

Analisis Hubungan Konten Media Sosial @tabu.id pada Persepsi Seksual Aman Generasi z di Wilayah Jabodetabek

Valianty Sariswara^{1*)}, Pelangi Deana Putri², Muhammad Reza³

Universitas Pakuan

^{*)}Surel korespondensi: valianty@unpak.ac.id

Kronologi Naskah: diterima 01 Mei 2025; direvisi 8 Juni 2025; diputuskan 15 Juni 2025

Abstrak

Era teknologi digital mendorong generasi z menelusuri informasi melalui media sosial secara bebas dan terbuka, menciptakan pengguna dapat mengakses beragam konten isu yang tidak dapat dibatasi. Konten yang kencang didengar adalah terkait adanya isu seksualitas, Instagram sebagai akun media sosial yang digemari generasi z mengakibatkan berbagai konsumsi isu bebas di sajikan. Hadirnya akun @tabu.id sebagai salah satu akun media sosial Instagram yang memberikan wadah edukasi seksual aman dan reproduksi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis bagaimana hubungan konten media sosial Instagram @tabu.id pada persepsi seksual aman generasi z di wilayah Jabodetabek. Metode penelitian kuantitatif dipilih sebagai fondasi penelitian ini, menggunakan teknik analisis data dengan uji korelasi dengan bantuan program SPSS. Hasil memaparkan adanya hubungan yang sangat signifikan terkait indikator konten media sosial, terhadap persepsi seksual aman generasi z dengan koefisien korelasi indikator tertinggi terdapat pada indikator fungsi terhadap sikap afektif, serta indikator peran terhadap sikap konatif dengan nilai imbang yaitu 0.927. Artinya konten media sosial @tabu.id memiliki korelasi yang positif terhadap persepsi seksual aman generasi z di wilayah Jabodetabek. Sehingga konten media sosial pada akun @tabu.id bukan hanya memberikan informasi melainkan dapat membentuk persepsi emosional kecenderungan terhadap perilaku generasi z dalam mengkonsumsi isu pendidikan seksual aman.

Kata Kunci: generasi z; Instagram; media sosial; persepsi seksual aman; @tabu.id.

Abstract

The era of digital technology encourages Generation Z to browse information through social media freely and openly, creating users to access a variety of content issues that cannot be limited. The content that is loudly heard is related to the issue of sexuality, Instagram as a social media account favored by generation Z results in various consumption of free issues being presented. The presence of the @tabu.id account as one of the Instagram social media accounts that provides a forum for safe sexual and reproductive education. This study aims to analyze how the relationship of @tabu.id Instagram social media content on the perception of safe sexuality of generation Z in the Jabodetabek area. The quantitative research method was chosen as the foundation of this research, using data analysis techniques with correlation tests with the help of the SPSS program. The results explain the existence of a very significant relationship related to social media content indicators, to the safe sexual perceptions of generation Z with the highest indicator correlation coefficient found in the function indicator on affective attitudes, and the role indicator on conative attitudes with a balanced value of 0.927. This means that the social media content @tabu.id has a positive correlation with the safe sexual perceptions of generation Z in the Jabodetabek area. So that social media content on the @tabu.id account not only provides information but can form emotional perceptions of the tendency towards generation Z behavior in consuming safe sexual education issues.

Keywords: Generation Z; Instagram; Social media; Safe sexual perception; @tabu.id.

Pendahuluan

Dewasa ini kemajuan teknologi mendorong terciptanya alat komunikasi serba digital, perkembangan teknologi ini membawa perubahan yang signifikan pada setiap individu untuk mendapatkan informasi. Hal ini ditandai dengan lahirnya era digitalisasi, kemudahannya membuat manusia memungkinkan berinteraksi mudah dan tanpa ruang batas (Setiawan, 2017). Keberadaan media sosial memberikan keuntungan besar bagi hidup yang mengubah gaya berkomunikasi dan berbahasa secara terkoneksi (Cholik, 2021). Media sosial berperan sebagai sarana interaksi dua arah yang memungkinkan penggunaannya untuk merespons informasi secara langsung melalui alat elektronik yang tersedia. Fakta mengungkap rata-rata masyarakat Indonesia menghabiskan waktu sekitar 197 menit atau sekitar 3,2 jam per hari di media sosial, menjadikan Indonesia berada di peringkat 10 dunia dalam hal durasi penggunaan media sosial (Dihni, 2021).

