



## STRATEGI PENINGKATAN LITERASI MEDIA PADA GEN Z DI INDONESIA

**Muhammad Ryanda**

Ilmu Komunikasi, Universitas Syiah Kuala

Corresponding author: mryanda27@gmail.com

### Abstract (English)

This study aims to identify strategies for improving media literacy among Generation Z in Indonesia. Using an online questionnaire and in-depth interviews with 10 respondents, this study reveals media consumption patterns, challenges, and respondents' views on the use of social media and digital platforms. The results show that Gen Z in Indonesia tends to prioritize content that is entertaining and easy to understand emotionally, but often does not verify the truth of the information received. The main challenges faced are the difficulty in distinguishing fake news from authentic news and the lack of critical thinking skills. Better formal education, multi-sector collaboration, and the development of online learning platforms and relevant media education campaigns are proposed as steps to improve media literacy. By improving critical thinking skills and using media wisely, it is hoped that Gen Z can access information more effectively and make better decisions.

### Abstrak (Indonesia)

Penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi strategi peningkatan literasi media pada generasi Z di Indonesia. Dengan menggunakan metode kuesioner online dan wawancara mendalam dengan 10 responden, penelitian ini mengungkapkan pola konsumsi media, tantangan, dan pandangan responden terkait penggunaan media sosial dan platform digital. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gen Z di Indonesia cenderung mengutamakan konten yang menghibur dan mudah dipahami secara emosional, namun sering kali kurang memverifikasi kebenaran informasi yang diterima. Tantangan utama yang dihadapi adalah kesulitan membedakan berita palsu dari berita yang sah dan kurangnya keterampilan berpikir kritis. Pendidikan formal yang lebih baik, kerjasama multisektor, serta pengembangan platform pembelajaran daring dan kampanye edukasi media yang relevan diusulkan sebagai langkah-langkah untuk meningkatkan literasi media. Dengan meningkatkan keterampilan berpikir kritis dan penggunaan media secara bijaksana, diharapkan Gen Z dapat mengakses informasi dengan lebih efektif dan membuat keputusan yang lebih baik.

### Article History

*Submitted: 8 Desember 2024*

*Accepted: 11 Desember 2024*

*Published: 18 Desember 2024*

### Key Words

Media Literacy, Generation Z, Social Media, Formal Education, Media Education Campaign, Critical Thinking Skills

### Sejarah Artikel

*Submitted: 8 Desember 2024*

*Accepted: 11 Desember 2024*

*Published: 18 Desember 2024*

### Kata Kunci

Literasi Media, Generasi Z, Media Sosial, Pendidikan Formal, Kampanye Edukasi Media, Keterampilan Berpikir Kritis

## Pendahuluan

Kemajuan teknologi digital yang begitu pesat telah membawa dampak besar terhadap cara generasi muda, khususnya Gen Z, mengonsumsi informasi. Gen Z, yang mencakup mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, dikenal sebagai generasi yang tumbuh bersama teknologi sejak usia dini. Sebagai digital native, mereka memiliki kemudahan dalam menggunakan perangkat digital dan mengakses informasi dari berbagai platform. Namun, di tengah lautan informasi digital yang tak terbatas, Gen Z sering kali kesulitan untuk membedakan informasi yang valid dari yang palsu, yang menjadi tantangan besar dalam era digital saat ini (Anhar, Hazlin, Simanjuntak & Nurbidayah, 2024).

Salah satu masalah utama yang dihadapi Gen Z adalah bagaimana menghadapi arus informasi yang datang dengan sangat cepat dan dalam jumlah yang masif. Informasi yang beredar di internet tidak selalu dapat dipercaya, dan banyak di antaranya mengandung hoaks atau informasi yang tidak diverifikasi. Situasi ini semakin diperburuk dengan adanya algoritma media sosial yang sering kali memperkuat bias dan hanya menyajikan konten yang sesuai dengan preferensi pengguna tanpa memperhatikan keakuratan informasi tersebut (Azwar & Baharuddin, 2024). Oleh karena itu, diperlukan upaya strategis untuk membekali Gen Z dengan





kemampuan literasi media yang mampu membantu mereka menyaring informasi secara kritis dan bijak.

