



Interaksi Sosial dalam *Islamic Cybercounseling* Pada Generasi Zilenial

Novi Hidayati Afsari^{1*}

¹Prodi Bimbingan Konseling Islam, Fakultas Dakwah dan Komunikasi,
UIN Sunan Gunung Djati, Kota Bandung

* novi.afsari@uinsgd.ac.id

ABSTRAK

Aktivitas *cyber* pada generasi zilenial memiliki dampak signifikan terhadap interaksi sosial, kesehatan mental, dan spiritualitas mereka yang berkembang di era teknologi digital. Melalui metode *integrative review*, ditemukan bahwa interaksi sosial dalam proses konseling berbasis *cyber* berdampak pada perubahan nilai-nilai moral, psikologis, dan spiritual generasi zilenial. Interaksi sosial dalam layanan *cybercounseling* di kalangan generasi zilenial meningkat karena anonimitas dan kemudahan akses yang sesuai dengan preferensi mereka. Selain itu, kehadiran *Islamic cyber counseling* menjadi model pengembangan konseling digital yang lebih adaptif terhadap perubahan dan dinamika sosial, khususnya bagi generasi zilenial muslim.

Kata kunci : *Islamic Cybercounseling; Kesehatan Mental Generasi Zilenial, Nilai Etika di Era Digital*

ABSTRACT

Cyber activities among the zillennial generation have a significant impact on their social interactions, mental health, and spirituality, particularly in the context of the digital technology era. Through an integrative review method, it has been found that social interactions in cyber-based counseling processes influence changes in the moral, psychological, and spiritual values of Zillennials. Social interactions within cyber counseling services among this generation have increased due to the anonymity and ease of access that align with their preferences. Moreover, the emergence of Islamic cyber counseling serves as an innovative model for digital counseling that is more adaptive to social changes and dynamics, especially for muslim zillennials.

Keywords: *Islamic Cyber Counseling; Zillennial Mental Health; Ethical Values in the Digital Age*

PENDAHULUAN

Berbagai aspek kehidupan manusia telah ditransformasi oleh kemajuan teknologi komunikasi global, termasuk ragam inonasi dakwah Islam. Dengan berkembangnya teknologi informasi dan komunikasi, dakwah dapat menjangkau audiens yang lebih luas, terutama generasi muda yang disebut dengan generasi zilenial yaitu generasi yang lahir dari Tahun 1996 hingga 2010. Dalam konteks ini, salah satu bentuk dakwah yang mengikuti zamannya adalah *Islamic Cybercounseling*, yang memanfaatkan teknologi digital untuk memberikan bimbingan dan konseling berbasis Islam kepada generasi zilenial.

Generasi Zilenial (Gen Z) yang sejak lahir terbiasa dengan dunia digital, seperti pemutar musik digital, membaca buku digital, dan bermain permainan digital, disebut sebagai *digital natives*. Menurut laporan terbaru *We Are Social*, jumlah pengguna internet secara individu di seluruh dunia mencapai 5,35 miliar orang pada Januari 2024, mencapai 66,2 persen dari populasi global, atau 8,08 miliar orang.

Hasil survei penetrasi internet Indonesia 2024 oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menunjukkan bahwa jumlah pengguna internet di Indonesia pada Tahun 2024 mencapai 221.563.479 orang, dari total populasi 278.696.200 orang di Indonesia pada tahun 2023. Dari segi umur, mayoritas orang yang berselancar di dunia maya sebanyak 34,40 persen adalah Generasi Zilenial (kelahiran 1996 s.d 2010); diikuti oleh generasi milenial (kelahiran 1981 s.d 1995) sebanyak 30,62 persen, Gen X (kelahiran 1965 s.d 1980) sebanyak 18,98 persen; Post Gen Z atau generasi *alpha* (kelahiran setelah 2023) sebanyak 9,17 persen; *baby boomers* (kelahiran 1946 s.d 1964) sebanyak 6,58 persen; dan *pre boomer* (kelahiran 1945 sebanyak 0,24 persen).

Interaksi sosial pun terjadi pada aktivitas dakwah. Dengan adanya teknologi komunikasi global, aktivitas dakwah dapat dilakukan melalui berbagai platform digital seperti media sosial, blog, podcast, dan situs web. Menurut laporan *We Are Social* (2024) media sosial seperti Instagram dan YouTube adalah yang paling banyak digunakan oleh Gen Z. Pada Januari 2024, rata-rata pengguna internet di seluruh dunia menghabiskan 143 menit atau 2 jam 23 menit sedangkan penduduk Indonesia rata-rata menggunakan media sosial selama 191 menit atau 3 jam 11 menit setiap

hari untuk mengakses konten. *TikTok* mencapai 67,4 juta unduhan, *CapCut* mencapai 53,9 juta unduhan, Facebook mencapai 52,8 juta unduhan, Instagram mencapai 50,6 juta unduhan, Shopee mencapai 42,5 juta unduhan, WhatsApp mencapai 38,6 juta unduhan, DANA mencapai 33 juta unduhan, *WhatsApp Business* mencapai 28,1 juta unduhan. Karena itu, dakwah digital dapat menjangkau dan mempengaruhi generasi zilenial tersebut.

Seperti dua mata pisau, kemajuan teknologi membantu mengirimkan informasi dan konsultasi dengan mudah serta cepat, tetapi juga mempengaruhi kesehatan mental generasi zilenial. Karena muncul bersamaan dengan kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, generasi ini disebut sebagai *digital native*. Sebuah studi oleh *Pew Research Center* (2019) menemukan bahwa sekitar 95 persen remaja di Amerika Serikat memiliki *smartphone*, dan 45 persen dari mereka mengatakan bahwa mereka hampir selalu *online*. Studi telah menunjukkan bahwa penggunaan media sosial yang berlebihan dapat menyebabkan masalah kesehatan mental seperti kecemasan, depresi, dan kesepian. Selain itu sebuah penelitian dari *Royal Society for Public Health* (2017) menemukan bahwa situs media sosial seperti Instagram memiliki efek negatif terhadap kesehatan mental dengan meningkatkan perasaan cemas dan rendah diri di kalangan remaja yang tergolong pada Gen Z. Di Indonesia, survei yang dilakukan oleh Kementerian Komunikasi dan Informatika (2020) menemukan bahwa penggunaan internet yang tinggi di kalangan remaja berkorelasi dengan peningkatan kasus kecemasan dan stres.

Sebagai bagian dari dakwah digital, *Islamic Cyber Counseling* menawarkan bimbingan dan konseling berbasis prinsip Islam secara online untuk mengatasi tantangan di atas. Layanan ini sangat relevan mengingat generasi zilenial lebih suka berinteraksi melalui *platform digital*. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Rahman dan Wulandari (2020), *Islamic Cybercounseling* dapat membantu remaja dalam mengatasi masalah kesehatan mental mereka tanpa rasa takut atau malu karena memberikan anonimitas dan kemudahan akses. Selain itu, layanan ini dapat menawarkan solusi moral dan spiritual yang dapat meningkatkan kesehatan mental dan emosional mereka. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh *Islamic Online University* (2021) menunjukkan bahwa menggabungkan bimbingan Islami dan teknologi digital dapat sangat menguntungkan kesejahteraan psikologis remaja.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Islamic cybercounseling menjadi semakin populer di kalangan Generasi Zilenial (Gen Z). Layanan konseling berbasis Islam ini menawarkan solusi bagi masalah psikologis dan spiritual melalui *platform online* dengan teknologi digital dan internet. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk memahami karakteristik dan perubahan yang dialami oleh Gen Z dalam hal penggunaan *Islamic cybercounseling*.

