

Pancasila at the Fingertips: Generation Z's Social Media Ethics on Instagram

Pancasila di Ujung Jari: Etika Generasi Z di Media Sosial Instagram

Danan Tricahyono

¹Badan Pembinaan Ideologi Pancasila, Indonesia. E-mail: danan.tricahyono@bPIP.go.id

Abstract: *The phenomenon of Instagram use by Generation Z brought significant changes in communication patterns and ethical behavior. On the one hand, Instagram is a platform for creativity, but on the other hand, ethical challenges such as cyberbullying, the spread of hoaxes, and flexing culture have emerged. This article aims to analyze how the values of Pancasila can be implemented as an ethical compass for Generation Z in interacting on Instagram. Using descriptive qualitative methods, the results of the study show that the internalization of the values of Divinity, Humanity, Unity, Democracy, and Social Justice is crucial for creating a healthy and civilized digital ecosystem.*

Keywords: *Digital Ethics; Generation Z; Instagram; Pancasila.*

Abstrak : Fenomena penggunaan Instagram oleh Generasi Z membawa perubahan signifikan dalam pola komunikasi dan perilaku etis. Di satu sisi, Instagram menjadi wadah kreativitas, namun di sisi lain, muncul tantangan etika seperti *cyberbullying*, penyebaran hoaks, dan budaya pamer (*flexing*). Artikel ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana nilai-nilai Pancasila dapat diimplementasikan sebagai kompas etika bagi Generasi Z dalam berinteraksi di Instagram. Menggunakan metode kualitatif deskriptif, hasil kajian menunjukkan bahwa internalisasi nilai Ketuhanan, Kemanusiaan, Persatuan, Kerakyatan, dan Keadilan Sosial sangat krusial untuk menciptakan ekosistem digital yang sehat dan beradab.

Kata Kunci: Etika Digital; Generasi Z; Instagram; Pancasila.

Article Info :

Received March 10, 2026 | Revised May 28, 2026 | Accepted June 4, 2026

1. Pendahuluan

Era Revolusi Industri 4.0 memberikan pengaruh yang besar terhadap kehidupan sosial dan budaya bagi masyarakat dunia. Salah satunya dengan adanya penetrasi internet membawa lanskap komunikasi global mengalami pergeseran paradigma. Saat ini terjadi pergeseran dengan dominasi platform digital dalam hal interaksi sosial. Baik interaksi sosial secara asosiatif dan disosiatif. Berbagai platform digital seperti Tiktok, Instagram, X, dan Facebook yang dikenal sebagai platform visual, mengalami transformasi dari sekadar galeri foto dan video menjadi ruang wacana publik yang penting bagi Generasi Z (Rahmani et al., 2024).

Karakteristik Generasi Z sebagai pribadi-pribadi yang melek teknologi memberikan mereka kemahiran teknis yang tinggi. Selain itu juga memiliki kreatifitas dan inovatif dalam memanfaatkan platform digital untuk berekspresi dan menuangkan berbagai ide. Di sisi lain kemahiran teknis yang tinggi belum dibarengi dengan sikap yang baik, masih sering menciptakan ambiguitas dalam penerapan etika berkomunikasi. Salah satunya etika berkomunikasi dalam platform digital instagram. Kecepatan arus informasi di Instagram seringkali mendahului pertimbangan moral, sehingga berpengaruh terhadap batasan antara kritik yang membangun dan perilaku nir-etika (Rijaal, 2021).

Beberapa permasalahan yang muncul adalah diskoneksi antara kebebasan berekspresi dengan tanggung jawab moral digital. Penelitian dari Sikumbang et al., (2024) menunjukkan bahwa kecanduan instagram, perundungan siber (cyber-bullying), perubahan gaya komunikasi, hidup menjadi lebih konsumtif, perilaku intoleran sampai pada penyebaran data pribadi tanpa izin (doxing), dan menjadi anomali perilaku yang kerap ditemukan. Hal ini didukung oleh penelitian dari (Vidianti et al., (2023) bahwa terdapat hubungan antara penyebaran data pribadi tanpa izin dengan perilaku oversharing di instagram. Menurut Vidianti dkk jika perilaku oversharing cenderung memiliki konsekuensi negatif. Mulai dari pelanggaran privasi, penyalahgunaan informasi, bahkan sampai ke hubungan personal. Apabila sampai pada hubungan personal maka berhubungan dengan etika interaksi.

