JIPSI: Jurnal Ilmu Pendidikan dan Sains Islam Interdisipiner
Vol. 5, No. 4, November 2026, pp. 3682-3696
http://journal.amorfati.id/index.php/jipsi || ISSN 2962-9187

Interdisciplinary Scope of Science and Education, Islamic Education and Science, Integration of Science and Islam, Islamic Thought and Philosophy, Integration of Social Sciences, Humanities, and Islamic Studies, Islamic Economics and Business Studies, and Islamic Ethics in Science and Technology

Penerapan Nilai-nilai Pancasila sebagai Etika Generasi Z dalam Menghadapi Arus Berita Buruk sebagai Upaya Mewujudkan Asta Cita

Florentina Chabelita Bella Wijaya [a,1,*], Raja Oloan Tumanggor [b,2], Karen Angelica Chia [c,3], Priciella Harieta Priska Ayuandari [d,4] , Devin Saputra [e,5]

[*a] Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara, Indonesia;
[b] Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara, Indonesia;
[c] Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara, Indonesia;
[d] Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara, Indonesia;
[e] Fakultas Psikologi Universitas Tarumanagara, Indonesia.
[1]florentina.705230061@stu.untar.ac.id; [2]rajat@fpsi.untar.ac.id; [3]karen.705230127@stu.untar.ac.id; [4]priciella.705230149@stu.untar.ac.id; [5]devin.705220185@stu.untar.ac.id

*Correspondent Author; florentina.705230061@stu.untar.ac.id

ARTICLE INFO

Article history
Received:
12-08-2026
Revised:
11-09-2026
Accepted:
21-10-2026

Keywords
Pancasila,
Digital Ethics,
Generation Z.

ABSTRACT

This study examines the implementation of Pancasila as an ethical framework for Generation Z in navigating negative economic and political news in digital media. This qualitative study involved in-depth interviews with four Indonesian Generation Z participants aged 18–29 years, with data analyzed using NVivo 14. Findings reveal that social media exposure triggers frustration, skepticism, and declining trust. Generation Z responds by verifying information across media, choosing to remain silent when necessary, and expressing opinions wisely for educational purposes. Differences in perspectives are managed through tolerance, empathy, and discussions based on valid data. However, the implementation of Pancasila is perceived to be declining among Generation Z. Key challenges include political buzzers, opinion manipulation, and a lack of good examples from political elites. These challenges may hinder the application of Pancasila in supporting the Asta Cita agenda. This study integrates Pancasila ethics, Generation Z's digital behavior, and efforts to support Asta Cita.

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

Introduction

Perkembangan teknologi digital membuat masyarakat dimudahkan dalam memperoleh dan menyebarkan informasi. Laporan Digital 2026: Indonesia menunjukkan bahwa terdapat sekitar 230 juta pengguna internet di Indonesia pada akhir tahun 2025

dengan tingkat penggunaan internet sebesar 80,5%. Indonesia juga memiliki sekitar 180 juta orang yang menggunakan media sosial atau setara dengan 62,9% dari jumlah penduduk Indonesia (Kemp, 2025). Sementara itu Haryanto (2024) melaporkan hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia yang menunjukkan bahwa Generasi Z menjadi kelompok yang terbesar dalam komposisi pengguna internet Indonesia, yaitu sebesar 34,40%. Berdasarkan data tersebut memperlihatkan tingginya kelompok Generasi Z yang tergabung di dalam aktivitas ruang digital. Generasi Z dapat memperoleh informasi ekonomi dan politik melalui *TikTok, Instagram, YouTube, X, Facebook*, portal berita daring, dan aplikasi percakapan. Hal ini didukung dengan hasil Survei Indikator Politik Indonesia yang menunjukkan bahwa *TikTok* digunakan oleh 32,7% masyarakat sebagai sumber informasi sosial, politik, dan pemerintahan, setelah televisi sebesar 48,2% (Indikator Politik Indonesia, 2025). Dalam kemudahan untuk mendapatkan informasi, Generasi Z juga berhadapan dengan berita mengenai kenaikan harga, pengangguran, ketimpangan ekonomi, korupsi, konflik politik, dan kebijakan pemerintah yang dapat memicu perdebatan. Dalam survei yang dilakukan pada Generasi Z terdapat 66% responden yang menilai kondisi ekonomi Indonesia berada dalam keadaan buruk, sedangkan hanya 34% yang menilainya baik (Ipsos, 2025).

Dalam penelitian ini istilah "berita buruk" dimaksudkan pada berita yang bernada negatif mengenai persoalan ekonomi dan politik yang dapat menimbulkan rasa kesal, khawatir, kecewa, atau pesimistis. Berita negatif tidak selalu merupakan berita palsu karena informasi yang benar juga dapat memberitakan keadaan yang negatif. Dalam media sosial, berita negatif yang ditayangkan dapat ditambahkan dengan judul yang sensasional, informasi yang tidak lengkap, dan misinformasi. Hal tersebut dapat memicu terjadinya perdebatan dan kondisi memanas sesama pengguna media sosial. Dalam penelitian Rasmussen dan Petersen (2023) menjelaskan bahwa peristiwa politik yang terjadi di dunia nyata dapat meningkatkan permusuhan dalam interaksi politik di media sosial. Hal tersebut menunjukkan bahwa persoalan politik yang terjadi di masyarakat juga dapat memengaruhi cara pengguna media sosial berinteraksi dan menyampaikan pendapat.

Dalam penelitian dari Robertson et al. (2023) menemukan bahwa setiap tambahan kata negatif pada judul berita dengan panjang rata-rata dapat meningkatkan tingkat klik sebesar 2,3%. Artinya penambahan unsur negatif dalam suatu berita menjadi suatu poin yang menarik bagi masyarakat untuk membaca berita tersebut. Dalam konsumsi berita negatif secara berulang dapat berkembang menjadi *doomscrolling*, yaitu suatu kebiasaan terus memberikan perhatian kepada informasi negatif dalam media sosial (Sharma et al., 2022). Dalam konteks Indonesia, Fidella et al. (2025) menemukan bahwa perilaku *doomscrolling* pada Generasi Z didasari oleh rasa ingin tahu dan *fear of missing*. Artinya berita yang bernuansa negatif membuat masyarakat lebih menarik dalam membacanya. Dalam penelitian Shabahang et al. (2024) juga menemukan bahwa *doomscrolling* berkaitan dengan meningkatnya kecemasan. Temuan tersebut menunjukan jika terus-menerus membaca berita negatif dapat memberikan efek yang buruk kepada masyarakat. Hal tersebut juga didukung oleh penelitian Shabahang dan Weber (2025) menjelaskan bahwa dalam menghadapi berita negatif, individu perlu memperhatikan kondisi pikiran dan emosinya serta mampu mengatur keterlibatan dalam membaca berita. Sehingga penting untuk memiliki pengendalian diri ketika menerima informasi negatif agar individu dapat menentukan tindakan yang tepat dalam menyikapinya. Oleh karena itu, penting untuk memahami tindakan awal Generasi Z ketika menemukan berita negatif, khususnya ketika berita tersebut menimbulkan rasa cemas dan khawatir.

