

Keterkaitan Film Jumbo dengan Pemahaman Pesan Moral Penonton Generasi Z

¹Azzahra Salma Asyifa, ²Hari Otang Sasmita, ³Rici Tri Harpin Pranata, ⁴Sutisna Riyanto

IPB University

Email: azzahrasalma@apps.ipb.ac.id

Abstract: *Film is a highly influential medium in shaping the moral values and understanding of Generation Z, especially when addressing issues close to their daily lives such as bullying, empathy, and self-acceptance. This study aims to examine how Generation Z viewers interpret the moral messages in the film Jumbo and the factors that influence this process. Using a qualitative method with a case study design, the research was conducted through in-depth interviews with six Generation Z informants. The findings show that all informants were able to grasp the film's core moral messages, although the depth of interpretation varied depending on personal experiences, viewing motives, and social context. The meaning-making process aligns with the Encoding-Decoding theory, in which audiences actively interpret messages based on their own frames of reference. The study also identifies cognitive, affective, and behavioral intention effects, indicating that the film can stimulate moral reflection. It concludes that Jumbo has the potential to serve as an effective medium for moral education among Generation Z. Future research is recommended to involve a larger number of informants and explore long-term impacts on behavior.*

Submit: **Keyword:** *Jumbo film; Generation Z; qualitative; interpretation; moral messages.*

Review:

Publish:

Abstrak: Penelitian ini bertujuan memahami bagaimana penonton Generasi Z memaknai pesan moral dalam film Jumbo serta faktor-faktor yang memengaruhi proses pemaknaan tersebut. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan desain studi kasus, data diperoleh melalui wawancara mendalam terhadap enam informan Generasi Z. Hasil penelitian menunjukkan bahwa informan dapat menangkap pesan moral utama seperti empati, anti-bullying, dan penerimaan diri, namun kedalaman pemahaman berbeda bergantung pada pengalaman pribadi, motif menonton, dan konteks sosial. Film Jumbo juga memunculkan respons kognitif, afektif, dan niat perilaku yang mendorong refleksi moral pada penonton. Penelitian ini menyimpulkan bahwa Jumbo dapat menjadi media edukasi moral yang efektif bagi Generasi Z, meskipun interpretasi sangat dipengaruhi oleh latar personal penonton. Penelitian lanjutan disarankan untuk melibatkan lebih banyak informan dan mengkaji dampak jangka panjang film terhadap perubahan sikap atau perilaku.

Kata Kunci: Film Jumbo; Generasi Z; kualitatif; pemaknaan; pesan moral.

Citation :

PENDAHULUAN

Film merupakan salah satu media komunikasi massa yang memiliki pengaruh besar dalam membentuk nilai dan pemahaman moral, terutama di era digital ketika akses terhadap film semakin mudah melalui platform *streaming*. Data UNESCO (2022) menunjukkan peningkatan konsumsi film global sebesar 35% dalam satu dekade terakhir, sementara Badan Perfilman Indonesia (2023) mencatat lebih dari 50 juta penonton film nasional per tahun. Hal ini menegaskan bahwa film tidak hanya berfungsi sebagai hiburan, tetapi juga sebagai sarana penyampaian nilai sosial dan moral.

Generasi Z menjadi kelompok yang paling dekat dengan media film. Laporan *We Are Social* (2023) menunjukkan bahwa 95% Generasi Z Indonesia mengakses internet setiap hari, dengan 78% rutin menonton film atau serial. Namun dalam konteks penelitian kualitatif, yang lebih penting bukan hanya intensitas menonton, tetapi bagaimana mereka menafsirkan dan menegosiasikan pesan moral berdasarkan pengalaman dan identitas mereka.

Berbagai penelitian menunjukkan bahwa film dapat mendorong pemahaman nilai moral melalui proses interpretasi penonton. Wijaya (2019) menekankan bahwa film bertema sosial mampu memicu refleksi nilai, sementara Putra dan Sari (2021) menemukan bahwa kedekatan emosional antara penonton dan cerita berperan penting dalam pembentukan empati. Arifin (2022) serta Rahmawati & Fadilah (2023) juga menegaskan bahwa pemaknaan moral bersifat subjektif dan dipengaruhi latar budaya serta pengalaman sosial individu. Temuan ini menunjukkan bahwa proses interpretasi penonton memegang peranan sentral dalam pemahaman pesan moral.

