

ANALISIS KETERAMPILAN LITERASI MEMBACA DIGITAL GENERASI Z DALAM MENGIDENTIFIKASI BERITA HOAKS DI ERA DIGITAL

Sri Maryani¹⁾, Ratna Rizky Wulandari²⁾

Pendidikan Bahasa Indonesia, Universitas Siliwangi¹⁾, Teknik Kimia, Politeknik TEDC²⁾

Email: srimaryani@unsil.ac.id¹⁾, ratnarizky@poltektedc.ac.id²⁾

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis keterampilan literasi membaca digital Generasi Z dalam mengidentifikasi berita hoaks di era digital, di mana informasi tersebar dengan cepat melalui berbagai platform. Menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif, dengan 74 responden dari kalangan Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Data diperoleh melalui kuesioner yang dirancang untuk mengevaluasi pemahaman dan praktik mereka dalam menyikapi berita hoaks. Hasil penelitian menunjukkan bahwa 98,6% responden menyadari keberadaan berita hoaks, dan 89,2% di antaranya melakukan verifikasi informasi sebelum menerimanya. Meskipun demikian, hanya 64% yang merasa yakin dengan kemampuan mereka dalam menilai kredibilitas sumber informasi. Media sosial, seperti WhatsApp dan TikTok, teridentifikasi sebagai sumber utama berita, yang berpotensi memperbesar risiko paparan terhadap informasi yang tidak akurat. Temuan ini mengindikasikan adanya kesenjangan antara kesadaran dan keterampilan evaluatif yang dimiliki oleh Generasi Z. Oleh karena itu, pengembangan program literasi digital yang lebih komprehensif di sekolah dan komunitas dinilai penting untuk memperkuat kemampuan kritis mereka dalam menghadapi informasi yang berpotensi menyesatkan. Penelitian ini membuktikan bahwa tanpa keterampilan literasi membaca digital yang memadai, Generasi Z berisiko terjebak dalam arus misinformasi yang dapat memengaruhi pandangan politik, kesehatan, dan isu sosial lainnya.

Kata Kunci: Literasi Digital, Literasi Membaca Digital, Generasi Z, Berita Hoaks.

Abstract

This study aims to analyze Generation Z's digital reading literacy skills in identifying hoaxes in the digital era, where information spreads rapidly across various platforms. Employing a qualitative approach with descriptive analysis methods, this research involved 74 respondents from Generation Z, born between 1997 and 2012. Data were collected via a questionnaire to evaluate their understanding and practices regarding hoax news. The research findings indicate that 98.6% of respondents are aware of hoaxes, and 89.2% verify information before accepting it. However, only 64% feel confident in their ability to assess the credibility of information sources. Social media, particularly WhatsApp and TikTok, were identified as the main news sources, which potentially increases the risk of exposure to inaccurate information. These findings indicate a gap between awareness and evaluative skills possessed by Generation Z. Therefore, developing more comprehensive digital literacy programs in schools and communities is deemed necessary to enhance their critical abilities in confronting potentially misleading information. This study proves that without adequate digital reading literacy skills, Generation Z is at risk of being caught in the tide of misinformation that could influence political views, health perspectives, and other social issues.

Keywords: Digital Literacy, Digital Reading Literacy, Generation Z, Hoax News.

I. PENDAHULUAN

Pada abad ke-21, perkembangan teknologi informasi dan komunikasi telah mengubah cara manusia mengakses dan memproses informasi. Khususnya bagi Generasi Z, generasi yang lahir dalam rentang waktu antara 1997 hingga 2012, segala aspek kehidupan telah terintegrasi dengan dunia digital (Asufie & Aripkha, 2023; Wijaya, 2020; Agustina, dkk, 2024). Generasi Z tumbuh dengan perangkat canggih di tangan dan akses internet yang hampir tanpa batas. Walaupun memberi banyak kemudahan, era digital juga membawa tantangan tersendiri, salah satunya adalah penyebaran berita hoaks yang semakin marak.

Berita hoaks atau informasi palsu bukan hal baru, tetapi di era digital, penyebarannya jauh lebih cepat dan luas, menjangkau audiens yang lebih besar dalam waktu singkat. Keberadaan berita hoaks dapat memicu kegaduhan sosial, ketidakpercayaan, bahkan mempengaruhi pilihan politik dan perilaku

sosial masyarakat (Arrozi, 2021; Zahro, dkk, 2023). Generasi Z penting untuk memiliki keterampilan literasi membaca digital yang baik untuk dapat mengidentifikasi dan menilai keakuratan informasi yang mereka terima (Belvar, dkk, 2024, Wanda, 2023).

Literasi membaca digital bukan hanya sekadar kemampuan membaca teks, melainkan juga melibatkan analisis terhadap sumber, konteks, dan tujuan dari informasi (Hadi, 2023; Ahyar & Zumrotun, 2023; Safrudin & Sesmiarni, 2022). Generasi Z perlu dilatih untuk berpikir kritis dalam menghadapi berbagai informasi yang muncul di platform digital, mulai dari media sosial, blog, hingga berita *online*. Tanpa keterampilan ini, generasi Z bisa terjebak dalam arus informasi yang menyesatkan dan tidak akurat.