Permasalahan terkait etika digital seperti pada instagram semakin kompleks ketika dihadapkan pada realita hukum di Indonesia. Kebebasan berpendapat di media sosial bukanlah ruang hampa hukum; pemerintah telah mengatur batasan-batasan tersebut melalui Undang-Undang Nomor 1 Tahun 2024 tentang Perubahan Kedua atas Undang-Undang Nomor 11 Tahun 2008 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik (UU ITE). Pasal-pasal tentang pencemaran nama baik, penyebaran berita bohong, dan ujaran kebencian menjadi pengingat keras bahwa tindakan di dunia maya memiliki konsekuensi hukum yang nyata di dunia fisik.

Beberapa pemaparan pada paragraf sebelumnya menunjukkan adanya kesenjangan yang lebar antara teks hukum dengan realitas perilaku Generasi Z. Individu-individu pada generasi Z yang belum memiliki kesadaran jika fitur seperti instagram stories, menuliskan komentar di akun orang lain bahkan di akun anonim tetap dapat dijerat oleh hukum pidana jika melanggar ketentuan UU ITE. Ketidaktahuan atau sikap abai terhadap peraturan tersebut sering kali menjebak generasi Z dalam masalah hukum yang seharusnya bisa dihindari dengan penerapan etika digital yang tepat. Etika dalam konteks ini tentunya bersumber dari nilai-nilai Pancasila. Etika digital berdasarkan Pancasila berfungsi sebagai "pagar diri" sekaligus kompas moral bermain instagram bagi generasi Z sebelum seseorang bersentuhan dengan ranah hukum yang lebih kaku.

Terdapat beberapa penelitian terdahulu terkait Pancasila dalam hubungan dengan sosial media. Pertama, penelitian dari Sakti & Yulianto, (2018) tentang Penggunaan Sosial Media Instagram Dalam Pembentukan identitas remaja. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa media sosial instagram dapat dimanfaatkan dengan proses adaptasi yang sesuai dengan budaya Indonesia. Salah satunya memberikan rekomendasi kepada para remaja agar mencari informasi yang dapat menambah pengetahuan dan memperluas wawasan dalam hal positif. Kedua, penelitian dari Putri & Andrian, (2020) tentang pengaruh sosial media terhadap nilai-nilai yang terkandung dalam Pancasila pada generasi Z. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa sosial media menjadi media yang efektif untuk memaparkan nilai-nilai Pancasila. Pengetahuan Pancasila yang dimiliki dapat diterapkan untuk menetralkan pengaruh negatif sosial media. Ketiga, penelitian dari Pellokila, (2021) tentang pengaruh instagram terhadap pemahaman nilai sila kedua Pancasila pada remaja di Kelurahan Cipayung. Hasil penelitiannya menunjukkan bahwa media instagram berguna untuk berkomunitas, jejaring dengan teman dan beradaptasi dengan orang-orang yang baru, memberikan hubungan interaksi yang baik antara sang pengguna dan masyarakat dan lingkungan.

Artikel ini apabila dibandingkan dengan beberapa penelitian terdahulu terdapat perbedaan di masing-masing variabel. Kebaruan penelitian ini terletak pada posisi Pancasila sebagai kompas bagi generasi Z untuk beretika dalam menggunakan instagram. Pentingnya penelitian ini terletak pada kebutuhan untuk memetakan ulang standar etika digital yang relevan dengan Generasi Z dan sesuai dengan nilai-nilai Pancasila. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana etika komunikasi diinternalisasi dan dipraktikkan oleh Generasi Z di Instagram, serta rekomendasi nilai-nilai Pancasila diinternalisasikan ke dalam pola interaksi Generasi Z. Dengan memahami pola ini, diharapkan dapat dirumuskan fondasi literasi digital yang

lebih kontekstual sehingga Generasi Z tidak hanya mahir secara teknologi tetapi juga bijaksana secara etis di media sosial.

2. Metode

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan jenis kualitatif deskriptif. Objek dalam penelitian adalah perilaku digital generasi Z. Peneliti berperan sebagai instrumen kunci. Peneliti dalam pengumpulan data menggunakan metode studi pustaka dan observasi virtual. Peneliti melakukan studi pustaka dengan mengumpulkan data dari berbagai literatur ilmiah, jurnal, buku serta dokumen regulasi yang relevan dengan etika digital dan nilai-nilai Pancasila (Creswell, 2012).

Data primer diperoleh melalui observasi terhadap perilaku Generasi Z di platform Instagram. Data sekunder diperoleh melalui artikel jurnal dan buku. Teknik analisis data menggunakan model Miles dan Huberman, yang meliputi tiga langkah yaitu, pertama reduksi data: memilih dan memilah fenomena perilaku Generasi Z di Instagram yang berhubungan dengan pelanggaran atau penerapan etika. Peneliti pada tahap ini melakukan observasi virtual pada fitur *reels* Instagram. Dalam penentuan sampel, peneliti memperhatikan kategori profil peserta yang menunjukkan ciri-ciri sebagai generasi Z. Kedua, penyajian data: membuat kategorisasi terhadap perilaku pelanggaran etika berdasarkan butir-butir nilai dalam lima sila Pancasila. Indikator pengamatan yang dilakukan diantaranya dengan lebih teliti melihat komentar yang mengandung nilai negatif terhadap suku, agama, ras, dan antar golongan yang bertentangan dengan nilai-nilai Pancasila. Ketiga, penarikan kesimpulan: menentukan sejauh mana peran Pancasila sebagai kompas moral dan etika bagi Generasi Z di ruang digital. Peneliti melakukan uji validitas data melalui triangulasi sumber dan metode (Creswell, 2014).