Literasi media menjadi kemampuan yang sangat penting untuk dikembangkan di kalangan Gen Z, mengingat mereka adalah konsumen sekaligus produsen informasi di era digital. Literasi media tidak hanya melibatkan kemampuan untuk mengakses informasi, tetapi juga mencakup kemampuan untuk menganalisis, mengevaluasi, dan menciptakan konten yang bertanggung jawab. Hal ini menjadi landasan penting untuk mencegah penyebaran berita palsu yang dapat merugikan individu maupun masyarakat secara keseluruhan (Budianti, Suwindia & Winangun, 2024).

Selain itu, rendahnya kesadaran tentang pentingnya literasi media juga menjadi faktor yang memperburuk situasi ini. Banyak dari Gen Z yang belum memiliki pemahaman mendalam tentang bagaimana memverifikasi informasi atau mengenali bias dalam berita. Kurangnya pendidikan formal mengenai literasi media di sekolah juga membuat sebagian besar dari mereka belajar secara otodidak, yang sering kali tidak cukup untuk menghadapi kompleksitas informasi di era digital (Faznidatul, Ramadhan, Ariun, Nuraini & Novita, 2024).

Dalam sosial, penyebaran hoaks tidak hanya memengaruhi individu tetapi juga dapat berdampak luas pada stabilitas masyarakat. Hoaks yang menyebar dengan cepat melalui platform digital dapat memicu konflik, menciptakan kesalahpahaman, dan bahkan memengaruhi kebijakan publik. Oleh karena itu, literasi media menjadi alat penting untuk melindungi masyarakat dari dampak negatif arus informasi yang tidak terkendali (Fitri, Rohmah & Ayu, 2024).

Melihat kondisi ini, penting untuk merancang strategi peningkatan literasi media yang relevan dan efektif bagi Gen Z. Strategi ini perlu disesuaikan dengan karakteristik unik mereka sebagai generasi yang sangat terhubung secara digital. Misalnya, menggunakan pendekatan berbasis teknologi seperti aplikasi pembelajaran interaktif, media sosial, dan gamifikasi dapat menjadi cara yang efektif untuk menarik minat Gen Z dalam meningkatkan literasi media mereka (Komara & Widjaya, 2024).

Peran pemerintah, lembaga pendidikan, dan keluarga juga sangat penting dalam mendukung pengembangan literasi media di kalangan Gen Z. Pemerintah dapat menyelenggarakan kampanye kesadaran secara masif, sementara lembaga pendidikan dapat mengintegrasikan literasi media ke dalam kurikulum sekolah. Di sisi lain, keluarga dapat menjadi pendukung utama dengan memberikan pengawasan dan edukasi kepada anak-anak tentang bagaimana menggunakan media dengan bijak (Nugraheni, Muzaki, Amelia & Anbiya, 2024).

Upaya untuk meningkatkan literasi media juga harus mencakup pelatihan bagi guru dan tenaga pendidik agar mereka dapat menjadi fasilitator yang kompeten dalam mendukung perkembangan literasi media siswa. Guru yang memahami literasi media dengan baik dapat menjadi contoh dan sumber inspirasi bagi siswa untuk mengembangkan keterampilan berpikir kritis mereka (Nur'afra, Permata, Maharani, Putri, Solehah, & Nurjaman, 2024).

Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis kondisi literasi media di kalangan Gen Z di Indonesia, mengidentifikasi tantangan utama yang dihadapi, serta merumuskan strategi yang dapat diimplementasikan untuk meningkatkan literasi media mereka. Dengan literasi media yang baik, Gen Z diharapkan dapat menjadi konsumen dan produsen informasi yang cerdas, yang tidak hanya mampu menyaring informasi secara kritis tetapi juga berkontribusi pada penyebaran informasi yang positif dan bermanfaat bagi masyarakat (Qalban, Jauza, & Mukaromah, 2022).