Selain mengendalikan respon emosional, Generasi Z perlu mampu menentukan apakah suatu berita dapat dipercaya. Karena setiap pengguna media sosial bisa menayangkan informasi apapun di akun nya. Namun tidak semua berdasarkan fakta yang

dapat dipercaya. Dalam penelitian Olan et al. (2024) menjelaskan bahwa penyebaran informasi palsu di media sosial menjadi tantangan bagi masyarakat dalam memperoleh informasi yang dapat dipercaya. Sementara itu penelitian Pfänder dan Altay (2025) menemukan bahwa individu secara umum mampu membedakan berita benar dan berita palsu, tetapi masih memiliki kecenderungan untuk meragukan informasi yang sebenarnya benar. Hal tersebut menunjukkan pentingnya memeriksa kebenaran informasi sebelum mempercayai atau membagikannya kepada orang lain. Pennycook et al. (2021) menunjukkan bahwa mengarahkan perhatian pembaca kepada akurasi fakta dapat mengurangi kecenderungan membagikan misinformasi. Oleh karena itu, pemeriksaan sumber, bukti, tanggal penerbitan, kesesuaian judul dengan isi, dan perbandingan dengan media lain menjadi bagian penting dari perilaku digital yang bertanggung jawab. Keputusan memberikan komentar atau membagikan berita tidak hanya dipengaruhi oleh penilaian terhadap kebenaran. Dengan demikian, diperlukan kemampuan mengendalikan diri dan menentukan tindakan benar dan salah dalam berperilaku di media sosial.

Pancasila memiliki nilai yang terkandung dalam setiap sila nya yang dapat menjadi landasan etika bagi Generasi Z dalam menghadapi kondisi tersebut. Contoh nya sila ketiga yaitu nilai persatuan yang bertujuan mencegah penyebaran konten yang memicu perpecahan dan sila keempat yaitu nilai kerakyatan yang menekankan penghormatan terhadap perbedaan pendapat dalam masyarakat yang terjadi di ruang digital. Hidayah et al. (2022) menjelaskan bahwa literasi digital perlu penerapan nilai Pancasila agar menjadi pedoman dalam aktivitas di ruang digital. Fatmawati dan Habibah (2023) juga menunjukkan pentingnya etika bermedia sosial, penilaian terhadap kredibilitas konten, dan kemampuan berpikir kritis dalam membangun sikap di ruang digital yang baik.

Penelitian terdahulu telah membahas berbagai persoalan yang berkaitan dengan perilaku masyarakat dalam ruang digital. Hidayah et al. (2022) menekankan pentingnya menerapkan nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila sebagai landasan etika dalam ruang digital yang disertai dengan penguatan literasi digital. Sementara itu, Fatmawati dan Habibah (2023) mengkaji praktik perilaku digital mahasiswa yang mencakup etika bermedia sosial, kemampuan menilai kredibilitas konten, dan berpikir kritis. Pada penelitian Pennycook et al. (2021) menjelaskan bahwa mengarahkan perhatian individu pada akurasi informasi dapat meningkatkan kualitas berita yang dibagikan. Shabahang et al. (2024) juga menemukan adanya hubungan antara perilaku *doomscrolling* dan kecemasan. Berdasarkan penelitian-penelitian tersebut, kajian mengenai etika digital dan dampak konsumsi berita negatif telah memberikan pemahaman mengenai berbagai persoalan dalam penggunaan media sosial. Penelitian mengenai Pancasila sebagai etika digital juga menekankan pentingnya nilai dan perilaku bermedia sosial secara umum, sedangkan penelitian mengenai berita negatif lebih banyak membahas dampak psikologis dan perilaku penyebaran informasi. Namun penelitian terdahulu belum menggambarkan secara mendalam bagaimana nilai-nilai Pancasila menjadi dasar pertimbangan etis pada Generasi Z dalam menghadapi berita negatif mengenai persoalan ekonomi dan politik.

Oleh karena itu, penelitian ini bertujuan untuk menggali pengalaman Generasi Z dalam menghadapi berita negatif, mulai dari respons awal terhadap informasi yang diterima, pemeriksaan kebenaran berita, pengendalian emosi, pertimbangan sebelum memberikan komentar atau membagikan informasi, hingga sikap terhadap perbedaan pandangan. Selain itu, penelitian ini juga menggali tantangan yang dihadapi Generasi Z dalam menerapkan nilai-nilai Pancasila di ruang digital. Dengan demikian, penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman mengenai penerapan Pancasila sebagai etika dalam perilaku digital sehari-hari serta relevansinya dengan Asta Cita pertama, yaitu memperkokoh ideologi Pancasila, demokrasi, dan hak asasi manusia.

Method

1. Pendekatan Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode wawancara. Pendekatan kualitatif digunakan untuk memperoleh pemahaman yang lebih mendalam mengenai pengalaman, pemikiran, respons, serta nilai yang mendasari sikap Generasi Z dalam menghadapi berita negatif mengenai ekonomi dan politik di media digital. Pemilihan pendekatan ini sesuai dengan tujuan penelitian yang berfokus pada pengalaman dan respons Generasi Z, cara menentukan kebenaran informasi, pertimbangan sebelum memberikan komentar atau membagikan berita, cara menyikapi perbedaan pandangan, serta pemaknaan terhadap penerapan nilai-nilai Pancasila dalam ruang digital. Fokus tersebut juga sesuai dengan urgensi penelitian yang membutuhkan pemahaman mengenai alasan, pemikiran, pengalaman, dan nilai yang mendasari sikap Generasi Z dalam menghadapi berita ekonomi dan politik.