Jika Generasi Z terjebak dalam arus informasi yang menyesatkan dan tidak akurat, dampaknya bisa sangat serius. Misalnya, mereka bisa mengadopsi pandangan atau opini yang salah tentang isu-isu

penting, seperti politik, kesehatan, atau perubahan iklim. Ketika generasi Z menerima informasi yang salah sebagai kebenaran, mereka berpotensi menyebarkan misinformasi ini ke orang lain, memperkuat siklus informasi yang buruk, dan mengaburkan fakta yang seharusnya dipahami. Hal ini bisa mengarah pada ketidakpercayaan terhadap sumber informasi yang kredibel dan mengurangi kemampuan mereka untuk membuat keputusan yang informasional dan beralasan.

Selain itu, ketidakmampuan untuk berpikir kritis juga bisa membuat mereka rentan terhadap manipulasi, baik dari individu maupun kelompok dengan agenda tertentu. (Lubis, dkk, 2023). Misalnya, mereka mungkin jadi sasaran berita palsu atau propaganda yang bisa mempengaruhi sikap dan perilaku mereka dalam kehidupan sehari-hari. Akibatnya, sikap kritis yang seharusnya bisa membawa perubahan positif dalam masyarakat justru terhambat, dan ini bisa memperburuk masalah sosial dan politik yang ada.

Berbagai faktor turut mempengaruhi kemampuan literasi membaca digital ini. Pendidikan formal, pola asuh, hingga lingkungan sosial dapat sangat memengaruhi bagaimana Generasi Z memahami dan berinteraksi dengan informasi digital (Fitri & Ulya, 2022). Penelitian ini bertujuan untuk menggali secara mendalam keterampilan literasi membaca digital generasi Z serta bagaimana mengidentifikasi berita hoaks di tengah beragamnya informasi yang ada.

Melalui penelitian ini, diharapkan akan diperoleh wawasan yang dapat digunakan untuk mendukung pengembangan program pendidikan literasi digital yang lebih baik, sehingga Generasi Z dapat menjadi konsumen informasi yang cerdas dan kritis.

II. LANDASAN TEORI

A. Literasi Membaca Digital

Literasi digital adalah keterampilan untuk memahami, memanfaatkan, dan menciptakan informasi dengan teknologi digital. Ini mencakup kemampuan seperti membaca, menulis, melakukan penelitian, dan berpikir kritis dalam dunia digital (Mardina, 2017, Sutrisna, 2020).

Literasi membaca digital merupakan suatu pendekatan yang fokus pada kemampuan individu dalam berinteraksi dengan teks-teks yang ada di lingkungan digital (Suwandi, 2022; Moento, 2023). Teori ini berkembang seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang merubah cara kita mengakses, memahami, dan mengevaluasi informasi. Literasi membaca digital melibatkan keterampilan untuk menganalisis konten, memahami konteks, dan melakukan penilaian kritis terhadap informasi online (Amaly & Armiah, 2021). Pembaca tidak hanya mengambil informasi secara pasif, tetapi aktif mengevaluasi, menganalisis, dan mengaitkan informasi dari berbagai sumber.

B. Karakteristik Generasi Z

Generasi Z, yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, adalah generasi yang tumbuh di era digital yang sangat pesat (Sari & Yendi, 2020). Mereka dikenal sebagai digital *natives* karena tidak mengenal dunia tanpa internet, sehingga keterampilan digital sudah menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari (Ekasani & Kuswinarno, 2024). Generasi ini cenderung lebih skeptis dan kritis terhadap informasi, sering kali mengecek fakta sebelum mempercayai sesuatu, terutama karena banyaknya berita hoaks di media sosial (Fitriyani, 2024). Mereka juga memiliki kesadaran tinggi terhadap isu-isu sosial dan lingkungan, aktif terlibat dalam gerakan sosial seperti perubahan iklim dan kesetaraan gender (Munir, dkk, 2024). Gen Z tumbuh di dunia yang multikultural dan lebih terbuka terhadap perbedaan, menjadikan mereka cenderung lebih toleran. Kesehatan mental juga menjadi perhatian signifikan bagi generasi ini; mereka lebih terbuka membicarakan masalah tersebut dan mencari dukungan, mengedepankan keseimbangan antara kehidupan pribadi dan profesional. Dengan berbagai karakteristik ini, Generasi Z diharapkan dapat menjadi agen perubahan yang akan membentuk masa depan masyarakat kita (Zafila & Purnairawan, 2024).

C. Berita Hoaks

Berita hoaks didefinisikan sebagai informasi yang salah atau menyesatkan yang disebarluaskan dengan tujuan membingungkan atau mempengaruhi pendapat publik (Lubis, 2023). Berita hoaks dapat memiliki dampak serius, terutama di kalangan generasi muda yang berinteraksi aktif di platform digital.

Dalam era digital sekarang ini, penyebaran hoaks semakin cepat dan luas, sering kali membuat orang-orang percaya tanpa memverifikasi kebenarannya. Penyebab utama munculnya berita hoaks bisa bervariasi, mulai dari niat jahat untuk menyesatkan, hingga upaya untuk mendapatkan klik atau perhatian publik. Istilah "clickbait" juga sering digunakan untuk menggambarkan judul yang mengundang sensasi, padahal isi beritanya tidak sesuai atau bahkan salah.

