KAMPUS AKADEMIK PUBLISING
Jurnal Ilmiah Ekonomi Manajemen Bisnis dan Akuntansi
Vol.3, No.6 November 2026
e-ISSN: 3047-6240, p-ISSN: 3047-6232, Hal 560-571
DOI : https://doi.org/10.61722/jemba.v3i6.3341

Peran Media Sosial sebagai Sarana Menunjukan Cinta Tanah Air bagi Generazi Z

Widiyatmo Ekoputro[1] , Ika Rahayu Sulis Setiyawati[2], Andini Intan Pratiwi[3], Fania Najla Narulita[4]
[1]Program Studi Ilmu Komunikasi, Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia, 60118.
[234]Program Studi Akuntansi, Fakultas Ekomoni dan Bisnis, Universitas 17 Agustus 1945 Surabaya, Surabaya, Jawa Timur, Indonesia, 60118.
Email: [1]widiyatmo@untag-sby.ac.id, [2]ika.rahayu9870@gmail.com, [3]andiniintan031@gmail.com, [4]fanianajla127@gmail.com

Abstract. *This study aims to analyze the role of social media as a platform for Generation Z to express patriotism in the digital era. Utilizing a descriptive qualitative method based on a literature review, this research examines the use of platforms such as TikTok, Instagram, and X (Twitter) by the younger generation. The findings indicate that Generation Z creatively expresses digital nationalism through promoting local culture, supporting domestic products, and highlighting national issues. Although social media effectively serves as a space for social and political participation, challenges such as widespread disinformation and foreign cultural dominance remain obstacles. Therefore, strengthening Patriotism Education and Pancasila-based digital literacy is crucial to ensure Generation Z's digital expression of patriotism remains critical, constructive, and responsible.*

Keywords: *Patriotism; Generation Z; Social Media; Digital Nationalism; Patriotism Education*

Abstrak. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis peran media sosial sebagai sarana Generasi Z dalam mengekspresikan sikap cinta tanah air di era digital. Menggunakan metode kualitatif deskriptif berbasis studi literatur, penelitian ini mengkaji pemanfaatan platform seperti TikTok, Instagram, dan X (Twitter) oleh generasi muda. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z mengekspresikan nasionalisme digital secara kreatif melalui promosi budaya lokal, dukungan terhadap produk dalam negeri, dan penguatan isu-isu kebangsaan. Meskipun media sosial efektif sebagai wadah partisipasi sosial dan politik, tantangan seperti maraknya disinformasi serta dominasi budaya asing tetap menjadi hambatan. Oleh karena itu, penguatan Pendidikan Patriotisme dan literasi digital berbasis Pancasila sangat diperlukan agar ekspresi cinta tanah air Generasi Z di ruang digital dapat berjalan secara kritis, konstruktif, dan bertanggung jawab.

Kata Kunci: Cinta Tanah Air; Generasi Z; Media Sosial; Nasionalisme Digital; Pendidikan Patriotisme.

1. LATAR BELAKANG

Perkembangan teknologi informasi telah mengubah cara masyarakat berkomunikasi, memperoleh informasi, dan membangun identitas diri. Menurut survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (2024), penetrasi internet di Indonesia mencapai 79,5%, dan Generasi Z menjadi salah satu kelompok pengguna terbesar. Generasi ini tumbuh sebagai *digital natives* (Prensky, 2001), sehingga media sosial seperti TikTok, Instagram, dan X (Twitter) menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari. Platform tersebut tidak hanya dipakai untuk hiburan, tetapi juga sebagai ruang berekspresi, berdiskusi, dan membentuk opini publik (Castells, 2012).

Naskah Masuk: 03 November 2026; Revisi: 04 November 2026; Diterima: 05 November 2026; Terbit: 10 November 2026

Di tengah arus globalisasi, rasa cinta tanah air perlu dipahami dalam bentuk yang sesuai dengan zamannya. Cinta tanah air tidak lagi hanya diwujudkan melalui upacara atau kegiatan seremonial, tetapi juga melalui promosi budaya lokal, dukungan terhadap produk dalam negeri, dan penyebaran konten kebangsaan di ruang digital. Konsep "komunitas terbayang" (Anderson, 1983) menunjukkan bahwa rasa kebangsaan dapat tumbuh dari interaksi dan pengalaman bersama, termasuk yang terjadi di media sosial. Nilai-nilai Pancasila sebagai dasar negara pun tetap relevan sebagai pedoman dalam berekspresi (Latif, 2011).