2. Partisipan Penelitian

Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 4 orang Generasi Z yang berdomisili di wilayah Indonesia. Partisipan berada pada rentang usia 18 - 29 tahun dan memiliki latar belakang sebagai mahasiswa dan pekerja. Pemilihan Generasi Z sebagai partisipan didasarkan pada tingginya keterpaparan kelompok tersebut terhadap internet dan media digital. Berdasarkan latar belakang penelitian, Generasi Z menjadi kelompok pengguna internet terbesar di Indonesia dengan persentase sebesar 34,40% (Haryanto, 2024), sehingga Generasi Z merupakan kelompok yang sangat terpapar oleh berbagai arus informasi digital, termasuk berita negatif.

Keempat partisipan diwawancarai untuk memperoleh pemahaman mengenai pengalaman dan respons mereka ketika menemukan berita negatif mengenai ekonomi dan politik di media digital. Wawancara juga menggali cara partisipan menentukan kebenaran informasi, pertimbangan sebelum memberikan komentar atau membagikan berita, cara menyikapi perbedaan pandangan, serta pemaknaan terhadap penerapan nilai-nilai Pancasila dalam menghadapi informasi di ruang digital. Fokus tersebut disesuaikan dengan tujuan penelitian.

3. Teknik Pengumpulan Data

Data penelitian dikumpulkan melalui wawancara secara daring *(online)* dengan menggunakan platform *Zoom Meeting* dan Google Meet. Wawancara dilakukan kepada empat partisipan yang memenuhi karakteristik penelitian. Setiap wawancara berlangsung dengan durasi sekitar 20 – 40 menit dan proses wawancara direkam untuk membantu proses pengolahan data.

Wawancara dilakukan untuk menggali pengalaman, pemikiran, respons, serta pertimbangan partisipan dalam menghadapi berita negatif mengenai ekonomi dan politik di media digital. Pertanyaan wawancara mencakup pengalaman partisipan ketika pertama kali menemukan berita negatif mengenai ekonomi dan politik, respon yang diberikan terhadap informasi tersebut, cara menentukan apakah berita dapat dipercaya, serta pertimbangan sebelum memberikan komentar atau membagikan berita.

Selain itu, wawancara juga menggali cara partisipan menyikapi perbedaan pandangan dan potensi konflik dalam pembahasan berita ekonomi dan politik serta pemaknaan terhadap penerapan nilai-nilai Pancasila di ruang digital. Aspek-aspek tersebut

disesuaikan dengan tujuan penelitian, yaitu menggali pengalaman dan respon Generasi Z, memahami cara menentukan kebenaran berita, mendeskripsikan cara menyikapi perbedaan pandangan, serta mengidentifikasi pemaknaan terhadap penerapan nilai-nilai Pancasila dan kaitannya dengan upaya mendukung Asta Cita.

4. Fokus Wawancara

Fokus wawancara dalam penelitian ini terdiri atas empat aspek utama. Pertama, pengalaman dan respon Generasi Z ketika menemukan berita negatif mengenai ekonomi dan politik di media digital. Kedua, cara Generasi Z menentukan kebenaran berita serta pertimbangan sebelum memberikan komentar atau membagikan informasi. Ketiga, cara Generasi Z menyikapi perbedaan pandangan dan potensi konflik yang muncul dalam pembahasan berita ekonomi dan politik. Keempat, pemaknaan Generasi Z terhadap penerapan nilai-nilai Pancasila, tantangan penerapannya di ruang digital, serta kontribusinya terhadap upaya mendukung Asta Cita. Keempat aspek tersebut mengacu pada tujuan penelitian yang telah ditetapkan.

5. Teknik Analisis Data

Data yang diperoleh dari hasil wawancara diolah menggunakan NVivo 14. Rekaman hasil wawancara digunakan sebagai sumber data dalam proses pengolahan data. Data wawancara kemudian dimasukkan dan diorganisasikan dalam NVivo 14 untuk membantu proses pengelompokan informasi berdasarkan fokus penelitian.

Pengolahan data dilakukan dengan mengidentifikasi informasi yang berkaitan dengan pengalaman dan respons partisipan ketika menemukan berita negatif ekonomi dan politik, cara menentukan kebenaran informasi, pertimbangan sebelum memberikan komentar atau membagikan berita, cara menyikapi perbedaan pandangan dan potensi konflik, serta pemaknaan terhadap penerapan nilai-nilai Pancasila di ruang digital. Pengelompokan tersebut digunakan untuk melihat pola dan tema yang muncul dari jawaban ketiga partisipan.

Hasil pengolahan data selanjutnya digunakan untuk memperoleh pemahaman mengenai bagaimana Generasi Z menyikapi berita negatif ekonomi dan politik di media digital serta bagaimana nilai-nilai Pancasila diterapkan sebagai pedoman etika dalam menghadapi informasi tersebut. Hasil tersebut juga digunakan untuk melihat kaitannya dengan upaya mendukung Asta Cita, sesuai dengan tujuan penelitian.

Results and Discussion

Hasil

1. Pengalaman & Respon Terpapar Berita Buruk Ekonomi-Politik



Gambar 1. Hasil Coding Pengalaman dan Respon

Bagan ini menggambarkan berbagai pengalaman dan respon Generasi Z dari paparan berita buruk ekonomi-politik yang kemudian dikelompokkan ke dalam beberapa aspek. Bagan tersebut menunjukkan bahwa pengalaman informan berawal dari paparan melalui platform digital dan algoritma, kemudian berlanjut pada jenis isu yang diterima, serta menghasilkan berbagai respon emosional. Media sosial menjadi salah satu sumber utama dalam memperoleh informasi mengenai isu ekonomi dan politik. Platform yang paling banyak disebutkan adalah *X/Twitter, Tiktok,* dan *Instagram.* Meskipun setiap informan memiliki platform yang berbeda, sebagian besar memperoleh informasi secara tidak langsung melalui konten yang muncul pada *feed* atau *For You Page*.

