



Strategi Naratif Dan Visualisasi Sejarah Kepada Wisatawan Gen Z

Suesilowati¹, Salsa Billa Juliyanti¹, Ellen Aurelie¹
Universitas Pertiwi Jakarta, Indonesia

Corresponding Author ✉ 21410009@Pertiwi.ac.id

ABSTRACT

This research explores the application of narrative strategies and the use of visual media in presenting history by guides at the Jakarta History Museum to Generation Z visitors. The study is motivated by the low level of interest among Gen Z in visiting museums, often due to the rigid delivery of information and the limited use of interactive media. A descriptive qualitative approach was applied, with data collected through in-depth interview and documentation. The findings indicate that museum guides tend to combine chronological and thematic flows, include stories of historical figures, and adopt a casual tone familiar to younger audiences, occasionally interspersed with popular culture references. Visual support such as immersive rooms, interactive maps, and AR/VR technology proved effective in clarifying historical content while increasing visitor engagement. This study highlights that blending relevant storytelling with interactive visual media serves as an effective communication approach to foster young generations' interest in history.

Keywords: *Narrative Strategy, Historical Visualization, Jakarta History Museum, Generation Z, Tourism Communication*

ARTICLE INFO

Article history:

Received
April 15, 2025
Revised
May 16, 2025
Accepted
June 30, 2025

Journal Homepage <https://ojs.staialfurqan.ac.id/IJoASER/>

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

<https://creativecommons.org/licenses/by-sa/4.0/>

INTRODUCTION

Museum memegang peran penting dalam melestarikan sejarah dan budaya suatu bangsa, menjadikannya pilihan menarik untuk rekreasi edukatif. Indonesia, dengan 442 museum, dan Jakarta sebagai ibu kota dengan 63 museum, menunjukkan potensi besar dalam sektor ini (Kemendikbudristek, 2025). Namun, meskipun kaya akan nilai historis, minat kunjungan ke museum, khususnya di kalangan Generasi Z, masih relatif rendah. Data Badan Pusat Statistik (BPS) menunjukkan fluktuasi signifikan dalam jumlah kunjungan museum di DKI Jakarta, dengan penurunan drastis pada tahun 2021 akibat pandemi COVID-19 (CNBC Indonesia, 2023). Meskipun ada pemulihan pada tahun 2022, angka tersebut belum mencapai tingkat pra-pandemi.

Generasi Z (lahir antara 1997-2012) merupakan "iGeneration" yang sangat akrab dengan teknologi digital dan internet, membentuk preferensi mereka dalam mengonsumsi informasi (Dimock, 2019; Alruthaya et al., 2021). Survei Komunitas Jelajah Museum pada tahun 2022 mengungkapkan bahwa 62% pelajar dan mahasiswa menganggap kunjungan museum membosankan, terutama karena penyampaian informasi yang kurang menarik secara visual dan naratif. Hal ini mengindikasikan perlunya penyesuaian strategi komunikasi di museum agar sesuai dengan karakteristik Gen Z yang menyukai pendekatan kreatif dan berbasis teknologi.

Pemandu museum memiliki peran vital sebagai penghubung antara koleksi artefak dan pengunjung. Mereka bertanggung jawab menyajikan informasi sejarah secara menarik melalui strategi naratif yang efektif dan visualisasi yang relevan dengan audiens muda. Penelitian ini bertujuan untuk memahami bagaimana strategi

naratif dan visualisasi sejarah diterapkan oleh pemandu di Museum Sejarah Jakarta untuk menarik minat wisatawan Generasi Z. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan pemahaman tentang pentingnya penyesuaian gaya komunikasi sejarah untuk generasi muda dan menjadi acuan bagi pengelola museum dalam merancang program edukasi dan promosi yang lebih efektif di era digital.

METHOD

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif untuk menganalisis strategi naratif dan visualisasi sejarah yang diterapkan oleh pemandu di Museum Sejarah Jakarta kepada pengunjung Generasi Z. Analisis data mengadopsi model interaktif Miles dan Huberman (Sugiyono, 2019), yang terdiri dari reduksi data, penyajian data, dan penarikan/verifikasi kesimpulan. Reduksi data melibatkan seleksi, pemfokusan, dan transformasi data mentah dari observasi, wawancara, dan dokumentasi. Penyajian data dilakukan dalam bentuk narasi deskriptif, matriks, atau diagram tematik, dengan teks naratif sebagai bentuk yang paling sering digunakan (Miles dan Huberman dalam Sugiyono, 2019). Kesimpulan ditarik berdasarkan pola dan hubungan antar data yang disajikan, bersifat tentatif hingga terverifikasi melalui triangulasi sumber informasi.