Film *Jumbo* (2020) merupakan film dengan muatan moral yang relevan bagi Generasi Z, terutama mengenai *bullying*, empati, persahabatan, dan penerimaan diri. Meski demikian, penelitian mengenai film ini dan film moral sejenis sebagian besar masih berfokus pada analisis isi film. Handayani (2020) dan Mulkhan & Sari (2025), misalnya, meneliti nilai moral dalam film melalui analisis naratif, bukan pada bagaimana penonton

memaknai pesan tersebut. Padahal, sebagai digital *natives*, Generasi Z memiliki cara *decoding* dan proses kognitif yang berbeda dibandingkan generasi sebelumnya, sebagaimana disampaikan oleh Siregar (2023). Inilah celah penelitian yang penting: belum banyak penelitian yang menggali bagaimana Generasi Z secara aktif melakukan *decoding* pesan moral dalam film dan bagaimana pengalaman hidup mereka memengaruhi pemaknaan tersebut.

Penelitian Shafa & Pranata (2025) menunjukkan bahwa elemen visual seperti teknik pengambilan gambar dapat meningkatkan keterlibatan emosional penonton. Hal ini semakin memperkuat urgensi menelusuri bagaimana Generasi Z memaknai pesan moral dalam film melalui pengalaman menonton yang tidak hanya kognitif tetapi juga emosional.

Berdasarkan konteks tersebut, penelitian ini bertujuan mengeksplorasi bagaimana penonton Generasi Z memahami dan menafsirkan pesan moral dalam film *Jumbo*, serta faktor-faktor sosial dan emosional yang memengaruhi

proses tersebut. Penelitian ini tidak berusaha mengukur pemahaman moral secara numerik, tetapi melihat bagaimana makna dibangun melalui pengalaman personal penonton.

Secara teoretis, penelitian ini diharapkan dapat memperkaya kajian komunikasi massa khususnya dalam kerangka teori resepsi dan model *encoding-decoding*. Secara praktis, penelitian ini memberi wawasan bagi sineas, pendidik, dan pembuat kebijakan tentang bagaimana film dapat dimanfaatkan sebagai media edukasi moral yang lebih efektif bagi Generasi Z.

METODE

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk memahami bagaimana Generasi Z memaknai pesan moral dalam film Jumbo. Pendekatan ini dipilih karena penelitian berfokus pada proses interpretasi, pengalaman subjektif, dan konstruksi makna yang muncul dari interaksi penonton dengan teks film. Berbeda dengan metode kuantitatif yang mengutamakan pengukuran numerik, pendekatan kualitatif mampu menggali kedalaman persepsi dan refleksi personal informan. Penelitian ini dapat mengungkap pemaknaan moral yang bersifat kompleks dan kontekstual pada generasi muda.

Penelitian dilaksanakan di Kota Bogor dengan lokasi wawancara di lingkungan Sekolah Vokasi IPB *University*. Lokasi dipilih karena memberikan akses yang mudah terhadap informan yang sesuai dengan kategori Generasi Z dan bersedia berpartisipasi. Proses penelitian berlangsung selama dua bulan yang mencakup penyusunan pedoman wawancara, perekrutan informan, pelaksanaan wawancara, transkripsi data, hingga analisis. Rentang waktu tersebut memungkinkan peneliti melakukan pendalaman data serta memastikan setiap langkah dilakukan secara sistematis.

Informan penelitian berjumlah enam orang yang termasuk kategori Generasi Z berusia 17–25 tahun dan telah menonton film Jumbo. Teknik penentuan informan menggunakan *purposive sampling* karena hanya individu yang relevan dengan tujuan penelitian yang dipilih sebagai partisipan. Jumlah enam informan dinilai memadai apabila informasi yang diperoleh telah mencapai kejenuhan data (*data saturation*).