Dampak dari berita hoaks cukup serius, mengganggu stabilitas sosial, menciptakan polarisasi di masyarakat, dan merugikan individu atau kelompok tertentu (Mahmud, A. (2024). Setiap orang harus lebih kritis, memeriksa sumber informasi, dan saling berbagi pengetahuan tentang cara membedakan berita yang benar dan yang hoaks, demi menjaga informasi yang akurat dan berkualitas di tengah badai informasi yang ada.

D. Kemampuan Identifikasi Berita Hoaks:

Kemampuan untuk mengidentifikasi berita hoaks melibatkan keterampilan analitis dan kritis dalam menilai kredibilitas sumber informasi. Pentingnya pelatihan literasi informasi untuk

meningkatkan kemampuan ini di kalangan netizen (Makmur & Samsudin, 2022).

Kemampuan untuk mengidentifikasi berita hoaks sangat penting di zaman informasi saat ini, di mana konten palsu dapat menyebar dengan cepat melalui media sosial. Pertama, penting untuk memeriksa sumber berita; pastikan informasi berasal dari *outlet* berita yang terpercaya dan punya reputasi baik. Selain itu, perhatikan tanda-tanda lain seperti penggunaan bahasa yang emosional atau provokatif yang sering kali digunakan untuk menarik perhatian, dan cek fakta yang disajikan. Membandingkan dengan berita dari sumber lain juga bisa membantu, karena berita yang valid biasanya dilaporkan oleh berbagai *outlet* secara bersamaan. Bisa juga menggunakan alat verifikasi atau situs pengecekan fakta untuk memastikan kebenaran informasi.

E. Pentingnya Literasi Digital dalam Menghadapi Hoaks

Literasi digital menjadi faktor kunci dalam membekali Gen Z untuk mengenali dan menanggapi hoaks secara efektif. Individu dengan keterampilan literasi digital yang baik lebih mampu menilai kebenaran informasi (Ammar, 2023).

Literasi digital merupakan keterampilan yang sangat penting di era informasi modern ini, terutama untuk menghadapi berbagai bentuk hoaks yang menyebar dengan cepat di media sosial. Ketika seseorang memiliki keterampilan literasi digital yang baik, mereka bisa lebih kritis dalam mengevaluasi informasi. Literasi digital juga membantu meningkatkan kesadaran tentang teknik manipulasi yang sering digunakan oleh penyebar hoaks, seperti clickbait atau penggunaan gambar yang menyesatkan.

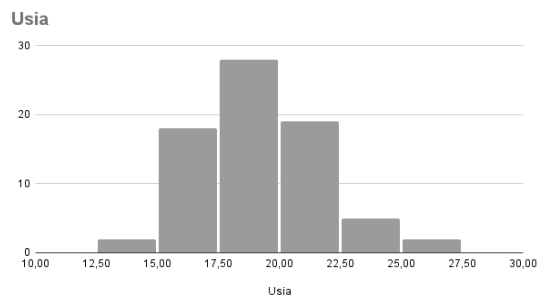
III. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif dengan metode analisis deskriptif untuk menyelidiki persepsi dan pengalaman Generasi Z terkait literasi membaca digital serta kemampuan mereka dalam mengidentifikasi berita hoaks. Teknik pengumpulan data yang digunakan adalah kuesioner yang disebar secara online. Penentuan sampel menggunakan teknik random sampling. Kuesioner ini terdiri dari beberapa pertanyaan yang dirancang untuk menggali informasi mengenai tingkat literasi membaca digital, kemampuan responden dalam mengenali berita hoaks, serta pengaruh media sosial terhadap kecenderungan mereka dalam mengonsumsi informasi. Populasi dari penelitian ini adalah Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial, dan sampel diambil secara purposive dengan kriteria tertentu. Kriteria yang digunakan meliputi usia (lahir antara tahun 1997-2012), tingkat pendidikan (mahasiswa atau lulusan SMA/SMK), dan intensitas penggunaan media sosial (aktif menggunakan media sosial minimal 3 jam per hari). Data yang dikumpulkan melalui kuesioner dianalisis secara deskriptif serta hasil analisis ini diinterpretasikan untuk memahami hubungan antara

literasi membaca digital dan kemampuan identifikasi berita hoaks.

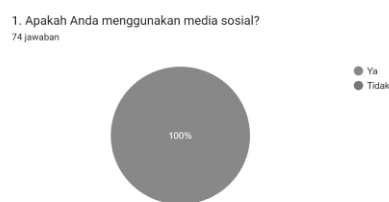
IV. HASIL DAN PEMBAHASAN

Berdasarkan pengisian kuesioner oleh 74 responden, ditemukan bahwa 56,8% responden adalah perempuan, sementara 43,2% adalah laki-laki. Semua responden yang terlibat adalah Generasi Z yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012.



