JURNAL MEDIA DAN KOMUNIKASI
e-ISSN: 3030-945X | Volume 2 Nomor 2 Mei 2025 | Hal:34-39

PENGARUH MEDIA SOSIAL TERHADAP PERILAKU KONSUMSI INFORMASI DI KALANGAN GENERASI Z

Armanda Putri[1], Arif Ramadhan[2], Salsabila[3]
[1]Universitas Trisatya, Depok, Indonesia
[2,3]Institusi Teknologi Ilmu Komunikasi, Yogyakarta, Indonesia

[1]armanda_putri@ut.ac.id; [2]ariramadhan21@itik.ac.id; [3]salsabila12@gmail.com

Diterima tgl. 03/04/25 Direvisi tgl. 20/04/25 Disetujui tgl. 20/05/25

ABSTRACT

This study aims to analyze the influence of social media on information consumption behavior among Generation Z. With the rapid development of digital technology, social media has become the primary source of information for this generation. This research employs a quantitative method with a survey approach, where data is collected through questionnaires distributed to Generation Z respondents who actively use social media. The data analysis technique used is regression analysis to measure the influence of various factors, such as the type of platform used, frequency of access, and the level of trust in the information obtained. The findings indicate that social media significantly influences Generation Z's information consumption patterns. Most respondents prefer concise, visual, and easily accessible information over traditional news sources. Additionally, social media algorithms that tailor content to user preferences shape their information consumption patterns, which, in some cases, can lead to filter bubble and echo chamber effects. Another key finding reveals that although Generation Z has extensive access to informati on, they still face challenges in distinguishing accurate and credible news amidst widespread misinformation. The conclusion of this study is that social media plays a major role in shaping Generation Z's information consumption behavior, both positively, in terms of accessibility and diverse sources, and negatively, in terms of the spread of hoaxes and limited critical thinking towards received information. Therefore, more intensive digital literacy education is needed to help Generation Z become more discerning and critical consumers of information.

Keywords: *Social Media, Generation Z, Information Consumption, Digital Literacy, Misinformation.*

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumsi informasi di kalangan Generasi Z. Seiring dengan pesatnya perkembangan teknologi digital, media sosial telah menjadi sumber utama informasi bagi generasi ini. Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei, di mana data dikumpulkan melalui kuesioner yang disebarkan kepada responden Generasi Z yang aktif menggunakan media sosial. Teknik analisis data yang digunakan adalah analisis regresi untuk mengukur pengaruh berbagai faktor, seperti jenis platform yang digunakan, frekuensi akses, serta tingkat kepercayaan terhadap informasi yang diperoleh. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap pola konsumsi informasi Generasi Z. Sebagian besar responden lebih memilih informasi yang ringkas, visual, dan mudah diakses dibandingkan sumber berita tradisional. Selain itu, algoritma media sosial yang menyesuaikan konten dengan preferensi pengguna turut membentuk pola konsumsi informasi mereka, yang dalam beberapa kasus dapat menyebabkan efek filter bubble dan echo chamber. Temuan lain menunjukkan bahwa meskipun Generasi Z memiliki akses luas terhadap informasi, mereka masih menghadapi tantangan dalam memilah berita yang akurat dan kredibel di tengah maraknya misinformasi. Kesimpulan dari penelitian ini adalah bahwa media sosial berperan besar dalam membentuk perilaku konsumsi informasi Generasi Z, baik dalam aspek positif seperti kemudahan akses dan beragamnya sumber informasi, maupun dalam tantangan seperti penyebaran hoaks dan keterbatasan berpikir kritis terhadap informasi yang diterima. Oleh karena itu, diperlukan edukasi literasi digital yang lebih intensif agar Generasi Z dapat menjadi konsumen informasi yang lebih bijak dan kritis.

Kata Kunci: Media Sosial, Generasi Z, Konsumsi Informasi, Literasi Digital, Misinformasi.

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi digital telah membawa perubahan signifikan dalam cara individu mengakses dan mengonsumsi informasi. Di antara berbagai kelompok generasi, Generasi Z (kelahiran 1997–2012) menjadi kelompok yang paling terpengaruh oleh media sosial sebagai sumber utama informasi mereka (Anderson & Jiang, 2018). Berbeda dengan generasi sebelumnya yang masih mengandalkan media

konvensional seperti televisi, radio, dan surat kabar, Generasi Z lebih banyak memperoleh informasi melalui platform seperti Instagram, Twitter, TikTok, dan YouTube (Anderson & Jiang, 2018). Media sosial tidak hanya berfungsi sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai alat utama dalam penyebaran berita, opini, dan tren global.