3.1. Generasi Z dan Perilaku Digital di Instagram

Generasi Z merupakan kelompok demografis setelah generasi millennial. Generasi Z memiliki angka kelahiran dari tahun 1997 awal sampai dengan 2012 (Agustina, 2023). Generasi Z sering disebut sebagai *digital native*. Alasan yang mendasari tersebut adalah kebiasaan mereka yang tiap harinya bertumbuh dan berkembang bersama teknologi. Sehingga perkembangan teknologi dan sosial media tidak bisa dilepaskan dari generasi Z (Rohadi & Najicha, n.d.). Generasi Z memiliki keunggulan sensitifitas yang tinggi terhadap isu sosial kemasyarakatan dan lingkungan (Saputro & Diniati, 2017). Berbicara tentang isu sosial, generasi Z menuangkannya dalam media sosial yaitu Instagram. Mereka menganggap Instagram lebih dari sekadar media sosial, tetapi ruang digital untuk menunjukkan identitas (Julianti et al., 2023). Statistik penggunaan Instagram di Indonesia di kalangan generasi Z sebagai berikut.

Berdasarkan data terbaru dari berbagai survei tahun 2025, posisi penggunaan Instagram oleh masyarakat Indonesia dalam dunia digital menunjukkan angka yang signifikan: Pertama, sisi jumlah pengguna. Tahun 2025 awal Instagram telah digunakan oleh 100,8 juta di Indonesia. Jumlah tersebut menjadikan Indonesia menempati posisi ke empat sebagai pengguna Instagram terbesar di dunia (Akmal, 2025). Kedua, perkembangan generasi : Generasi Z (rentang usia 14–28 tahun) berkontribusi sebesar 25,54% terhadap penggunaan internet di Indonesia. Generasi Z menganggap jika Instagram lebih dari aplikasi, mereka menganggap Instagram sebagai personal branding (85-90%) (Fajarini et al., 2025). Berdasarkan SQ Magazine, Generasi Z menyumbang sebesar 30,8% di Instagram dari total pengguna global. Selanjutnya, Millennial yang berada di posisi kedua (30,3%), Gen Z (19,7%), Gen Alpha (8,0%), Baby Boomer (4,3%), Silent Generation (2,4%) (Permata, n.d.).

Ketiga, jangka waktu penggunaan: Anak muda di Indonesia rata-rata menghabiskan waktu untuk bermedia sosial selama 4-6 jam. Durasi tersebut termasuk waktu yang lama. Intensitas tersebut memiliki risiko terhadap paparan konten niretika. Maka penguatan etika menjadi penting untuk generasi Z (Yonatan, 2025). Keempat, Aktivitas Utama: Generasi Z menggunakan Instagram sebagai sarana berbagi konten visual. Selain konten visual, Instagram juga banyak digunakan untuk mengamati tren kekinian melalui fitur *reels*. Platform Instagram yang berisi berbagai macam isu sekaligus dapat menampilkan bentuk visual maupun audiovisual. Penggunaan Instagram dalam waktu yang lama berpotensi memunculkan anonimitas deindividualisasi. Generasi Z merasa bebas memberikan like dan komentar tanpa dibarengi etika moral. Mereka merasa aman karena berada di balik layar (Vidianti et al., 2023) (Chyquitita, 2024).

Angka penetrasi Instagram di Indonesia begitu besar dan telah menjadi ruang publik kedua. Etika di ruang publik kedua idealnya tidak boleh terjadi kekosongan etika. Hal ini berbahaya, dapat berdampak langsung pada degradasi karakter secara nyata. Kondisi tersebut yang menjadi alasan internalisasi nilai-nilai Pancasila diperlukan segera (N. Yanti, 2018). Berikut beberapa contoh perilaku nir-etika di sosial media Instagram.



