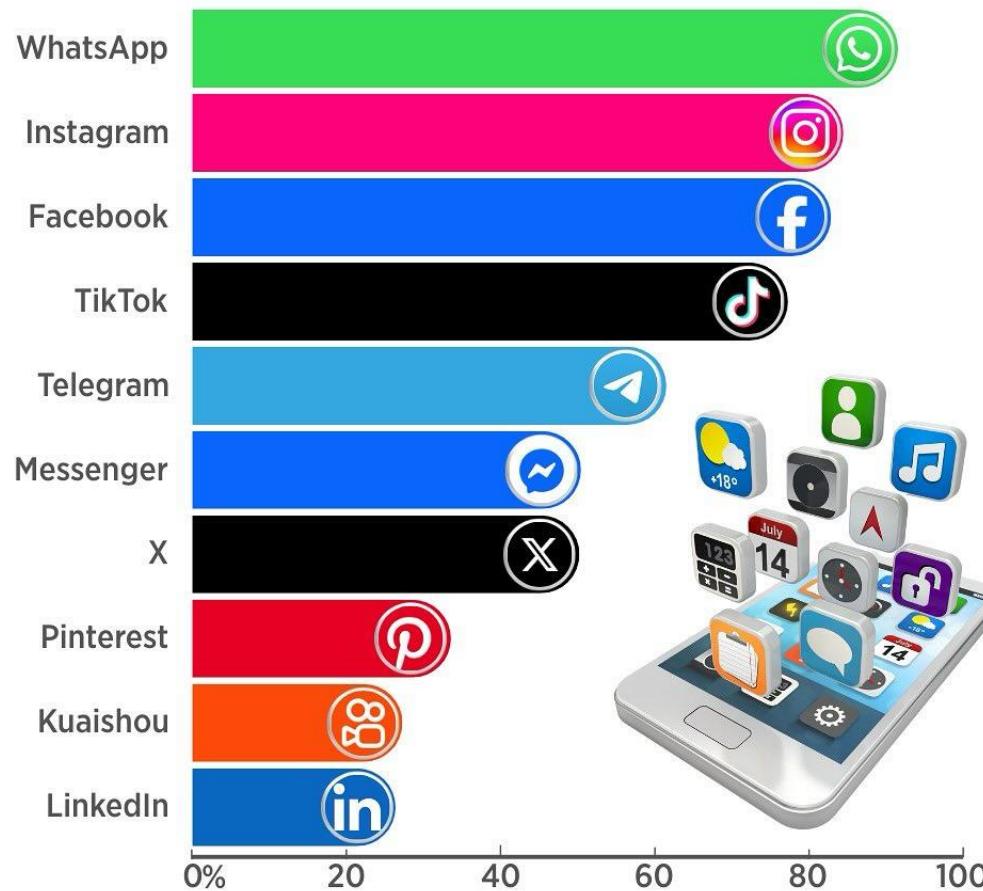
# SEJARAH SINGKAT MEDIA SOSIAL

*Situs media sosial yang mengubah tidak hanya kehidupan sehari-hari kebanyakan orang, tetapi juga bagaimana suatu instansi/perusahaan berinteraksi dengan target marketnya.*

*Berikut beberapa situs media sosial yang umumnya digunakan:*



## Daftar Media Sosial Paling Banyak Digunakan di Indonesia



\*responden pengguna internet usia 16 tahun ke atas, YouTube tidak disertakan dalam survei  
\*\*awal 2025

Sumber: We Are Social, Februari 2024

Berapa kali dan berapa menit Anda membuka media social (Instagram dan TikTok)?