Teknik pengumpulan data utama adalah wawancara mendalam (*in-depth interview*) semi-terstruktur yang memungkinkan peneliti menggali jawaban lebih fleksibel. Wawancara dilakukan secara tatap muka dengan durasi 30–45 menit, sehingga memungkinkan eksplorasi pengalaman menonton dan pemahaman informan mengenai karakter, konflik, dan pesan moral. Seluruh proses wawancara direkam dengan izin informan untuk memastikan akurasi transkripsi dan meminimalkan kesalahan interpretasi. Studi pustaka dilakukan untuk memperkuat landasan teori dan mendukung analisis data.

Instrumen penelitian meliputi pedoman wawancara yang berisi daftar pertanyaan inti, alat perekam untuk mendokumentasikan data, serta buku catatan untuk mencatat respons penting selama proses wawancara. Analisis data dilakukan menggunakan teknik analisis tematik yang melibatkan tahap

transkripsi, pembacaan menyeluruh, pemberian kode (*coding*), pengelompokan kategori, hingga penyusunan tema-tema kunci. Tema-tema tersebut kemudian ditafsirkan dengan mengaitkannya dengan teori komunikasi relevan dan temuan penelitian sebelumnya. Proses analisis dilakukan secara berulang untuk memastikan bahwa tema yang dihasilkan benar-benar mewakili data.

Peneliti menggunakan triangulasi sumber dengan membandingkan kesesuaian informasi antar-informan. Validasi data juga dilakukan melalui member checking dengan meminta informan meninjau kembali ringkasan hasil interpretasi peneliti. Teknik ini membantu memastikan bahwa hasil penelitian tidak menyimpang dari makna yang dimaksudkan oleh informan. Validitas data dapat dipertahankan secara kredibel. Definisi operasional dalam penelitian ini mencakup dua konsep utama yang menjadi fokus analisis. Pertama, paparan terhadap film Jumbo yang merujuk pada pengalaman informan dalam mengikuti alur cerita, memahami karakter, serta menafsirkan adegan yang memiliki nilai moral. Kedua, pemahaman pesan moral yang mencakup kemampuan informan mengidentifikasi nilai moral, menafsirkan makna, serta menghubungkannya dengan realitas kehidupan. Kedua konsep ini dieksplorasi melalui jawaban naratif yang muncul selama wawancara berlangsung.

Luaran penelitian ini diharapkan dapat memberikan gambaran mendalam mengenai cara Generasi Z menafsirkan pesan moral dalam film Jumbo serta faktor-faktor yang membentuk proses pemaknaan tersebut. Secara teoritis, penelitian ini memberikan kontribusi pada kajian komunikasi massa, khususnya terkait film sebagai medium pendidikan moral yang dekat dengan kehidupan generasi muda. Secara praktis, hasil penelitian dapat menjadi rujukan bagi pendidik dan sineas dalam merancang konten visual yang efektif dalam menyampaikan nilai moral kepada audiens. Penelitian ini dapat memperkuat pemahaman mengenai film sebagai sarana pembelajaran yang relevan di era digital.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Temuan penelitian diperoleh dari wawancara mendalam dengan enam informan Generasi Z yang telah menonton film Jumbo. Analisis tematik menghasilkan tiga tema utama: (1) pemahaman pesan moral, (2) respons emosional, dan (3) faktor yang memengaruhi proses pemaknaan.

1. Pemahaman Pesan Moral dalam Film

Enam informan menunjukkan kemampuan menangkap pesan moral utama film Jumbo, terutama mengenai empati, keberanian, dan penolakan terhadap *bullying*. Sebagian besar informan menilai bahwa film tersebut memberikan pengingat penting untuk lebih peka dalam berperilaku dan berbicara kepada orang lain. Informan pertama, misalnya, menyatakan bahwa “..film ini ngajarin buat lebih mikir sebelum ngomong ke orang..” setelah melihat perjalanan Don menghadapi perundungan. Pemahaman serupa juga muncul pada informan kedua yang menilai bahwa “..pesan moral film cukup jelas dan gampang dipahami, cuma beberapa adegannya memang dibuat dramatis..” sehingga inti

pesan tetap mudah ditangkap meskipun ada elemen dramatik.