> "Eee, karena aku aktif ada di 3 platform yaitu *X/Twitter*, *Tiktok* dan ada juga *Instagram*, tapi biasanya yang paling cepet untuk aku dapetin informasi itu dari X." (L, 21/09/2026)

> "Jadi biasanya ketemu Instagram karena emang FYP-nya begitu sama *Stockbit* biasa." (R, 22/09/2026)

> "Dan biasa aku temui di *TikTok*." (AX, 25/09/2026)

Informan tidak selalu secara aktif mencari berita, tetapi dapat menerima informasi karena muncul pada rekomendasi konten yang disesuaikan dengan aktivitas dan pola penggunaan media sosial. Kondisi ini menunjukkan bahwa paparan berita pada Generasi Z dapat terjadi secara spontan dalam aktivitas sehari-hari di ruang digital. Selain platform yang digunakan, berita yang diterima mencakup berbagai isu, antara lain kondisi ekonomi masyarakat, isu SARA, hingga kebijakan pemerintah

> "...contohnya waktu dollar naik... dari dolar naik ini banyak dampak negatif loh terhadap kehidupan... terutama kehidupan pribadi sih dari bahan pokok..." (L, 21/09/2026)

> "Kebetulan di situ saya masih kontra banget sih sama per MBG ini..." (L, 21/09/2026)

"...mungkin contoh kasusnya tuh kaya tahu ga sih yang kejadian yang di mana ya kali deres apa yang orang timur itu loh yang dia nyerang pedagang bubur kalo ga salah ya..." (A, 29/09/2026)

Paparan terhadap berita buruk ekonomi-politik juga menghasilkan respon emosional yang berbeda. Ditemukan tiga bentuk respon emosional utama, yaitu emosi negatif, skeptisisme atau krisis kepercayaan, serta rasa penasaran untuk mencari informasi lebih lanjut.

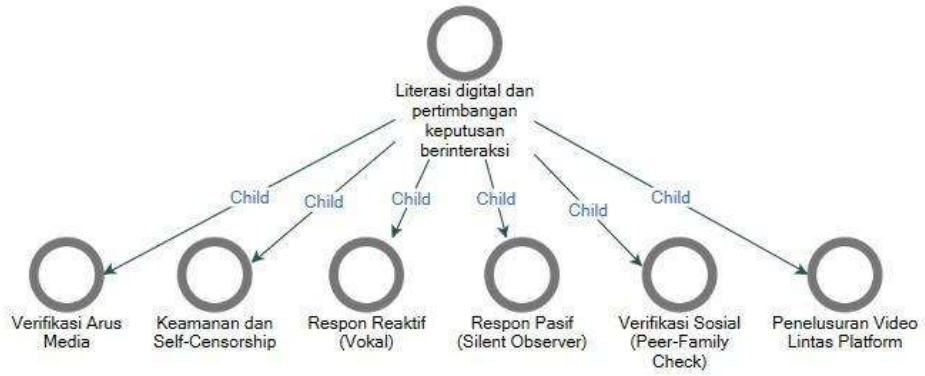
> "*Mungkin kaya ada perasaan kesal gitu loh kaya terhadap eh ini ya masalah yang terjadi...*" (AD, 29/09/2026)

> "...kami semua tuh sudah ngerasa punya rasa kehilangan kepercayaan terhadap pemimpin loh kak, jadi kayak berita baik itu akan jadi hoax menurut saya gitu..." (L, 21/09/2026)

> "...kebetulan aku punya rasa penasaran lebih lagi kak jadi aku tuh bisa cari sumber semaksimal mungkin..." (L, 21/09/2026)

Emosi negatif seperti kesal, sedih, dan khawatir muncul ketika informan melihat permasalahan atau ketidakadilan dalam berita yang diterima. Sementara itu, skeptisisme dan krisis kepercayaan terlihat dari keraguan informan terhadap kebenaran berita maupun pihak yang diberitakan, sehingga mereka cenderung lebih berhati-hati dalam menerima informasi. Di sisi lain, rasa penasaran mendorong informan untuk mencari sumber dan informasi tambahan guna memahami isu secara lebih mendalam serta memastikan kebenaran berita yang diterima.

2. Literasi Digital dan Pertimbangan Keputusan Berinteraksi



Gambar 2. Hasil Coding Literasi Digital dan Pertimbangan Keputusan Berinteraksi

Bagan ini menggambarkan bentuk literasi digital dan pertimbangan Generasi Z dalam menentukan keputusan ketika berinteraksi dengan berita buruk ekonomi-politik yang diterima melalui media digital. Generasi Z melakukan beberapa bentuk pertimbangan yaitu verifikasi informasi melalui media, verifikasi melalui teman atau

keluarga, keputusan untuk menjadi pengamat pasif, memberikan respons secara aktif, serta mempertimbangkan keamanan dan melakukan *self-censorship*. Hal ini menunjukkan bahwa informan tidak selalu langsung mempercayai atau menyebarkan informasi yang diterima, tetapi mempertimbangkan kebenaran informasi, tujuan interaksi, serta kemungkinan dampak dari respons yang diberikan.

> "Biasanya membaca dari ini berita yang terpercaya misalnya Kompas, CNN kayak gitu." (AD, 29/09/2026)

> "Sebenernya dilihat juga dari sumbernya, terpercaya atau enggak, dan dengan logika saja sih..." (R, 22/09/2026)

> "...pancingan ke teman, dua step verifikasi, karena semakin banyak orang jawab maka kemungkinan berita boong itu semakin kecil..." (AX, 25/09/2026)

Setelah melakukan verifikasi, informan memiliki pilihan respons yang berbeda. Sebagian memilih menjadi *silent observer* dan tidak memberikan komentar maupun membagikan berita, sedangkan sebagian lainnya memilih untuk bersuara atau melakukan *repost* apabila berita dianggap penting dan memiliki dampak bagi kehidupan atau dapat memberikan edukasi kepada orang lain.