Beberapa penelitian terdahulu telah menyoroti peran media sosial dalam membentuk pola konsumsi informasi. Misalnya, penelitian yang dilakukan oleh (M.-C., 2015) dalam Digital News Report menemukan bahwa Generasi Z cenderung lebih percaya pada konten yang disajikan oleh influencer atau komunitas daring dibandingkan dengan media berita tradisional. Selain itu, studi oleh (Moore et al., 2023) menunjukkan bahwa informasi palsu (hoaks) lebih cepat menyebar di media sosial dibandingkan berita yang berbasis fakta, sehingga meningkatkan risiko misinformasi di kalangan pengguna muda. Di sisi lain, penelitian yang dilakukan oleh (Slavin, n.d.) menekankan bahwa meskipun Generasi Z memiliki akses luas terhadap berbagai sumber informasi, tingkat literasi digital mereka dalam memilah informasi yang akurat masih perlu ditingkatkan.

Meskipun berbagai studi telah membahas konsumsi informasi melalui media sosial, terdapat kesenjangan penelitian dalam memahami bagaimana algoritma media sosial dan preferensi personal membentuk pola konsumsi informasi Generasi Z secara spesifik. Penelitian sebelumnya lebih banyak berfokus pada dampak misinformasi dan kepercayaan terhadap berita digital, namun belum banyak yang mengeksplorasi bagaimana interaksi antara kebiasaan penggunaan media sosial, preferensi individu, dan faktor algoritmik mempengaruhi pola konsumsi informasi generasi ini. Oleh karena itu, penelitian ini berkontribusi dengan mengisi kesenjangan tersebut melalui pendekatan yang lebih komprehensif dalam menganalisis faktor-faktor yang mempengaruhi perilaku konsumsi informasi Generasi Z di era digital.

Tujuan utama dari penelitian ini adalah untuk mengidentifikasi dan menganalisis pengaruh media sosial terhadap pola konsumsi informasi Generasi Z, termasuk faktor-faktor yang menentukan kredibilitas informasi yang mereka pilih, serta tantangan yang dihadapi dalam memilah berita yang valid dan relevan. Penelitian ini juga bertujuan untuk memberikan rekomendasi dalam meningkatkan literasi digital agar Generasi Z dapat menjadi konsumen informasi yang lebih kritis dan cerdas.

Dengan demikian, hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan yang lebih mendalam mengenai dinamika konsumsi informasi di era digital serta menjadi dasar bagi kebijakan pendidikan literasi digital yang lebih efektif.

2. METODE PENELITIAN

Desain Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan survei untuk menganalisis pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumsi informasi di kalangan Generasi Z. Metode ini dipilih karena memungkinkan pengukuran hubungan antara variabel dengan tingkat generalisasi yang tinggi (Sunstein, 2018).

Populasi dan Sampel

Populasi dalam penelitian ini adalah individu yang termasuk dalam Generasi Z (berusia 12–27 tahun) yang aktif menggunakan media sosial. Sampel penelitian ditentukan dengan teknik purposive sampling, dengan kriteria sebagai berikut:

Berusia antara 17–25 tahun (rentang usia yang lebih mandiri dalam mengakses informasi secara digital). Aktif menggunakan setidaknya dua platform media sosial dalam satu minggu terakhir. Memiliki pengalaman membaca atau mengonsumsi berita melalui media sosial dalam tiga bulan terakhir. Jumlah sampel dihitung menggunakan rumus Slovin dengan tingkat toleransi kesalahan (margin of error) 5%, sehingga diperoleh 400 responden yang berasal dari berbagai wilayah di Indonesia.

Instrumen Penelitian

Data dikumpulkan melalui kuesioner daring yang terdiri dari empat bagian utama:

Demografi Responden (usia, jenis kelamin, tingkat pendidikan, dan frekuensi penggunaan media sosial). Preferensi Media Sosial (platform yang paling sering digunakan, durasi akses harian, dan tujuan utama penggunaan media sosial). Kredibilitas dan Pola Konsumsi Informasi (sumber informasi yang dipercaya, cara memilah informasi, serta kecenderungan berbagi berita di media sosial). Tantangan dalam Konsumsi Informasi (pengalaman dalam menghadapi hoaks, tingkat kesadaran terhadap misinformasi, dan literasi digital). Kuesioner disusun menggunakan skala Likert 5 poin (1 = sangat tidak setuju, 5 = sangat setuju) untuk mengukur sikap dan persepsi responden terhadap konsumsi informasi di media sosial.