Generasi adalah kelompok orang yang dilahirkan pada waktu yang sama dan dalam lingkungan yang sama, yang menghasilkan ciri-ciri unik yang membedakan mereka dari generasi sebelumnya. Menurut Kupperschmidt (2006), generasi dikelompokkan berdasarkan periode waktu kelahiran mereka dan memiliki karakteristik dan pengalaman sosial yang berbeda. Pengelompokan ini sering digunakan untuk memahami perbedaan dalam nilai, sikap, dan perilaku antar kelompok umur yang berbeda.

Menurut Kupperschmidt, ini adalah pengelompokan generasi: Pertama, Veteran (Generasi Veteran): Orang-orang yang lahir antara tahun 1925 dan 1945. Mereka tumbuh selama Depresi Besar dan Perang Dunia II, jadi mereka mungkin menganut prinsip tradisional, menghargai stabilitas dan kerja keras, dan setia kepada organisasi. Kedua, *Baby Boomers*: Orang-orang yang lahir antara tahun 1946 dan 1964. Mereka melihat peningkatan populasi dan kemakmuran ekonomi setelah Perang Dunia II. Penghargaan terhadap pencapaian pribadi, optimisme, dan fokus pada karier adalah ciri khas generasi ini. Ketiga, Generasi X: Orang-orang yang lahir antara tahun 1965 dan 1980. Generasi ini tumbuh selama periode perubahan ekonomi dan sosial yang signifikan, yang mencakup peningkatan tingkat perceraian dan kedua orang tua yang bekerja. Dibandingkan dengan institusi besar, mereka cenderung lebih mandiri dan fleksibel.

Keempat, Generation Y, atau Millennials: Orang-orang yang lahir antara tahun 1981 dan 2000. Generasi ini tumbuh dengan teknologi digital dan sangat menghargai keragaman dan keseimbangan antara kehidupan pribadi dan pekerjaan. Mereka lebih suka bekerja sama dan bersedia untuk berubah. Kelima, Generation Z ialah Orang-orang yang lahir setelah tahun 2000. Sebagai generasi yang paling muda, mereka telah terbiasa dengan

teknologi sejak lahir. Mereka cepat beradaptasi dengan kemajuan teknologi, memiliki akses ke informasi yang luas, dan cenderung memiliki pandangan global.

Terlepas dari itu, istilah "generasi *alpha*"—yang berarti generasi yang lahir setelah Tahun 2010—telah muncul belakangan ini. Salah satu ahli pertama yang menggunakan istilah "Generasi *Alpha*" adalah sosiolog Australia Mark McCrindle. Menurut McCrindle (2014), Generasi *Alpha* akan menjadi generasi yang paling terdidik, paling beragam secara budaya, dan paling terhubung secara teknologi dibandingkan generasi sebelumnya.

Generasi zilenial adalah subjek dari fenomena yang akan dibahas lebih lanjut. Terdapat perbedaan pendapat walaupun tidak ada referensi tunggal terkait dengan tahun kelahiran dari generasi zilenial ini. Pengelompokan generasi zilenial berdasarkan penelitian adalah sebagai berikut:

Ahli	Tahun Lahir	Rentang Kelahiran	Referensi/Penelitian
Patricia Kupperschmidt peneliti dalam studi tentang dinamika generasi di tempat kerja	Setelah Tahun 2000	Tahun 2000 s.d 2010	" <i>Addressing multigenerational conflict: Mutual respect and carefronting as strategy</i> ". <i>Online Journal of Issues in Nursing</i> , 11(2), (2006)
William Strauss dan Neil Howe (pelopor dalam studi tentang pola generasi)	Setelah Tahun 2000	Tidak menjelaskan secara spesifik	<i>Generations: The History of America's Future, 1584 to 2069</i> . William Morrow & Company.
Michael Dimock ahli opinipublik dan peneliti sosial	1997 dan seterusnya	Tidak menjelaskan secara spesifik	Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins (2019)

Dengan memahami rentang tahun kelahiran, dapat dilakukan pemetaan dakwah dalam berbagai aspek terkait pendidikan, pekerjaan termasuk perubahan perilaku beserta dengan kesehatan mental yang sesuai dengan kebutuhan dan preferensi generasi zilenial.

Karakteristik Interaksi Sosial Generasi Zilenial

Generasi Zilenial memiliki cara yang berbeda untuk berkomunikasi di era digital. Mereka tumbuh di tengah kemajuan teknologi yang cepat, yang mempengaruhi cara mereka berinteraksi dan berkomunikasi. Salah satu ciri khas komunikasi Generasi Z adalah penggunaan media sosial yang intensif. Mereka sangat familiar dengan platform seperti Instagram, TikTok, dan Twitter atau X, yang mereka gunakan untuk berbagi informasi, menjalin hubungan, dan membentuk identitas diri. Konten yang singkat dan menarik menjadi preferensi utama mereka.

Selain itu, Generasi Z juga sangat bergantung pada aplikasi pesan instan seperti *WhatsApp*, *Telegram*, dan *Snapchat* untuk komunikasi sehari-hari. Aplikasi ini lebih menarik dibandingkan pesan teks biasa karena kecepatan, kenyamanan, dan fitur-fitur seperti stiker dan *GIF*. Mereka juga dikenal dengan kemampuan multitasking dan konsumsi informasi yang cepat, sering berpindah antara berbagai aplikasi dan platform. Oleh karena itu, pesan yang ingin disampaikan kepada mereka harus singkat dan langsung ke inti masalah agar dapat menarik perhatian mereka.

Generasi Z lebih menyukai konten visual seperti gambar, video, dan meme dibandingkan teks panjang. Popularitas platform seperti *YouTube* dan *TikTok* menggarisbawahi preferensi ini. Cara mereka berinteraksi dengan konten juga sangat interaktif dan partisipatif, seringkali menyukai, memberikan komentar, dan berbagi postingan. Mereka menghargai platform yang memungkinkan umpan balik segera, dengan bahasa yang inklusif dan mendorong partisipasi audiens, sehingga membuat mereka merasa lebih terlibat dan dihargai.

Mereka juga sangat terbuka terhadap teknologi baru dan cenderung cepat mengadopsi inovasi digital, selalu mencari aplikasi dan alat baru yang dapat mempermudah komunikasi dan meningkatkan pengalaman pengguna. Selain itu, Generasi Z nyaman berkomunikasi secara asinkron, di mana mereka tidak perlu merespons pesan secara langsung. Pesan yang dapat dibaca kapan saja, email, dan platform diskusi online adalah contoh dari pola komunikasi ini.