Kehadiran era digital yang melahirkan media sosial sebagai wadah dalam penyampaian media sosial ini turut di rasakan oleh generasi z, sebagai generasi digital *native*, mereka tumbuh dan bersamaan dengan hadirnya pembaharuan teknologi. Generasi z akrab dengan media sosial dan menjadikannya sebagai sumber utama informasi, termasuk informasi seputar seksualitas dan kesehatan reproduksi (Baskoro & Kistiana, 2024). Dilansir berdasarkan hasil riset Asosiasi Penyelenggaraan Jasa Internet Indonesia (APJII) bahwa terdapat kesenjangan minat mereka terhadap media sosial. Sebesar 51,9% mayoritas generasi z lebih suka mengakses Instagram, hal itu berbanding terbalik dengan generasi milenial yang lebih banyak mengakses Facebook sebesar 74,09% (Ahdiat, 2024). Kepopuleran media sosial Instagram, memiliki keunggulan yang ditunjang oleh fitur-fitur yang mutakhir seperti *reels* serta *instastory*, hal tersebut menjadi nilai tambahan tersendiri yang menarik secara tampilan, tetapi juga efektif dalam menyampaikan pesan dan membentuk persepsi melalui konten visual yang singkat namun padat sehingga memudahkan generasi z memahami informasi yang mereka terima (Prabowo, 2020).

Kebebasan dalam mengakses media sosial kini mengubah pembentukan persepsi generasi z terhadap berbagai isu yang hadir, beberapa yang santer dicanangkan terkait dengan isu pendidikan seksual. Di sisi lain, pendidikan seksual pada remaja Indonesia masih menghadapi tantangan sosial dan kultural yang saling bertentangan dengan norma adat setempat. Masyarakat di Indonesia umumnya cenderung memandang isu ini sebagai hal yang tabu untuk dibicarakan secara terbuka kepada khalayak (Wulandari, 2018). Akibatnya, muncul keprihatinan pada remaja yang mengalami disinformasi atau salah pemahaman mengenai pendidikan seksualitas. Tercatat pada tahun 2016 berdasarkan data Komnas Perempuan Indonesia sebanyak 8.488 kasus dispensasi nikah usia kawin dibawah 19 tahun, yang meningkat pada tahun 2017 sebanyak 11.81 dan menjadi puncak pada tahun 2020 sebanyak 64.211 (Komnas Perempuan, 2020). Dari banyaknya pengajuan tersebut mengakibatkan masalah baru yang muncul di kalangan generasi z saat ini data lain mengungkap, sekitar 40% kehamilan pada periode 2015 sampai dengan 2019 adalah kehamilan yang tidak diinginkan, dengan mayoritas terjadi pada usia remaja yang mengakibatkan 6% dari kehamilan tidak diinginkan berakhir dengan aborsi (Rahmawati & Budiman, 2023).

Keaktifan generasi z dalam mengakses media sosial di berbagai kanal, untuk memperoleh informasi mengenai seksualitas secara bebas menjadi hal yang di khawatirkan. Sehingga bagaimana platform digital seyogianya dapat menyajikan suguhan yang menarik untuk di pelajari generasi z terutama pada fokus konten pendidikan seksualitas. Setelah meninjau berbagai akun dari konten-konten yang sering muncul di media sosial, terdapat salah satu akun yang konsisten menyajikan konten edukasi seksual di media sosial. Akun Instagram @tabu.id. dengan jumlah pengikut di Instagram sebesar 111.000 pengikut akun tersebut didominasi oleh generasi berusia 18 sampai dengan usia 24 tahun, yang merupakan kelompok usia utama dari generasi z (Gustini, 2020). Didirikan sejak tahun 2018, akun tersebut memiliki visi yang

bertujuan untuk menyampaikan edukasi isu seksual dan reproduksi kepada generasi muda Indonesia dengan pendekatan konten yang dikemas bersifat informatif dan mendidik, namun tetap menarik secara visual dimana hal tersebut menjadi daya tarik bagi generasi z.