Gambar 1. Grafik Usia Responden

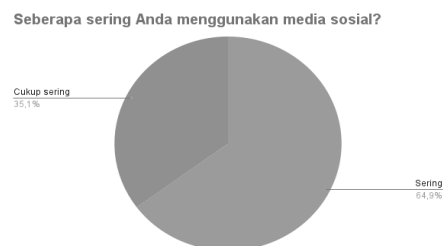
Poin pertama dalam Gambar 1 yang dibahas dalam kuesioner yaitu penggunaan media sosial pada generasi Z



Gambar 2. Pengakses Media Sosial

Hasil angket pada Gambar 2 menunjukkan bahwa 100% generasi Z menggunakan media sosial mengindikasikan bahwa media sosial telah menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari mereka. Generasi Z, yang biasanya didefinisikan sebagai mereka yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, tumbuh dalam era digital. Ini menegaskan bahwa mereka tidak hanya pengguna pasif, tetapi juga sangat terbiasa dalam memanfaatkan platform-platform tersebut untuk berbagai keperluan, mulai dari berkomunikasi, mencari informasi, hingga membangun identitas diri.

Secara ilmiah, temuan ini dapat dianalisis dalam konteks efek media sosial terhadap perilaku dan psikologi. Media sosial memberikan ruang untuk ekspresi diri, interaksi sosial, dan akses informasi yang lebih luas.



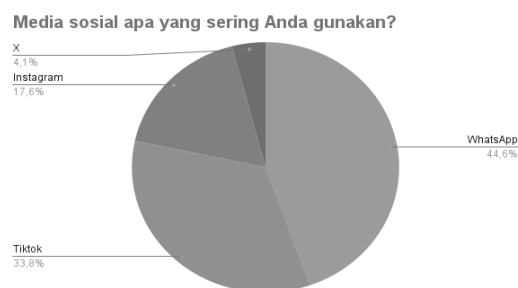
Gambar 3. Intensitas Menggunakan Media Sosial

Data dari Gambar 3 menunjukkan bahwa 64,9% responden menggunakan media sosial dengan frekuensi yang sering, sedangkan 35,1% responden melaporkan penggunaan yang cukup sering.

Dari hasil angket tersebut, dapat diketahui bahwa sebagian besar responden, yakni 64,9%, menggunakan media sosial dengan frekuensi yang sering. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi platform komunikasi yang dominan di kalangan responden, yang kemungkinan besar mencerminkan tren perilaku Generasi Z dan milenial yang lebih umum dalam menjalin interaksi sosial dan akses informasi.

Selain itu, 35,1% responden melaporkan penggunaan media sosial dengan frekuensi yang cukup sering. Meskipun angka ini lebih rendah dibandingkan dengan kelompok yang menggunakan media sosial secara sering, tetap menunjukkan adanya ketergantungan yang signifikan terhadap media sosial pada kelompok ini.

Selanjutnya, akan dibahas mengenai platform media sosial yang paling sering digunakan generasi Z.



Gambar 4. Media Sosial yang Sering Diakses

Data dari Gambar 4 diketahui bahwa platform media sosial yang paling dominan digunakan oleh Generasi Z adalah WhatsApp 44,6%, Tiktok 33,8%, Instagram 17,6%, dan X 4,1%.

Hasil angket ini memberikan wawasan yang menarik tentang penggunaan media sosial di kalangan Generasi Z. Dari data yang diperoleh, WhatsApp muncul sebagai platform yang paling dominan dengan persentase 44,6%. Ini menunjukkan bahwa WhatsApp dipandang sebagai alat komunikasi utama, mungkin karena fitur *chat*-nya yang praktis untuk berinteraksi secara langsung dan efisien.

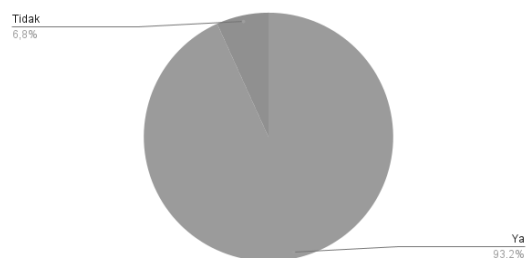
Selanjutnya, Tiktok dengan 33,8% menunjukkan bahwa Generasi Z sangat tertarik pada konten video singkat dan kreatif. Fenomena Tiktok merefleksikan kecenderungan konsumen yang lebih muda untuk mengonsumsi media yang interaktif dan menghibur, yang sesuai dengan gaya hidup mereka yang dinamis.

Instagram yang mencatat 17,6% menjadi platform ketiga, mengindikasikan bahwa meskipun fokusnya adalah pada berbagi foto dan video, daya tariknya masih cukup signifikan, meskipun sedikit menurun dibandingkan dengan dua platform sebelumnya.

Terdapat juga persentase 4,1% untuk X (yang sebelumnya dikenal sebagai Twitter), yang menunjukkan bahwa penggunaan platform ini di kalangan Generasi Z cenderung rendah. Hal ini bisa disebabkan oleh citra X yang lebih serius dan berbasis informasi, serta persaingan dari platform lain yang menawarkan pengalaman yang lebih visual dan interaktif.

Selanjutnya, pemanfaatan media sosial oleh Generasi Z untuk mencari berita.