Kesadaran privasi juga merupakan hal penting bagi Generasi Z. Meski sangat terbuka di media sosial, mereka lebih berhati-hati dalam berbagi informasi pribadi dan lebih memilih platform yang menawarkan fitur keamanan dan privasi yang kuat. Terakhir, Generasi Z menghargai komunikasi yang autentik dan jujur. Mereka lebih suka konten yang benar-benar asli dan jelas daripada yang terlalu sederhana, yang mempengaruhi cara mereka memilih pengaruh, merek, dan bahkan berita.

Selain itu, penggunaan bahasa Generasi Zilenial unik dan dipengaruhi oleh perkembangan teknologi digital. Berikut adalah beberapa ciri utama penggunaan bahasa mereka, yaitu:

- a. Singkatan dan Akronim: Generasi Z sering menggunakan singkatan dan akronim saat berbicara. Hal ini disebabkan oleh kebutuhan untuk berkomunikasi dengan cepat dan efektif melalui platform digital. Contoh yang sering digunakan adalah "LOL" (membuat orang tertawa), "BRB" (berbalik belakang), dan "IMO" (dalam pendapat saya). Mereka dapat mengirim pesan dengan lebih cepat dan menghemat waktu dengan mengetik dengan singkatan ini.
- b. Penggunaan Emoji dan *GIF*: Emoji dan *GIF* telah menjadi bagian penting dari komunikasi Generasi Z. Mereka digunakan untuk mengekspresikan emosi, membuat pesan lebih kuat, dan membuat komunikasi lebih menarik dan hidup. *GIF* sering digunakan untuk menambahkan humor dan konteks visual ke percakapan, memungkinkan pengguna untuk menyampaikan perasaan atau reaksi dengan lebih efektif daripada hanya menggunakan teks.
- c. Bahasa Slang dan Neologisme: Generasi milenial cenderung menggunakan dan membuat bahasa slang dan neologisme. Mereka sering menggunakan bahasa slang, seperti "lit", yang berarti menyenangkan atau menarik; "savage", yang berarti berani atau tidak peduli; dan "yeet", yang berarti melempar dengan kuat atau digunakan sebagai ekspresi kegembiraan. Slang yang mereka gunakan membantu mereka membuat identitas kelompok mereka sendiri dan membedakan diri dari generasi sebelumnya.
- d. Komunikasi Singkat dan Langsung: Generasi Z memilih komunikasi yang singkat dan langsung di era digital, di mana perhatian sering dibagi antara banyak aplikasi dan platform. Mereka menghindari kalimat panjang atau berbelit-belit karena mereka lebih menghargai pesan yang jelas dan ringkas. Kebiasaan mereka mengonsumsi konten melalui media sosial, yang membutuhkan perhatian cepat, juga memengaruhi hal ini.
- e. Penggunaan *Platform* Spesifik: Generasi zilenial mengubah cara mereka menggunakan bahasa mereka berdasarkan *platform* yang mereka gunakan. Misalnya, karena jumlah karakter yang terbatas di Twitter, bahasa yang digunakan di Instagram dapat lebih singkat dan singkat. Bahasa yang digunakan di platform seperti TikTok sering kali lebih informal dan penuh dengan referensi budaya pop yang sedang populer.

- f. Adaptasi terhadap Algoritma dan *SEO*: Generasi Z sering mempertimbangkan algoritma media sosial dan *SEO* saat membuat konten online. Mereka memilih kata kunci dan frasa yang akan meningkatkan keterlibatan dan visibilitas konten mereka. Salah satu bagian dari strategi komunikasi mereka adalah penggunaan hashtag yang tepat dan kata-kata kunci yang populer untuk menjangkau audiens yang lebih luas.
- g. Kepekaan terhadap Konteks Budaya dan Sosial: Generasi milenial sangat sadar akan konteks budaya dan sosial dalam komunikasi mereka. Akses mereka terhadap informasi global dan diskusi online tentang topik-topik sensitif seperti keadilan sosial, inklusi, dan hak asasi manusia membuat mereka berhati-hati dalam penggunaan bahasa yang dapat dianggap ofensif atau tidak sensitif terhadap isu-isu sosial.
- h. Meminjam kata dan frasa dari berbagai Bahasa: Pengaruh globalisasi juga berdampak pada penggunaan bahasa oleh Generasi Z. Mereka sering meminjam kata dan frasa dari berbagai bahasa, terutama bahasa Inggris, yang sekarang menjadi *lingua franca* di internet. Fenomena ini menghasilkan campuran bahasa baru di mana kata-kata dari bahasa lain digunakan bersama dengan kata-kata dari bahasa ibu mereka.
- i. Eksperimen dengan Bentuk Komunikasi Baru: Generasi milenial senang mencoba berbagai bentuk komunikasi yang ditawarkan oleh teknologi digital. Mereka sering mencoba format seperti podcast, vlog, dan cerita di media sosial, yang masing-masing memiliki gaya bahasa dan presentasi yang berbeda, yang memungkinkan mereka untuk beradaptasi dan mengembangkan berbagai keterampilan komunikasi.

Pola komunikasi generasi milenial di era digital mencerminkan adaptasi mereka terhadap teknologi yang terus berkembang dan bagaimana mereka menggunakan teknologi ini untuk membentuk interaksi sosial mereka. Dari penggunaan media sosial hingga preferensi mereka untuk konten visual dan interaktif, pola komunikasi generasi ini dinamis dan terus berubah sesuai dengan kemajuan teknologi terbaru.

Karakteristik Sosiologis Generasi Milenial

Vincent Mosco Profesor sosiologi dari Queens University, Kanada dalam buku *Marx in age of digital capitalism* (2016) menyatakan bahwa hadirnya berbagai platform media sosial berpotensi besar menciptakan sebuah ekosistem digital baru yang penuh resiko manipulasi dan kejahatan. Merujuk Mosco, resiko tersebut setidaknya bisa berasal dari empat: 1)

keawaman atau ketidaktahuan para pengguna media sosial akan resiko aktivitas mereka di dunia maya; 2) kebebasan nyaris tanpa batas yang dimiliki Perusahaan-perusahaan media sosial dalam mengakses data pribadi para penggunanya; 3) keengganan Perusahaan-perusahaan media sosial untuk menjamin sepenuhnya keamanan privasi para penggunanya; 4) masih minimnya peraturan hukum untuk mencegah praktik manipulasi dan kejahatan digital melalui media sosial.