Mengarah pada arah penelitian tersebut maka fokus populasi yang digunakan dalam penelitian ini memilih kawasan Jabodetabek sebagai acuan, pada survei yang dilakukan oleh Invinyx dan Jakpat menunjukkan bahwa 94% responden dari generasi z di Indonesia memilih Instagram sebagai media sosial pilihan mereka (Fikrie, 2024). Hal ini memuat beberapa wilayah di Indonesia termasuk Jabodetabek, yang dianggap memiliki andil dalam representasi yang tepat guna meneliti hubungan konten media sosial dengan persepsi seksual aman generasi z.

Persepsi masing-masing individu dari asumsi *hyperrealities* terhadap konten edukasi seksual bisa menimbulkan sikap beragam, seperti mulai melihat, menilai dan meniru dan dijadikan patokan dalam berkehidupan (Maheswari et al., 2023). Hal tersebut tentu didasari dari latar belakang sosial, nilai norma budaya, yang dimiliki oleh masing-masing pengalaman pribadi. Sejauh ini, isu yang sering di bicarakan mengenai konten media sosial yang disuguhkan akun @tabu.id dapat menciptakan persepsi positif tentang pentingnya pendidikan seksual, secara eksplisit di kalangan generasi z.

Entitas penelitian ini mengacu pada suguhan konten yang disajikan oleh @tabu.id, yang berkaitan dengan isu pendidikan seksual. Sementara itu variabel yang diteliti adalah mengenai, analisis hubungan konten media sosial @tabu.id sebagai variabel (X) serta pada persepsi seksual aman generasi z di wilayah Jabodetabek sebagai variabel (Y). Untuk mendukung entitas penelitian tersebut, digunakan beberapa teori pendukung, sebagai dasar konseptual. Dalam ranah ini, konten Instagram yang tersaji di media sosial @Tabuid juga berkaitan dengan teori *Uses and Gratification*, dimana seseorang bebas dalam memilih medium informasi sebagai wadah dalam pertukaran informasi (Karunia H et al., 2021). Teori *Uses and Gratification*

menyampaikan kerangka pikir untuk menafsirkan kapan individu memanfaatkan media berimbas pada melonjaknya atau menurunnya keterlibatan dalam memilih media (Suherman, 2020).

Dyadic Communication merupakan fondasi yang kuat dalam ikatan komunikasi interpersonal, peran individu dalam *dyad* memikul tanggung jawab dalam penentuan makna dari interaksi yang di lakukan (Afrilia & Arifina, 2020). Dari sudut perspektif komunikasi interpersonal komunikasi terjalin oleh adanya dua individu yang terjalin pada komunikasi dengan level yang luas, tentu keputusan dalam komunikasi Intrapersonal memiliki pengaruh yang besar dalam membentuk sikap seseorang (Anggraini et al., 2022).

Sikap merupakan cerminan aksi seseorang dalam menyimpulkan berbagai hal, yang terbentuk melalui tiga komponen utama (Fajri et al., 2022). Pertama, komponen kognitif yang mencakup persepsi dan keyakinan yang dimiliki setiap individu terhadap suatu objek atau situasi. Kedua, komponen afektif yang berkaitan dengan perasaan dan emosi, sehingga berperan dalam membentuk sikap positif maupun negatif. Ketiga, komponen konatif yang mencerminkan kecenderungan untuk bertindak secara konsisten sesuai dengan sikap yang dimiliki, sehingga berkaitan erat dengan perilaku nyata individu.