> "Konfirmasi saja, jadi silent observer lah" (R, 22/09/2026)

> "Iya lebih ke ga perlu aja terus malu kalau diliat temen" (AX, 25/09/2026)

> "...karena kebetulan secara singkat itu juga mempengaruhi kehidupan pribadi saya jadi ya otomatis lumayan bersuara juga sih..." (L, 21/09/2026)

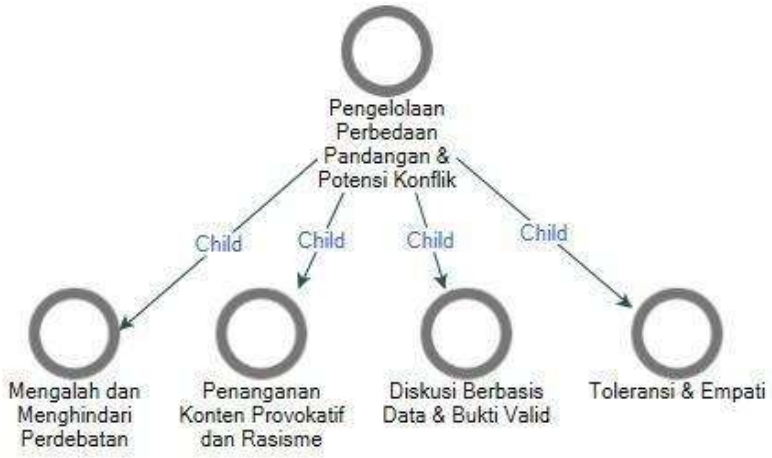
> "Untuk mengedukasi viewer juga sih makanya jadi kalau beritanya sepele... nggak usah di repost, emang kalau sudah global... enggak apa apa kita repost." (R, 22/09/2026)

Selain pertimbangan terhadap isi dan manfaat informasi, ditemukan pula keamanan dan *self-censorship* sebagai faktor dalam menentukan keputusan berinteraksi. Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z tidak hanya mempertimbangkan "apakah saya ingin merespons?", tetapi juga "apa konsekuensi yang mungkin saya terima jika saya merespons?".

> "Jujur sebenarnya lebih ke apa ya, mengkritik dengan cara halus dan lebih biar kita tetap bisa aman... saya pun juga takut seperti orang orang sebelumnya... yang dilacak atau handphonenya bisa dihack..." (L, 21/09/2026)

> "Nah, itu juga jadi salah satu alasan aku ga mau komen-komen juga ya, selain tidak enak dilihat orang, aku takut salah." (AX, 25/09/2026)

3. Pengelolaan Perbedaan Pandangan dan Potensi Konflik



Gambar 3. Hasil Coding Pengelolaan Perbedaan Pandangan dan Potensi Konflik

Bagan ini menjelaskan mengenai perbedaan pendapat dan pandangan Generasi Z dalam menyikapi berbagai konflik dan isu berita pada media sosial. Melalui wawancara yang dilakukan pada empat partisipan terdapat berbagai macam respon, diantaranya mendiskusikan isu berita tersebut dengan keluarga atau teman, memunculkan sikap toleransi dan empati, mengalah dan menghindari pendapat, hingga bertindak secara aktif untuk membela kebenaran isu yang ada. Hal tersebut menunjukkan bahwa respon Generasi Z terhadap isu berita negatif di media sosial tidak hanya berupa tindakan konfrontatif, tetapi juga berupa komunikasi, toleransi, empati, penghindaran, serta tindakan aktif menyuarakan pendapat.

Beberapa diantaranya menyatakan bahwa sebelum menyuarakan pendapat dan pandangan pribadi, partisipan memilih untuk mengetahui dan memahami terlebih dahulu pandangan lawan bicara atau orang sekitarnya kemudian menyampaikan argumen politik atau ekonomi dengan menyertakan data resmi dan valid. Hal ini dilakukan untuk meminimalisir terjadinya konflik akibat perbedaan pendapat terhadap suatu isu tertentu.

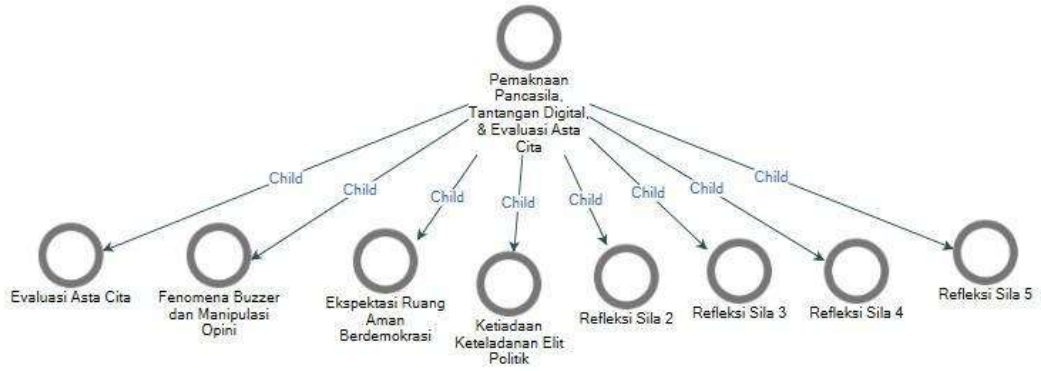
> "...biasanya aku bakal memahami sudut pandang mereka dulu baru aku kaya ngomong pendapatku gimana gitu tuh aku kasih bukti bukti yang validnya." (AD, 29/09/2026)

> "Menyikapinya ya... Ya dengan legowo tadi, dikasih di fakta kita lihat siapa yang paling oke..." (R, 22/09/2026)

Selain itu, beberapa partisipan juga menunjukan sikap toleransi dan lebih menghargai pendapat orang lain yang berbeda terkait dengan isu berita yang ada. Partisipan menjelaskan perlunya rasa saling menghargai dan memahami latar belakang dari permasalahan yang ada.

> Menyikapinya tadi, bertoleransi, kita ambil sudut pandang dia juga, empati dia kita jelasin juga empati kita..." (R, 22/09/2026)

Namun, juga terdapat partisipan yang memilih untuk diam dan menyetujui opini lawan bicara demi menjaga perdamaian dan menghindari perdebatan panjang. Partisipan



menilai bahwa pendapat individu adalah hal personal yang tidak dapat dipaksakan. Selain itu, partisipan juga menyadari bahwa keyakinan atau pandangan yang dimiliki belum tentu benar sehingga menurutnya tidak perlu selalu menyuarakan dan mempertahankan pendapat pribadi di publik. Sikap tersebut menunjukan adanya kecenderungan untuk menghindari konflik dan menghargai pandangan orang lain khususnya dalam berinteraksi di media sosial.

> "Jadi ketika saya kurang terima sama pendapat dia ya sudah saya iyain aja gitu. Tapi bukan berarti saya harus berdebat karena menurut saya pendapat kan hal... individu saja lah." (L, 21/09/2026)

> "Aku orangnya selalu ngalah ya dan ikut-ikut aja sih..." (AX, 25/09/2026)

Di sisi lain, tindakan aktif dalam membela pendapat dan menyuarakan pendapat juga menjadi hal yang penting khususnya dalam menyikapi konten atau isu yang provokatif dan rasisme yang mampu menimbulkan konflik. Tindakan aktif tersebut meliputi membela kelompok yang didiskriminasi atau meluruskan misinformasi ke keluarga.