Apakah Anda menggunakan media sosial untuk mencari berita?



Gambar 5. Akses Membuka Berita

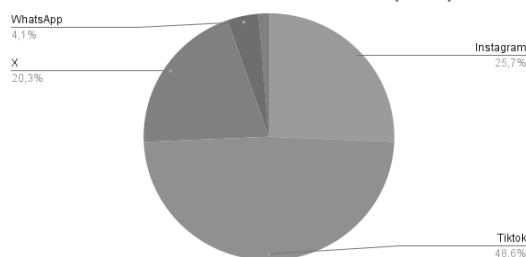
Gambar 5 menunjukkan sebanyak 6,8% responden tidak memanfaatkan media sosial untuk mencari berita, sedangkan sisanya, yaitu 93,2%, menggunakannya sebagai sumber informasi.

Dari hasil angket, terlihat bahwa sebagian besar responden, yaitu 93,2%, memanfaatkan media sosial sebagai sumber informasi untuk mencari berita. Hal ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi platform yang sangat efektif dan dominan dalam penyebaran berita di kalangan masyarakat.

Sebaliknya, hanya 6,8% responden yang tidak menggunakan media sosial untuk tujuan ini, yang mungkin disebabkan oleh ketidakpercayaan terhadap sumber informasi *online* atau adanya alternatif lainnya untuk mencari berita melalui saluran tradisional seperti TV, radio, atau surat kabar.

Kondisi ini menggambarkan pergeseran cara orang mengakses berita dan informasi, di mana media sosial berperan signifikan dalam membentuk pola konsumsi informasi.

Jika Ya, media sosial apakah yang sering Anda pakai untuk mencari berita tersebut? Jika tidak silahkan pilih opsi



Gambar 6. Jenis Media Sosial untuk Mengakses Berita

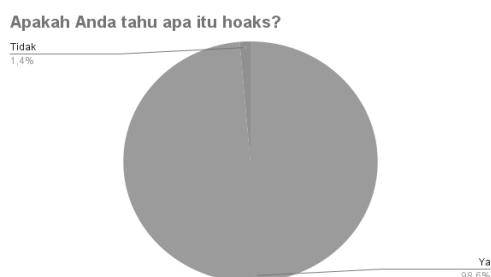
Dari data yang dianalisis pada Gambar 6 terlihat bahwa Tiktok menjadi platform dengan dominasi terbesar, mencapai 48,6% responden,

yang menandakan pengaruh signifikan platform ini dalam kehidupan sehari-hari Generasi Z, baik sebagai sumber informasi maupun hiburan.

Selanjutnya, Instagram diakses oleh 25,7% responden, mencerminkan ketertarikan yang tetap terhadap konten visual yang menarik. Platform X mencatat penggunaan sebesar 20,3%, yang mungkin mengindikasikan bahwa platform ini memiliki karakteristik atau tujuan tertentu yang menarik bagi segmen pengguna tertentu.

Sementara itu, WhatsApp, meskipun masih digunakan, hanya dipilih oleh 4,1% responden, menunjukkan bahwa aplikasi ini lebih mendominasi sebagai sarana komunikasi pribadi ketimbang sebagai saluran untuk memperoleh konten berita atau informasi. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menggambarkan pergeseran preferensi media sosial di kalangan Generasi Z menuju platform yang lebih interaktif dan menghibur.

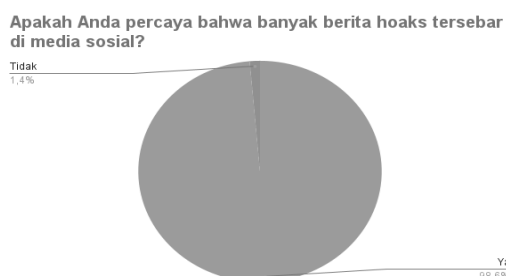
Poin keenam akan membahas tentang sejauh mana Generasi Z menyadari keberadaan hoaks.



Gambar 7. Kemampuan Membedakan Hoaks

Berdasarkan Gambar 7 dapat terlihat bahwa 98,6% dari responden Generasi Z menyadari keberadaan hoaks. Angka yang sangat tinggi ini mengindikasikan bahwa generasi ini memiliki tingkat kesadaran yang tinggi terhadap informasi yang beredar di media sosial. Salah satu faktor utama yang berkontribusi pada kesadaran ini adalah kepemilikan dan penggunaan media sosial sebagai sumber informasi utama oleh Generasi Z.

Hal ini menunjukkan bahwa Generasi Z telah mengembangkan kemampuan kritis dalam menilai dan memilah informasi yang mereka terima, mengingat banyaknya konten yang tidak terverifikasi yang beredar di platform-platform tersebut. Kesadaran ini penting, mengingat dampak negatif hoaks dapat mengacaukan pemahaman publik dan mempengaruhi perilaku sosial.



Gambar 8. Pengetahuan Penyebaran Hoaks

Tingkat pengetahuan responden terhadap berita hoaks yang beredar di media sosial dari Gambar 8 menunjukkan hasil yang signifikan, dengan 98,6% responden menyatakan bahwa mereka mengetahui tentang keberadaan berita hoaks. Sebaliknya, hanya 1,4% responden yang menunjukkan ketidakpahaman mengenai isu tersebut.