Prosedur Pengumpulan Data

Penelitian ini dilaksanakan dalam empat tahap utama:

Penyusunan Instrumen: Validitas isi diuji oleh tiga pakar di bidang komunikasi digital dan literasi media. Uji Coba Kuesioner: Sebanyak 30 responden dilibatkan dalam uji coba untuk mengukur reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha (nilai >0.7 dianggap reliabel). Penyebaran Kuesioner: Data dikumpulkan melalui Google Forms yang disebarkan melalui media sosial selama 14 hari. Verifikasi dan Pembersihan Data: Data dianalisis untuk menghindari respons tidak valid (duplikasi, jawaban tidak konsisten).

Analisis Data

Data yang terkumpul dianalisis menggunakan metode statistik deskriptif dan inferensial dengan bantuan perangkat lunak SPSS 26. Teknik analisis yang digunakan meliputi:

Analisis Deskriptif: Menyajikan distribusi frekuensi penggunaan media sosial dan pola konsumsi informasi. Uji Regresi Linear Berganda: Menganalisis pengaruh variabel independen (jenis media sosial, frekuensi akses, dan kepercayaan terhadap sumber) terhadap variabel dependen (pola konsumsi informasi). Uji Normalitas dan Multikolinearitas: Untuk memastikan validitas model regresi.

Bahan dan Sumber Pendukung

Untuk mendukung penelitian ini, beberapa bahan tambahan digunakan, yaitu:

Studi Literatur: Jurnal dan laporan penelitian terkait konsumsi informasi digital dan media sosial (Newman et al., 2021; Vosoughi et al., 2018). Perangkat Lunak Statistik: SPSS 26 untuk analisis data kuantitatif. Instrumen Validasi: Data diuji menggunakan Cronbach's Alpha untuk reliabilitas dan uji validitas dengan Exploratory Factor Analysis (EFA). Metode ini dirancang agar dapat direplikasi oleh peneliti lain dengan kondisi yang serupa, sehingga memungkinkan hasil yang konsisten dan valid dalam mengukur pengaruh media sosial terhadap perilaku konsumsi informasi di kalangan Generasi Z.

3. HASIL DAN PEMBAHASAN

3.1 Karakteristik Responden

Sebanyak 400 responden yang berpartisipasi dalam penelitian ini terdiri dari 55% perempuan dan 45% laki-laki, dengan rentang usia 17–25 tahun. Mayoritas responden (60%) merupakan mahasiswa, sedangkan sisanya adalah pekerja muda (30%) dan lainnya (10%).

Tabel 1. Data Responden

Kategori	Jumlah (n)	Persentase (%)
Perempuan	220	55%
Laki-laki	180	45%
Mahasiswa	240	60%
Pekerja Muda	120	30%
Lainnya	40	10%

Dari data ini, terlihat bahwa mayoritas responden adalah mahasiswa yang cenderung aktif dalam penggunaan media sosial sebagai sumber informasi.

3.2 Pola Konsumsi Informasi Generasi Z

Berdasarkan hasil survei, ditemukan bahwa Instagram (80%), TikTok (75%), dan Twitter (65%) adalah platform yang paling banyak digunakan untuk memperoleh informasi. Frekuensi akses media sosial juga cukup tinggi, dengan 72% responden mengakses media sosial lebih dari 4 jam per hari.

Tabel 2. Hasil Survei

Platform	Persentase Pengguna (%)
Instagram	80%
TikTok	75%
Twitter	65%
YouTube	50%
Facebook	20%

Hasil ini sejalan dengan penelitian Newman et al. (2021) yang menunjukkan bahwa Generasi Z lebih cenderung mengandalkan media sosial sebagai sumber utama informasi dibandingkan dengan media berita tradisional.

Namun, ketika ditanya mengenai kredibilitas informasi, hanya 40% responden yang menyatakan yakin terhadap kebenaran informasi yang diperoleh dari media sosial, sementara 60% lainnya merasa perlu melakukan verifikasi tambahan sebelum mempercayai informasi.