Dengan pendekatan yang terintegrasi, penelitian ini diharapkan dapat memberikan rekomendasi yang konkret untuk meningkatkan literasi media pada Gen Z. Strategi yang dirumuskan tidak hanya relevan untuk situasi saat ini tetapi juga dapat menjadi landasan bagi



pengembangan literasi media di masa depan yang lebih baik (Rahman, Aulia & Winarsih, 2021).

## Konsep Literasi Media

Literasi media adalah kemampuan yang dimiliki seseorang untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan menciptakan pesan melalui berbagai bentuk media. Di era digital saat ini, literasi media menjadi keterampilan yang sangat penting karena informasi tersedia dalam jumlah besar dan sering kali tidak diverifikasi dengan baik. Hal ini menuntut kemampuan individu untuk memilah informasi yang benar dari yang salah agar tidak terjebak dalam penyebaran hoaks atau berita palsu (Rodliyah, 2024).

Kemampuan literasi media tidak hanya berkaitan dengan akses terhadap informasi tetapi juga mencakup pemahaman mendalam mengenai bias dan tujuan di balik berbagai konten. Dalam banyak kasus, informasi yang diterima dapat memiliki agenda tertentu yang tersembunyi. Oleh karena itu, literasi media melibatkan kemampuan berpikir kritis untuk menilai keabsahan dan relevansi informasi, yang menjadi semakin penting bagi generasi muda seperti Gen Z, yang merupakan pengguna utama platform digital (Sawitri, 2022).

Sebagai generasi yang tumbuh di era teknologi, Gen Z memiliki hubungan yang erat dengan media digital. Mereka menggunakan media tidak hanya untuk mengakses informasi tetapi juga untuk hiburan, pendidikan, dan komunikasi. Namun, kedekatan mereka dengan media digital ini tidak selalu diiringi dengan kemampuan untuk mengevaluasi konten secara kritis. Banyak dari mereka yang cenderung menerima informasi mentah-mentah tanpa mempertanyakan keaslian atau kredibilitas sumbernya (Sujoko, Prianti, Wahyudi & Lestari, 2023).

Literasi media juga mencakup kemampuan untuk memahami berbagai format dan jenis media, mulai dari teks, gambar, video, hingga media interaktif. Kemampuan ini penting karena masing-masing format memiliki cara penyajian informasi yang berbeda, yang dapat memengaruhi cara seseorang memahaminya. Misalnya, video sering kali digunakan untuk menyampaikan pesan emosional, sementara teks cenderung lebih informatif. Kemampuan untuk mengenali perbedaan ini menjadi salah satu elemen penting dalam literasi media (Tawang, Abdurrohman & Ningsih, 2023).

Literasi media juga berkaitan dengan etika dalam menggunakan dan berbagi informasi. Pengguna media yang memiliki literasi tinggi tidak hanya mampu memilah informasi yang valid tetapi juga bertanggung jawab dalam menyebarkannya. Mereka menyadari dampak negatif yang dapat ditimbulkan oleh informasi yang salah atau hoaks, seperti konflik sosial atau kerugian pribadi (Anhar, Hazlin, Simanjuntak & Nurbidayah, 2024).

Literasi media juga mencakup kemampuan untuk menciptakan konten yang positif dan informatif. Generasi muda, khususnya Gen Z, sering kali menjadi produsen konten di platform digital seperti media sosial. Oleh karena itu, penting bagi mereka untuk memahami bagaimana membuat konten yang tidak hanya menarik tetapi juga bermanfaat dan tidak merugikan orang lain (Anhar, Hazlin, Simanjuntak & Nurbidayah, 2024).

Tantangan utama dalam meningkatkan literasi media adalah banyaknya informasi yang tidak terverifikasi yang tersebar di internet. Algoritma media sosial sering kali memperkuat bias pengguna dengan hanya menyajikan konten yang sesuai dengan preferensi mereka. Hal ini dapat menghambat kemampuan berpikir kritis dan menyebabkan orang menjadi kurang terbuka terhadap sudut pandang yang berbeda (Anhar, Hazlin, Simanjuntak & Nurbidayah, 2024).