Gambar 1. Tangkapan layar Instagram
Sumber: Dokumentasi Pribadi



Gambar 2. Tangkapan layar Instagram
Sumber: Dokumentasi Pribadi

Berdasarkan pengamatan di media sosial Instagram terdapat dua sisi kontradiktif seputar etika generasi Z. Sisi positif, generasi Z senang melakukan aktivitas sosial digital. Contohnya mereka melakukan penggalangan dana dan menginisiasi gerakan pentingnya akan kesehatan mental. Sementara pada sisi negatif, generasi Z cenderung terlibat pada fenomena pengucilan masal. Mereka cenderung suka melakukan gerakan untuk berhenti memberi dukungan terhadap suatu pergerakan atau publik figur yang dianggap melanggar norma sosial. Bentuk sederhana dari pengucilan massal dimulai dengan *hate speech* (ujaran kebencian) dan *cyberbullying* yang dibalut dengan kritik. Kebiasaan lain dari generasi Z kecenderungan degradasi sopan santun dalam berkomentar kepada generasi orang yang lebih tua dan tokoh publik yang melanggar norma sosial.

Hal ini sebagaimana tertuju pada gambar 1 dan 2 pada tangkapan layar dokumentasi pribadi peneliti. Pada gambar 1 terlihat komentar yang mengarah pada isu sukuisme. Terdapat komentar yang hendak memecah belah persatuan nasional Indonesia. Komentarnya mengarah ke adu domba. Konteks dari fenomena tersebut adalah perselisihan antara Suku Dayak dan Suku Madura yang pernah terjadi dalam sejarah perjalanan bangsa. Terdapat akun yang ingin membenturkan suku Madura dengan suku-suku di Sumatera. Tentu tindakan tersebut berpotensi memecah belah.

Gambar 2 terlihat komentar yang menunjukkan rendahnya empati. Komentar yang disuarakan berbentuk merendahkan harkat, martabat, dan hak penyandang disabilitas sebagai manusia cinta Tuhan YME. Komentarnya

merendahkan manusia seperti seekor binatang. Tentu kondisi demikian bertentangan dengan nilai Pancasila pada sila kemanusiaan yang adil dan beradap. Kecenderungan dua fenomena tersebut menunjukkan bahwa kemampuan berpikir kritis dan reflektifnya relatif rendah. Seringkali kecepatan jempol dalam mengetik lebih kencang daripada kemampuan untuk merenungkan makna dan risiko kalimat yang ditulis. Hal tersebut bukti bahwa identitas di dunia nyata menciptakan jarak dengan identitas digital yang lebih agresif tanpa filter.

Terdapat beberapa alasan yang mendasari kecenderungan generasi Z lebih ekspresif dan visual. Pertama, *Fear Of Missing Out* (FOMO). Generasi Z yang dilanda FOMO memiliki kecenderungan rasa cemas dan gelisah dalam dirinya akibat khawatir ketinggalan info dan pengalaman berharga yang dimiliki rekannya. Kondisi tersebut menimbulkan efek kegelisahan apabila tidak mengakses media sosial. Mereka senantiasa memiliki keinginan untuk terkoneksi dengan teman-temannya. Mereka selalu ingin tahu tren apa yang sedang hangat. Kondisi ini berpengaruh terhadap psikologis dan sosialnya (Chyquitita, 2024). Kedua, anonimitas deindividuasi. Generasi Z merasa aman saat berkomentar kasar. Mereka merasa sedang tidak bertemu langsung.

Ketiga, *filter bubble* dan *echo chamber*. Fenomena tersebut berdampak pada individu hanya menerima informasi yang selaras dengan minat dan pandangan yang dimiliki, dampaknya semakin menguatkan sudut pandang yang dimiliki. *Echo chamber* mendorong dominasi hermeneutik. Dimana kondisi satu pandangan tertentu menjadi lebih dominan dan terdapat kecenderungan untuk mengesampingkan pandangan lainnya. Kondisi demikian dapat memperkuat radikalisme dan polarisasi dalam kehidupan sosial (Fajarini et al., 2025). Beberapa argumen tersebut diperkuat oleh teori tentang perilaku kewarganegaraan dalam jaringan (daring) dari Bhagat et al., (2022) yang menyatakan bahwa persepsi individu tentang keterlibatan individu dalam jaringan internet memainkan peran penting dalam memprediksi perilaku mereka di media sosial, dan bahwa kualitas informasi dan kredibilitas sumber informasi memiliki efek moderasi yang kuat pada hubungan ini. Guna mengurangi dampak negatif tersebut diperlukan strategi. Salah satunya dengan menjadikan nilai-nilai Pancasila sebagai basis etika bermain instagram.