Meski demikian, media sosial juga membawa tantangan, yaitu penyebaran disinformasi, ujaran kebencian, dan dominasi budaya asing yang dapat melemahkan identitas nasional generasi muda. Tingkat literasi digital masyarakat Indonesia yang masih perlu ditingkatkan (Katadata Insight Center & Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2021) membuat Generasi Z rentan terhadap konten yang menyesatkan. Karena itu, mata kuliah Pendidikan Patriotisme memiliki peran penting dalam menanamkan nilai kebangsaan dan literasi digital berbasis Pancasila. Berdasarkan hal tersebut, penelitian ini bertujuan menganalisis peran media sosial sebagai sarana Generasi Z dalam menunjukkan cinta tanah air.

2. KAJIAN TEORITIS

A. Cinta Tanah Air dan Patriotisme

Cinta tanah air adalah sikap bangga, setia, dan peduli terhadap bangsa serta negara yang diwujudkan dalam tindakan nyata untuk menjaga dan memajukannya. Rasa kebangsaan dapat dipahami sebagai "komunitas terbayang", yaitu ikatan antarwarga yang saling tidak mengenal secara langsung tetapi merasa menjadi bagian dari satu bangsa (Anderson, 1983). Dalam konteks Indonesia, nilai-nilai Pancasila menjadi dasar dan pedoman dalam mengekspresikan cinta tanah air (Latif, 2011). Upaya bela negara juga tidak hanya bersifat fisik, tetapi dapat berbentuk non-fisik, yaitu partisipasi warga negara dalam menjaga dan memajukan bangsa sesuai profesi dan kemampuannya (Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2002 tentang Pertahanan Negara).

B. Generasi Z

Generasi Z didefinisikan sebagai kelompok individu yang lahir pada rentang tahun 1997 hingga 2012 (Dimock, 2019). Generasi ini dikenal sebagai *digital natives*, yaitu generasi yang tumbuh bersama teknologi digital sehingga sangat adaptif terhadap internet dan media sosial (Prensky, 2001). Kedekatan dengan teknologi membentuk cara mereka berkomunikasi, belajar, dan mengekspresikan identitas, termasuk sikap kebangsaan.

C. Media Sosial

Media sosial adalah media daring yang memungkinkan individu berinteraksi dengan cara membagikan konten, berita, foto, dan informasi kepada pengguna lain (Taprial & Kanwar, 2012). Media sosial juga merupakan proses interaksi yang melibatkan kegiatan menciptakan, membagikan, menukarkan, dan memodifikasi gagasan melalui komunikasi virtual dalam jaringan internet (Thaib, 2021). Pada platform seperti TikTok, Instagram, dan X, pengguna tidak hanya mengonsumsi informasi, tetapi juga membentuk opini publik dan menggerakkan aksi bersama (Castells, 2012).

D. Nasionalisme Digital

Nasionalisme digital merupakan ekspresi rasa kebangsaan yang diwujudkan melalui ruang digital, misalnya mempromosikan budaya lokal, mendukung produk dalam negeri, menyuarakan isu kebangsaan, dan menjaga nama baik bangsa di dunia maya. Konsep ini dapat dilihat sebagai perluasan gagasan komunitas terbayang (Anderson, 1983) ke ruang siber, tempat rasa kebangsaan dibangun lewat interaksi dan pengalaman bersama secara daring.