> "...tapi kalau misalkan kaya tentang isu rasisme gitu kayak ngatain orang timur mungkin ya saya bakal lawan sih" (AD, 29/09/2026)

> "...saya menjelaskan kepada mereka gitu, kalau ini tuh emang apa kecurangan gitu juga..." (L, 21/09/2026)

4. Pemaknaan Pancasila, Tantangan Digital, dan Evaluasi Asta Cita

Gambar 4. Hasil Coding Pemaknaan Pancasila, Tantangan Digital, dan Evaluasi Asta Cita

Bagan ini menjelaskan bagaimana Generasi Z memaknai Ideologi Pancasila dalam sebagai pedoman dalam berkomunikasi di sosial dan menghadapi isu berita negatif di media sosial. Pada bagian ini juga memberikan penjelasan bahwa penerapan nilai-nilai Pancasila masih menghadapi berbagai tantangan bagi Generasi Z. Oleh karena itu, untuk mendukung dan mewujudkan Asta Cita khususnya poin pertama tentang memperkokoh ideologi Pancasila, pemerintah tidak cukup hanya menyampaikan nilai-nilai Pancasila melalui sosialisasi, tetapi juga perlu menciptakan lingkungan digital yang lebih aman, adil, dan mendukung kebebasan berpendapat.

Terdapat partisipan yang menunjukkan penerapan sila kedua yaitu Kemanusiaan yang Adil dan Beradab sebagai pedoman dalam menyuarakan pandangan dan pendapatnya khususnya pada isu berita negatif.

> "...contohnya aja nilai nilai kemanusiaan ya kak, perikemanusiaan yang adil dan beradab... menurut saya apa yang saya suarakan itu untuk kemanusiaan yang adil aja dan beradab..." (L, 21/09/2026)

Selain itu, juga terdapat partisipan yang memilih untuk menjaga persatuan dengan menjadi *silent observer* demi menjaga persatuan bangsa dan meminimalisir munculnya perpecahan dan konflik SARA.

> "Iya dan saya silent observer kak, gak comment, jadi sebenarnya ya mudah menjaga sila nomor tiga lah. Kalau kita banyak comment, pecah nanti." (R, 22/09/2026)

Pada penerapan sila keempat dan sila kelima, partisipan sebagai Generasi Z memanfaatkannya untuk menyampaikan pendapat dan ikut dalam diskusi secara demokratis khususnya dalam memperjuangkan keadilan bagi masyarakat Indonesia.

> "...dari sila kelima nih kak kan keadilan sosial bagi seluruh rakyat ya kak, cuma menurut saya masih banyak banget ee orang orang yang mengalami dampak dari kemiskinan struktural..." (L, 21/09/2026)

> "...mungkin kita bisa menyuarakan juga kan kita bebas berpendapat kan" (AD, 29/09/2026)

Partisipan juga memberikan penjelasan seperti apa hambatan dan tantangan bagi Generasi Z menerapkan nilai-nilai Pancasila dalam berperilaku dan menyuarakan berpendapat di media sosial. Tantangan tersebut berasal dari maraknya *buzzer* dan manipulasi opini serta kurangnya keteladanan dari elit politik. Penyebaran opini atau pendapat yang tidak objektif dinilai sangat mudah memengaruhi pandangan masyarakat, sementara perilaku pemimpin dinilai belum mencerminkan nilai Pancasila sehingga partisipan mempertanyakan penerapannya dalam kehidupan nyata khususnya dalam menanggapi isu berita negatif.

> "...dan dari yang saya lihat pun setiap ada pendapat yang berbeda ya ternyata yang kita tahu juga itu adalah buzzer gitu kan..." (L, 21/09/2026)

> "...mungkin menurut aku selain mereka melupakan, kayanya mereka pun udah tidak peduli karena apa yang dilakukan sama pemimpin kita di media tidak mencerminkan pemimpin yang baik." (AX, 25/09/2026)

Kemudian, partisipan sebagai Generasi Z memberikan pendapat bahwa kesadaran akan penerapan ideologi Pancasila saat ini masih perlu ditingkatkan karena dinilai belum mampu mewujudkan nilai Asta Cita pertama yaitu untuk memperkokoh Ideologi Pancasila.

> "Bagaimana kami... apakah pancasila itu benar gak? dibilang sudah ada terapan atau enggak sesuai dengan apa yang diomongin sama Pak Presiden kita mungkin

bisa dibilang belum sih kak..." (L, 21/09/2026)

"...kalau pendapatku ya menurutku belum sih." (AD, 29/09/2026)

Dalam mendukung dan mewujudkan Asta Cita secara optimal, partisipan mengharapkan agar tidak hanya mensosialisasikan Asta Cita dan Pancasila secara wacana, melainkan juga menghadirkan ekosistem digital yang bersih, adil, dan aman bagi kebebasan berpendapat.

"...mengkritik dengan cara halus dan lebih biar kita tetap bisa aman. Itu menurut saya lumayan sulit..." (L, 21/09/2026)

Pembahasan

Perkembangan teknologi yang semakin pesat membuat arus berita dan informasi bergerak dengan sangat cepat dan mudah diakses oleh siapa saja terutama Generasi Z saat ini. Kemudahan akses tersebut membuat Generasi Z semakin dekat dengan informasi dan berita yang berkaitan dengan isu ekonomi dan politik khususnya arus berita negatif di media sosial. Dalam kondisi tersebut, kemampuan untuk mengolah dan merespons informasi menjadi sangat penting agar informasi yang diterima tidak secara mudah mengubah pandangan. Pancasila sebagai sistem etika berbicara tentang bagaimana pengamalan setiap nilai Pancasila menjadi landasan bagi Generasi Z dalam menentukan sikap yang bijaksana, kritis, dan bertanggung jawab dalam menghadapi dan merespons berbagai informasi di era digital. Hal ini sejalan dengan hasil penelitian yang dilakukan oleh Firmansyah et al (2022) bahwa pengguna media digital yang mampu berpikir kritis memiliki literasi digital yang tinggi, sedangkan etika memiliki peranan mendorong masyarakat untuk mempertimbangkan baik dan buruknya aktivitas komunikasi sebelum bertindak. Dengan demikian, nilai-nilai Pancasila mampu menjadi pedoman bagi Generasi Z dalam menyaring informasi dan menyampaikan pendapat secara kritis serta bertanggung jawab.