3.2. Tantangan dan Strategi Implementasi

Era globalisasi memiliki banyak kekuatan sekaligus tantangan. Salah satunya nilai-nilai kehidupan yang dibawa oleh pergaulan global tidak selalu sesuai dengan nilai-nilai budaya Timur. Guna mencegah pengaruh negatif budaya global tersebar di instagram yang bertentangan dengan nilai Pancasila perlu strategi yang dapat diterapkan. Pertama, literasi digital berbasis nilai-nilai Pancasila. Literasi digital berbasis Pancasila bukan hanya tentang mengetahui cara menggunakan teknologi, tetapi juga tentang mengetahui cara

menunjukkan karakter bangsa secara online. Singkatnya, inilah etika media sosial yang membuat dunia digital kita sangat Indonesia: sopan, terbuka, dan kritis (Susi et al., 2024).

Generasi Z perlu dibekali literasi menggunakan media instagram secara bijak dan efektif. Dalam menggunakan instagram bertujuan untuk meningkatkan kehidupan spiritual kita dan bukan untuk memecah belah kita. Mendorong perilaku adil dan beradab pada orang. Ini merupakan pagar untuk mencegah kita kehilangan kemanusiaan saat melihat layar. Generasi Z perlu memahami nasionalisme digital. Persatuan Indonesia tidak ada batasan di dunia digital, yang membuat sulit untuk menjaga semua orang tetap bersama. Dapat dimulai dengan menampilkan budaya dan karya anak bangsa di panggung dunia (K. B. Yanti, 2025).

Demokrasi berbasis kebijaksanaan. Literasi digital berarti mampu menyampaikan pendapat anda dengan cara yang cerdas dan bertanggung jawab. Inklusi digital untuk semua orang Indonesia demi keadilan sosial sangat penting untuk mempromosikan akses yang setara dan manfaat dari teknologi.

Berbagi Pengetahuan: Menggunakan keterampilan digital untuk membantu orang-orang yang masih belajar menggunakan teknologi. Tanpa Pancasila sebagai dasar, literasi digital hanyalah sekumpulan keterampilan teknis yang tidak terlalu berguna. Kita mungkin pandai dalam pemrograman atau membuat sesuatu menjadi viral, tetapi jika kita menggunakannya untuk berbohong atau menghina orang, itu sebenarnya melanggar aturan masyarakat. Pancasila pada dasarnya adalah "kompas moral" yang membantu kita tetap beradab di tengah semua informasi yang kita terima (Zahriyanto et al., 2025).

Kedua, *role model* digital: perlunya *influencer* dari kalangan Generasi Z sendiri yang secara konsisten mempromosikan gaya hidup ber-Pancasila di Instagram. Menarik untuk melihat para *influencer* Generasi Z mempromosikan Pancasila di Instagram karena mereka biasanya tidak menggunakan bahasa "penataran" yang formal. Mereka membungkusnya dalam gaya hidup, estetika visual, dan isu-isu sosial yang penting. Berikut adalah beberapa pola atau inspirasi Generasi Z melakukannya secara konsisten. *Pertama*, cerita "kebanggaan lokal" dan ekonomi kreatif (sila ke-3 & ke-5) banyak *influencer* Gen Z yang menyukai fashion berkelanjutan atau bangga dengan merek lokal. Ini adalah cara untuk mempraktikkan persatuan indonesia dan keadilan sosial dengan membantu ekonomi negara. Contoh konten: "*a day in my life*" mengenakan pakaian wastra (batik/tenun) bergaya modern untuk menjaga kesan *edgy*. Pesan tersirat: mencintai produk dalam negeri tanpa harus terlihat kuno (Que & Najicha, 2024).

Ketiga, mengadvokasi toleransi melalui kuliner/perjalanan (Sila ke-1) mereka sering menunjukkan betapa indahnya keberagaman tanpa harus menggurui. Misalnya, seorang *influencer* bisa mengunjungi daerah dengan

komunitas agama yang berbeda dan kemudian membuat konten *Reels* tentang betapa ramahnya penduduk setempat atau betapa uniknya tradisi perpaduan budaya di sana. Pesan tersiratnya: menghargai perbedaan keyakinan sebagai kekayaan, bukan pemisah. *Keempat*, Generasi Z sangat vokal tentang demokrasi. *Influencer* yang "melek" politik biasanya menyuruh pengikut mereka untuk berdiskusi dengan sehat di kolom komentar. Contoh konten menjelaskan kebijakan pemerintah yang kontroversial dengan bahasa yang mudah dimengerti (infografis estetik), lalu mengajak audiens memberikan pendapat secara sopan. Pesan tersiratnya bahwa musyawarah mufakat dan partisipasi aktif dalam bernegara.

Kelima, tindakan sosial dan lingkungan (Sila ke-2). Gerakan sosial sering kali menunjukkan seberapa adil dan beradabnya kemanusiaan. Contoh konten seperti gerakan bersih-bersih pantai, penggalangan dana untuk pendidikan di pelosok, atau mempromosikan inklusivitas bagi teman disabilitas. Pesan tersiratnya untuk menjunjung nilai kemanusiaan dan berempati terhadap orang lain.