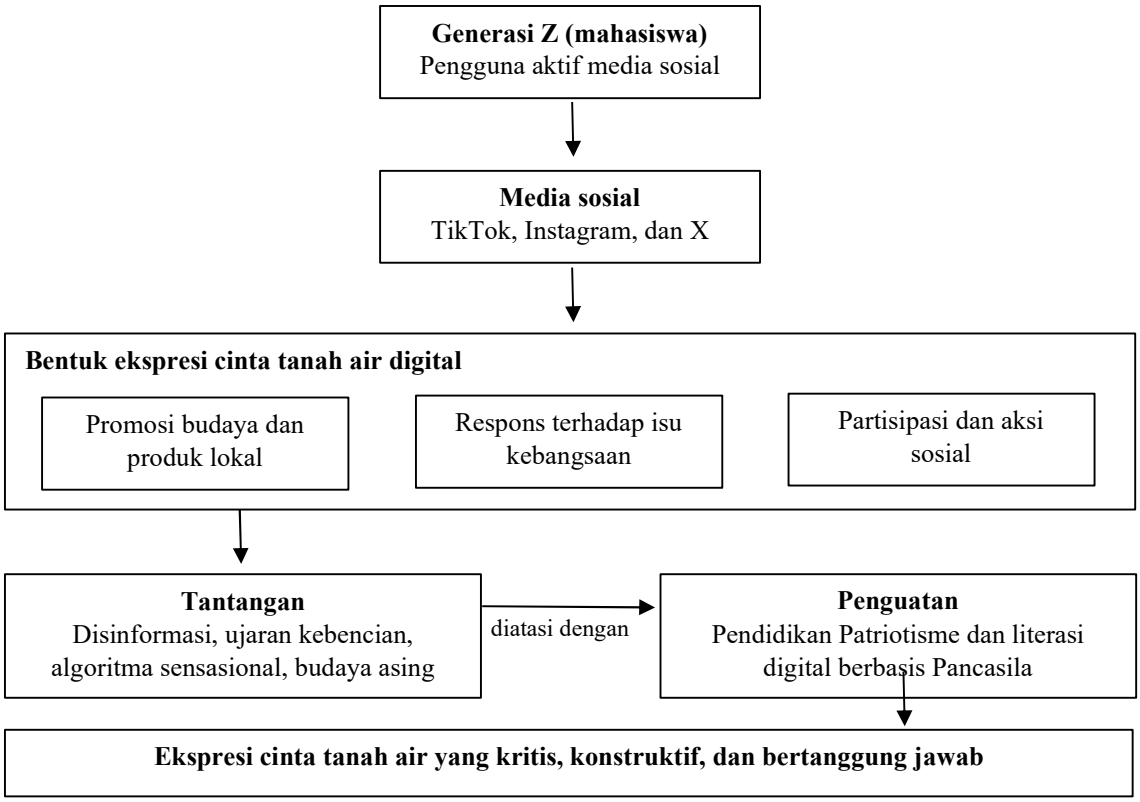
E. Literasi Digital dan Pendidikan Patriotisme

Luasnya ruang digital membawa risiko berupa disinformasi, ujaran kebencian, dan dominasi budaya asing. Tingkat literasi digital masyarakat Indonesia yang masih perlu ditingkatkan membuat pengguna rentan terhadap konten menyesatkan (Katadata Insight Center & Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2021). Pendidikan Patriotisme berperan menanamkan nilai kebangsaan berbasis Pancasila sekaligus membekali mahasiswa agar mampu menggunakan media sosial secara kritis, beretika, dan bertanggung jawab.

F. Kerangka Konseptual

Kerangka konseptual penelitian ini menggambarkan alur pemikiran berikut (Gambar 1).

Pendidikan Patriotisme Mengarahkan Ekspresi Cinta Tanah Air Digital



Gambar 1. Kerangka Konseptual

3. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif yang bertujuan memahami secara mendalam makna dan persepsi individu terhadap peran media sosial dalam menunjukkan cinta tanah air (Moleong, 2012; Denzin & Lincoln, 2005). Pengambilan narasumber dilakukan secara purposif, yaitu berdasarkan karakteristik yang sesuai dengan tujuan penelitian: mahasiswa Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial dan telah mengikuti mata kuliah Pendidikan Patriotisme.

Data yang digunakan adalah data primer yang diperoleh langsung dari narasumber melalui wawancara dengan 15 pertanyaan terbuka. Jumlah narasumber sebanyak 3 orang mahasiswa. Data dianalisis secara deskriptif melalui tiga tahap, yaitu reduksi data (memilih dan meringkas jawaban), penyajian data (tabel kutipan wawancara), dan

penarikan simpulan (Miles et al., 2014). Pembahasan dilakukan dengan mengaitkan temuan dengan teori yang telah diuraikan pada kajian teori.

4. HASIL PENELITIAN

Pada penelitian ini terdapat 3 orang narasumber yang bersedia terlibat. Para narasumber dideskripsikan sebagai berikut.