Berdasarkan hasil penelitian, paparan berita buruk yang dikonsumsi oleh Generasi Z terutama terkait isu ekonomi dan politik paling sering diterima melalui algoritma media sosial atau *For You Page* (FYP). Berita buruk yang dikonsumsi tersebut mampu menghasilkan respons negatif seperti kekesalan, skeptisme, dan kecemasan. Kondisi ini beririsan dengan temuan Aulia et al. (2024), di mana maraknya penyebaran berita negatif seperti hoaks, ujaran kebencian, dan provokasi di media sosial berpotensi menurunkan kepercayaan masyarakat serta mengikis moralitas generasi muda apabila tidak disaring menggunakan filter nilai-nilai kebangsaan.

Generasi Z juga menerapkan berbagai cara dalam mengevaluasi dan mengambil keputusan berinteraksi di media sosial, salah satunya dengan melakukan verifikasi dan mencari bukti valid serta kebenaran dari berita yang ada sebelum menyuarakan pendapat. Hal ini berkaitan dengan hasil temuan Pennycook & Rand (2022) yang menyatakan bahwa pengguna media sosial pada dasarnya mampu mengenali kebenaran suatu informasi dengan cara mereka sendiri, dengan adanya kesadaran dan tindakan tersebut, pengguna dapat menjadi lebih cermat dalam berbagi informasi (*sharing discernment*) dan mengurangi penyebaran berita hoaks atau yang memicu konflik.

Berbagai respon partisipan terhadap perbedaan pandangan dalam menyikapi isu berita negatif di media sosial yang meliputi sikap menghargai, menghindari, hingga menyuarakan pendapat untuk membela kebenaran. Hal ini selaras dengan penelitian yang dilakukan oleh Mattheas et al. (2025) bahwa dewasa awal atau *emerging adults* di Indonesia

sendiri tidak selalu merespons paparan terhadap pendapat atau berita negatif secara pasif, tetapi setiap individu menunjukan adanya respons yang beragam baik itu menarik diri atau menyuarakan pendapatnya dan melakukan intervensi.

Melalui proses wawancara dan analisis data yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa Generasi Z sudah tidak lagi memaknai Pancasila sebagai pedoman etika dalam kehidupan bermasyarakat terutama dalam berinteraksi di media sosial serta dinilai belum dapat mendukung Asta Cita terutama poin pertama, yaitu memperkokoh ideologi Pancasila. Banyaknya berita dan isu negatif tentang perekonomian dan politik di Indonesia ditambah dengan maraknya *buzzer* dan hoaks menjadi tantangan Generasi Z untuk menerapkan Pancasila sebagai etika di media sosial (Steel, 2023; Kusumawardani & Cahyanto, 2023). Penting bagi setiap individu khususnya Generasi Z mempunyai sikap bijak dalam merespons dan mencerna informasi. Dalam hal ini, Pancasila perlu diajarkan sebagai pendidikan karakter, bukan sekadar mata pelajaran, melalui strategi yang efektif dalam pendidikan formal, informal, nonformal, dan masyarakat dengan mempertimbangkan kondisi serta karakteristik sosial. Selain itu, pemerintah perlu memastikan kebijakan publik berlandaskan keadilan, kesejahteraan sosial, dan nilai kemanusiaan sesuai dengan Pancasila (Putri & Ramadhani, 2026; Atqiyah et al., 2024).

Conclusion

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa Generasi Z memperoleh berita buruk ekonomi-politik terutama melalui media sosial seperti X atau *Twitter,Tiktok*, dan *Instagram*. Paparan tersebut menimbulkan berbagai respons, mulai dari emosi negatif, skeptisisme, dan krisis kepercayaan, hingga rasa penasaran yang mendorong informan untuk mencari informasi lebih lanjut. Dalam menentukan respons terhadap berita, informan menunjukkan adanya upaya verifikasi melalui sumber media yang dipercaya maupun diskusi dengan orang sekitar, serta mempertimbangkan apakah akan menjadi *silent observer*, memberikan komentar atau *repost*, maupun melakukan *self-censorship* karena mempertimbangkan keamanan dan konsekuensi dari tindakan mereka.

Hasil penelitian juga menunjukkan bahwa penerapan etika Pancasila dalam menghadapi berita buruk ekonomi-politik terlihat melalui upaya menghargai perbedaan pandangan, menghindari konflik, menunjukkan toleransi dan empati, serta mempertimbangkan kebenaran dan dampak sebelum menyampaikan pendapat. Nilai kemanusiaan, persatuan, kerakyatan, dan keadilan menjadi landasan yang relevan dalam membentuk perilaku Generasi Z di ruang digital. Namun, penerapannya masih menghadapi tantangan berupa penyebaran *hoaks, buzzer*, manipulasi opini, konten provokatif, serta perbedaan antara nilai Pancasila yang dipahami dengan kondisi yang dirasakan dalam kehidupan nyata. Oleh karena itu, penerapan Pancasila sebagai etika digital perlu terus diperkuat agar Generasi Z tidak hanya mampu memahami nilai Pancasila, tetapi juga menerapkannya secara kritis dan bertanggung jawab dalam menyikapi informasi. Upaya tersebut sejalan dengan Asta Cita pertama, yaitu memperkokoh ideologi Pancasila, demokrasi, dan hak asasi manusia, sehingga ruang digital dapat menjadi ruang yang lebih kritis, toleran, dan bertanggung jawab.