Masyarakat digital dapat dihubungkan dengan teori globalisasi salah satunya terkait dengan kultur. Jan Nederveen Pieterse (2004) dalam buku *Teori Sosiologi Modern* (Ritzer, 2018) mengidentifikasi tiga paradigma utama dalam teorisasi aspek kultural dari globalisasi, yaitu berbeda, bersatu atau membentuk “hibrida” dari kombinasi kultur lokal dan global. Lebih rincinya sebagai berikut:

1. Diferensialisme kultural; Mereka yang mengadopsi paradigma ini berpendapat bahwa dian antara dab di kalangan kultur ada perbedaan lama yang Sebagian besar tak terpengaruh oleh globalisasi atau proses tarnskultura, multicultural atau bicultural lainnya. Ini berarti bahwa kultur intinya sama sekali tak terpengaruh; mereka tetap sana seperti sebelumnya.
2. Konvergensi Kultural; Paradigma konvergensi kultural didasarkan pada ide globalisasi yang menyebabkan meningkatnya kesamaan di seluruh dunia. Kultur dunia dianggap semakin sama, setidaknya pada Tingkat tertentu dan dalam cara tertentu. McDonaldization. McDonaldization adalah proses yang dengannya prinsip-prinsip restoran cepat saji mendominasi makin banyak sektor masyarakat Amerika dan seluruh dunia. Sifat proses McDonaldization dapat dijelaskan dengan memaparkan lima dimensi dasarnya yaitu efisiensi, kalkulabilitas, prediktabilitas, control melalui substitusi teknologi orang dan paradoksnya, irasionalitas dari rasionalitas.
3. Hibridisasi kultural; pandangan tentang globalisasi yang postif, bahkan romantos sebagai proses kreatif yang darinya muncul realitas kultural baru dan terus berlanjut atau memperbesar heterogenitas di banyak lokal.

Sepanjang sejarah, kaum muda sering menjadi peserta aktif dalam perwujudan perubahan sosial, dan seringkali penggunaan media kreatif dan praktik komunikasi yang inovatif sangat penting dalam proses tersebut

(Nugroho, 2020). Berikut adalah beberapa aspek perkembangan teknologi digital yang relevan (Anandari, 2023).

Akses informasi tanpa batas telah menjadi salah satu dampak utama dari internet. Internet memberikan akses tak terbatas ke informasi dari seluruh dunia, memungkinkan individu untuk mengakses teks-teks suci, literatur agama, dan berbagai pandangan keagamaan dengan mudah. Namun, tantangan yang muncul adalah informasi yang tidak akurat atau bahkan berbahaya juga dapat dengan mudah disebarkan, yang dapat membingungkan individu dan memengaruhi pemahaman mereka tentang agama.

Platform media sosial seperti Facebook, Twitter, dan Instagram telah menjadi tempat di mana individu berbagi pemikiran, keyakinan, dan pandangan agama mereka. Ini dapat menghasilkan diskusi yang berharga dan beragam, tetapi juga dapat memicu konflik dan polarisasi jika tidak dikelola dengan bijak. Tantangannya adalah bagaimana memastikan bahwa komunikasi di media sosial mempromosikan pemahaman dan toleransi antaragama.

Seiring dengan perkembangan teknologi, gereja dan kelompok keagamaan lainnya semakin banyak bergerak ke ruang digital. Gereja online, khotbah daring, dan kelompok diskusi agama di internet adalah contoh-contoh dari bagaimana agama dapat dijalani dalam konteks digital. Tantangannya adalah bagaimana mempertahankan pengalaman spiritual dan komunitas yang berarti dalam ruang virtual ini.

Banyak aplikasi dan situs web telah dikembangkan untuk membantu individu dalam mempraktikkan agama mereka, mulai dari jadwal ibadah hingga pelajaran keagamaan. Namun, sementara teknologi dapat menjadi alat yang berguna dalam pendalaman keyakinan, ada risiko bahwa aplikasi ini menggantikan pengalaman beragama yang lebih mendalam dan interaksi manusiawi.

Perkembangan teknologi digital juga menghadirkan isu-isu etis yang kompleks, seperti privasi online dan pengawasan, yang dapat memengaruhi cara individu beragama. Bagaimana kita menjaga privasi dalam dunia maya dan bagaimana teknologi ini digunakan dalam konteks agama adalah pertanyaan-pertanyaan yang penting.

Menurut McLuhan, medium adalah pesan, dan setiap benda teknologi adalah medium yang membawa pesan kepada masyarakat dan membawa perubahan. Dengan kemajuan teknologi dan dukungan dari kekuatan ekonomi dan politik, lingkungan masyarakat telah mengalami

transformasi. Namun, terkadang dianggap bahwa struktur budaya suatu negara atau masyarakat dirusak oleh dampak teknologi dan inovasi terhadap prinsip-prinsip sosial. Sebagaimana dijelaskan oleh Max Horkheimer dan Theodore W. Adorno dalam Kellner dan Durham (2006), cara teknologi menciptakan industri budaya di Eropa dan di seluruh dunia hanyalah "pembodohan massal". Menurut Nugroho (2020), lingkungan bisnis global, yang merupakan tempat di mana teknologi dan inovasi diterapkan, tidak hanya menyebabkan konflik tetapi juga menyebabkan penyeragaman dan standarisasi massal, yang membedakan logika pekerjaan dari masyarakat.

Sebagaimana disampaikan Schraman (1964) dalam Nugroho (2020) bahwa fungsi-fungsi sosial dari media massa dipahami sebagai tiga hal, *pertama*, media bertindak sebagai penjaga publik, dengan menjalankan fungsi pengawasan terhadap lingkungan yang dekat dan jauh. *Kedua*, media membantu pengambilan keputusan sosial dengan memberikan informasi, pendapat, dan penilaian terkait suatu peristiwa, institusi, dan orang. *Ketiga*, media juga mengajar dengan memberikan informasi dan pengetahuan yang terkait dengan keterampilan kepada masyarakat umum atau dengan penggunaan formal dalam lingkungan pendidikan (Nugroho, 2020).

Dengan tingkat konektivitas yang tinggi melalui aplikasi tersebut, pemberi pinjaman dan peminjam dapat dihubungkan dengan cara yang sangat efektif dan efisien. Persyaratan untuk mendapatkan pinjaman dana dari pinjaman *online* ini juga sangat mudah, karena peminjam cukup mengunduh aplikasi di *smartphone* dan menyiapkan identitas dari (e-KTP) untuk selanjutnya mengikuti langkah-langkah yang sudah ditentukan oleh masing-masing *fintech lending* (Nugroho, 2020).

Masyarakat, sebagaimana kita ketahui selama ini hidup di dalam realitas sosial sehari-hari, di mana mereka dapat saling berinteraksi dan berkomunikasi secara langsung, *face-to-face*. Inilah yang disebut dengan masyarakat realitas, masyarakat yang telah ada sejak manusia saling berinteraksi dan bertukar pesan secara langsung. Ketika media massa berkembang, muncullah bentuk masyarakat baru, yakni masyarakat media dengan realitas simbolik hasil konstruksi media. Masyarakat media atau masyarakat simbolik memiliki ruang semu yang berisi makna dan simbol sebagaimana telah diciptakan oleh media. Contohnya, ketika media membangun makna "cantik" sebagai representasi dari perempuan yang secara fisik berkulit putih, tinggi, ramping, dan berambut panjang, sebagaimana yang divisualisasikan melalui iklan, film, dan program televisi

(sinetron, *talkshow*, komedi). Di sini terjadi distorsi makna cantik yang dilakukan oleh konstruksi media tersebut, karena dalam kehidupan sehari-hari perempuan “cantik” versi media tersebut justru adalah “minoritas”. Lebih banyak perempuan di dunia ini yang tidak memiliki ciri-ciri fisik sebagaimana yang disampaikan oleh media tersebut, namun konstruksi media dengan simbol dari “cantik” ini telah menyebar dan mengakar di dalam masyarakat, sehingga terbentuklah apa yang disebut dengan masyarakat simbolik (Nugroho, 2020).