A. Deskripsi Karakteristik Narasumber

Tabel 1. Deskripsi Karakteristik Narasumber

No	Narasumber	Gender	Usia	Asal	Bentuk keterlibatan di media sosial yang disebutkan
1	NS-01	Perempuan	20 Tahun	Surabaya	Menonton dan membagikan ulang (*repost*) konten promosi UMKM lokal; menilai video pendek TikTok/Reels efektif
2	NS-02	Perempuan	19 Tahun	Surabaya	Membagikan konten wisata sejarah dan produk perawatan kulit (*skincare*) lokal di Instagram Story
3	NS-03	Perempuan	19 Tahun	Sidoarjo	Membuat utas (*thread*) di platform X tentang tradisi daerah asal; menanggapi isu sosial-politik

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2026

Berdasarkan Tabel 1, narasumber digambarkan sebagai berikut:

1. Narasumber berjumlah 3 orang mahasiswa yang termasuk Generasi Z.
2. Ketiganya aktif menggunakan media sosial dan telah mengikuti mata kuliah Pendidikan Patriotisme.
3. Narasumber menggunakan platform yang berbeda (TikTok/Reels, Instagram, dan X), sehingga memberi sudut pandang yang beragam.

B. Hasil Pengolahan Data

Tabel 2. Hasil Pengolahan Data Narasumber NS-01

Topik Pembahasan	*Entry Number*	Kutipan Wawancara

Peran media sosial	1	"…Media sosial bagi Generasi Z bukan lagi sekadar sarana hiburan, melainkan wadah utama untuk menyuarakan gagasan…"
Konten yang efektif	2	"…Konten video pendek berdurasi singkat seperti TikTok atau Reels… Penyampaian yang santai namun berbobot lebih mudah diterima oleh Gen Z dibanding ceramah formal…"
Konten budaya dan produk lokal	3	"…Saya cukup sering melihat rekan-rekan mahasiswa mengunggah konten kuliner nusantara atau menggunakan batik saat kuliah. Saya pribadi kerap membagikan ulang (*repost*) konten promosi UMKM lokal…"
Tren digital sebagai tindakan patriotik	4	"…Ya, tentu saja. Membeli dan membanggakan produk lokal secara langsung memperkuat perekonomian bangsa…"
Respons terhadap isu bangsa	5	"…Saya berusaha menyebarkan edukasi yang bersumber dari data valid…"
Dominasi budaya asing	6	"…Tidak selalu… Yang terpenting adalah kita tidak melupakan identitas dan nilai-nilai luhur bangsa sendiri…"
Dampak aspirasi mahasiswa	7	"…Banyak kebijakan publik atau kasus ketidakadilan yang akhirnya mendapat perhatian pemerintah setelah viral…"
Tantangan menyebarkan semangat kebangsaan	8	"…Risiko terpapar perundungan siber (*cyberbullying*) atau dianggap 'terlalu formal dan kaku'…"
Disinformasi dan hoax	9	"…Disinformasi dapat merusak rasa saling percaya antarwarga negara dan mengancam keutuhan NKRI…"
Etika berinternet	10	"…Selalu menerapkan saring sebelum *sharing*…"
Peran Pendidikan Patriotisme	11	"…membekali saya dengan pemahaman mendalam tentang nilai dasar kebangsaan…"
Viralitas dan gerakan sosial	12	"…Sudah banyak contoh gerakan penggalangan dana, bantuan bencana alam, atau aksi peduli lingkungan yang sukses besar…"
Patriotisme dulu dan kini	13	"…Perbedaannya terletak pada sarana dan cara penyampaiannya…"
Harapan terhadap perguruan tinggi	14	"…pelatihan pembuatan konten kreatif kebangsaan dan memfasilitasi karya-karya digital mahasiswa…"
Pesan kepada mahasiswa	15	"…Mari kita manfaatkan media sosial secara bijak dan kreatif…"
Kebebasan berpendapat dan nama baik bangsa	16	"…Kebebasan berpendapat adalah hak digital setiap warga negara, tetapi hak tersebut dibatasi oleh tanggung jawab moral…"
Efektivitas tagar dan kampanye digital	17	"…Tagar dan kampanye digital sangat efektif sebagai pemicu kesadaran awal (*awareness*)…"
Promosi potensi daerah asal	18	"…Mahasiswa dapat menjadi duta daerahnya masing-masing di media sosial…"
Peran literasi digital	19	"…Literasi digital membentuk kemampuan berpikir kritis mahasiswa… tidak mudah terprovokasi oleh berita bohong…"
Peran literasi digital	20	"…Saya berkomitmen untuk lebih konsisten mengunggah konten-konten edukatif, mendukung penggunaan produk lokal, serta tidak menyebarkan informasi yang belum jelas kebenarannya…"