Hasil angket ini mencerminkan tingkat kesadaran yang sangat tinggi di kalangan responden mengenai berita hoaks di media sosial. Angka 98,6% menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki pemahaman yang baik tentang isu ini, yang mungkin dipengaruhi oleh akses informasi yang luas dan pendidikan yang lebih baik tentang literasi media.

Tingginya kesadaran ini pun penting, karena dapat mengarah pada perilaku lebih kritis dalam menyikapi informasi yang diterima, sehingga mengurangi penyebaran informasi yang salah. Di sisi lain, 1,4% responden yang tidak tahu menunjukkan masih ada sebagian kecil yang mungkin kurang terpapar informasi atau belum memiliki kemampuan untuk membedakan antara berita yang benar dan hoaks.

Poin ke delapan membahas mengenai bagaimana Generasi Z menentukan kebenaran berita di media sosial.



Gambar 9. Cara Mencari Tahu Kebenaran Informasi

Pada Gambar 9 dapat terlihat sebanyak 43,2% menentukan kebenaran berita dengan memeriksa sumber dan reputasi berita tersebut 36,5% mencari tahu di sumber berbeda, dan 20,3% membaca komentar dari sumber bersangkutan.

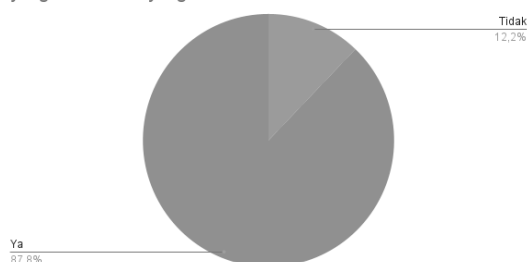
Hasil angket menunjukkan strategi yang beragam dalam menentukan kebenaran informasi berita di kalangan responden. Dengan 43,2% responden yang memeriksa sumber dan reputasi berita, ini menandakan adanya kesadaran kritis yang tinggi terhadap asal-usul informasi. Memverifikasi informasi melalui sumber berbeda yang dilakukan oleh 36,5% responden menunjukkan upaya untuk mendapatkan perspektif yang lebih luas dan mencegah penyebaran hoaks.

Sementara itu, 20,3% responden yang memilih untuk membaca komentar menunjukkan bahwa ada kecenderungan untuk mendapatkan validasi sosial atau opini dari orang lain sebelum memutuskan kebenaran sebuah berita. Hal ini juga mencerminkan

fenomena di mana interaksi sosial di media sangat mempengaruhi persepsi individu terhadap informasi.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa responden cenderung menggunakan pendekatan yang lebih analitis dan skeptis terhadap berita yang mereka konsumsi, meskipun masih ada yang bergantung pada opini publik di kolom komentar. Kesadaran ini penting dalam memerangi penyebaran berita hoaks di era digital saat ini.

Apakah Anda merasa yakin dalam membedakan antara berita yang faktual dan yang tidak?



Gambar 10. Keyakinan dalam Membedakan Hoax

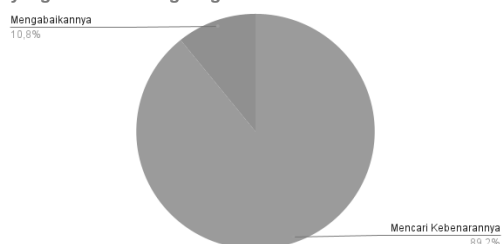
Sebanyak 87,8% responden menunjukkan keyakinan dalam membedakan antara berita yang faktual dan yang tidak faktual, sedangkan 12,2% responden merasa tidak yakin dalam kemampuan tersebut.

Hasil angket ini mencerminkan tingkat kepercayaan responden dalam membedakan berita faktual dan non-faktual. Dengan 87,8% responden merasa yakin, ini menunjukkan bahwa sebagian besar masyarakat memiliki kemampuan atau pemahaman yang baik dalam menganalisis informasi yang diterima. Hal ini bisa dipengaruhi oleh pendidikan, akses terhadap informasi yang akurat, atau peningkatan kesadaran tentang pentingnya literasi media.

Namun, 12,2% responden yang merasa tidak yakin menunjukkan adanya kelompok yang mungkin belum sepenuhnya memahami cara membedakan berita yang benar dan tidak. Ini bisa menjadi acuan untuk program literasi media yang lebih intensif, agar semua lapisan masyarakat memiliki pengetahuan dan keterampilan yang memadai dalam menghadapi berbagai informasi yang beredar, terutama di era digital yang penuh tantangan ini.

Poin terakhir membahas bagaimana Generasi Z menanggapi penyebaran hoaks di lingkungan mereka.

Bagaimana Anda menanggapi hoaks atau informasi palsu yang tersebar di lingkungan Anda?



Gambar 11. Tanggapan terhadap Berita Hoaks

Gamabr 11 menunjukkan sebanyak 89,2% responden menyatakan bahwa mereka melakukan pencarian kebenaran sebelum menerima suatu informasi, sementara 10,8% responden mengabaikan proses tersebut.