Selanjutnya, ketika media baru memicu terbentuknya suatu dunia baru, *cyberspace*, tercipta pula satu bentuk masyarakat baru, yaitu masyarakat maya (*cyber society*). Masyarakat yang tidak hanya memuja simbol-simbol media, tetapi bahkan telah menciptakan realitas-realitas virtual yang tidak ada dalam kehidupan masyarakat riil di kehidupan sehari-hari. Masyarakat maya telah mengubah tatanan sosial secara signifikan. Anonimitas individu dalam jaringan sosial media memudahkan individu untuk mengambil kebebasan dan berperilaku tanpa konsekuensi. Di media sosial orang tidak bisa langsung mempercayai identitas seseorang yang baru dikenal. Kebohongan, penipuan, dan kecurangan seakan tak ada kontrol di dalam dunia media sosial. Orang dapat dengan mudah membuat akun-akun palsu (*fake account*) di berbagai platform media sosial sesuai keinginan dan kepentingannya (Nugroho, 2020).

Mekanisme kontrol sosial yang hampir tidak ada di dalam media sosial telah mengubah sikap dan pandangan orang dalam hal ketertiban dan etika di dunia virtual. Sebagaimana disampaikan Wilcox & Stephen (2012) dalam Zeital-Bank adn Tat (2014) di mana jejaring media digital dapat mempengaruhi kontrol diri yang merupakan mekanisme penting untuk menjaga ketertiban dan kesejahteraan sosial. Media sosial dengan berbagai bentuk dan *medialitas* mampu menyediakan informasi dalam jumlah banyak bahkan berlebih. Kita hidup dikelilingi oleh produk media seakan produk dan konten media tersebut seperti udara yang kita hirup sehari-hari (Nugroho, 2020).

Interaksi Sosial dalam Toleransi dan Adab di Kalangan Generasi Zilenial

Generasi Z, juga dikenal sebagai Gen Z, sering dianggap sebagai generasi yang paling toleran terhadap keragaman etnis, agama, dan orientasi seksual. Namun, ada juga kritik yang menyatakan bahwa generasi ini cenderung kurang beradab dalam beberapa aspek perilaku sosial.

Toleransi di Kalangan Generasi Zilenial

Keberagaman dan kebebasan beragama di Indonesia menunjukkan bahwa sebagian besar pemuda Indonesia menerima keragaman dan inklusi agama. Berdasarkan penelitian Pew Research Center pada tahun 2019, 62 persen Generasi Z di Amerika Serikat percaya bahwa peningkatan keragaman rasial dan etnis membuat negara mereka lebih baik. Mereka cenderung lebih mungkin memiliki teman dari berbagai ras dan etnis dibandingkan generasi sebelumnya, menunjukkan toleransi yang lebih besar terhadap keragaman dan kesetaraan rasial.

Generasi Z juga sangat menerima orientasi seksual, seperti yang ditunjukkan dalam laporan Gallup pada tahun 2021. Sekitar 15.9 persen dari Gen Z mengidentifikasi diri sebagai LGBTQ+, yang merupakan peningkatan signifikan dibandingkan generasi sebelumnya. Hal ini menunjukkan bahwa mereka lebih mendukung hak-hak dan kesetaraan bagi komunitas LGBTQ+.

Sikap terhadap agama dan keyakinan juga menunjukkan toleransi yang tinggi. Penelitian oleh Barna Group pada tahun 2018 menemukan bahwa 47 persen Generasi Z berpendapat bahwa setiap orang harus memiliki kebebasan untuk menyatakan keyakinan agama mereka selama tidak mengganggu orang lain. Perspektif mereka cenderung lebih inklusif dan pluralistik dibandingkan generasi sebelumnya.

Dukungan terhadap inklusivitas agama juga terlihat, berdasarkan survei infid.org pada tahun 2021. Lebih dari 65 persen milenial dan 70 persen Generasi Z mendukung keberadaan tempat ibadah untuk agama minoritas di sekolah. Selain itu, lebih dari 80 persen responden setuju pentingnya sekolah mengajarkan tentang berbagai agama di Indonesia dan hak beragama. Sebanyak 97 persen juga setuju bahwa semua warga negara, tanpa memandang agama, harus memiliki hak yang sama, termasuk kesempatan untuk bekerja dan memulai bisnis mereka sendiri.

Dukungan terhadap keragaman dan kesetaraan gender juga kuat. Sembilan puluh sembilan persen orang yang menjawab survei mendukung keberagaman kelompok budaya, agama, dan suku. Dalam hal kepemimpinan, sekitar 42 persen milenial dan 46 persen Generasi Z percaya bahwa perempuan layak menjadi pemimpin negara. Ada juga dukungan signifikan untuk perempuan sebagai pemimpin di tingkat provinsi, kementerian, perusahaan swasta, dan lembaga negara lainnya.

Kepedulian sosial Generasi Z sangat terlihat melalui partisipasi mereka dalam kampanye sosial dan gerakan advokasi di media sosial. Mereka menunjukkan perhatian yang besar terhadap isu-isu seperti keadilan sosial, hak asasi manusia, dan lingkungan, yang mencerminkan komitmen mereka terhadap perubahan positif dalam masyarakat.

Penelitian yang dilakukan pada tahun 2021 oleh INFID dan Lembaga Demografi FEB UI bertujuan untuk mengetahui bagaimana Generasi Z dan Milenial Indonesia melihat toleransi, kebinekaan, dan kebebasan beragama. Penelitian ini penting karena pada tahun 2020 terjadi 180 pelanggaran kebebasan beragama dan berkeyakinan dengan 238 pelanggaran diskriminatif, sebagian besar dilakukan oleh negara.

Sebagian besar remaja Indonesia menganggap toleransi, keberagaman, dan nasionalisme sebagai hal yang baik. Mereka juga mendukung pemimpin perempuan, yang menunjukkan harapan untuk masa depan Indonesia yang lebih inklusif. Keluarga dianggap memainkan peran penting dalam menanamkan sikap toleran pada generasi berikutnya. Toleransi, kebinekaan, dan kebebasan beragama dibangun melalui percakapan, empati, dan praktik keluarga untuk saling mendengarkan.

Meskipun ada sikap positif, generasi muda menunjukkan intoleransi dan kecenderungan negatif terhadap kebebasan beragama. Hal ini menunjukkan bahwa, meskipun ada kemajuan, penerimaan kebebasan beragama masih menantang. Perubahan digital dan media sosial memungkinkan cerita yang tidak toleran. Pola konsumsi informasi yang berlebihan di era digital dapat meningkatkan intoleransi, radikalisme, dan diskriminasi.