Refleksi mengenai dampak emosional dari ujaran terlihat kuat pada informan ketiga yang menyebut, “..kadang kita nggak sadar omongan kita tuh nyakitin, film ini bikin aku lebih peka..” Sementara itu, informan keempat menafsirkan film dengan kedalaman emosional lebih kuat karena memiliki pengalaman pribadi terkait *bullying*. Ia menyampaikan bahwa beberapa adegan dalam film “..kerasa relate banget sama pengalaman dulu di sekolah..” sehingga proses pemaknaannya bersifat lebih personal.

Informan kelima melihat pesan moral melalui perspektif hubungan sosial dan pentingnya dukungan emosional dalam kehidupan sehari-hari. Ia berkomentar bahwa Don digambarkan sebagai sosok yang “cuma butuh dihargai,” dan bahwa film menunjukkan bagaimana “dukungan kecil bisa bikin perubahan besar.” Interpretasi lain muncul dari informan keenam yang memandang film sebagai ajakan untuk meningkatkan kepekaan sosial. Ia menyebut, “..yang aku tangkap, film ini ngajak kita buat lebih peduli sama sekitar, apalagi kalau lihat ada teman yang diganggu..”

Secara keseluruhan, enam informan mampu menangkap pesan moral yang disampaikan film Jumbo, namun dengan kedalaman dan sudut pandang yang beragam. Perbedaan tersebut dipengaruhi latar pengalaman, perhatian terhadap isu sosial, serta kecenderungan masing-masing dalam menafsirkan relasi antar-karakter.

2. Respons Emosional Penonton

Film Jumbo menimbulkan respons emosional dengan intensitas yang berbeda-beda pada setiap informan. Sebagian besar informan merasakan keterlibatan emosional karena alur cerita dan karakter Don yang digambarkan sebagai korban perundungan namun tetap berusaha kuat. Informan pertama mengaku merasakan kesedihan terutama pada bagian yang menampilkan hubungan Don dan Meri sebagai bentuk dukungan emosional, yang menurutnya menjadi bagian paling menyentuh dalam film.

Respons emosional yang lebih moderat muncul pada informan kedua. Ia menyatakan bahwa, “..Aku nggak terlalu baper, tapi tetap kerasa pesan moralnya...” sehingga menunjukkan bahwa meskipun tidak terlalu terbawa suasana, ia tetap dapat menangkap nilai moral film. Informan ketiga memperlihatkan respons empatik yang cukup kuat. Ia menilai bahwa film membuatnya lebih memikirkan kondisi psikologis orang lain dan menyadari bahwa tindakan kecil atau ucapan tertentu dapat berdampak pada orang lain.

Respons emosional paling intens ditunjukkan oleh informan keempat yang memiliki pengalaman *bullying* serupa. Ia menilai film sebagai pengingat atas pengalaman pribadinya dan menyebut bahwa “..film ini buat aku ngerasa untuk lebih kuat dan lebih peduli sama orang lain..” sehingga proses pemaknaannya berlangsung lebih dalam dan personal. Informan kelima juga menunjukkan respons emosional positif dengan merasa hangat dan tersentuh pada adegan persahabatan, terutama saat Meri memberikan dukungan kepada Don. Ia mengatakan, “Yang bikin tersentuh tuh waktu Meri dukung Don, itu ngena

banget.”

Informan keenam memperlihatkan kombinasi respons emosional dan kognitif. Ia mengaku merasa kesal ketika melihat adegan bullying karena pernah menyaksikan kejadian serupa dalam kehidupan nyata. Hal ini menunjukkan bahwa pengalaman visual dalam film dapat memicu ingatan dan reaksi emosional berlapis yang tidak hanya bersifat sentimental tetapi juga evaluatif terhadap perilaku sosial.

3. Faktor yang Memengaruhi Pemaknaan

Perbedaan kedalaman pemahaman moral di antara enam informan dipengaruhi oleh beberapa faktor personal dan situasional. Proses *decoding* tidak terjadi secara seragam, melainkan ditentukan oleh motif menonton, pengalaman hidup, fokus saat menonton, dan tingkat literasi media.