References

Aulia, C. M., et al. (2024). Rendahnya Implementasi Nilai-Nilai Pancasila Bagi Generasi Z Dalam Bermedia Sosial. *Hakim: Jurnal Ilmu Hukum dan Sosial*, 2(1), 225–234. https://doi.org/10.51903/hakim.v2i1.1556

Atqiyah, A. N., et al. (2024). Pancasila Sebagai Sistem Etika, Etika Kehidupan Berbangsa, dan Perlunya Pancasila sebagai Sistem Etika. *Jembatan Hukum: Kajian ilmu Hukum, Sosial dan Administrasi Negara*, *1*(4), 72–80.https://doi.org/10.62383/jembatan.v1i4.938

Fatmawati, F., & Habibah, S. M. (2023). Aktualisasi praktik *netizenship* mahasiswa dalam *good digital citizenship* Indonesia. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan, 3*(1), 70–85. https://doi.org/10.52738/pjk.v3i1.120

Fidella, V., et al. (2025). Doomscrolling on Gen-Z social media users Twitter and Instagram. *MOTIVA: Jurnal Psikologi, 8*(1), 74–82. https://doi.org/10.31293/mv.v8i1.8646

Firmansyah, R., et al. (2025). Etika digital dan Pancasila: Sinergi transformasi pelajar melalui proyek inovasi teknologi digital. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan, 5*(1), 89–100. https://doi.org/10.52738/pjk.v5i1.673

Haryanto, A. T. (2024, 31 Januari). APJII: Jumlah pengguna internet Indonesia tembus 221 juta orang. *detikInet.* https://inet.detik.com/cyberlife/d-7169749/apjii-jumlah-pengguna-internet-indonesia-tembus-221-juta-orang

Hidayah, Y., Simatupang, E., & Belladonna, A. P. (2022). Pembudayaan nilai-nilai Pancasila dalam konsep etika ruang digital di era post-pandemi. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan, 2*(2), 208–215. https://doi.org/10.52738/pjk.v2i2.91

Indikator Politik Indonesia. (2025, 27 Mei). Tingkat kepercayaan publik atas kinerja lembaga-lembaga negara dan pemberantasan korupsi. https://indikator.co.id/rilis-indikator-27-mei-2025/0/

Ipsos. (2025, 31 Oktober). *What worries Indonesia 2025: Indonesian consumer confidence weakens – Corruption, unemployment, and social inequality top public concerns*. https://www.ipsos.com/en-id/press-release-what-worries-indonesia-2025

Kemp, S. (2025, 5 November). Digital 2026: Indonesia. *DataReportal.* https://datareportal.com/reports/digital-2026-indonesia

Khan, M. L., & Idris, I. K. (2019). Recognise misinformation and verify before sharing: A reasoned action and information literacy perspective. Behaviour & Information Technology, 38(12), 1194–1212. https://doi.org/10.1080/0144929X.2019.1578828

Kusumawardani, V., & Cahyanto, B. (2023). Buzzer dan hoax media sosial. *PROMEDIA (Public Relation dan Media Komunikasi), 9*(2), 241–261. https://doi.org/10.52447/promedia.v9i2.7182

Matthes, J., et al. (2025). Discursive consequences of social media hostility: Chilling effects, avoidance, and intervention behaviors of emerging adults in the U.S. and Indonesia. *Computers in Human Behavior, 171*, 108704. https://doi.org/10.1016/j.chb.2025.108704

Olan, F., Jayawickrama, U., Arakpogun, E. O., Suklan, J., & Liu, S. (2024). Fake news on social media: The impact on society. *Information Systems Frontiers, 26*, 443–458. https://doi.org/10.1007/s10796-022-10242-z

Pennycook, G., Epstein, Z., Mosleh, M., Arechar, A. A., Eckles, D., & Rand, D. G. (2021). Shifting attention to accuracy can reduce misinformation online. *Nature, 592*, 590–595. https://doi.org/10.1038/s41586-021-03344-2

Pennycook, G., & Rand, D. G. (2022). Nudging social media toward accuracy. *The ANNALS of the American Academy of Political and Social Science*, *700*(1), 152–164. https://doi.org/10.1177/00027162221092342

Peraturan Presiden Republik Indonesia Nomor 12 Tahun 2025 tentang Rencana Pembangunan Jangka Menengah Nasional Tahun 2025–2029. (2025). https://peraturan.bpk.go.id/Details/314638/perpres-no-12-tahun-2025

Pfänder, J., & Altay, S. (2025). Spotting false news and doubting true news: A systematic review and meta-analysis of news judgements. *Nature Human Behaviour, 9*(4), 688–699. https://doi.org/10.1038/s41562-024-02086-1

Putri, D. Y., & Ramadhani, A. (2026). Pancasila as a philosophical system: Pancasila as a solution of current issues. *Santhet: Jurnal Sejarah, Pendidikan dan Humaniora, 10*(1). https://doi.org/10.36526/js.v3i2.7255

Rasmussen, S. H. R., & Petersen, M. B. (2023). The event-driven nature of online political hostility: How offline political events make online interactions more hostile. *PNAS Nexus, 2*(11), pgad382. https://doi.org/10.1093/pnasnexus/pgad382

Robertson, C. E., Pröllochs, N., Schwarzenegger, K., Pärnamets, P., Van Bavel, J. J., & Feuerriegel, S. (2023). Negativity drives online news consumption. *Nature Human Behaviour, 7*, 812–822. https://doi.org/10.1038/s41562-023-01538-4

Shabahang, R., Hwang, H., Thomas, E. F., Aruguete, M. S., McCutcheon, L. E., Orosz, G., Hossein Khanzadeh, A. A., Mokhtari Chirani, B., & Zsila, Á. (2024). Doomscrolling evokes existential anxiety and fosters pessimism about human nature? Evidence from Iran and the United States. *Computers in Human Behavior Reports, 15*, Article 100438. https://doi.org/10.1016/j.chbr.2024.100438

Shabahang, R., & Weber, R. (2025). How should we approach negative news in the media? A 'mindful' and 'harmonious' consumption of negative news by users might be an answer. *Frontiers in Psychology, 16*, Article 1606604. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2025.1606604

Sharma, B., Lee, S. S., & Johnson, B. K. (2022). The dark at the end of the tunnel: Doomscrolling on social media newsfeeds. *Technology, Mind, and Behavior, 3*(1). https://doi.org/10.1037/tmb0000059

Steele, J. (2023, June 14). *Indonesia*. Reuters Institute for the Study of Journalism. https://reutersinstitute.politics.ox.ac.uk/digital-news-report/2023/indonesia

Van Zoonen, W., et al. (2024). Trust but verify? Examining the role of trust in institutions in the spread of unverified information on social media. *Computers in Human Behavior, 150*, Article 107992. https://doi.org/10.1016/j.chb.2023.107992

Weismueller, J., et al. (2024). Information sharing and political polarisation on social media: The role of falsehood and partisanship. Information Systems Journal, 34(3), 854–893. https://doi.org/10.1111/isj.12453