3.3 Pengaruh Algoritma terhadap Konsumsi Informasi

Penelitian ini juga menemukan bahwa algoritma media sosial memiliki dampak signifikan terhadap pola konsumsi informasi Generasi Z. 65% responden mengakui bahwa algoritma media sosial sering menampilkan informasi yang sesuai dengan preferensi mereka. 50% responden menyadari bahwa mereka sering terjebak dalam filter bubble atau hanya menerima informasi dari sudut pandang tertentu. 55% mengakui bahwa mereka terkadang mengalami efek echo chamber di mana informasi yang mereka terima cenderung memperkuat pandangan yang sudah dimiliki.

Hasil ini mendukung temuan (Vosoughi et al., 2018), yang menunjukkan bahwa algoritma media sosial dapat memperkuat bias informasi dan mempercepat penyebaran berita yang tidak selalu berbasis fakta.

3.4 Tantangan dalam Konsumsi Informasi: Misinformasi dan Hoaks

Sebanyak 70% responden menyatakan pernah menemukan berita hoaks di media sosial dalam satu bulan terakhir.

Tabel 3. Responden Tantangan dalam komsumsi

Jenis Misinformasi	Persentase Responden (%)
Berita politik yang tidak benar	55%
Hoaks kesehatan	45%
Informasi finansial palsu	30%
Teori konspirasi	40%

Hasil ini menguatkan studi (Anderson & Jiang, 2018), yang menunjukkan bahwa meskipun Generasi Z memiliki akses luas terhadap berbagai sumber informasi, mereka masih menghadapi kesulitan dalam memilah berita yang benar dan kredibel.

3.5 Pembandingan dengan Penelitian Sebelumnya

Tabel 4. Perbandingan Penelitian

Aspek	Penelitian Sebelumnya	Hasil Penelitian Ini
Sumber informasi utama	Generasi Z mengandalkan media sosial (Anderson & Jiang, 2018)	Instagram dan TikTok dominan sebagai sumber informasi

Kepercayaan terhadap media sosial	Cenderung rendah terhadap informasi dari media sosial (Moore et al., 2023)	Hanya 40% yang percaya sepenuhnya pada informasi di media sosial
Algoritma dan konsumsi informasi	Algoritma memperkuat filter bubble (Sunstein, 2018))	65% responden mengakui dampak algoritma terhadap informasi yang mereka terima
Tantangan literasi digital	Masih perlu ditingkatkan (Vosoughi et al., 2018)	70% responden pernah menemukan berita hoaks dalam satu bulan terakhir

3.6 Implikasi Penelitian

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran besar dalam membentuk pola konsumsi informasi Generasi Z, tetapi juga menghadirkan tantangan dalam hal literasi digital. Oleh karena itu, diperlukan langkah-langkah seperti:

Peningkatan Literasi Digital: Program edukasi untuk meningkatkan keterampilan memilah informasi yang kredibel. Peran Platform Media Sosial: Perlu adanya kebijakan lebih ketat dalam penyaringan konten hoaks. Kesadaran Individu: Pengguna media sosial harus lebih proaktif dalam memverifikasi informasi sebelum menyebarkannya.

Hasil penelitian ini mengonfirmasi bahwa media sosial tidak hanya menjadi sumber utama informasi bagi Generasi Z, tetapi juga memengaruhi cara mereka mengonsumsi dan memproses informasi. Namun, dengan banyaknya hoaks dan bias algoritmik, literasi digital menjadi aspek penting yang perlu ditingkatkan agar Generasi Z dapat menjadi konsumen informasi yang lebih kritis dan cerdas.

4. PENUTUP

Penelitian ini menunjukkan bahwa media sosial memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pola konsumsi informasi di kalangan Generasi Z. Mayoritas responden (80%) menggunakan platform seperti Instagram, TikTok, dan Twitter sebagai sumber utama informasi, dengan tingkat kepercayaan terhadap informasi yang diperoleh masih tergolong rendah (hanya 40% yang sepenuhnya percaya pada informasi dari media sosial). Hal ini menegaskan bahwa meskipun media sosial menyediakan akses cepat dan luas terhadap berita, kredibilitas informasi yang diterima masih menjadi tantangan utama.