Merujuk pada penelitian sebelumnya, yang dilakukan oleh Rahmalia Gustini (2020) mengenai “Akun Instagram Tabu.Id Sebagai Media Pendidikan Seksual Bagi Remaja; Studi Netnografi Penggunaan Akun Instagram Tabu.Id Sebagai Media Pendidikan Seksual Bagi Remaja” menunjukkan akun @tabu.id dapat menghadirkan kolom yang interaktif kepada audiens menimbulkan pengalaman yang menarik terhadap informasi seputar pendidikan seksualitas yang dialami oleh generasi remaja, temuan lainnya adalah akun tersebut dapat menyajikan berbagai konten yang menarik terkait dengan orientasi seksual, bukan hanya itu adanya interaksi di kolom komentar menjadikan pengalaman yang dapat menarik minat pembaca dalam unggahan konten akun @tabu.id. Pembaharuan dalam penelitian ini

menggunakan pendekatan kuantitatif, dengan melihat fokus konten yang disajikan. Variabel dalam penelitian ini terkait Analisis hubungan konten media sosial @tabu.id (X) Pada persepsi seksual aman generasi z (Y), penelitian ini dapat berkorelasi dengan sikap seksual aman generasi z di wilayah Jabodetabek yang dapat meningkatkan referensi tentang dampak konten media sosial sebagai media edukasi seksual aman.

Metode Penelitian

Desain penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif dengan populasi berfokus pada pengikut akun media sosial Instagram @tabu.id. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah Metode Survei. Metode Survei adalah metode penelitian secara kuantitatif dengan tujuan untuk mendapatkan data primer melalui kuesioner maupun wawancara kepada populasi atau sampel yang hendak diteliti (Sugiyono, 2019). Data primer diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner yang dibagikan secara online, melewati uji validitas dan reliabilitas dengan populasi penelitian yaitu, *Followers* pada akun Media Sosial Instagram @tabu.id khususnya followers gen Z. Penarikan sampel ditentukan menggunakan rumus yang dikemukakan oleh Slovin, perhitungan dapat dijabarkan sebagai berikut :

$$n = \frac{N}{1 + N (e)^2}$$

Keterangan:

n = ukuran sampel

N = ukuran populasi

e = tingkat kesalahan

$$n = \frac{116.168}{1 + 116.168 (10\%)^2}$$

$$n = \frac{116.168}{1.162,68}$$

$n = 99,91$ dibulatkan menjadi 100 Responden

Analisis koefisien korelasi dalam penelitian ini digunakan sebagai penguji untuk mengetahui besar hubungan antar variabel bebas (X) yaitu Analisis hubungan konten media sosial @tabu.id dengan empat indikator yaitu, motivasi, kebutuhan, fungsi, serta peran. Pada persepsi seksual aman generasi z di

wilayah Jabodetabek yang merupakan variabel dependen (Y) dengan tiga dimensi atau indikator yaitu, sikap kognitif, sikap afektif, sikap konatif.

Tabel 1. Tabel Operasional Konsep

Variabel	Indikator	Ukuran
Analisis hubungan konten media sosial @tabu.id (X)	Motivasi	Konten ini membuat saya merasa lebih tahu tentang pengetahuan seksual & reproduksi
	Kebutuhan	Konten ini membantu saya mendapatkan informasi yang tidak diperoleh di lingkungan formal
	Fungsi	Konten ini memberikan informasi akurat tentang Kesehatan reproduksi
	Peran	Konten ini memberikan pengetahuan tentang resiko melakukan aktivitas seksual
Pada persepsi seksual aman generasi z di wilayah Jabodetabek (Y)	Kognitif	Konten ini meningkatkan pengetahuan mengenai resiko seksual
	Afektif	Konten ini memicu keinginan saya untuk melawan kekerasan seksual
	Konatif	Konten ini membuat saya lebih berhati – hati saat melakukan aktivitas seksual

Sumber: Berdasarkan hasil observasi dan penyesuaian teori

Metode *Person Product Moment* dengan rumus korelasi *product moment* digunakan untuk melakukan uji korelasi dengan bantuan program SPSS.

$$r = \frac{n\sum XY - (\sum X)(\sum Y)}{\sqrt{(n\sum X^2 - (\sum X)^2)(n\sum Y^2 - (\sum Y)^2)}}$$