Jika Anda tidak bisa lepas dari handphone dan selalu membuka media sosial maka Anda termasuk FOMO



- FOMO (**Fear of missing out**) adalah orang yang aktif menggunakan media sosial sebagai alat untuk bersosialisasi.
- Seseorang yang merasakan dirinya tertinggal maka ia akan menuntut dirinya untuk memposting aktifitas yang dianggap menarik di media sosial seperti liburan, tempat makan, nongkrong, dan lain-lain



# APAKAH ANDA TERMASUK NOMOPHOBIA ?

**Nomophobia (No Mobile Phobia)** merupakan bentuk ketakutan seseorang apabila sedetik saja dalam hidupnya tidak memegang smartphone atau ponsel pintarnya maka ia akan cemas dan stres



## Gejala Nomophobia

Muncul perasaan cemas, gelisah, khawatir, bingung, bahkan marah apabila tidak menggunakan ponsel pintar



- Sosial media adalah sebuah media online yang dapat menghubungkan para penggunanya untuk berinteraksi, berbagi informasi, dan menciptakan konten.
- Karena itulah muncul istilah *content creator*, orang yang membuat konten di media sosial baik dalam bentuk video, foto, atau tulisan.

**Followers - Konten Kreator - Pengaruh**

**LIVE UPDATE SELEB**

# SOSOK ALIF CEPMEK 'KAMU NANYA'

# **Konten is Networking**

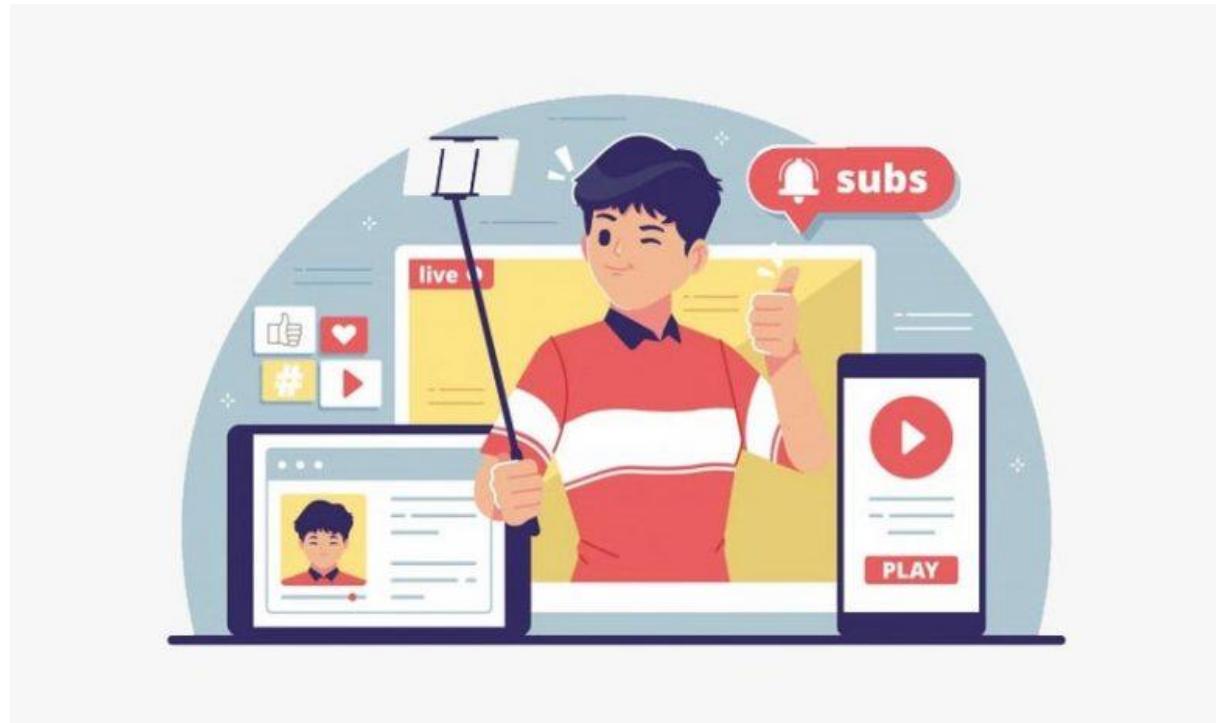
Menjadi konten kreator memudahkan proses networking dengan banyak orang

# Kenapa perlu jadi konten kreator?

- **Punya sumber daya (followers) yang live media social**
- **Kesuksesan konten kreator harus konsisten mem-posting konten**
- **Di digital uang mengalir, dari konten consumer menjadi konten kreator**