Selain tantangan teknis, rendahnya kesadaran tentang pentingnya literasi media juga menjadi hambatan. Banyak orang, termasuk Gen Z, yang belum menyadari betapa pentingnya kemampuan ini untuk menghadapi era informasi digital. Pendidikan formal yang kurang



menekankan literasi media juga memperburuk kondisi ini, sehingga banyak yang harus belajar secara otodidak, yang tidak selalu efektif (Azwar & Baharuddin, 2024).

### **Tantangan Literasi Media pada Gen Z**

Generasi Z menghadapi berbagai tantangan besar dalam meningkatkan literasi media mereka, yang sangat diperlukan di era digital saat ini. Salah satu tantangan utama adalah rendahnya kesadaran terhadap bias media. Banyak dari Gen Z yang belum mampu mengenali bias dalam konten yang mereka konsumsi, baik dalam berita, media sosial, maupun bentuk informasi lainnya. Hal ini membuat mereka rentan terhadap manipulasi informasi yang sering kali disajikan dengan tujuan tertentu tanpa transparansi (Azwar & Baharuddin, 2024).

Pemahaman mereka terhadap sumber informasi yang dapat dipercaya juga masih lemah. Informasi yang beredar di internet berasal dari berbagai sumber, namun tidak semuanya dapat dianggap valid. Gen Z sering kali sulit membedakan mana sumber yang kredibel dan mana yang tidak. Akibatnya, mereka cenderung menerima informasi secara mentah-mentah tanpa memeriksa keaslian atau otoritas sumbernya (Azwar & Baharuddin, 2024).

Kecenderungan untuk terjebak dalam fenomena echo chamber juga menjadi masalah yang signifikan. Echo chamber adalah situasi di mana seseorang hanya terpapar pada informasi yang memperkuat pandangan mereka sendiri tanpa menghadapi sudut pandang yang berbeda. Hal ini sering kali diperkuat oleh algoritma media sosial, yang menyajikan konten berdasarkan preferensi pengguna, sehingga membatasi akses mereka terhadap perspektif yang lebih beragam (Rahman, 2023).

Algoritma media sosial memperburuk situasi ini dengan mengutamakan konten yang populer atau sesuai dengan pola interaksi pengguna sebelumnya, tanpa memprioritaskan keakuratan atau keberagaman informasi. Akibatnya, banyak dari Gen Z yang terpapar informasi yang sama berulang kali, yang dapat mempersempit wawasan mereka dan membuat mereka lebih rentan terhadap berita palsu atau hoaks (Nugroho, 2022).

Selain tantangan yang berasal dari media sosial, pendidikan literasi media yang belum terintegrasi dengan baik dalam kurikulum formal juga menjadi hambatan besar. Di banyak sekolah, literasi media belum diajarkan secara sistematis, sehingga Gen Z tidak memiliki dasar keterampilan yang memadai untuk mengevaluasi informasi secara kritis. Mereka sering kali harus belajar secara mandiri, yang tidak selalu efektif dan dapat menyebabkan kesenjangan dalam kemampuan literasi media di antara mereka (Budianti, Suwindia & Winangun, 2024).

Kurangnya dukungan dari lingkungan keluarga juga memperburuk situasi. Banyak orang tua yang tidak menyadari pentingnya literasi media, sehingga tidak memberikan bimbingan atau pengawasan yang memadai kepada anak-anak mereka. Hal ini menyebabkan Gen Z lebih bergantung pada media sosial dan internet tanpa panduan yang tepat, yang dapat memperbesar risiko mereka terhadap informasi yang salah atau menyesatkan (Budianti, Suwindia & Winangun, 2024).

Selain itu, keterbatasan waktu dan perhatian juga menjadi tantangan bagi Gen Z. Mereka sering kali terlalu sibuk dengan aktivitas sehari-hari, termasuk studi dan pekerjaan, sehingga tidak memiliki waktu untuk mempelajari bagaimana mengevaluasi informasi secara kritis. Dalam banyak kasus, mereka lebih memilih untuk mempercayai informasi yang mudah diakses dan terlihat menarik daripada mencari sumber yang lebih akurat dan terpercaya (Budianti, Suwindia & Winangun, 2024).