Fakta-fakta di atas menunjukkan bahwa generasi muda Indonesia, terutama Generasi Z dan Milenial, umumnya memiliki sikap yang positif terhadap kebinekaan dan toleransi. Namun, intoleransi dan pandangan negatif terhadap kebebasan beragama masih ada dan harus diatasi. Keluarga memainkan peran penting dalam membentuk sikap toleran seseorang. Selain itu, media sosial menjadi faktor yang perlu diperhatikan dalam upaya mendorong generasi muda untuk toleran.

Kurangnya Keberadaban di Kalangan Generasi Zilenial

Generasi Zilenial cenderung memiliki etika yang dipengaruhi oleh norma-norma digital dan interaksi virtual. Sebuah survei yang dilakukan oleh Ipsos pada tahun 2020 menemukan bahwa 55 persen orang dewasa percaya bahwa Generasi Z kurang sopan dibandingkan dengan generasi

sebelumnya. Hal ini mungkin disebabkan oleh teknologi digital dan media sosial yang mendorong gaya komunikasi yang lebih langsung dan kurang formal.

Salah satu kritik utama terhadap Generasi Z adalah perilaku mereka di media sosial. Norma-norma digital dan interaksi virtual cenderung mempengaruhi etika mereka. Sebuah penelitian yang dilakukan oleh Common Sense Media pada tahun 2021 menemukan bahwa 64 persen remaja Generasi Z telah menyaksikan atau mengalami cyberbullying. Media sosial sering digunakan untuk menyebarkan komentar kasar, fitnah, dan konflik, yang menunjukkan kekurangan etiket digital dan keberadaban dalam komunikasi online.

Sebuah penelitian yang dilakukan oleh *Institute for Family Studies* pada tahun 2020 menemukan bahwa banyak Generasi Z mengalami kebingungan moral dan etika. Hal ini disebabkan oleh pengaruh media sosial dan pendidikan karakter yang lemah, serta fakta bahwa hanya 32 persen dari mereka percaya bahwa mereka memiliki panduan moral yang jelas dan konsisten, yang dapat menyebabkan perilaku yang tidak beradab.

Ketika orang berinteraksi di media sosial dan platform digital, mereka dididik tentang etika digital, seperti pentingnya verifikasi informasi (tabayyun) sebelum menyebarkan berita. Namun, masih sulit untuk menerapkannya terkait dengan etika digital.

Peluang dan Tantangan Interaksi Sosial dalam *Islamic Cybercounseling* Pada Generasi Zilenial

Peluang dan tantangan interaksi sosial dalam *Islamic Cybercounseling* pada Generasi Zilenial sangat kompleks. Peluang utama terletak pada aksesibilitas yang luas dan fleksibilitas yang memungkinkan konseling dilakukan di mana saja dan kapan saja, serta anonimitas yang dapat membuat pengguna lebih nyaman berbagi masalah pribadi. Namun, tantangan signifikan muncul dari kurangnya kedalaman emosional dalam komunikasi digital dan risiko keamanan data pribadi. Selain itu, kesenjangan digital bisa menghambat akses merata terhadap layanan ini. Oleh karena itu, penting untuk mengembangkan solusi teknologi yang aman dan inklusif, serta pelatihan konselor untuk memaksimalkan efektivitas *cybercounseling*.

Peluang Interaksi Sosial dalam Islamic Cybercounseling Pada Generasi Zilenial

Interaksi sosial dalam *Islamic Cybercounseling* menawarkan banyak kelebihan bagi Generasi Zilenial, yang sangat akrab dengan teknologi digital. Salah satu kelebihannya adalah kemudahan akses. Generasi Zilenial dapat dengan mudah mengakses layanan konseling kapan saja dan dari mana saja, tanpa harus menghadapi batasan geografis. Hal ini memungkinkan mereka mendapatkan bantuan yang mereka butuhkan dengan lebih cepat dan efisien.

Selain itu, *cybercounseling* menawarkan kenyamanan yang lebih besar bagi pengguna. Mereka tidak perlu pergi ke tempat konseling fisik, yang dapat menghemat waktu dan biaya transportasi. Ini sangat relevan bagi Generasi Zilenial yang memiliki gaya hidup serba cepat dan sering kali memiliki jadwal yang padat. Dengan layanan *online*, mereka dapat menyesuaikan sesi konseling dengan jadwal pribadi mereka.

Islamic Cybercounseling juga memberikan anonimitas yang lebih tinggi. Banyak individu merasa lebih nyaman berbicara tentang masalah pribadi mereka ketika mereka dapat melakukannya secara anonim. Ini bisa sangat membantu bagi mereka yang merasa malu atau takut dihakimi. Anonimitas ini dapat mendorong mereka untuk lebih terbuka dan jujur dalam sesi konseling.

Fleksibilitas adalah keuntungan lain dari *Islamic Cybercounseling*. Layanan ini dapat diakses melalui berbagai perangkat seperti komputer, tablet, atau smartphone, sehingga pengguna dapat memilih platform yang paling nyaman bagi mereka. Fleksibilitas ini memungkinkan konseling dapat dilakukan dalam berbagai situasi, seperti di rumah, di tempat kerja, atau bahkan saat bepergian.

Dalam *Islamic Cybercounseling*, penggunaan teknologi juga memungkinkan penggunaan berbagai alat bantu digital yang dapat meningkatkan efektivitas konseling. Misalnya, konselor dapat menggunakan video, audio, dan teks untuk menjelaskan konsep-konsep penting atau memberikan panduan langkah demi langkah. Penggunaan teknologi ini dapat membuat sesi konseling lebih interaktif dan menarik bagi Generasi Zilenial.

Kemampuan untuk merekam dan mengulang sesi konseling adalah manfaat lain dari *Islamic Cybercounseling*. Klien dapat merekam sesi mereka dan mendengarkannya kembali kapan saja. Ini bisa sangat membantu bagi mereka yang mungkin membutuhkan pengingat tentang apa yang dibahas dalam sesi atau yang ingin mendalami materi lebih lanjut setelah sesi berakhir.

Selain itu, *Islamic Cybercounseling* memungkinkan akses ke berbagai sumber daya online seperti artikel, video, dan forum diskusi yang dapat mendukung proses konseling. Generasi Zilenial, yang sudah terbiasa mencari informasi secara online, dapat dengan mudah memanfaatkan sumber daya tambahan ini untuk meningkatkan pemahaman mereka tentang isu-isu yang dihadapi dan mendapatkan dukungan tambahan.

Interaksi sosial dalam *Islamic Cybercounseling* juga dapat menciptakan rasa komunitas dan dukungan kolektif. Klien dapat bergabung dengan grup konseling online di mana mereka dapat berbagi pengalaman dan dukungan dengan individu lain yang menghadapi masalah serupa. Rasa kebersamaan ini dapat memberikan dukungan emosional tambahan dan membantu mengurangi perasaan isolasi.