Keterangan:

r_{xy} = Koefisien korelasi pearson product moment

n = Banyaknya sampel

$\sum X$ = Jumlah nilai variabel x

$\sum Y$ = Jumlah nilai variabel y

$\sum X^2$ = Jumlah kuadrat variabel x

$\sum Y^2$ = Jumlah kuadrat variabel y

Signifikasi variabel X dan variabel Y didasarkan menerapkan r tabel dengan taraf signifikasi 0.005. Jika temuan bernilai positive dari $r_{hitung} \geq r_{tabel}$ maka terdapat hubungan yang signifikan antara variabel X dan variabel Y, namun apabila $r_{hitung} \leq r_{tabel}$ maka tidak terdapat hubungan yang signifikan antar variabel X dan variabel Y (Ghozali, 2018). Untuk mengamati tingkat hubungan antar variabel X dan Y dapat melihat tabel interpretasi koefisien korelasi sebagai berikut.

Tabel 2. Pedoman Derajat Koefisien Korelasi

Interval koefisien	Koefisien Korelasi
0,00 – 0,199	Sangat Rendah
0,20 – 0,399	Rendah
0,40 – 0,599	Sedang
0,60 – 0,799	Tinggi
0,80 – 1,000	Sangat Tinggi

Sumber: Sugiyono, 2019

Hasil dan Pembahasan

@tabu.id merupakan akun Instagram yang dikelola oleh sebuah organisasi yang diperuntukkan mengedukasi seputar seksual dan reproduksi dengan target utama yaitu generasi muda. Akun @tabu.id memposting konten mengenai Pendidikan seksual dan

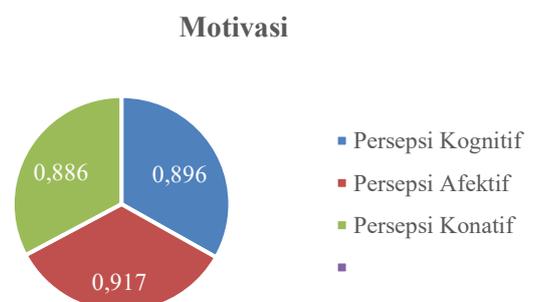
reproduksi. Materi konten ini sangat beragam. Diantaranya, materi tentang penyakit seksual, orientasi seksual, alat kontrasepsi hingga siklus menstruasi. Berdasarkan hasil dari pengolahan data bahwa platform @tabu.id memiliki hubungan yang signifikan dari variabel X terhadap variabel Y dengan taraf signifikasi positif ≥ 0.005 .

Tabel 3. Uji Korelasi Variabel X dan Y

Konten Media Sosial @tabu.id (X)	Uji Korelasi	Persepsi seksual aman generasi z di wilayah Jabodetabek (Y)		
		Kognitif	Afektif	Konatif
Motivasi	X^2	0,896**	0,917**	0,886**
Kebutuhan	X^2	0,924**	0,939**	0,898**
Fungsi	X^2	0,912**	0,927**	0,915**
Peran	X^2	0,880**	0,911**	0,927**

Sumber: Data Primer, diolah dengan program SPSS

Korelasi Variabel (X) Indikator Motivasi Pada Variabel (Y) Sikap Kognitif, Afektif, Konatif

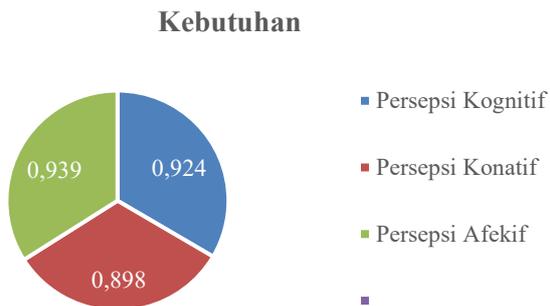


Gambar 1. Diagram Motivasi

Sumber : Visualisasi data primer dari output SPSS

Timbulnya motivasi mmenimbulkan rasa lebih tahu tentang pengetahuan seksual dan reproduksi. Hal ini menunjukkan nilai yang positif, terlihat dari persepsi afektif yang memiliki nilai koefisien korelasi sebesar 0,917, yang termasuk dalam kategori sangat kuat. Persepsi afektif memiliki hubungan signifikan terhadap motivasi dorongan emosional yang muncul ketika mengakses konten @tabu.id sehingga mendorong untuk lebih berhati-hati dalam aktivitas seksual.