Sumber: Data Primer yang Diolah, 2026

5. PEMBAHASAN

A. Media Sosial sebagai Wadah Ekspresi Cinta Tanah Air

Seluruh narasumber memandang media sosial sebagai sarana utama Generasi Z untuk menunjukkan cinta tanah air. NS-01 pada *entry* 1 menyatakan bahwa media sosial bukan lagi sekadar hiburan, melainkan wadah utama menyuarakan gagasan. NS-02 pada *entry* 1 menekankan kemudahan membagikan keindahan budaya dan pencapaian bangsa tanpa sekat geografis, sedangkan NS-03 pada *entry* 1 melihatnya sebagai jembatan partisipasi aktif sehingga cinta tanah air diwujudkan dalam tindakan digital yang nyata. Temuan ini sejalan dengan pandangan bahwa media sosial menjadi ruang berekspresi dan pembentukan opini publik (Castells, 2012) serta dengan gagasan komunitas terbayang yang tumbuh dari interaksi bersama (Anderson, 1983).

Bentuk konten yang dinilai efektif berbeda-beda sesuai platform yang digunakan: video pendek di TikTok atau Reels (NS-01, *entry* 2), konten naratif atau *storytelling* (NS-02, *entry* 2), serta infografis dan diskusi interaktif (NS-03, *entry* 2). Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z sebagai *digital natives* (Prensky, 2001) memilih format yang santai, visual, dan dekat dengan keseharian mereka, bukan penyampaian formal.

B. Promosi Budaya dan Dukungan terhadap Produk Lokal

Promosi budaya dan produk lokal merupakan bentuk nasionalisme digital yang paling sering ditemui. Narasumber melihat dan membuat konten kuliner nusantara, batik, wisata sejarah, produk perawatan kulit lokal, hingga tradisi daerah (NS-01, NS-02, dan NS-03, *entry* 3). Ketiganya juga menilai bahwa mengikuti tren digital nasional, seperti membeli dan membanggakan produk lokal, dapat dikategorikan sebagai tindakan patriotik (*entry* 4). Meski demikian, NS-02 mensyaratkan konsistensi agar tidak sekadar ikut-ikutan, dan NS-03 menyebutnya sebagai tindakan patriotik awal yang lebih bermakna jika disertai pemahaman mendalam. Artinya, partisipasi digital perlu didukung kesadaran, bukan hanya mengikuti tren.

C. Respons terhadap Isu Kebangsaan dan Partisipasi Sosial

Narasumber memanfaatkan media sosial untuk merespons isu bangsa melalui penyebaran edukasi berbasis data valid (NS-01, *entry* 5), tagar positif dan petisi daring dengan opini yang santun (NS-02, *entry* 5), serta kritik terhadap kebijakan dengan

argumentasi akademik (NS-03, *entry* 5). Ketiganya meyakini bahwa aspirasi mahasiswa di media sosial berdampak pada perbaikan bangsa, misalnya kebijakan atau kasus yang mendapat perhatian setelah viral (*entry* 7). Viralitas juga dinilai dapat menggerakkan aksi nyata seperti penggalangan dana, bantuan bencana, dan aksi bersih lingkungan (*entry* 12). Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial berfungsi sebagai ruang partisipasi sosial dan politik, sebagaimana dikemukakan dalam kajian tentang gerakan sosial di era internet (Castells, 2012).

D. Dominasi Budaya Asing

Pandangan narasumber tentang budaya asing cukup beragam. NS-01 menilai menyukai budaya luar wajar di era globalisasi selama identitas bangsa tidak dilupakan. NS-02 melihatnya justru memicu Gen Z mengemas budaya lokal dengan gaya modern. NS-03 menilainya sebagai ancaman jika tidak diimbangi filter yang kuat dan pemahaman nilai kebangsaan (*entry* 6). Dengan demikian, dominasi budaya asing tidak otomatis mengurangi cinta tanah air, tetapi risikonya meningkat apabila landasan nilai kebangsaan, yaitu Pancasila (Latif, 2011), belum kokoh.