Islamic Cybercounseling juga dapat lebih inklusif karena dapat menjangkau individu dari berbagai latar belakang dan wilayah. Ini memungkinkan mereka yang mungkin tidak memiliki akses ke layanan konseling tradisional, seperti mereka yang tinggal di daerah terpencil atau yang memiliki keterbatasan fisik, untuk mendapatkan dukungan yang mereka butuhkan.

Efisiensi dalam manajemen waktu juga merupakan kelebihan dari *Islamic Cybercounseling*. Dengan kemampuan untuk menjadwalkan sesi secara online dan fleksibel, baik konselor maupun klien dapat lebih efisien dalam mengatur waktu mereka. Ini memungkinkan mereka untuk memaksimalkan waktu yang tersedia dan menjaga keseimbangan antara kehidupan pribadi dan profesional.

Islamic Cybercounseling juga dapat meningkatkan keterlibatan keluarga dalam proses konseling. Dalam beberapa kasus, anggota keluarga dapat berpartisipasi dalam sesi konseling dari lokasi yang berbeda, memungkinkan dukungan keluarga yang lebih komprehensif tanpa perlu mengatur pertemuan fisik yang kompleks. Ini sangat bermanfaat bagi Generasi Zilenial yang mungkin memiliki keluarga yang tinggal berjauhan.

Kelebihan *Islamic Cybercounseling* memberikan kesempatan bagi pengembangan diri yang berkelanjutan. Klien dapat dengan mudah melanjutkan konseling jangka panjang tanpa gangguan, bahkan jika mereka harus berpindah tempat tinggal atau mengalami perubahan dalam jadwal mereka. Kontinuitas ini sangat penting untuk keberhasilan jangka panjang dalam mengatasi masalah mental dan emosional.

Tantangan Interaksi Sosial dalam Islamic Cybercounseling Pada Generasi Zilenial

Interaksi sosial yang terbatas dalam *Islamic Cybercounseling* dapat menyebabkan kurangnya kedalaman hubungan antara konselor dan klien. Dalam konseling tradisional, kontak langsung memungkinkan konselor untuk lebih memahami emosi dan bahasa tubuh klien, yang seringkali tidak terlihat dalam komunikasi digital. Hal ini dapat menghambat kemampuan konselor untuk memberikan dukungan yang mendalam dan personal.

Selain itu, kurangnya kehadiran fisik dalam sesi *cybercounseling* bisa membuat klien merasa kurang terhubung dengan konselornya. Kehadiran fisik dan tatap muka sering kali memberikan rasa aman dan dukungan emosional yang kuat, yang sulit dicapai melalui layar. Keadaan ini dapat menurunkan efektivitas konseling, terutama bagi klien yang membutuhkan dukungan emosional intensif.

Ada juga kekhawatiran tentang privasi dan kerahasiaan dalam *Islamic Cybercounseling*. Meskipun teknologi telah berkembang untuk menjamin keamanan data, risiko kebocoran informasi tetap ada. Klien mungkin merasa ragu untuk membahas masalah pribadi atau sensitif secara terbuka karena khawatir informasi mereka dapat diakses oleh pihak ketiga.

Islamic Cybercounseling juga dapat memperbesar kesenjangan digital antara mereka yang memiliki akses ke teknologi dan yang tidak. Generasi Zilenial mungkin lebih terbiasa dengan teknologi, namun tidak semua individu memiliki akses yang sama ke perangkat digital dan internet. Hal ini dapat menyebabkan ketidakadilan dalam akses terhadap layanan konseling yang memadai.

Keterbatasan teknologi juga bisa menjadi hambatan. Koneksi internet yang tidak stabil atau perangkat yang kurang memadai dapat mengganggu jalannya sesi konseling. Gangguan teknis seperti ini dapat mengurangi kualitas interaksi dan menyebabkan frustrasi baik bagi konselor maupun klien.

Kurangnya interaksi tatap muka juga dapat mengurangi kemampuan konselor untuk mendeteksi tanda-tanda bahaya atau risiko tinggi. Dalam konseling tatap muka, konselor dapat melihat tanda-tanda non-verbal seperti ekspresi wajah, postur tubuh, dan tingkat energi klien, yang semuanya penting untuk menilai keadaan emosional dan mental klien.

Selain itu, interaksi sosial dalam konteks digital dapat terasa kurang manusiawi. Interaksi yang dilakukan melalui teks atau *video call* bisa kehilangan nuansa emosional dan empati yang biasanya ada dalam komunikasi langsung. Hal ini bisa membuat klien merasa tidak sepenuhnya didengar atau dipahami.

Dalam beberapa kasus, *Islamic Cybercounseling* mungkin tidak cukup untuk menangani masalah yang kompleks atau berat. Beberapa klien mungkin memerlukan intervensi yang lebih intensif dan langsung, yang sulit disediakan melalui platform digital. Konseling online mungkin hanya cocok untuk masalah-masalah yang lebih ringan atau untuk dukungan jangka pendek.

Keterbatasan waktu dalam sesi *cybercounseling* juga bisa menjadi masalah. Sesi yang dijadwalkan secara ketat dan terbatas oleh teknologi bisa membuat diskusi terasa terburu-buru dan tidak mendalam. Klien mungkin merasa tidak cukup waktu untuk mengeksplorasi masalah mereka dengan lebih rinci.

Ada juga risiko ketergantungan pada teknologi. Klien dan konselor bisa menjadi terlalu bergantung pada alat digital dan kehilangan keterampilan interaksi sosial yang penting. Ini dapat berdampak negatif pada kemampuan mereka untuk berkomunikasi dan berinteraksi dalam situasi kehidupan nyata yang tidak dimediasi oleh teknologi.

Masalah lain yang mungkin timbul adalah isolasi sosial. Meskipun *Islamic Cybercounseling* menawarkan dukungan, klien mungkin merasa lebih terisolasi karena kurangnya interaksi sosial langsung dengan konselor dan orang lain dalam komunitas mereka. Isolasi ini bisa memperburuk kondisi mental dan emosional mereka.

Akhirnya, ada tantangan dalam memastikan kualitas dan kompetensi konselor dalam *platform cybercounseling*. Tidak semua konselor mungkin memiliki keterampilan atau pelatihan yang memadai untuk memberikan konseling efektif secara online. Kurangnya standar dan regulasi yang jelas untuk *cybercounseling* dapat mengakibatkan perbedaan dalam kualitas layanan yang diterima oleh klien.