Korelasi Variabel (X) Indikator Kebutuhan Pada Variabel (Y) Sikap Kognitif, Afektif, Konatif

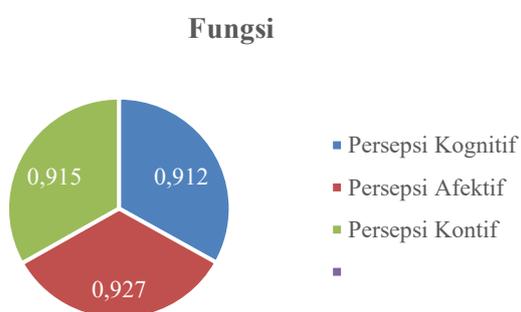


Gambar 2. Diagram Kebutuhan

Sumber : Visualisasi data primer dari output SPSS

Timbulnya kebutuhan membantu mendapatkan informasi yang tidak diperoleh di lingkungan formal. Temuan ini menunjukkan hubungan yang positif dan sangat kuat, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi persepsi afektif sebesar 0,939. Konten media sosial terhadap persepsi seksual aman generasi z memiliki hubungan yang erat di tandai dengan hasil indikator hubungan afektif, dapat memperkuat fungsi edukatif yang diperoleh dari hasil tontonan @tabu.id, sehingga menyadarkan mereka terhadap perilaku seksual.

Korelasi Variabel (X) Indikator Fungsi Pada Variabel (Y) Sikap Kognitif, Afektif, Konatif



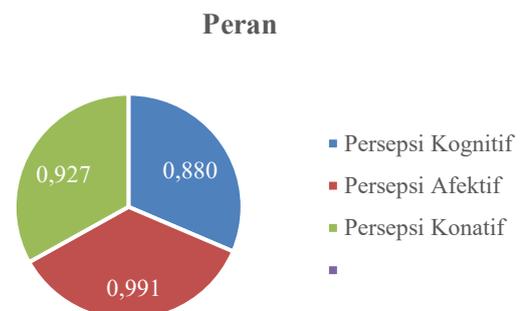
Gambar 3. Diagram Fungsi

Sumber : Visualisasi data primer dari output SPSS

Timbulnya fungsi konten memberikan informasi akurat tentang kesehatan reproduksi. Temuan ini menunjukkan hubungan yang positif dan sangat kuat, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi

persepsi afektif sebesar 0,927. Memaparkan bahwa konten media sosial terhadap persepsi seksual aman generasi z memiliki hubungan yang erat di tandai dengan hasil indikator afektif konten yang diangkat menimbulkan rasa semangat untuk mendorong kepercayaan generasi z terhadap informasi yang diberikan @tabu.id.

Korelasi antara Fungsi (X3) dengan Sikap Kognitif (Y), Afektif (Y2), Konatif (Y3)



Gambar 4. Diagram Peran

Sumber : Visualisasi data primer dari output SPSS

Timbulnya peran Konten ini memberikan pengetahuan tentang risiko melakukan aktivitas seksual. Temuan ini menunjukkan hubungan yang positif dan sangat kuat, sebagaimana ditunjukkan oleh nilai koefisien korelasi persepsi konatif sebesar 0,927. Memaparkan bahwa konten media sosial terhadap persepsi seksual aman generasi z memiliki hubungan yang erat di tandai dengan hasil indikator konatif, menimbulkan pengetahuan yang berdampak besar pada perilaku generasi z sehingga meningkatkan rasa hati-hati terhadap isu seksual.