Pengumpulan data dilakukan melalui triangulasi metode untuk memastikan kelengkapan dan kedalaman informasi (Patton, 2015; Moleong, 2017). Observasi dilakukan untuk mengamati interaksi pemandu dengan pengunjung Gen Z, termasuk ekspresi, gaya bicara, dan respons. Wawancara semi-terstruktur dilakukan dengan pemandu museum untuk menggali strategi naratif dan visualisasi, serta dengan pengunjung Gen Z untuk mendapatkan perspektif mereka. Dokumentasi, seperti foto, teks narasi pemandu, katalog museum, dan rekaman media sosial, dikumpulkan sebagai bukti fisik. Objek penelitian adalah strategi naratif dan visualisasi sejarah oleh pemandu di Museum Sejarah Jakarta. Populasi penelitian meliputi pemandu museum dan pengunjung Gen Z (lahir 1997-2012). Sampel dipilih menggunakan teknik *Purposive Sampling* (Sugiyono, 2019; Moleong, 2017), dengan kriteria pemandu berpengalaman minimal 1 tahun dan pengunjung Gen Z yang pernah dipandu. Data primer diperoleh langsung dari wawancara dan observasi, sementara data sekunder berasal dari statistik kunjungan museum, laporan kementerian, penelitian terdahulu, dan referensi teori.

RESULTS AND DISCUSSION

Hasil dari wawancara antara pemandu dan wisatawan gen z dapat disajikan dalam tabel sebagai berikut:

Karakteristik Narasumber

Tabel 1: Data Narasumber Museum Guide

Keterangan	Narasumber 1	Narasumber 2	Narasumber 3
Nama Inisial	A	P	S
Jenis Kelamin	Laki-laki	Perempuan	Laki-laki
Usia	50	27	55
Jabatan	Koordinator Tour Guide UP MKJ	Pemandu Museum	Pemandu Museum
Lama Bekerja	35 tahun	2 tahun	9 tahun
Latar Belakang Pendidikan	S1 Ilmu Komunikasi	D3 Pariwisata	SLTA

Sumber: Data diolah, 2025

Tabel 2: Data Narasumber Gen Z

Keterangan	Narasumber 1	Narasumber 2	Narasumber 3
Nama Inisial	N	Z	T
Jenis Kelamin	Perempuan	Laki-laki	Perempuan
Usia	22	20	19
Tahun Lahir	2003	2005	2006
Pekerjaan / Status	Mahasiswa	Mahasiswa	Mahasiswa
Alasan Mengunjungi	Tugas kampus & wisata	Tugas kampus & wisata	Tertarik sejarah
Jumlah Kunjungan ke Museum	2 kali	1 kali	1 kali

Sumber: Data diolah, 2025

Hasil Wawancara Pemandu Museum (Museum Guide)

Table 3: Hasil Wawancara Bersama Museum Guide

No.	Pertanyaan	Hasil Wawancara	Kesimpulan
I.	Pemahaman Umum dan Pengalaman	<p>Narasumber A menyampaikan bahwa selama 35 tahun menjadi pemandu, ia melihat pentingnya mendalami sejarah dan karakteristik museum agar penyampaian cerita lebih kuat.</p> <p>Narasumber S juga menekankan bahwa pemahaman konteks sejarah dan isi koleksi museum sangat berpengaruh dalam memberikan pengalaman yang mendalam bagi pengunjung.</p> <p>Sedangkan Narasumber P mengaku masih terus belajar untuk memperdalam isi sejarah museum agar bisa menjawab kebutuhan pengunjung yang lebih kritis, khususnya anak</p>	<p>Ketiga narasumber yang diwawancarai menyatakan bahwa pemahaman yang mendalam tentang sejarah dan pengalaman bertahun-tahun sebagai pemandu sangat mendukung dalam menyampaikan narasi kepada para pengunjung. Pengalaman ini berfungsi sebagai modal utama untuk membangun rasa percaya diri saat menjelaskan narasi sejarah, serta menyesuaikannya dengan karakteristik pengunjung yang selalu terus berubah</p>