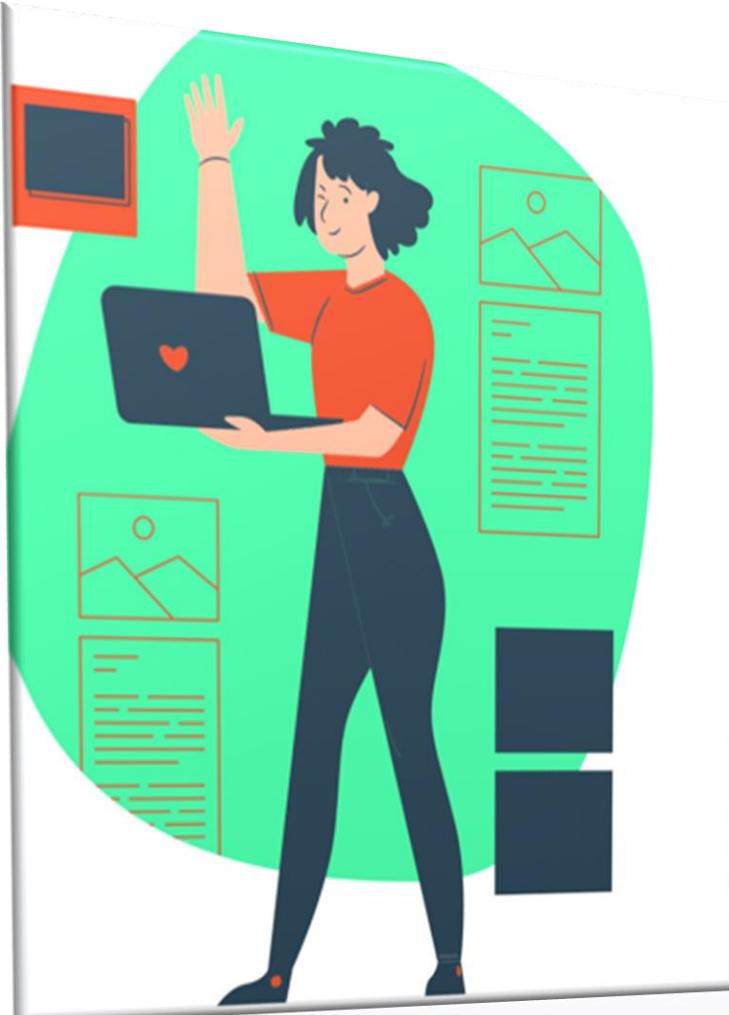


**Semakin konsisten mem-posting konten di media sosial, orang akan mengingatnya**



# **Bermodal handphone membuat foto atau video**





**Menjadi konten kreator adalah sebuah profesi pilihan di era digital sekarang ini dengan modal kecil dan potensi yang luar biasa**

Terima Kasih

# SERTIFIKAT

## PENGHARGAAN

DIBERIKAN KEPADA

*Sukma Alam, S.Pd.Kom, M.Pd.Kom*

Atas partisipasi sebagai Pembicara Materi dalam Pengabdian Masyarakat dengan tema Generasi Z dan Tantangan Komunikasi Digital untuk Siswa SMK Yadika 4, Tangerang" pada Kamis, 30 Oktober 2025



**Drs. Martin Sihaloho**

KEPALA SMK YADINKA 4 TANGERANG

**GENERASI Z DAN TANTANGAN KOMUNIKASI DIGITAL  
(LITERASI MEDIA SOSIAL PADA SISWA/I  
SMK YADIKA 4 CILEDUG)**

**Laporan Kegiatan Pengabdian Kepada Masyarakat  
Semester Gasal 2025/2026**



**Tim Dosen:**

Drs. Ahmad Pramegia, M.I.Kom  
Dr. Dra. Riyodina G. Pratikto, M.Si  
Anggun Putri Dewanggi I.B, S.Sos., MM  
Dini Maryani , S.Sos., M.Si  
Doddy Wihardi, S.I.P., M.I.Kom  
Jeanie Annisa, S.I.P., M.Si  
Mira Herlina, S.Sos., M.Si  
Mulyati, S.Sos., M.Si  
Shinta Kristanty, S.Sos., M.Si  
Sukma Alam, S.Sos., M.I.Kom