3.3. Implementasi Pancasila Sebagai Etika Digital Bermedia Sosial Instagram

Pancasila sebagai *living value* (nilai yang hidup) berfungsi sebagai pandangan hidup yang bukan sekadar hafalan, melainkan sistem nilai moral etis yang dapat diimplementasikan dalam menggunakan media sosial instagram. Nilai-nilai Pancasila memiliki relevansi yang kuat dalam konteks digital (Que & Najicha, 2024). Penulis memberikan analisis seputar sila-sila Pancasila yang berfungsi sebagai kompas moral bagi Generasi Z dalam bermain instagram.

1. Sila Ketuhanan Yang Maha Esa. Spirit dari sila pertama berkaitan dengan moralitas dan tanggung jawab. Sila pertama menjiwai Generasi Z agar memiliki kesadaran bahwa aktivitas bermain instagram merupakan bagian dari tanggung jawab moral kepada Tuhan, sehingga menghindari fitnah dalam unggahan atau memberikan komentar serta menghindarkan diri dari konten yang mengandung unsur asusila. Etika digital dimulai dari kesadaran bahwa Tuhan hadir di ruang digital. Generasi Z yang mengamalkan sila pertama akan menyaring konten sebelum membagikannya. Mereka sadar bahwa menyebarkan hoaks, fitnah atau konten asusila lebih dari pelanggaran hukum negara dan sudah menjadi bentuk dari dosa moral (Suwandi & Dewi, 2022).
2. Sila Kemanusiaan yang Adil dan Beradab. Spirit dari sila kedua berkaitan dengan humanisme digital. Generasi Z perlu mengutamakan adab dan empati. Perwujudan dari sikap dan tindakan beradab dan berempati dengan tidak memberikan like, komentar yang melakukan *body shaming* atau perundungan siber kepada pengguna lain. Instagram

sering menjadi tempat dehumanisasi. Generasi Z lupa bahwa di balik akun yang mereka serang terdapat manusia yang memiliki perasaan. Bentuk pengamalan dari sila kedua dengan menerapkan *golden rule*. Menghindari memperlakukan pengguna lain secara digital sebagaimana kita tidak ingin diperlakukan secara nyata (Siswanto et al., 2024).

3. Sila Persatuan Indonesia. Spirit dari sila ketiga berkaitan dengan integrasi nasional melawan polarisasi digital. Generasi Z perlu merawat integrasi bangsa dengan tidak mengunggah konten yang memicu konflik SARA (Suku, Agama, Ras, dan Antargolongan). Sebagaimana diketahui bersama algoritma instagram cenderung menciptakan *echo chambers* (ruang gema) yang memperkuat terjadinya bias. Generasi Z rentan sekali terpecah karena perbedaan preferensi hobi dan pandangan politik. Peran nilai-nilai Pancasila dalam konteks ini sebagai pemersatu. Generasi Z harus mampu menahan diri dari mengunggah konten yang mengandung SARA demi menjaga keutuhan bangsa di ruang digital (Widiatmaka, 2021).
4. Sila Kerakyatan yang Dipimpin oleh Hikmat Kebijaksanaan dalam Permusyawaratan Perwakilan. Spirit dari sila keempat dijiwai oleh demokrasi dalam dunia digital. Mengedepankan diskusi yang sehat dan tidak memaksakan kehendak. Sila keempat mengajarkan pentingnya hikmat kebijaksanaan dalam bermusyawarah. Generasi Z mengimplementasikannya di instagram melalui budaya *tabayyun* (klarifikasi). Generasi Z yang Pancasilais mampu berpikir kritis dengan mencari kebenaran informasi terlebih dahulu dan mengedepankan diskusi yang santun sebelum ikut menghakimi seseorang yang sedang viral. Maka potensi untuk berkomentar disertai hujatan dapat dihindari (Fatimah & Dewi, 2021).
5. Sila Keadilan Sosial bagi Seluruh Rakyat Indonesia. Spirit dari sila keempat dijiwai oleh penghargaan atas hak karya orang lain. Generasi Z mewujudkan nilai keadilan tersebut dengan menghindarkan plagiarisme konten. Fenomena "asal comot" konten tanpa mencantumkan sumber (*credit*) adalah pelanggaran etika serius. Pancasila mendorong Generasi Z untuk menghargai karya kreatif orang lain sebagai bentuk keadilan bagi sesama kreator konten (Antari & Liska, 2020).