Ketergantungan pada teknologi juga dapat menjadi pedang bermata dua. Meskipun teknologi menyediakan akses mudah ke berbagai informasi, teknologi juga dapat menjadi sumber gangguan. Banyak aplikasi dan platform dirancang untuk menarik perhatian pengguna selama mungkin, sehingga mengurangi kesempatan bagi Gen Z untuk mengembangkan kemampuan berpikir kritis mereka terhadap konten yang mereka konsumsi (Faznidatul, Ramadhan, Ariun, Nuraini & Novita, 2024).



## Strategi Peningkatan Literasi Media

Strategi untuk meningkatkan literasi media pada Gen Z membutuhkan pendekatan yang terintegrasi dan relevan dengan karakteristik mereka sebagai generasi digital native. Salah satu strategi utama adalah melalui edukasi berbasis digital, yang memanfaatkan platform teknologi seperti aplikasi pembelajaran, webinar, dan konten interaktif. Metode ini dianggap efektif karena Gen Z sudah akrab dengan penggunaan teknologi sehari-hari, sehingga dapat dengan mudah mengakses dan memanfaatkan materi edukasi yang dirancang secara menarik dan informatif (Fitri, Rohmah & Ayu, 2024).

Kampanye kesadaran melalui media sosial juga menjadi strategi penting. Media sosial merupakan platform yang paling sering digunakan oleh Gen Z, sehingga menjadi saluran yang tepat untuk menyampaikan pesan-pesan literasi media. Kampanye ini dapat dilakukan dengan menggandeng influencer atau figur publik yang memiliki pengaruh besar di kalangan Gen Z untuk menyampaikan pentingnya berpikir kritis dalam mengonsumsi informasi digital (Fitri, Rohmah & Ayu, 2024).

Pengembangan alat bantu digital juga diperlukan untuk membantu Gen Z dalam memverifikasi informasi dengan cepat dan akurat. Alat ini dapat berupa aplikasi atau ekstensi browser yang dirancang untuk mendeteksi berita palsu, memeriksa kredibilitas sumber, dan memberikan peringatan jika informasi yang diakses terindikasi hoaks. Dengan adanya alat bantu ini, proses verifikasi informasi menjadi lebih mudah dan efisien, sehingga dapat mendorong kebiasaan konsumsi media yang lebih sehat (Fitri, Rohmah & Ayu, 2024).

Kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta juga memiliki peran penting dalam meningkatkan literasi media. Pemerintah dapat menyusun kebijakan yang mendukung pengembangan literasi media, seperti mengintegrasikan literasi media ke dalam kurikulum pendidikan formal. Sementara itu, lembaga pendidikan dapat menyelenggarakan pelatihan dan workshop yang fokus pada pengembangan keterampilan literasi media bagi siswa dan guru (Komara & Widjaya, 2024).

Sektor swasta, termasuk perusahaan teknologi, dapat berkontribusi dengan menyediakan sumber daya dan teknologi yang mendukung. Misalnya, mereka dapat mendanai pengembangan aplikasi literasi media atau menyediakan konten edukatif yang mudah diakses oleh masyarakat luas. Dengan demikian, tercipta sinergi antara berbagai pihak untuk menciptakan ekosistem pendukung yang mendorong literasi media yang lebih baik (Komara & Widjaya, 2024).

Pelibatan komunitas juga menjadi bagian penting dari strategi ini. Komunitas lokal dapat menjadi tempat bagi Gen Z untuk belajar dan berbagi pengalaman mengenai literasi media. Program-program komunitas seperti diskusi kelompok, pelatihan, atau kampanye lokal dapat membantu menyebarluaskan pengetahuan literasi media secara langsung dan efektif (Komara & Widjaya, 2024).

## Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan pendekatan deskriptif kualitatif untuk mengeksplorasi strategi peningkatan literasi media pada Gen Z di Indonesia. Data dikumpulkan melalui wawancara mendalam, survei, dan analisis dokumen kebijakan, yang kemudian dianalisis menggunakan metode tematik. Wawancara dilakukan dengan para ahli literasi media untuk menggali pandangan dan rekomendasi, serta dengan responden Gen Z untuk memahami kebiasaan konsumsi media dan tantangan yang mereka hadapi. Survei dirancang untuk mengukur tingkat literasi media dan preferensi Gen Z dalam mengakses informasi, sedangkan analisis dokumen menyoroti kebijakan yang relevan. Penelitian ini menerapkan triangulasi data untuk meningkatkan validitas, memastikan hasilnya komprehensif dan dapat diandalkan.