		muda.	
II.	Strategi Naratif	<p>Narasumber A menjelaskan bahwa pendekatan naratif yang digunakan adalah alur waktu, mengajak pengunjung memahami sejarah dari masa ke masa dengan gaya bercerita yang mengalir.</p> <p>Sementara itu, Narasumber P menggunakan pendekatan narasi yang lebih komunikatif, kadang disesuaikan dengan karakter pengunjung.</p> <p>Narasumber S mengandalkan cerita dari tokoh-tokoh bersejarah untuk membangun imajinasi dan keterhubungan.</p>	<p>Setiap pemandu memiliki metode tersendiri dalam menyampaikan kisah sejarah. Ada yang memilih untuk bercerita berdasarkan urutan waktu yang sistematis, sementara ada pula yang lebih mengedepankan tokoh-tokoh penting agar cerita terasa lebih menarik. Beberapa pemandu juga menyesuaikan gaya bercerita dengan jenis pengunjung yang mereka temui. Hal ini menunjukkan bahwa pendekatan bercerita dapat disesuaikan, namun tetap bertujuan untuk menciptakan pengalaman yang mudah dipahami dan berkesan.</p>
III.	Visualisasi Sejarah	<p>Narasumber S menilai bahwa visualisasi seperti diorama, lukisan, dan tata ruang sangat membantu menyampaikan suasana masa lampau.</p> <p>Narasumber A juga mengakui bahwa elemen visual sangat mendukung penyampaian, terutama bagi pengunjung yang visual.</p> <p>Narasumber P menambahkan bahwa teknologi seperti ruang imersif juga mulai membantu menarik perhatian pengunjung muda karena terasa lebih hidup dan tidak membosankan.</p>	<p>Visualisasi dipandang sebagai bagian penting dalam memperkuat narasi. Objek nyata seperti diorama, tata ruang, dan karya seni membantu menggambarkan kondisi masa lalu, khususnya bagi orang-orang yang lebih mudah memahami cerita Sejarah melalui pandangan visual. Inovasi baru seperti ruang imersif mulai terasa dampaknya, karena mampu menarik minat pengunjung muda melalui pengalaman yang lebih nyata dan melibatkan.</p>
IV.	Komunikasi dengan Generasi Z	<p>Ketiga Narasumber sepakat bahwa generasi Z membutuhkan pendekatan komunikasi yang lebih santai, cepat, dan interaktif.</p>	<p>Para pemandu sepakat bahwa untuk menarik perhatian generasi Z, cara berkomunikasi perlu dibuat</p>

		<p>Narasumber A menyebut pentingnya membangun koneksi emosional dan menjelaskan sejarah dalam bahasa sehari-hari.</p> <p>Narasumber P menekankan bahwa Gen Z cenderung bosan jika penyampaian terlalu formal.</p> <p>Narasumber S menilai bahwa komunikasi harus dua arah, dengan pemandu memberi ruang untuk diskusi dan pertanyaan.</p>	<p>lebih santai dan tidak terlalu formal. Penggunaan bahasa sehari-hari, dan menciptakan kedekatan emosional adalah faktor utama agar generasi Z tidak hanya mendengarkan, tetapi juga merasakan keterlibatan dalam narasi yang disampaikan.</p>
V.	Respons dan Keterlibatan Pengunjung	<p>Menurut Narasumber S, pengunjung muda akan lebih terlibat jika mereka merasa diajak 'masuk' ke dalam cerita sejarah.</p> <p>Narasumber P mengatakan bahwa respons Gen Z cukup antusias ketika diberikan cerita yang relate dengan kehidupan mereka.</p> <p>Narasumber A menegaskan bahwa museum harus jadi ruang belajar yang menyenangkan, bukan hanya tempat melihat benda mati.</p>	<p>Respon dari Gen Z dianggap positif saat cerita disajikan dengan cara yang sesuai dan mudah untuk dipahami. Ketika pengunjung merasa ada hubungan antara narasi yang disampaikan dengan kehidupan sehari-hari atau isu yang mereka kenal, mereka menjadi lebih terlibat dan berminat untuk menggali lebih dalam. Museum tidak lagi dianggap sebagai lokasi yang kaku, melainkan sebagai ruang untuk eksplorasi dan pengalaman.</p>
VI.	Pengembangan	<p>Narasumber A berharap adanya pelatihan rutin untuk pemandu agar lebih adaptif terhadap perkembangan zaman.</p> <p>Narasumber P mengusulkan pemanfaatan media digital dan sosial media untuk mendekatkan museum ke generasi muda. Sementara itu,</p> <p>Narasumber S menekankan pentingnya memperbaharui konten narasi dan menambahkan elemen</p>	<p>Semua narasumber yang terlibat memahami bahwa inovasi sangat penting agar museum bisa terus relevan. Program pelatihan berkala untuk pemandu, pemanfaatan media sosial, serta pembaruan pada konten dan alat presentasi dianggap sebagai langkah penting untuk menjaga agar penyampaian informasi sejarah tetap menarik dan mampu menjangkau generasi muda yang berada</p>