Analisis peran Pancasila dalam membendung dampak negatif instagram sering kali menciptakan standar hidup semu. Internalisasi Pancasila dalam etika ber-Instagram tidak boleh hanya bersifat tekstual, melainkan harus kontekstual (Tricahyono, 2022). Pancasila berperan sebagai pengingat jati diri bangsa yang komunal dan sederhana, berlawanan dengan gaya hidup hedonis yang sering ditampilkan di media sosial. Dengan menjadikan Pancasila sebagai

"pedoman konten", Generasi Z dapat bertransformasi dari sekadar konsumen konten menjadi agen perubahan (*agent of change*) yang menyebarkan narasi positif.

4. Kesimpulan

Penelitian ini menyimpulkan bahwa dilema etika yang dihadapi oleh Generasi Z di Instagram muncul dari ketidaksesuaian antara etika dunia nyata dan etika dunia maya. Pancasila telah menunjukkan relevansinya yang berkelanjutan sebagai kerangka etika digital (etika siber) yang dapat membimbing Generasi Z untuk menjadi pengguna media sosial yang cerdas, beradab, dan bertanggung jawab. Implementasi nilai-nilai Pancasila di Instagram dapat mengurangi konflik sosial dan meningkatkan kualitas wacana publik di Indonesia..

Daftar Pustaka

- Agustina, A. (2023). Penerapan Nilai-Nilai Pancasila Dalam Media Sosial Pada Generasi Z. *Kebhinekaan Dan Wawasan Kebangsaan*, 03(01), 11–21.
- Akmal, M. (2025). *Simak Tren Pengguna Instagram di Indonesia 2018-2025*. <https://data.goodstats.id/statistic/simak-tren-pengguna-instagram-di-indonesia-2018-2025-DfCfH#:~:text=Pengguna Instagram di Dunia,media Meta pada tahun 2021>.
- Antari, L. P. S. A., & Liska, L. de. (2020). Implementas Nilai-Nilai Pancasila dalam Penguatan Karakter Bangsa. *Jurnal Widyadari*, 21(2), halaman 676-687. <https://doi.org/10.5281/zenodo.4049444>
- Bhagat, S., Kim, D. J., & Kim, D. J. (2022). Examining users ' news sharing behaviour on social media : role of perception of online civic engagement and dual social influences. *Behaviour & Information Technology*, 1–22. <https://doi.org/10.1080/0144929X.2022.2066019>
- Chyquitita, T. (2024). Mengurai Fenomena FoMo dikalangan Remaja. *Edukatif: Jurnal Ilmu Pendidikan*, 6(4), 3763–3771. <https://doi.org/10.31004/edukatif.v6i4.7406>
- Creswell, J. W. (2012). *Educational Research* (Fourth). Pearson Education, Inc.
- Creswell, J. W. (2014). *Reserch Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches* (Fourth). Sage Publications, Inc.
- Fajarini, S. D., Yuliani, F., & Kurniawati, J. (2025). Peran Algoritma Media Sosial Dalam Membentuk Filter Bubble Dan Echo Chamber Di Kalangan Milenial Dan Gen Z Kota Bengkulu. *Jurnal Sarjana Ilmu Komunikasi (J-SIKOM)*, 6(1), 205–226. <https://doi.org/10.36085/jsikom.v6i1.8456>
- Fatimah, S., & Dewi, D. A. (2021). Pengimplementasian Nilai-Nilai Pancasila Dalam Membangun Karakter Jati Diri Anak Bangsa. *Antropocene: Jurnal Penelitian Ilmu Humaniora*, 1(3), 70–76. <https://doi.org/10.56393/antropocene.v1i5.205>