Merujuk pada teori *Uses and Gratifications* teori massa yang sangat berpengaruh saat ini. Teori ini menilai penggunaan media terhadap pemenuhan kebutuhan pengguna (Nurudin, 2016). generasi z harus berperan aktif dan selektif dalam memilih konten yang tersedia pada @tabu.id untuk menyaring kembali berbagai informasi edukatif perihal isu seksualitas. Dalam perspektif komunikasi interpersonal konten yang disuguhkan dapat diproses dengan membentuk opini terhadap penilaian terkait konten yang dilihat, sehingga dapat dikatakan

bahwa komunikasi Intrapersonal memiliki pengaruh yang besar dalam membentuk sikap seseorang (Ono et al., 2024).

Sehingga konten yang disajikan oleh @tabu.id memiliki hubungan yang positif terhadap persepsi seksualitas aman generasi z di wilayah Jabodetabek di dukung dari hasil afektif yang memengaruhi konten yang artinya konten yang disajikan @tabu.id tidak hanya memberikan informasi melainkan dapat membentuk persepsi seperti emosi dan kecenderungan para pengikut dalam menyikapi isu pendidikan seksual aman.

Simpulan

Konten yang disuguhkan oleh akun Instagram @tabu.id terbukti dapat memberikan informasi kepada generasi z di wilayah Jabodetabek. Hal itu ditunjang dengan hasil korelasi koefisien tertinggi terdapat pada indikator fungsi terhadap sikap afektif, serta indikator peran terhadap sikap konatif dengan nilai imbang yaitu 0.927. Artinya konten media sosial @tabu.id memiliki korelasi yang positif terhadap persepsi seksual aman generasi z di wilayah Jabodetabek. Namun secara keseluruhan, persepsi isu seksual aman generasi z di wilayah Jabodetabek, paling banyak terimbas oleh aspek afektif dimana hal tersebut dapat menimbulkan persepsi yang menunjukkan suatu keterlibatan emosional terhadap konten-konten yang disuguhkan @tabu.id. Selain itu dampak lain yang di berikan oleh akun Instagram @tabu.id tidak hanya di tujukan untuk generasi z saja melainkan para pengikut atau pembaca lainnya yang mendapatkan media informasi bermanfaat untuk mengumpulkan informasi mengenai isu seksual aman.

Referensi

Afrilia, A. M., & Arifina, A. S. (2020). *Buku Ajar Komunikasi Interpersonal*. Pustaka Rumah Cinta.

Ahdiat, A. (2024). *Media Sosial Favorit Gen Z dan Milenial Indonesia*. Databoks.Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/infografik/2024/09/24/media-sosial-favorit-gen-z-dan-milenial-indonesia>

Anggraini, C., Ritonga, D. H., Kristina, L., Syam, M., & Kustiawan, W. (2022). Komunikasi Interpersonal. *Jurnal Multidisiplin Dehasen (MUDE)*, 1(3), 337–342.
<https://doi.org/10.37676/mude.v1i3.2611>

Baskoro, A. A., & Kistiana, S. (2024). *Nikah Dini Bermodal Cinta hingga Pendidikan Seks, Isu Seksualitas Gen Z*. Magdalene.Co.
<https://magdalene.co/story/seksualitas-gen-z/>

Cholik, C. A. (2021). Teknologi Informasi, ICT. *Jurnal Fakultas Teknik*, 2(2), 39–46.

Dihni, V. A. (2021). *Instagram, Media Sosial Favorit Generasi z di Dunia*. Katadata.Co.Id.
<https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2021/09/14/instagram-media-sosial-favorit-generasi-z-di-dunia>

Fajri, R. C., Prikurnia, A. K., & Agustina, M. (2022). Pengaruh Model Sikap Tiga Komponen Terhadap Keputusan Pembelian Pada Produk Buds Organics. *Jurnal Aktual Akuntansi Keuangan Bisnis Terapan (AKUNBISNIS)*, 5(2), 266.
<https://doi.org/10.32497/akunbisnis.v5i2.4158>

Fikrie, M. (2024). *Survei Invinyx dan Jakpat: Instagram Medsos Terpopuler di Kalangan Gen Z*. Kumparan.Com.
https://kumparan.com/kumparantech/survei-invinyx-dan-jakpat-instagram-medsos-terpopuler-di-kalangan-gen-z-22R8H65PDmc?utm_source=chatgpt.com

Ghozali, I. (2018). *Aplikasi Analisis Multivariate Dengan Pogram IBM SPSS* (9th ed.). Badan Penerbit Universitas Diponegoro.