		interaktif di ruang pameran untuk mendukung pembelajaran yang menyenangkan.	di zaman digital.
--	--	---	-------------------

Sumber: Data diolah, 2025

Table 4: Hasil Wawancara Gen z

No.	Pertanyaan	Hasil Wawancara	Kesimpulan
1	Apa alasan utama Anda mengunjungi Museum Sejarah Jakarta hari ini?	Narasumber N dan Z menyampaikan bahwa mereka datang ke museum karena tugas kampus sekaligus wisata. Sedangkan Narasumber T menyebutkan bahwa ia datang karena ketertarikannya terhadap sejarah, terutama sejarah Jakarta.	Mayoritas narasumber datang karena tuntutan akademis, namun ada juga yang datang atas ketertarikan pribadi terhadap sejarah.
2	Bagaimana kesan pertama Anda terhadap penyampaian informasi sejarah oleh pemandu museum?	Ketiga narasumber (N, Z, dan T) sepakat bahwa penyampaian dari pemandu cukup informatif. Namun, N dan Z merasa penyampaian masih terasa formal dan agak kaku. Berbeda dengan T yang merasa penyampaiannya menarik dan seperti bercerita.	Penyampaian informasi oleh pemandu dianggap cukup baik, namun pendekatan yang lebih naratif dan santai lebih disukai oleh Gen Z.
3	Apakah narasi yang disampaikan oleh pemandu mudah dipahami?	Ketiga narasumber (N, Z, dan T) mengatakan bahwa narasi yang disampaikan cukup mudah dipahami, meskipun Z menyebutkan beberapa bagian terasa kurang familiar.	Secara umum, narasi dianggap mudah dipahami, meskipun penggunaan istilah atau konteks tertentu masih perlu disesuaikan dengan referensi Gen Z.
4	Media visual apa yang paling membantu Anda memahami sejarah di museum ini?	Narasumber N dan Z menyukai artefak dan media interaktif seperti VR dan ruang imersif karena memberikan pengalaman visual yang lebih nyata. Sementara Narasumber T sangat menikmati ruang	Media visual berbasis teknologi seperti ruang imersif dan VR menjadi sarana paling efektif dalam menarik minat dan meningkatkan pemahaman Gen Z.

		imersif dan peta interaktif.	
5	Apakah Anda ingin kembali ke museum ini atau merekomendasikan ke teman Anda?	Ketiga narasumber menyatakan ingin kembali lagi. N menyukai karena akses ruang imersif yang gratis dan menarik. Z merasa koleksi museum cukup lengkap. T merasa museum ini estetik, edukatif, dan layak direkomendasikan.	Ketiga narasumber menunjukkan minat untuk kembali serta merekomendasikan museum kepada rekan sebayanya, menandakan pengalaman kunjungan yang positif.
6	Apa saran Anda untuk pemandu museum agar penyampaian lebih menarik bagi Gen Z?	Narasumber N dan Z menyarankan agar penyampaian lebih santai dan tidak terlalu formal. Mereka juga menyarankan adanya kuis atau podcast singkat. Sedangkan Narasumber T menambahkan agar pemandu menyisipkan referensi budaya populer atau meme yang relevan.	Pemandu diharapkan mampu menyesuaikan gaya penyampaian dengan karakteristik Gen Z, seperti menggunakan pendekatan santai, interaktif, dan kontekstual.