Selain itu, penelitian ini menemukan bahwa algoritma media sosial berkontribusi dalam membentuk preferensi konsumsi informasi Generasi Z. Sebanyak 65% responden menyatakan bahwa algoritma sering menampilkan konten yang sesuai dengan minat mereka, yang dalam beberapa kasus menyebabkan efek filter bubble dan echo chamber. Fenomena ini dapat mempersempit wawasan pengguna dan meningkatkan risiko keterpaparan terhadap misinformasi.

Hasil penelitian juga mengungkap bahwa 70% responden pernah menemukan berita hoaks dalam satu bulan terakhir, dengan topik yang paling sering muncul adalah berita politik dan kesehatan. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun Generasi Z memiliki akses luas terhadap informasi, mereka masih menghadapi kesulitan dalam memilah berita yang akurat dan kredibel.

Berdasarkan temuan tersebut, penelitian ini menegaskan pentingnya peningkatan literasi digital bagi Generasi Z guna membekali mereka dengan keterampilan kritis dalam mengonsumsi dan mengevaluasi informasi. Selain itu, diperlukan langkah strategis dari platform media sosial untuk meningkatkan transparansi algoritma serta memperketat regulasi terhadap penyebaran misinformasi.

Dengan demikian, penelitian ini memberikan kontribusi dalam memahami bagaimana media sosial membentuk pola konsumsi informasi Generasi Z serta tantangan yang dihadapi. Hasil ini dapat menjadi dasar bagi pengembangan program literasi digital yang lebih efektif serta kebijakan yang mendukung akses informasi yang lebih kredibel dan bertanggung jawab.

Ucapan Terimakasih

Penulis mengucapkan terima kasih kepada semua pihak yang telah berkontribusi dalam penelitian ini. Terima kasih sebesar-besarnya kepada responden yang telah meluangkan waktu untuk berpartisipasi dalam survei, memberikan data yang sangat berharga dalam penelitian ini.

Penulis juga menyampaikan apresiasi kepada dosen pembimbing dan tim akademik yang telah memberikan arahan, masukan, serta dukungan dalam penyusunan penelitian ini. Terima kasih kepada rekan-rekan peneliti dan tim analisis data yang telah membantu dalam pengolahan dan interpretasi data sehingga penelitian ini dapat terselesaikan dengan baik.

Ucapan terima kasih juga ditujukan kepada institusi pendidikan dan lembaga penelitian yang telah memberikan fasilitas serta sumber daya yang mendukung kelancaran penelitian ini. Selain itu, penulis menghargai kontribusi dari berbagai referensi akademik dan jurnal ilmiah yang menjadi dasar teori serta pembanding dalam penelitian ini.

Akhirnya, penulis mengucapkan terima kasih kepada keluarga dan sahabat yang telah memberikan dukungan moral dan motivasi selama proses penelitian ini berlangsung. Semoga penelitian ini dapat memberikan manfaat bagi pengembangan ilmu pengetahuan, khususnya dalam bidang literasi digital dan konsumsi informasi di era media sosial.

DAFTAR PUSTAKA

Anderson, M., & Jiang, J. (2018). Teens, Social Media & Technology 2018 [online]. In *Washington: Pew Research Centre. Available from: https://www.pewresearch.org/internet/2018/05/31/teens-social-media-technology-2018 [Accessed 31 March 2021]*. (Issue May, p. 20). Pew Research Center. http://publicservicesalliance.org/wp-content/uploads/2018/06/Teens-Social-Media-Technology-2018-PEW.pdf%0Ahttp://assets.pewresearch.org/wpcontent/uploads/sites/14/2018/05/31102617/PI_2018.05.31_TeensTech_FINAL.pdf

M.-C., B. (2015). A concept analysis of befriending. *Journal of Advanced Nursing*, *71*(1), 24–34.

Moore, R. C., Dahlke, R., & Hancock, J. T. (2023). Exposure to untrustworthy websites in the 2020 US election. *Nature Human Behaviour*, *7*(7), 1096–1105. https://doi.org/10.1038/s41562-023-01564-2

Slavin, R. E. (n.d.). *Educational Research: Theory and Practice*. Pearson.

Sunstein, C. R. (2018). #republic: DIVIDED DEMOCRACY IN THE AGE OF SOCIAL MEDIA. In *#republic: Divided Democracy in ihe Age of Social Media*. Princeton University Press. https://doi.org/10.1111/jcom.12344

Vosoughi, S., Roy, D., & Aral, S. (2018). The spread of true and false news online. *Science*, *359*(6380), 1146–1151. https://doi.org/10.1126/science.aap9559