a. Motif Menonton

Motivasi awal berpengaruh pada kedalaman interpretasi. Informan yang menonton karena ketertarikan pada isu *bullying* atau kebutuhan refleksi (informan keempat dan keenam) menunjukkan pemahaman moral yang lebih mendalam. Informan yang menonton untuk hiburan (informan kedua) tetap menangkap pesan moral, tetapi pada level yang lebih umum. Informan lainnya berada di tengah: tidak punya tujuan khusus, namun tetap terlibat secara emosional. Hal ini sejalan dengan *Uses & Gratifications* yang menekankan bahwa tujuan menonton membentuk proses pemaknaan.

b. Pengalaman Pribadi

Pengalaman hidup menjadi faktor paling dominan. Informan keempat yang pernah mengalami bullying melakukan *decoding* lebih emosional dan intens, sementara informan keenam yang pernah menyaksikan *bullying* memaknai film sebagai ajakan untuk lebih peka terhadap lingkungan sosial. Informan yang tidak memiliki pengalaman langsung tetap memahami nilai moral, namun pemaknaannya lebih bersifat kognitif.

c. Kondisi Saat Menonton dan Literasi Media

Fokus saat menonton turut memengaruhi pemahaman. Informan kelima yang menonton dengan kondisi lebih tenang mampu menangkap detail alur dan karakter secara lebih lengkap. Sebaliknya, informan kedua yang menonton sambil melakukan aktivitas lain cenderung memahami pesan secara lebih singkat. Tingkat literasi media juga berperan: informan ketiga dan kelima menunjukkan kemampuan refleksi yang lebih matang, sedangkan informan pertama memberikan interpretasi yang lebih sederhana.

d. Konteks Sosial

Lingkungan sosial memperkaya cara informan membangun makna moral. Informan yang memiliki lingkungan pertemanan suportif lebih menyoroti aspek komunikasi positif, sementara informan dengan pengalaman *bullying* menekankan pentingnya empati dan perlindungan sosial. Pola interaksi sehari-hari membuat setiap informan menangkap film dari perspektif yang berbeda. Secara keseluruhan, pemaknaan pesan moral oleh Generasi Z dibentuk oleh gabungan faktor internal dan eksternal. Perbedaan pengalaman dan motivasi

menghasilkan interpretasi yang beragam, mulai dari pemahaman sederhana hingga resonansi emosional yang kuat. Film Jumbo terbukti membuka ruang refleksi yang berbeda bagi setiap penonton.

Hasil penelitian menunjukkan bahwa proses pemaknaan pesan moral oleh Generasi Z dalam film Jumbo selaras dengan prinsip dasar teori *Encoding-Decoding* Stuart Hall. Penonton tidak menerima pesan secara pasif, tetapi menafsirkannya melalui pengalaman, nilai, dan kerangka berpikir masing-masing. Perbedaan interpretasi antarinforman mulai dari pemaknaan yang sesuai dengan maksud pembuat film hingga penafsiran yang dipengaruhi pengalaman *bullying* menggambarkan proses *decoding* yang aktif dan negosiatif. Fenomena ini sejalan dengan temuan Adhim & Pranata (2025) yang menegaskan bahwa kemampuan audiens memproses pesan sangat dipengaruhi oleh keterlibatan, relevansi pengalaman, serta karakteristik media yang digunakan. Pemaknaan pesan moral dalam film terjadi melalui interaksi antara teks film dan pengalaman personal penonton.

Kaitan temuan penelitian dengan teori *Uses & Gratifications* tampak dari beragamnya motivasi menonton yang memengaruhi kedalaman pemahaman pesan moral. Informan yang menonton untuk hiburan cenderung menangkap pesan secara umum, sedangkan mereka yang memiliki pengalaman personal terkait isu film menunjukkan pemahaman yang lebih mendalam. Hal ini sejalan dengan pandangan bahwa audiens memilih media berdasarkan kebutuhannya, dan kebutuhan tersebut memengaruhi cara mereka menafsirkan pesan. Penelitian Pranata *et al.* (2025) juga menekankan bahwa kedalaman pemaknaan tidak hanya ditentukan oleh isi pesan, tetapi juga bagaimana media menyajikan pesan melalui elemen naratif, visual, dan audio yang mampu mengarahkan fokus emosional dan kognitif audiens.