Sumber: Data diolah, 2025

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendekatan naratif dan visual yang diterapkan oleh pemandu di Museum Sejarah Jakarta sangat berpengaruh dalam menciptakan pengalaman kunjungan yang berarti bagi Generasi Z. Pemandu museum cenderung mengadopsi pendekatan naratif yang adaptif, menggabungkan alur kronologis dan tematik. Mereka aktif menggunakan unsur tokoh, konflik, dan *storytelling* yang emosional untuk menciptakan kedekatan dengan pengunjung muda. Pendekatan ini sejalan dengan teori Fisher (dalam Meriwether Ball, 2022) yang menyatakan bahwa manusia lebih mudah memahami makna melalui cerita daripada informasi logis semata. Narasi yang disesuaikan dengan audiens, seperti Gen Z, dapat meningkatkan pemahaman dan keterlibatan mereka (Jahn dalam Septriani, 2017). Pemandu juga berupaya mengikuti perkembangan zaman dan menggunakan bahasa yang akrab dengan anak muda, seperti istilah "nongki", untuk menghidupkan suasana.

Strategi visual memiliki peranan krusial dalam memperkuat narasi. Diorama, lukisan, dan tata ruang membantu menyampaikan suasana masa lampau. Lebih lanjut, teknologi seperti ruang imersif, peta interaktif, dan teknologi AR/VR terbukti sangat efektif dalam menarik perhatian pengunjung muda karena terasa lebih hidup dan tidak membosankan. Penggunaan media interaktif ini konsisten dengan teori Hall (1997) mengenai budaya visual, yang menyatakan bahwa simbol dan penampilan visual memiliki kekuatan dalam membentuk makna. Media visual berbasis teknologi membuat sejarah tidak hanya informatif tetapi juga imersif dan menarik, sesuai dengan preferensi Gen Z yang menyukai konten singkat, padat, dan visual (Seemiller & Grace, 2016).

Pemandu sepakat bahwa Gen Z membutuhkan pendekatan komunikasi yang lebih santai, cepat, dan interaktif. Mereka menekankan pentingnya membangun

koneksi emosional, menjelaskan sejarah dalam bahasa sehari-hari, dan mendorong interaksi dua arah. Dari sisi pengunjung Gen Z, mereka menunjukkan respons positif terhadap cara penyampaian yang santai dan interaktif, bahkan menyarankan pemandu untuk menyertakan kuis, podcast singkat, atau referensi budaya populer/meme yang relevan. Ini memperkuat pandangan Pine & Gilmore (2019) tentang *experience economy*, di mana Gen Z lebih menyukai pengalaman daripada sekadar informasi. Pemandu yang berpengalaman lebih lama menunjukkan kemampuan lebih dalam menyesuaikan tempo komunikasi dan mengenali kebutuhan pengunjung, sejalan dengan pendapat Devito (2016) bahwa komunikasi yang berhasil tidak hanya terfokus pada isi cerita, tetapi juga pada cara penyampaian melalui ekspresi non-verbal.

Pengunjung Gen Z menunjukkan antusiasme tinggi ketika narasi sejarah disampaikan secara relevan dan kontekstual, terutama bila dikaitkan dengan isu-isu kekinian atau pengalaman pribadi mereka. Mereka merasa lebih terlibat jika diajak 'masuk' ke dalam cerita sejarah, menunjukkan bahwa minat mereka terhadap sejarah dapat tumbuh dengan pendekatan yang tepat. Tantangan terbesar dalam menyampaikan narasi sejarah secara efektif kepada Gen Z adalah menjaga agar penyampaian tidak monoton dan membosankan, serta memastikan akurasi historis. Pemandu harus memiliki "bumbu" dalam bercerita. Inovasi sangat penting agar museum tetap relevan, termasuk pelatihan rutin untuk pemandu, pemanfaatan media digital dan sosial media, serta pembaruan konten narasi dan penambahan elemen interaktif di ruang pameran.