Penelitian berlangsung selama sebulan di Banda Aceh yang memiliki populasi Gen Z di Provinsi Aceh. Kota-kota ini dipilih karena Gen Z di wilayah urban memiliki akses luas terhadap teknologi dan media digital. Analisis tematik mengidentifikasi pola perilaku, tantangan, dan solusi potensial dalam meningkatkan literasi media, termasuk integrasi pendidikan literasi media di kurikulum sekolah. Etika penelitian dijunjung tinggi, memastikan privasi dan kerahasiaan data responden. Hasil penelitian diharapkan memberikan wawasan strategis bagi pemerintah, lembaga pendidikan, dan masyarakat umum untuk memberdayakan Gen Z dalam mengelola informasi secara kritis dan bijak.

## Hasil dan Pembahasan

Generasi Z di Indonesia memiliki pola konsumsi media yang sangat terfokus pada media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube. Sebagian besar dari mereka menggunakan platform ini untuk mencari informasi, hiburan, dan berinteraksi sosial. Namun, wawancara menunjukkan bahwa mereka jarang memverifikasi informasi yang diperoleh, terutama jika berasal dari sumber yang dianggap terpercaya. Kecenderungan ini menunjukkan perlunya meningkatkan kesadaran tentang pentingnya verifikasi informasi dan berpikir kritis. Gen Z juga lebih memilih konten yang menarik secara emosional daripada konten yang memerlukan analisis mendalam.

Tantangan utama yang dihadapi Gen Z dalam literasi media adalah kesulitan membedakan antara berita palsu dan sah, serta ketergantungan pada opini teman atau tren populer. Kurangnya pendidikan formal tentang literasi media memperparah masalah ini, sehingga banyak dari mereka mengonsumsi informasi tanpa mempertimbangkan kredibilitasnya. Wawancara mengungkapkan bahwa keterampilan berpikir kritis sangat minim, sehingga mereka mudah terjebak dalam informasi yang tidak benar. Responden merasa bahwa pendidikan literasi media perlu diperkenalkan lebih dini untuk membekali mereka dengan kemampuan mengevaluasi informasi. Ini menunjukkan kebutuhan akan pendekatan pendidikan yang lebih terstruktur untuk meningkatkan literasi media.

Wawancara juga menyoroti preferensi Gen Z terhadap konten yang menghibur, dengan perhatian yang minim pada akurasi informasi. Konten visual yang menarik atau video pendek lebih disukai dibandingkan dengan konten informatif yang panjang. Hal ini menimbulkan tantangan dalam memastikan bahwa Gen Z tidak hanya mengonsumsi konten yang menyenangkan, tetapi juga informasi yang relevan dan akurat. Responden menganggap bahwa literasi media yang lebih baik dapat membantu mereka mengakses informasi yang lebih berkualitas. Penting untuk memanfaatkan gaya belajar interaktif untuk menarik minat mereka dalam meningkatkan kemampuan berpikir kritis.

Responden mendukung integrasi literasi media dalam kurikulum pendidikan untuk membekali mereka dengan keterampilan membedakan fakta dari opini dan mengenali berita palsu. Mereka menyarankan penggunaan modul pembelajaran yang relevan dan menarik untuk mendukung pengajaran di sekolah. Selain itu, teknologi dianggap sebagai alat bantu penting untuk mendukung pembelajaran literasi media. Aplikasi interaktif, platform belajar daring, dan simulasi dinilai efektif untuk membantu Gen Z memahami konsep literasi media. Pendidikan formal yang lebih inklusif dapat menciptakan perubahan positif dalam pola konsumsi media mereka.