- Julianti, L., Siregar, R. M., & Aulia, P. (2023). Fenomena Pelecehan Seksual Pada Perempuan di Media Sosial Instagram. *Prosiding Seminar Nasional*, 166–175.
- Khaerun Rijaal, M. A. (2021). Fenomena Intoleransi Antar Umat Beragama Serta Peran Sosial Media Akun Instagram Jaringan Gusdurian Indonesia Dalam Menyampaikan Pesan Toleransi. *Syiar | Jurnal Komunikasi Dan Penyiaran Islam*, 1(2), 103–132. <https://doi.org/10.54150/syiar.v1i2.41>
- Pellokila, D. J. (2021). *Oleh Dini Jeyanti Pellokila 1773150002*. Universitas Kristen Indonesia.
- Permata. (n.d.). *Data Pengguna Instagram 2025 Berdasarkan Generasi, Millennial atau Gen Z yang Paling Dominan?* 2026. <https://kol.id/blog/data-pengguna-instagram-2025-berdasarkan-generasi-millennial-atau-gen-z-yang-paling-dominan>
- Putri, A. M., & Andrian, A. L. F. (2020). Pengaruh Media Sosial Terhadap Nilai-Nilai Yang Terkandung Dalam Pancasila Pada Generasi Z. *Syntax Idea*, 2(12), 1013–1019.
- Que, I. B. A., & Najicha, U. F. (2024). Pancasila Sebagai Pilar Etika Di Dunia Digital: Membangun Panduan Perilaku Yang Bermartabat Di Media Sosial. *Law Review*, 8(1), 17–31.
- Rahmani, A. S. P., Edriana, A. S., & Kembara, M. D. (2024). Media Sosial Instagram Sebagai Media Penyebaran Informasi Identitas Nasional. *Jurnal Pendidikan Sosial Dan Humaniora*, 3(2), 1286–1293.
- Rohadi, N. R., & Najicha, F. U. (n.d.). *Media sosial dan pengaruhnya terhadap kehidupan berbangsa Pancasila*. https://scholar.google.com/scholar?hl=en&as_sdt=0%2c5&q=Media+Sosial+Dan+Pengaruhnya+Terhadap+Kehidupan+Berbangsa+Pancasila+Nandhika+Rega+Rohadi1+%26+Fatma+Ulfatun+Najicha2&btnG=
- Sakti, B. C., & Yulianto, M. (2018). Penggunaan Media Sosial dalam Pembentukan Identitas Diri Remaja. *Interaksi Online*, 6(4), 490–501. <https://ejournal3.undip.ac.id/index.php/interaksi-online/article/download/21950/20197>
- Saputro, D. H., & Diniati, A. (2017). Manajemen kesan pengguna media sosial instagram dalam mengeksistensikan pancasila. *Wacana*, 16(1), 57–83.
- Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., & Permana, B. G. (2024). Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z. *Journal on Education*, 6(2), 11029–11037. <https://doi.org/10.31004/joe.v6i2.4888>
- Siswanto, M. I., Tricahyono, D., & Muna, R. N. (2024). Enkulturasi Nilai-Nilai Pancasila Sebagai Proses Pembentukan Karakter Peserta Didik. *Bhineka Tunggal Ika; ...*, 11(1), 1–9. <https://doi.org/https://doi.org/10.36706/jbti.v11i1.21>
- Susi, Khair, O. ilham, Firmasyah, J. P., Salman, A., & Raharjo, J. S. (2024).

- Kepemimpinan Nasional yang Berjiwa Pancasila: Investasi Masa Depan Bangsa. *Citizenship Virtues*, 4(1), 695–703. <https://doi.org/https://doi.org/10.37640/jcv.v4i1.1964>
- Suwandi, N. P., & Dewi, D. A. (2022). Implementasi Pancasila Untuk Membangun Karakter Generasi Muda. *Antropocene: Jurnal Penelitian Ilmu Humaniora*, 2(3), 79–85. <https://doi.org/10.56393/antropocene.v1i10.244>
- Tricahyono, D. (2022). Strengthening Awareness of Post-Identity as Asset for Society 5.0 through Reflective Learning. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 2(2), 237–245. <https://doi.org/10.52738/pjk.v2i2.118>
- Vidianti, Y. R., Nur Halizah, Anna Vita Angelina Naibaho, Istivani Farah Adibah, & Arista Pratama. (2023). Etika Penggunaan Media Sosial: Memahami Perilaku Oversharing Pada Aplikasi Instagram. *Prosiding Seminar Nasional Teknologi Dan Sistem Informasi*, 3(1), 535–541. <https://doi.org/10.33005/sitasi.v3i1.447>
- Widiatmaka, P. (2021). Pendidikan Kewarganegaraan Sebagai Ujung Tombak Pembangunan Karakter Pancasila Di Perguruan Tinggi. *Pancasila: Jurnal Keindonesiaan*, 01(02), 176–185. <https://doi.org/10.52738/pjk.v1i2.41>
- Yanti, K. B. (2025). Pancasila sebagai Pedoman Etika dalam Era Digital. *Journal of Gallery, Library, Archive, Museum (JGLAM) Terekam Jejak*, 1(3), 37–48.
- Yanti, N. (2018). Fenomena cyberbullying pada media sosial instagram. *Jurnal Pustaka Ilmiah*, 4(0271).
- Yonatan, A. Z. (2025). *Anak Muda Indonesia Habiskan 4-6 Jam per Hari di Media Sosial*. <https://data.goodstats.id/statistic/anak-muda-indonesia-habiskan-4-6-jam-per-hari-di-media-sosial-Uwbbp>
- Zahriyanto, A., Selo, G. K., Qodir, L. J., Zihni, A. A., Rabbani, G. A. N., & Apryono, C. B. I. K. (2025). Pancasila sebagai Fondasi Etika Sosial di Era Digital: Tantangan dan Peluang. *RIGGS: Journal of Artificial Intelligence and Digital Business*, 4(4), 4782–4789. <https://doi.org/10.31004/riggs.v4i4.4445>