CONCLUSION

Penelitian ini menyimpulkan bahwa keberhasilan penyampaian informasi sejarah kepada Generasi Z di Museum Sejarah Jakarta sangat bergantung pada kombinasi strategi naratif yang hidup, visualisasi yang menarik, dan pendekatan komunikasi yang menyesuaikan dengan pola pikir serta preferensi Gen Z. Pemandu museum secara efektif menggabungkan pendekatan kronologis dan tematik, serta aktif menggunakan unsur tokoh, konflik, dan *storytelling* emosional untuk menciptakan kedekatan dengan pengunjung muda. Media visual seperti ruang imersif, video, artefak interaktif, dan teknologi VR/AR memainkan peran penting dalam membangun keterlibatan emosional dan pemahaman intelektual Gen Z, membuat informasi sejarah lebih konkret dan menarik. Gaya komunikasi pemandu turut disesuaikan dengan karakteristik Generasi Z, yang lebih menyukai pendekatan informal, interaktif, dan menyenangkan, dengan penggunaan bahasa yang ringan, humor, referensi budaya populer, serta interaksi dua arah. Generasi Z menunjukkan antusiasme tinggi ketika narasi sejarah disampaikan secara relevan dan kontekstual, terutama bila dikaitkan dengan isu-isu kekinian atau pengalaman pribadi mereka. Tantangan utama terletak pada konsistensi dalam kualitas penyampaian dan kemampuan pemandu dalam mengembangkan pendekatan kreatif. Oleh karena itu, pelatihan berkelanjutan, literasi teknologi, dan pemahaman audiens menjadi aspek penting yang perlu diperkuat. Strategi ini tidak hanya membuat museum menjadi lebih menarik di era digital, namun juga menjadikannya ruang belajar yang interaktif, inovatif, menyenangkan, dan berkesan bagi generasi muda.

REFERENCES

- Adaval, R., & Wyer, R. S. (2017). Narrative processing: The integration of narrative information with other information sources. *Journal of Consumer Psychology*, 27(4), 497-514.

- Alruthaya, A., et al. (2021). Digital native behaviors in Generation Z: Technology, learning, and adaptation. *Journal of Educational Technology*, 15(3), 112–124.
- Ariani, D. (2015). *Sejarah dan koleksi Museum Sejarah Jakarta*. Jakarta: Direktorat Jenderal Kebudayaan, Kemdikbud.
- Badan Pusat Statistik. (2023). *Sensus Penduduk 2020*. Jakarta: BPS.
- Creswell, J. W. (2016). *Research design: Qualitative, quantitative, and mixed methods approaches* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Devito, J. A. (2016). *The interpersonal communication book* (14th ed.). Boston: Pearson Education.
- Dimock, M. (2019). *Defining generations: Where Millennials end and Generation Z begins*. Pew Research Center.
- Fisher, W. R. (1984). Narrative as a human communication paradigm: The case of public moral argument. *Communication Monographs*, 51(1), 1–22.
- Fludernik, M. (2009). *An introduction to narratology*. London: Routledge. (Dikutip dalam Septriani, 2017).
- Fog, K., Budtz, C., & Yakaboylu, B. (2021). *Storytelling: Branding in practice*. Berlin: Springer.
- Hall, S. (1997). *Representation: Cultural representations and signifying practices*. London: Sage Publications.
- Maulana, A., & Nugroho, S. (2018). Narasi dalam komunikasi publik. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(2), 145–158.
- Miles, M. B., & Huberman, A. A. (1994). *Qualitative data analysis: An expanded sourcebook* (2nd ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications. (Dikutip dalam Sugiyono, 2019).
- Moleong, L. J. (2017). *Metodologi penelitian kualitatif*. Bandung: PT Remaja Rosdakarya.
- Molyneux, L., et al. (2022). Information overload and news consumption in the digital age. *Digital Journalism*, 10(4), 557–574.
- Patton, M. Q. (2015). *Qualitative research & evaluation methods* (4th ed.). Thousand Oaks, CA: Sage Publications.
- Pine, B. J., & Gilmore, J. H. (2019). *The experience economy*. Boston: Harvard Business Review Press.
- Pino, G., & Di Pietro, L. (2023). Interactive storytelling in cultural heritage: Engaging Generation Z. *Museum Management and Curatorship*, 38(1), 56–74.
- Seemiller, C., & Grace, M. (2016). *Generation Z goes to college*. San Francisco: Jossey-Bass.
- Septriani, I. (2017). Strategi naratif dalam komunikasi. *Jurnal Komunikasi*, 9(1), 23–35.
- Sugiyono. (2016). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D*. Bandung: Alfabeta.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian kuantitatif, kualitatif, dan R&D* (Edisi revisi). Bandung: Alfabeta.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. Yogyakarta: Literasi Media Publishing.
- Twenge, J. M. (2017). *iGen: Why today's super-connected kids are growing up less rebellious, more tolerant, less happy – and completely unprepared for adulthood*. New York: Atria Books.