E. Tantangan: Disinformasi, Algoritma, dan Etika Berinternet

Tantangan yang disebutkan narasumber meliputi perundungan siber dan anggapan "terlalu formal" (NS-01), maraknya hoax dan polarisasi opini (NS-02), serta algoritma yang lebih sering mempopulerkan konten sensasional daripada konten edukatif kebangsaan (NS-03) pada *entry* 8. Disinformasi dipandang sebagai ancaman bagi kepercayaan antarwarga, stabilitas nasional, dan nilai-nilai Pancasila (*entry* 9). Hal ini sejalan dengan temuan bahwa literasi digital masyarakat Indonesia masih perlu ditingkatkan (Katadata Insight Center & Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2021). Sebagai langkah konkret, narasumber menyebut prinsip "saring sebelum *sharing*", penggunaan bahasa santun dan menghindari komentar bernuansa SARA, serta melaporkan akun penyebar ujaran kebencian sambil memproduksi narasi pembanding yang damai dan berbasis data (*entry* 10).

F. Peran Pendidikan Patriotisme dan Harapan terhadap Perguruan Tinggi

Narasumber menyatakan bahwa mata kuliah Pendidikan Patriotisme membekali pemahaman nilai kebangsaan, membuat mereka lebih bijak, dan menyadarkan bahwa patriotisme tidak harus bersifat fisik, tetapi dapat berupa menjaga nama baik bangsa di ruang siber (*entry* 11). NS-03 menyebutnya sebagai bekal untuk bela negara non-fisik yang edukatif, yang sejalan dengan pemahaman bela negara dalam Undang-Undang Nomor 3 Tahun 2002 tentang Pertahanan Negara. Harapan terhadap kampus mencakup pelatihan pembuatan konten kreatif kebangsaan, apresiasi bagi gerakan sosial digital, penguatan literasi media dalam kurikulum, serta wadah inkubasi gerakan digital (*entry* 14).

G. Patriotisme Generasi Terdahulu dan Generasi Z

Menurut narasumber, perbedaannya terletak pada sarana dan cara penyampaian: generasi terdahulu berjuang melalui fisik dan diplomasi langsung, sedangkan Generasi Z mengekspresikan patriotisme lewat ide, karya kreatif, dan advokasi digital yang lebih inklusif, fleksibel, dan terdesentralisasi (*entry* 13). Pesan penutup narasumber, yaitu memanfaatkan media sosial secara bijak dan kreatif, menjadikannya etalase kebaikan bangsa, serta berani menyuarakan kebenaran dan keadilan (*entry* 15), menegaskan bahwa ekspresi cinta tanah air Generasi Z di ruang digital perlu tetap kritis, konstruktif, dan bertanggung jawab.

H. Kebebasan Berpendapat, Kampanye Digital, Potensi Daerah, Literasi Digital, dan Komitmen

Narasumber sepakat bahwa kebebasan berpendapat di media sosial tetap dibatasi tanggung jawab moral. Kritik terhadap kebijakan atau kondisi sosial dinilai tidak berarti kurang cinta tanah air selama disampaikan secara santun, berbasis fakta, dan bertujuan memperbaiki, bukan mencela atau memfitnah yang merusak citra bangsa (*entry* 16). Pandangan ini sejalan dengan nilai Pancasila sebagai pedoman berekspresi (Latif, 2011).

Tagar dan kampanye digital dipandang efektif sebagai pemicu kesadaran awal dan pintu masuk membangun kebanggaan nasional, dengan catatan perlu ditindaklanjuti aksi nyata (*entry* 17). Media sosial juga dimanfaatkan untuk patriotisme lokal, yaitu menjadi duta daerah, memasarkan UMKM dan perajin setempat, serta membagikan kearifan lokal

secara edukatif (*entry* 18). Hal ini menguatkan gagasan bahwa rasa kebangsaan dapat tumbuh melalui interaksi bersama di ruang digital (Anderson, 1983).

Literasi digital dinilai berperan membentuk karakter patriotik: melatih berpikir kritis agar tidak mudah terprovokasi berita bohong, menjadi fondasi etika, serta menyaring pengaruh negatif budaya luar dan radikalisme digital (*entry* 19). Temuan ini mendukung perlunya peningkatan literasi digital (Katadata Insight Center & Kementerian Komunikasi dan Informatika, 2021). Terakhir, narasumber berkomitmen mengunggah konten edukatif, mendukung produk lokal, memverifikasi informasi sebelum membagikan, mengapresiasi prestasi anak bangsa, dan mengawal isu kemasyarakatan (*entry* 20).

6. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Simpulan

Berdasarkan hasil penelitian dan pembahasan, simpulan penelitian ini adalah sebagai berikut:

1. Narasumber menyatakan bahwa media sosial menjadi wadah utama Generasi Z untuk menyuarakan gagasan dan menunjukkan cinta tanah air secara kreatif dan menjangkau audiens yang luas.
2. Narasumber menyatakan bahwa bentuk konten yang efektif adalah video pendek, konten naratif (*storytelling*), serta infografis dan diskusi interaktif yang disampaikan secara santai namun berbobot.
3. Narasumber menyatakan bahwa promosi budaya lokal dan dukungan terhadap produk dalam negeri, seperti UMKM, batik, kuliner, wisata, dan potensi daerah asal, termasuk tindakan patriotik selama dilakukan konsisten dan disertai pemahaman.
4. Narasumber menyatakan bahwa media sosial efektif sebagai ruang partisipasi sosial dan politik, termasuk untuk menyampaikan aspirasi, mengawal isu, menggerakkan aksi kemanusiaan, serta menumbuhkan kebanggaan nasional melalui tagar dan kampanye digital.

5. Narasumber menyatakan bahwa dominasi budaya asing tidak selalu mengurangi cinta tanah air, tetapi menjadi ancaman apabila tidak diimbangi pemahaman nilai kebangsaan yang kuat.
6. Narasumber menyatakan bahwa tantangan utama berupa disinformasi atau hoax, polarisasi opini, perundungan siber, dan algoritma yang mengutamakan konten sensasional.
7. Narasumber menyatakan bahwa Pendidikan Patriotisme membantu mereka menggunakan media sosial secara lebih bijak sebagai sarana bela negara non-fisik.
8. Narasumber menyatakan bahwa ekspresi patriotisme Generasi Z bersifat lebih kreatif, inklusif, dan fleksibel dibandingkan generasi terdahulu, dengan literasi digital sebagai fondasi karakter patriotik dan komitmen pribadi untuk terus berkarya serta mengedukasi publik, sehingga tetap perlu dijaga agar kritis, konstruktif, dan bertanggung jawab.

B. Saran

Berdasarkan hasil penelitian dan simpulan di atas, peneliti memberikan saran sebagai berikut:

1. Bagi Mahasiswa dan Generasi Z. Gunakan media sosial secara bijak dan kreatif, terapkan prinsip "saring sebelum *sharing*", gunakan bahasa santun, dan konsisten mendukung budaya serta produk lokal.
2. Bagi Perguruan Tinggi. Perkuat Pendidikan Patriotisme dan literasi digital berbasis Pancasila, adakan pelatihan pembuatan konten kreatif kebangsaan, serta beri apresiasi dan wadah bagi karya dan gerakan digital mahasiswa.
3. Bagi Pemerintah dan Platform Media Sosial. Tingkatkan edukasi literasi digital, perluas pengawasan terhadap hoax dan ujaran kebencian, serta dorong visibilitas konten edukatif kebangsaan.
4. Bagi Peneliti Selanjutnya. Libatkan narasumber yang lebih banyak dan beragam, atau gunakan metode campuran, agar hasil penelitian lebih mendalam dan dapat digeneralisasi.

DAFTAR REFERENSI

Anderson, B. (1983). *Imagined Communities: Reflections on the Origin and Spread of Nationalism*. London: Verso.

Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2024). *Survei Penetrasi Internet Indonesia 2024*. Jakarta: APJII.

Castells, M. (2012). *Networks of Outrage and Hope: Social Movements in the Internet Age*. Cambridge: Polity Press.

Denzin, N. K., & Lincoln, Y. S. (2005). *The Sage Handbook of Qualitative Research* (3rd ed.). Thousand Oaks: Sage Publications.

Dimock, M. (2019). *Defining Generations: Where Millennials End and Post-Millennials Begin*. Pew Research Center. https://www.pewresearch.org/short-reads/2019/01/17/where-millennials-end-and-generation-z-begins/

Katadata Insight Center & Kementerian Komunikasi dan Informatika. (2021). *Status Literasi Digital Indonesia 2021*. Jakarta: Katadata Insight Center.

Latif, Y. (2011). *Negara Paripurna: Historisitas, Rasionalitas, dan Aktualitas Pancasila*. Jakarta: Gramedia Pustaka Utama.