Gustini, R. (2020). Akun Instagram Tabu.Id Sebagai Media Pendidikan Seksual Bagi Remaja. *Mankom.Fikom.Unpad.Ac.Id*, 2507(February), 1–9.

Karunia H, H., Ashri, N., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penggunaan Media Sosial: Studi Pada Teori Uses and Gratification. *Jurnal Teknologi Dan Sistem Informasi Bisnis*, 3(1), 92–104.
<https://doi.org/10.47233/jteksis.v3i1.187>

- Komnas Perempuan. (2020). *Siaran Pers Komnas Perempuan: Memperkuat Kelembagaan Layanan berbasis Masyarakat Untuk Pencegahan dan Penanganan Kekerasan Seksual*. Komnasperempuan.Go.Id.
<https://komnasperempuan.go.id/siaran-pers-detail/siaran-pers-komnas-perempuan-memperkuat-kelembagaan-layanan-berbasis-masyarakat-untuk-pencegahan-dan-penanganan-kekerasan-seksual>
- Maheswari, A. T. P., Parahita, B. N., & Purwanto, D. (2023). Hiperealitas Pada Media Sosial Instagram Dalam Merepresentasikan Relasi Sosial Pertemanan Generasi z. *Jurnal Ilmu Komunikasi UHO: Jurnal Penelitian Kajian Ilmu Komunikasi Dan Informasi*, 8(3), 398–415.
<https://doi.org/10.52423/jikuho.v8i3.84>
- Nurudin. (2016). *Ilmu Komunikasi Ilmiah dan Populer (Pertama)*. PT RajaGrafindo Persada.
- Ono, D. K., Handayani, P., Adinda, S., Andarini, P., & Milono, Y. K. (2024). Komunikasi Interpersonal Antar Pelaku Narapidana Dalam Pengembangan Kopi Krabu Pendahuluan Dalam upaya untuk mengungkap seluk-beluk komunikasi interpersonal dalam program Kopi Krabu di Rutan Depok Kelas 1 , penelitian ini dengan cermat mengadopsi pendekatan *Jurnal Penelitian Sosial Ilmu Komunikas*, 8, 162–169.
- Prabowo, D. (2020). Pengaruh Media Sosial Instagram, Kualitas Pelayanan, Kualitas Produk dan Kemudahan Mengakses Produk Terhadap Niat Beli Konsumen (Studi Terhadap Konsumen Akun Instagram Falish.Store). *Fakultas Bisnis Dan Ekonomika Universitas Atma Jaya Yogyakarta*.
- Rahmawati, M., & Budiman, A. (2023). Kerangka Hukum tentang Aborsi Aman di Indonesia 2023. *Institute for Criminal Justice Reform*, 1–19.
- Setiawan, W. (2017). Era Digital dan Tantangannya. Seminar Nasional Pendidikan. *Seminar Nasional Pendidikan*, 1–9.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta, Cv.
- Sugiyono. (2019). *Metodelogi Penelitian Kuantitatif dan Kualitatif Dan R&D*. Alfabeta, Cv.
- Suherman, A. (2020). *Buku Ajar Teori-Teori Komunikasi* (1st ed.). CV. Budi Utama.
- Wulandari, D. Y. (2018). *Tabu.Id: Mengupas Hal yang Dianggap Tabu dengan Bijaksana*. Goodnewsfromindonesia.Id.
<https://www.goodnewsfromindonesia.id/2018/12/17/tabu-id-mengupas-hal-yang-dianggap-tabu-dengan-bijaksana>