Oktober 2025  
Fakultas Komunikasi dan Desain Kreatif  
Universitas Budi Luhur  
Jakarta

## 1.1 Latar Belakang Kegiatan

Pada era digital ini, teknologi telah memberikan pengaruh signifikan terhadap berbagai aspek masyarakat secara luas, khususnya dalam dunia industri di Indonesia dengan perkembangannya yang pesat. Dalam beberapa tahun terakhir, akibat dari perkembangan teknologi digital khususnya munculnya teknologi 5.0, cara kehidupan masyarakat umumnya telah banyak berubah akibat dari perkembangan teknologi 5.0 tersebut. Dampak tersebut lebih terasa antara manusia dengan manusia begitupun dengan mesin yang begitu canggih sekarang ini, dengan begitu pengembangan sistem yang lebih canggih, lebih handal, fleksibel dan mampu berinteraksi dengan lingkungan secara lebih efektif. Beberapa teknologi 5.0 yang sedang berkembang antara lain, Internet of Things (IoT), Artificial Intelligence (AI), Robotika, 3D Printing, dan Augmented Reality (AR). (Samala, A. D.;, 2023). Dampak dari perkembangan tersebut telah menjadi sebuah bukti bahwa media digital sudah menjadi bagian yang sangat penting dalam melaksanakan dan mengembangkan kualitas kehidupan manusia sehari-harinya.

Dengan terdampaknya identitas masyarakat di era digital maka segala hal seperti pola konsumsi, konsep kepemilikan, privasi individual, pembagian waktu dalam pekerjaan dan rekreasi, perjalanan karier, komunikasi masyarakat, pengembangan keterampilan, serta hubungan masyarakat juga akan berubah. Kelompok yang paling terkena dampak dari perkembangan ini adalah Generasi Z. Generasi ini yang umumnya terdiri dari individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, perkembangan teknologi digital telah menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan sehari-hari, hal ini dapat menimbulkan tantangan komunikasi yang harus ditangani. (Hutasoit, Rumondang Lumban Gaol And Resmi; 2021).

Karena mereka hampir tidak pernah berhenti menggunakan perangkat untuk mengakses internet. Dibandingkan dengan para pendahulu mereka, Gen Z lebih cekatan dalam mendapatkan informasi baru dan terus mencari tantangan baru, dengan begitu para Gen Z tidak takut perubahan karena terus mengikuti perkembangan zaman yang semakin canggih namun hanya sebatas mengakses hal-hal tertentu yang ia ketahui. Para gen z dalam memecahkan masalah kesehariannya seperti hal nya tugas-tugas sekolah, kuliah ataupun tugas-tugas lain, ataupun permasalahan lain dalam kehidupannya mereka terus mencoba menemukan pemecahan masalah ataupun tugas-tugasnya melalui mengakses internet. Dalam kemahiran ini para gen z lebih mandiri dalam menggali sebuah informasi dalam memenuhi kebutuhan sehari-harinya. Generasi Z dalam mengoprasikan internet seperti hal nya Hp atau perangkat lainnya terdapat karakter yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya misalnya, Generasi Y ataupun Milenial. Generasi ini tumbuh dengan teknologi digital yang mempermudah akses

internet dalam perangkat pintar yaitu seperti hp. Dengan demikian cara berkomunikasi dengan gen Z memerlukan metode dalam pendekatannya. Karena dalam sudut pandang mereka, komunikasi bukan sekedar mengirim pesan melainkan bentuk menekspresikan diri dalam sebuah kreativitas yang ia miliki. (Lukum, Astin; 2019).