Perspektif teori efek media, film Jumbo menghasilkan efek kognitif, afektif, dan intensi perilaku pada informan. Pada aspek kognitif, penonton menjadi lebih memahami dampak emosional *bullying*. Secara afektif, film memicu empati dan respons emosional kuat, terutama bagi informan yang memiliki pengalaman relevan. Secara *behavioral intent*, beberapa informan menunjukkan dorongan untuk bersikap lebih peduli dan berhati-hati dalam interaksi sosial. Hal ini sejalan dengan kajian visual yang dilakukan oleh Pranata *et al.* yang menegaskan bahwa kekuatan elemen visual berperan penting dalam meningkatkan pemahaman serta respons emosional audiens terhadap media audio-visual. Kekuatan representasi visual dan naratif dalam media memainkan peran penting dalam pembentukan empati dan moral reasoning.

Penelitian ini juga menunjukkan keselarasan dengan temuan Adhim & Pranata (2025), yang mengungkap bahwa strategi penyajian pesan yang menarik dan relevan mampu meningkatkan keterlibatan audiens dan memperkuat proses pemaknaan. Pendekatan kreatif dan kemampuan media dalam mempertahankan perhatian penonton menjadi faktor penentu efektivitas penyampaian nilai moral. Penelitian terdahulu tersebut menegaskan bahwa pemahaman audiens terhadap pesan dipengaruhi oleh relevansi konten, kualitas penyajian, serta

pengalaman personal audiens dalam mengaitkan pesan dengan kehidupan nyata.

Secara keseluruhan, temuan penelitian ini menegaskan bahwa pemaknaan pesan moral merupakan proses kompleks yang dipengaruhi oleh interaksi antara teks film, pengalaman pribadi, motivasi menonton, serta kualitas penyajian media. Kombinasi elemen naratif, visual, dan emosional dalam film berperan besar dalam membentuk cara Generasi Z menafsirkan dan merespons pesan moral yang disampaikan.

KESIMPULAN DAN PENUTUP

Penelitian ini menyimpulkan bahwa film Jumbo mampu menyampaikan pesan moral secara efektif kepada penonton Generasi Z, terutama terkait empati, anti-*bullying*, dan penerimaan diri. Hasil wawancara menunjukkan bahwa informan dapat memahami dan merefleksikan pesan moral tersebut, meskipun kedalaman pemaknaan berbeda-beda. Variasi ini dipengaruhi oleh pengalaman pribadi, konteks sosial, serta motif menonton yang menentukan cara setiap informan melakukan *decoding* terhadap pesan film.

Secara teoretis, penelitian ini memperkuat teori *Encoding–Decoding* yang memandang audiens sebagai pembangun makna aktif, serta teori *Uses & Gratifications* yang menekankan peran motivasi dalam proses pemaknaan media. Penelitian ini juga memberikan kontribusi praktis dengan menunjukkan bahwa film dapat dimanfaatkan sebagai media edukasi moral yang relevan bagi Generasi Z. Bagi kreator film dan pendidik, temuan ini mengindikasikan pentingnya penyajian narasi yang emosional, kontekstual, dan dekat dengan pengalaman penonton muda.

Penelitian ini memiliki keterbatasan pada jumlah informan yang terbatas serta ketergantungan pada data wawancara. Penelitian selanjutnya disarankan untuk melibatkan partisipan lebih beragam, menggunakan triangulasi metode seperti observasi atau analisis interaksi digital, serta mengeksplorasi dampak jangka panjang film moral terhadap sikap dan perilaku supaya studi mengenai peran film dalam pembentukan karakter generasi muda dapat dilakukan secara lebih menyeluruh.

UCAPAN TERIMA KASIH

Penulis menyampaikan terima kasih kepada Dosen Pengampu Mata Kuliah yang telah memberikan arahan selama proses penyusunan penelitian ini. Penghargaan juga diberikan kepada para informan yang telah bersedia meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam wawancara. Penulis berterima kasih kepada pihak Sekolah Vokasi IPB University yang memfasilitasi pelaksanaan penelitian. Apresiasi turut diberikan kepada rekan-rekan yang memberikan dukungan dan masukan selama proses penulisan artikel ini.