Dari pernyataan tersebut dapat terlihat mayoritas responden, yaitu 89,2%, memiliki kesadaran yang tinggi akan pentingnya verifikasi informasi sebelum diterima. Ini bisa diartikan bahwa mereka memahami dampak dari disinformasi dan lebih cenderung melakukan pencarian fakta untuk memastikan keakuratan informasi yang diterima.

Sebaliknya, 10,8% responden yang mengabaikan langkah ini menunjukkan adanya kelompok kecil yang mungkin kurang kritis atau masih mempercayai informasi tanpa memverifikasinya. Hal ini bisa disebabkan oleh berbagai faktor, seperti kurangnya pengetahuan tentang sumber informasi yang baik, tingkat pendidikan, atau trauma terhadap informasi yang sering berubah.

Secara keseluruhan, hasil ini mengindikasikan perilaku yang positif dalam literasi media di kalangan responden dan bisa menjadi dasar bagi pendidikan lebih lanjut mengenai pentingnya mengecek fakta.

V. KESIMPULAN DAN SARAN

A. Kesimpulan

Penelitian ini menunjukkan bahwa Generasi Z memiliki tingkat kesadaran tinggi terhadap berita hoaks, dengan 98,6% responden menyadari keberadaan informasi palsu. Sebagian besar responden (87,6%) merasa percaya diri dalam membedakan informasi yang benar dan hoaks serta menunjukkan kesediaan untuk melakukan verifikasi sebelum menerima informasi (89,2%). Penggunaan media sosial sebagai sumber berita sangat dominan, dengan WhatsApp dan Tiktok menjadi platform utama.

Kesimpulan dari penelitian ini menegaskan bahwa kemampuan literasi membaca digital pada Generasi Z memegang peranan yang krusial dalam mengidentifikasi berita hoaks di era digital. Meskipun Generasi Z menunjukkan tingkat kesadaran yang tinggi terhadap keberadaan hoaks, penting untuk menekankan bahwa keterampilan literasi yang mereka miliki perlu terus dikembangkan.mengurangi penyebaran hoaks di kalangan mereka.

B. Saran

Berikut beberapa saran yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan kemampuan literasi digital dan kesadaran mengenai informasi di kalangan Generasi Z.

1. Program pelatihan literasi membaca digital yang lebih intensif di sekolah-sekolah dan institusi pendidikan penting untuk dikembangkan. Fokuskan pada keterampilan verifikasi informasi dan berpikir kritis.
2. Platform media sosial sebaiknya bekerja sama dengan lembaga pendidikan untuk menyediakan