Tantangan dalam berkomunikasinya adalah kebutuhan akan kecepatan informasi ataupun pesan yang didapatkan, karena generasi ini terbiasa dengan interaksi yang lebih instan dan cepat, seperti halnya pesan teks, obrolan daring ataupun media sosial lainnya, maka hal ini menjadi bagian yang penting dalam kehidupan. Akibatnya, saat berkomunikasi dengan gen Z, sangat penting untuk merespon dengan cepat dan efektif. Ketika informasi ataupun pesan tidak tepat waktu, maka mereka beralih ke sumber informasi lain yang lebih responsif. f (Bahijah, Ijah; 2022).

Penting untuk disadari bahwa Generasi Z menunjukkan preferensi komunikasi yang jauh berbeda. Kelompok demografis ini cenderung lebih menyukai platform media sosial seperti Tik Tok, Instagram, dan Snapchat ataupun platform lain daripada sarana komunikasi tradisional seperti halnya email ataupun telepon seluler. Akibatnya individu ataupun kelompok yang ingin terlibat dengan Generasi Z harus proaktif dan terlibat dalam media sosial, serta memiliki pemahaman yang komprehensif tentang cara memanfaatkan platform ini. Salah satu tantangan penting dalam komunikasi adalah persepektif Generasi Z terkait dengan privasi dan keamanan data, karena generasi ini tumbuh dalam lingkungan yang ditandai dengan seringnya pelanggaran privasi data pribadi seperti halnya pencurian data pribadi. Akibatnya, para generasi Z cenderung lebih berhati-hati dalam membagikan informasi dan mereka berharap tingkat keamanan data pribadi yang lebih privasi dalam hal berkomunikasi. Karena sangat penting bagi individu ataupun kelompok untuk memastikan data pribadi dilindungi dan tidak disalahgunakan (Farunik, Canggih Gumanky; 2023).

Generasi Z menghadapi tantangan komunikasi digital seperti rentang perhatian yang pendek, informasi berlebih (information overload), serta dampak negatif media sosial terhadap kesehatan mental seperti cyberbullying dan FOMO (ketakutan ketinggalan). Tantangan lainnya meliputi kurangnya keterampilan komunikasi formal tertulis dan hambatan untuk terlibat dalam percakapan mendalam karena kebiasaan multitasking.

### **Tantangan utama komunikasi digital Generasi Z:**

Rentang perhatian pendek: Sulit fokus pada pesan yang panjang dan kompleks, sehingga lebih menyukai konten yang singkat dan menarik seperti visual atau video pendek.

Informasi berlebih (information overload): Terlalu banyak paparan informasi digital membuat mereka sulit memprosesnya secara efektif dan dapat mengarah pada kebingungan atau stres.

### **Dampak negatif media sosial:**

1. Cyberbullying: Risiko menjadi korban perundungan siber menjadi lebih besar di lingkungan digital.
2. FOMO (Fear of Missing Out): Dorongan untuk terus terhubung dapat menimbulkan kecemasan karena takut ketinggalan peristiwa atau tren yang terjadi di media sosial.
3. Ketergantungan: Penggunaan media sosial yang berlebihan bisa mengganggu kehidupan sehari-hari.
4. Kurangnya keterampilan komunikasi formal: Sebagian besar Generasi Z tidak terbiasa dengan komunikasi formal seperti email terstruktur atau penulisan bisnis karena tidak diajarkan sejak kecil, dan baru mempelajarinya di bangku kuliah atau pekerjaan pertama.
5. Hambatan percakapan mendalam: Kebiasaan multitasking membuat mereka cenderung kurang mendengarkan secara mendalam dan mudah teralih saat berkomunikasi, padahal komunikasi harus ringkas, padat, dan menarik agar efektif.
6. Kerentanan privasi: Meskipun sadar akan pentingnya privasi, mereka sering kali berbagi informasi pribadi secara lebih bebas melalui platform digital.
7. Penyebaran hoaks dan disinformasi: Mudah terpengaruh oleh informasi yang tidak akurat yang menyebar cepat di media sosial dan platform digital lainnya.