PERNYATAAN KONTRIBUSI PENULIS

ASA bertanggung jawab atas penyusunan ide penelitian, pengembangan

instrumen, pengumpulan data, analisis tematik, serta penulisan naskah secara menyeluruh. HOS, RTHP, dan SR berkontribusi sebagai pembimbing akademik yang memberikan arahan metodologis, supervisi ilmiah, perbaikan substansi, serta validasi akhir terhadap isi artikel. Seluruh penulis telah membaca, memberikan persetujuan, dan menyetujui naskah akhir untuk dipublikasikan.

REFERENSI

- Adhim, F., & Pranata, R. T. H. (2025). Strategi kreatif digital strategis dalam mengelola TikTok Astra Digital. *Nivedana: Jurnal Komunikasi dan Bahasa*, 6(2). <https://doi.org/10.53565/nivedana.v6i1.1613>
- Amelia, D., & Sikumbang, A. T. (2024). Representasi pesan edukasi dalam film *Di Bawah Umur* (Analisis semiotika John Fiske tentang perilaku remaja Gen-Z). *Jurnal Indonesia: Manajemen Informatika dan Komunikasi*, 5(2), 2001–2010. <https://doi.org/10.35870/jimik.v5i2.836>
- Arifin, A. (2022). Pengaruh konteks budaya terhadap interpretasi pesan moral dalam film. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 20(2), 123–136. <https://doi.org/10.24002/jik.v20i2.5449>
- Fahrizzal, F., & Kusuma, A. (2024). Persepsi Generasi Z terhadap pembajakan film Indonesia melalui TikTok dan Telegram. *Reslaj: Religion Education Social Laa Roiba Journal*, 6(10), 4533. <https://doi.org/10.47467/reslaj.v6i10.2954>
- Fuadiyaul, E., & Harumike, Y. N. (2024). Sikap Generasi Z terhadap adegan kekerasan dalam film *Berbalas Kejam*. *Transgenera: Jurnal Ilmu Sosial, Politik, dan Humaniora*, 1(1), 17–32. <https://doi.org/10.35457/transgenera.v1i1.3498>
- Handayani, S. (2020). Peran film keluarga dalam meningkatkan pemahaman nilai moral remaja. *Jurnal Psikologi Pendidikan dan Konseling*, 6(1), 45–54. <https://doi.org/10.26858/jppk.v6i1.13302>
- Khusairi, A. (2023). Digital literacy: Strengthening Gen Z's character based on moderate Islam. *Islam Realitas: Journal of Islamic and Social Studies*, 11(1). https://doi.org/10.30983/islam_realitas.v11i1.9239
- Pranata, R. T. H., Rahayu, A., & Pebrianti, N. (2025). Analisis teknik pengambilan gambar dan teknik voice over pada Video Profile Development and Assessment (CDA) IPB University. *Nivedana: Jurnal Komunikasi dan Bahasa*, 6(1). <https://doi.org/10.53556/nivedana.v6i1.1698>
- Saputra, H., & Arifin, Z. (2020). Generasi Z dan pola konsumsi media digital: Implikasi terhadap pendidikan nilai. *Jurnal Sosial Humaniora*, 11(1), 33–47. <https://doi.org/10.30997/jsh.v11i1.2829>
- Setiawan, L. M., & Sukendro, G. G. (2025). Efektivitas penyampaian pesan moral dalam film *Siksa Neraka* pada penonton remaja. *Kiwari*, 4(2). <https://doi.org/10.24912/ki.v4i2.34983>
- Shafa, G. M., & Pranata, R. T. H. (2025). Penerapan teknik cinematic videography video promosi untuk meningkatkan engagement media sosial. *Edu Society: Jurnal Pendidikan, Ilmu Sosial, dan Pengabdian Kepada*

- Masyarakat, 5(2), 1204–1213. <https://doi.org/10.56832/edu.v5i2.1376>
- Sutrisno, N. W. A. (2023). Etika komunikasi media sosial pada Generasi Zilenial dalam perspektif Pancasila. *JCIC: Jurnal CIC Lembaga Riset dan Konsultan Sosial*, 6(2), 194. <https://doi.org/10.51486/jbo.v6i2.194>
- Wijaya, Y. (2019). Internalization of moral values through social-themed films among college students. *Jurnal Komunikasi*, 14(1), 79–92. <https://doi.org/10.20885/jkomunikasi.vol14.iss1.art7>