- alat dan sumber daya yang membantu pengguna mengenal tanda-tanda berita hoaks.
3. Lakukan kampanye kesadaran tentang bahaya hoaks yang menargetkan Generasi Z, dengan pendekatan yang menarik dan sesuai dengan cara mereka berkomunikasi dan mengakses informasi.
 4. Pendidikan Keluarga: Dorong orang tua untuk terlibat dalam pendidikan literasi membaca digital anak-anak mereka dengan mendiskusikan relevansi berita, cara mengidentifikasi hoaks, dan pentingnya mencari sumber yang terpercaya.
- DAFTAR PUSTAKA**
- Ahyar, A. M., & Zumrotun, E. (2023). Upaya Meningkatkan Budaya Literasi di Sekola Dasar Melalui Implementasi Progam Kampus Mengajar. *Attadrib: Jurnal Pendidikan Guru Madrasah Ibtidaiyah*, 6(2), 291-301.
- Agustina, R. S., Fajarani, M. A., Pratama, H. S., Ramadhon, R. A., & Becti, A. A. (2024). Revolusi Mental: Penguatan Pendidikan Karakter Dalam Membangun Moralitas Dan Etika Yang Baik Pada Generasi Z. *MANDUB: Jurnal Politik, Sosial, Hukum dan Humaniora*, 2(1), 01-11.
- Amaly, N., & Armiah, A. (2021). Peran Kompetensi Literasi Digital Terhadap Konten Hoaks dalam Media Sosial. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah*, 20(2), 43-52.
- Ammar, M. A. (2023). Pengaruh Media Sosial Sebagai Kunci Kesuksesan Literasi Digital Bagi Kalangan Pelajar. *JECTH: Journal Economy, technology, Social and Humanities*, 1(2).
- Arrozi, M. N. J. A. (2021). Komunikasi Anti Hoax: Upaya LDNU dalam Membangun Persepsi Masyarakat untuk Mencegah Berita Hoax Melalui Media Massa. *Al-Hikmah Media Dakwah, Komunikasi, Sosial dan Kebudayaan*, 12(2), 129-140.
- Asufie, K. N., & Aripkah, N. (2023). Literasi Digital Generasi Z dalam Konteks Pemberdayaan Masyarakat Era Society 5.0 di SMKN 1 Sendawar Kutai Barat. *Prosiding Semnaskom-Unram*, 5(1), 161-176.
- Belvar, A. N., Lestari, R. V. A., Diba, F. F., & ZA, M. F. (2024). Problematika keterampilan membaca pada generasi Z. *ARIMA: Jurnal Sosial Dan Humaniora*, 1(3), 195-204.
- Ekasani, D., & Kuswinarno, M. (2024). DIGITAL-NATIVE WORKFORCE: STRATEGI PENGEMBANGAN SDM UNTUK GENERASI Z. *Kohesi: Jurnal Sains dan Teknologi*, 5(5), 41-50.
- Fitriyani, A., Rosadi, A. D., Laila, F., Puspita, D., & Imron, A. (2024). Determinan Persepsi Perilaku Generasi Milenial Dengan Generasi Z Mempengaruhi Keputusan Dalam Pemilihan Umum Tahun 2024. *Journal Of Education Science*, 10(1), 14-24.
- Fitri, N. L., & Ulya, V. F. (2022). Kontrol Pola Asuh dalam Mengembangkan Kemampuan Literasi Dasar Anak Autis di Kota Tuban. *El Bidayah: Journal of Islamic Elementary Education*, 4(2), 213-227.
- Hadi, S. (2023). Optimalisasi Pembelajaran Digital: Meningkatkan Literasi Membaca dan Menulis di Kalangan Siswa Pada Pembelajaran Daring. *Maras: Jurnal Penelitian Multidisiplin*, 1(3), 591-606.
- Komara, D. A., & Widjaya, S. N. Memahami Perilaku Informasi Gen-Z dan Strategi Melawan Disinformasi: Sebuah Tinjauan Literatur Penggunaan Media Sosial. *Jurnal Pustaka Ilmiah*, 10(2), 155-174.
- Lubis, P., Mardianto, M., & Nasution, M. I. P. (2023). Gerakan Literasi Sekolah: Tantangan Literasi Di Era Digital Dan Cara Mengatasinya. *Jurnal Media Infotama*, 19(2), 487-496.
- Lubis, R. F. (2023). Kemampuan Literasi Media Mahasiswa Ilmu Perpustakaan dalam Menanggulangi Berita Hoaks di Media Sosial. *KOMUNIDA: Media Komunikasi dan Dakwah*, 13(1), 106-129.
- Mardina, R. (2017, May). Literasi digital bagi generasi digital natives. In *Prosiding Conference Paper*. May.
- Mahmud, A. (2024). Krisis identitas di kalangan generasi Z dalam perspektif patologi sosial pada era media sosial. *Jurnal Ushuluddin: Media Dialog Pemikiran Islam*, 26(2).
- Makmur, T., & Samsudin, D. (2022). Dinamika literasi informasi politik di kalangan aktivis mahasiswa islam. *Info Bibliotheca: Jurnal Perpustakaan dan Ilmu Informasi*, 3(2), 31-48.
- Moento, P. A., Tjilen, A. P., & Kontu, F. (2023). Literasi Media Sosial Bagi Anak di SD Inpres Semangga 2 Distrik Semagga Kabupaten Merauke. *Jurnal Transformasi Pendidikan Indonesia (JTPI)*, 1(1), 70-77.
- Munir, M., Achadi, M. W., & Baroroh, N. (2024). Peran Generasi Z Dalam Paradigma Geopolitik Indonesia. *Journal on Education*, 6(4), 20858-20868.
- Safrudin, S., & Sesmiarni, Z. (2022). Profesional guru pendidikan agama islam (PAI) dalam meningkatkan literasi di era digital. *Jurnal Kajian Ilmu Pendidikan (JKIP)*, 3(1), 43-53.
- Sari, I. P., Ildil, I., & Yendi, F. M. (2020). Konsep nomophobia pada remaja generasi Z. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 5(1), 21-26.
- Sutrisna, I. P. G. (2020). Gerakan literasi digital pada masa pandemi covid-19. *Stilistika: Jurnal Pendidikan Bahasa Dan Seni*, 8(2), 269-283.
- Suwandi, S. (2022, July). Pedagogi genre dan siberlogi dalam pembelajaran Bahasa Indonesia di era digital untuk mewujudkan kompetensi multiliterasi siswa. In *Seminar Nasional Program Studi Pendidikan Bahasa dan Sastra Indonesia Universitas Timor* (pp. 191-210).
- Wanda, E. M. (2023). Pengaruh Literasi Digital Pada Generasi Z Terhadap Pergaulan Sosial Di Era Kemajuan Ilmu Pengetahuan Dan Teknologi. *Jurnal Sosial Teknologi*, 3(12), 1035-1042.
- Wijaya, R. (2020). Model Kepemimpinan Nehemia dan Implikasinya bagi Pemimpin Generasi Z di

- Gereja (Doctoral dissertation, Sekolah Tinggi Teologi SAAT Malang).
- Zahro, S., Kamilah, M. N., Ardiansyah, M., Safitri, I. M., Naharina, P. S., & Waraswati, A. N. (2023). Kesadaran Berpolitik Di Indonesia. *JOCER: Journal of Civic Education Research*, 1(2), 49-64.
- Zafila, S. S., & Purnairawan, R. E. (2024). Budaya Lokal sebagai Sarana Pemulihan Trauma: Sebuah Studi pada Generasi Z di Indonesia. *Saneskara: Journal of Social Studies*, 1(2), 53-71.