Berdasarkan hal tersebut, maka tim Dosen dari Fakultas Komunikasi dan Desain Kreatif Universitas Budi Luhur, Jakarta, mengadakan kegiatan pengabdian kepada masyarakat di SMK Yadika 4, Ciledug, Tangerang. Tujuan dari kegiatan ini adalah untuk memberikan literasi kepada siswa tentang pemanfaatan teknologi komunikasi maupun media sosial dalam kehidupan sehari – hari, agar tidak menimbulkan dampak negatif. Kegiatan ini dilaksanakan oleh 10 orang Dosen dan akan memberikan materi di masing – masing kelas, khususnya di kelas XI.

### **1.2. Tempat dan Waktu Pelaksanaan**

Pengabdian kepada masyarakat diadakan di SMK Yadika 4, Ciledug, Tangerang. Khususnya di kelas XI pada jurusan Administrasi Perkantoran, Akuntansi, dan Teknik Jaringan Komputer.

Kegiatan berlangsung pada tanggal 30 Oktober 2025, pukul 10.30 w.i.b sampai 12.00 w.i.b.

### **1.3. Pemateri**

1. Drs. Ahmad Pramegia, M.I.Kom
2. Dr. Dra. Riyodina G. Pratikto, M.Si
3. Anggun Putri Dewanggi I.B, S.Sos., MM
4. Dini Maryani , S.Sos., M.Si
5. Doddy Wihardi, S.I.P., M.I.Kom
6. Jeanie Annisa, S.I.P., M.Si
7. Mira Herlina, S.Sos., M.Si

8. Mulyati, S.Sos., M.Si
9. Shinta Kristanty, S.Sos., M.Si
10. Sukma Alam, S.Sos., M.I.Kom

#### **1.4. Pelaksanaan Kegiatan**

Kegiatan dilaksanakan di beberapa kelas, satu kelas terdiri dari dua orang Dosen, melakukan presentasi tentang materi literasi media sosial. Masing – masing Dosen menyampaikan materi dari perspektif yang berbeda. Siswa sangat antusias dalam mengikuti materi yang disampaikan.

Selain menyampaikan materi, tim Dosen juga memberikan tanya – jawab kepada para siswa, terkait hal – hal yang sudah disampaikan. Para siswa pun menjawab dengan semangat, karena mereka memahami apa yang sudah diberikan materinya. Materi tim Dosen berkaitan dengan bagaimana cara agar tidak terlalu berlebihan dalam menggunakan media sosial, karena dampaknya bisa saja negatif. Tim Dosen juga memberikan contoh – contoh dampak negatif menggunakan media sosial apabila tidak sesuai kepentingannya dan tidak terarah.

Namun demikian disampaikan juga bahwa media sosial membawa dampak positif bagi siswa apabila digunakan dengan bertanggung jawab, misal bisa untuk membuat konten kreatif dan membangun branding, untuk diri pribadi, untuk produk, dan jasa layanan. Tim Dosen juga menyampaikan agar para siswa berhati – hati dalam menyampaikan pesan di media sosial, karena terkait UU ITE.

#### **DAFTAR PUSTAKA**

- Bahijah, I. (2022). Wasathiyah Islam di era disrupsi digital: Pendidikan nilai-nilai wasathiyah Islam dalam bersosial media di kalangan generasi milenial dan generasi Z. Jurnal Pendidikan Islam, 11(4), 1–20.**
- Farunik, C. G. (2023). Tantangan dan peluang bisnis dalam beradaptasi dengan pasar generasi Z. Jurnal Prosiding: Ekonomi, 3(1), 487–496.**
- Hutasoit, R. L. G. & Resmi. (2021). Media sosial sebagai ruang sakral: Gereja yang bertransformasi bagi perkembangan spiritualitas generasi Z dalam era digital. Jurnal Kajian Teologi, 7(1), 146–172.**
- Lukum, A. (2019). Pendidikan 4.0 di era generasi Z: Tantangan dan solusinya. Pros. Semnas KPK, 2(1), 1–3.**
- Samala, A. D. (2023). International journal of interactive mobile technologies, 17.**