PENUTUP

Penelitian ini bertujuan untuk memahami peran teknologi komunikasi global dalam dakwah Islam melalui *Islamic Cybercounseling* yang ditujukan kepada Generasi Zilenial (Gen Z), yang dikenal sebagai digital natives karena terbiasa dengan teknologi sejak lahir. Dalam konteks ini, *Islamic Cybercounseling* memanfaatkan platform digital untuk memberikan bimbingan dan konseling berbasis Islam, yang sangat relevan bagi Gen Z dalam menghadapi tantangan kesehatan mental yang sering disebabkan oleh penggunaan media sosial yang berlebihan. Penelitian ini menunjukkan

bahwa layanan ini tidak hanya efektif dalam memberikan solusi psikologis dan spiritual, tetapi juga mampu menjangkau audiens yang lebih luas, meningkatkan kesejahteraan mental dan emosional mereka. Pengembangan lebih lanjut dapat mencakup penggunaan berbagai platform digital untuk dakwah, penciptaan materi interaktif yang lebih relevan, dan evaluasi komprehensif terhadap efektivitas pendekatan ini. Selain itu, kolaborasi antara ahli agama, psikolog, dan ahli teknologi diperlukan untuk menciptakan pendekatan holistik yang memperkuat nilai-nilai etika dan moral yang disesuaikan dengan kebutuhan Gen Z. *Islamic Cybercounseling*, dengan pendekatan sosiologisnya, dapat berfungsi sebagai alat dakwah yang inovatif sekaligus solusi untuk mengatasi berbagai masalah yang dihadapi oleh Gen Z dalam era digital ini, dengan mempertimbangkan aspek-aspek seperti komunikasi, toleransi, dan adab di lingkungan maya.

DAFTAR PUSTAKA

- Anandari, A. A. (2023). *Bijak Beragama di Dunia Maya: Pendidikan Karakter Era Digital*. Kabupaten Sukabumi: Jejak.
- Anderson, M., & Jiang, J. (2018). *Teens, Social Media & Technology 2018*. Pew Research Center.
- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII). (2024). *Laporan Survei Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia 2022*. Diakses dari: [apjii.or.id] (<https://www.apjii.or.id>).
- Auxier, B., & Anderson, M. (2021). *Social Media Use in 2021*. Pew Research Center.
- Bloom, J.W., & Walz, G.R. (2004). *Cybercounseling & Cyberlearning*. An Encore, US: CAPS Press.
- Capra, F. (1982). *The Turning Point: Science, Society, and the Rising Culture*. Simon & Schuster.
- Capra, F. (1999). *Menyatukan Semesta: Menyingkap Batas antara Sains dan Spiritualitas*. Yogyakarta: Fajar Pustaka Baru.
- Center for Religious and Cross-cultural Studies (CRCS) UGM. (2021). *Media Sosial dan Intoleransi Agama di Indonesia*. Diakses dari: [crs.ugm.ac.id] (<https://crs.ugm.ac.id>).
- Common Sense Media. (2021). *Social Media, Social Life: Teens Reveal Their Experiences*. Diakses dari: [commonsensemedia.org] (<https://www.commonsensemedia.org>).

- Creswell, J. W. (2017). *Qualitative Inquiry and Research Design: Choosing Among Five Approaches (4th ed.)*. SAGE Publications.
- Denzin, N. K. (1978). *The Research Act: A Theoretical Introduction to Sociological Methods (2nd ed.)*. McGraw-Hill.
- Erikson, E. H. (1968). *Identity: Youth and Crisis*. New York: W.W. Norton & Company.
- Fakhruroji, Moch. 2019. *Dakwah Di Era Media Baru: Teori dan Aktivisme Dakwah di Internet*. Bandung: Symbiosa Rekatama Media
- Fromm, J., & Read, A. (2018). *Marketing to Gen Z: The Rules for Reaching This Vast--and Very Different--Generation of Influencers*. AMACOM.
- Gallup. (2021). *LGBT Identification Rises to 5.6 persen in Latest U.S. Estimate*. Diakses dari: [gallup.com] (<https://www.gallup.com>).
- Gallup. (2021). *The Impact of Online Religious Counseling During COVID-19*. Diakses dari: [gallup.com] (<https://www.gallup.com>).
- Goldman, D. (2019). *GIFs as a New Form of Visual Language: Analyzing the Role of GIFs in Communication*. *Journal of Visual Communication*.
- Hidayat, Medhy Aginta. 2022. *Pengantar Sosiologi Masyarakat Digital*. Sukabumi: Jejak Publisher.
- Hooper, Douglas. 1998. *Counseling Psychology: Into the New Millenium*. Sage Publications, London.
- INFID: Sikap Generasi Milenial dan Generasi-Z Terhadap Toleransi Kebinekaan dan Kebebasan Beragama di Indonesia.infid.org
- Institute for Family Studies. (2020). *The Moral and Ethical Confusion of Gen Z*. Diakses dari: [ifstudies.org] (<https://www.ifstudies.org>).
- Ipsos. (2020). *Public Opinion on Generational Differences*. Diakses dari: [ipsos.com] (<https://www.ipsos.com>).
- Jenkins, H. (2016). *Participatory Culture in a Networked Era: A Conversation on Youth, Learning, Commerce, and Politics*. Polity Press.
- Kahmad, Dadang. 2009. *Sosiologi Agama*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2020). *Survei Penggunaan Internet di Indonesia*.
- Kraus, R., Stricker, G., & Speyer, C. (2011). *Online Counseling: A Handbook for Mental Health Professionals*. San Diego: Academic Press
- Kupperschmidt, B.R. (2000). "Multigeneration employees: Strategies for effective management. *The Health Care Manager*, 19(1), 65-76.
- Kupperschmidt, B.R. (2006). "Addressing multigenerational conflict: Mutual respect and carefronting as strategy. *Online Journal of Issues in Nursing*, 11(2), Manuscript 3.

Novi Hidayati Afsari

- Lenhart, A. (2015). *Teens, Technology, and Friendships*. Pew Research Center.
- Livingstone, S. (2019). *The Class: Living and Learning in the Digital Age*. NYU Press.
- McCrindle Research: McCrindle, M. (2014). *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generations*. McCrindle Research.
- Mosco, V. (2016). *Marx in the Age of Digital Capitalism*. Brill.
- Muhtadi, Asep Saeful. 2012. *Komunikasi Dakwah: Teori, Pendekatan dan Aplikasi*. Bandung: Simbiosia Rekatama Media.
- Nugroho, C. 2020. *Cyber Society: Teknologi, Media Baru, dan Disrupsi Informasi*. Edisi ke-1. Jakarta: Kencana.
- Pew Research Center. (2019). *Generation Z Looks a Lot Like Millennials on Key Social and Political Issues*. Diakses dari: [pewresearch.org] (<https://www.pewresearch.org>).
- Pew Research Center. (2020). *Teens, Social Media & Technology 2020*. Diakses dari: [pewresearch.org] (<https://www.pewresearch.org>).
- Prensky, M. (2001). *Digital Natives, Digital Immigrants*. *On the Horizon*, 9(5).
- Rahman, A., & Wulandari, E. (2020). *Islamic Cybercounseling for Mental Health*.
- Retpitasari, Ellyda. *Preferensi Penggunaan Media Sosial terhadap Keberagaman Remaja*. *Tribakti: Jurnal Pemikiran Keislaman* Volume 31, Nomor 1, Januari 2020.
- Rideout, V., & Robb, M. B. (2019). *The Common Sense Census: Media Use by Tweens and Teens*. Common Sense Media.
- Ritzer, George. 2018. *Teori-Teori Sosiologi Modern*. Depok: Prenadamedia Group.
- Tagliamonte, S. A. (2016). *Teen Talk: The Language of Adolescents*. Cambridge University Press.
- We Are Social. (2024). *Digital Report 2024*.