Kampanye edukasi media juga menjadi rekomendasi penting untuk meningkatkan literasi media Gen Z. Kampanye yang memanfaatkan media sosial dianggap strategis karena sesuai dengan gaya hidup mereka. Responden menekankan perlunya konten edukasi yang relevan, menarik, dan mudah dipahami untuk menjangkau lebih banyak Gen Z. Pelatihan tentang cara memverifikasi informasi, mengenali bias, dan berpikir kritis juga diharapkan dapat diberikan



secara luas. Kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta dianggap krusial untuk mendukung keberhasilan kampanye ini.

Teknologi dapat menjadi solusi utama dalam meningkatkan literasi media di kalangan Gen Z, melalui aplikasi yang membantu memverifikasi informasi dan mengenali berita palsu. Pelatihan digital yang interaktif, seperti kuis dan simulasi, dapat memperkuat keterampilan berpikir kritis mereka. Pengembangan teknologi berbasis pendidikan, dengan dukungan dari sektor publik dan swasta, dapat menciptakan ekosistem yang mendukung literasi media berkelanjutan. Responden merasa bahwa teknologi dapat membuat pembelajaran lebih dinamis dan relevan dengan kehidupan sehari-hari mereka. Langkah ini diharapkan dapat mendorong Gen Z untuk menggunakan media secara lebih bijaksana dan bertanggung jawab.

**Table 1.** Ringkasan Pembahasan Strategi Peningkatan Literasi Media pada Gen Z di Indonesia

| Aspek                    | Penjelasan                                                                                                                                                                                                     |
|--------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Pola Konsumsi Media      | Gen Z di Indonesia cenderung menggunakan media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube untuk mencari informasi, hiburan, dan bersosialisasi. Namun, mereka jarang memverifikasi informasi yang diterima. |
| Tantangan Literasi Media | Gen Z kesulitan membedakan berita palsu dan sah, serta terlalu bergantung pada opini teman atau tren populer. Kurangnya pendidikan formal memperparah lemahnya keterampilan berpikir kritis.                   |
| Preferensi Konten        | Konten yang menghibur dan menarik secara emosional lebih diminati dibandingkan konten informatif yang panjang. Ini menghambat mereka untuk mengonsumsi informasi yang berkualitas.                             |
| Peluang dalam Pendidikan | Responden mendukung integrasi literasi media dalam kurikulum sekolah, dengan modul pembelajaran yang relevan. Teknologi, seperti aplikasi interaktif, dapat mendukung pembelajaran literasi media.             |
| Kampanye Edukasi Media   | Kampanye berbasis media sosial yang menarik dan mudah dipahami dapat meningkatkan kesadaran Gen Z tentang literasi media. Pelatihan verifikasi informasi dan berpikir kritis sangat dibutuhkan.                |
| Peran Teknologi          | Teknologi dapat membantu literasi media melalui aplikasi verifikasi informasi dan pelatihan digital interaktif. Kolaborasi antara sektor publik dan swasta diperlukan untuk mendukung keberlanjutan.           |

## Kesimpulan

Berdasarkan analisis data dari kuesioner dan wawancara, Gen Z di Indonesia menghadapi berbagai tantangan dalam menggunakan media sosial secara bijaksana. Mereka cenderung mengonsumsi konten yang menarik secara emosional tanpa memverifikasi kebenarannya, terutama dari sumber yang dipercayai. Platform seperti Instagram, TikTok, dan YouTube menjadi saluran utama mereka untuk informasi dan hiburan, namun kurangnya keterampilan berpikir kritis sering menyebabkan mereka kesulitan membedakan fakta dari opini. Ketergantungan pada tren populer dan kurangnya pendidikan formal tentang literasi media memperparah masalah ini. Hal ini menunjukkan pentingnya pengembangan keterampilan literasi media untuk membantu mereka mengakses dan mengevaluasi informasi dengan lebih baik.

Peluang peningkatan literasi media terlihat dari dukungan untuk memasukkan modul literasi media dalam kurikulum pendidikan. Pendidikan formal dapat mengajarkan cara memverifikasi informasi, mengenali berita palsu, dan menggunakan media sosial secara bijaksana. Teknologi juga berperan penting melalui aplikasi dan platform interaktif untuk



meningkatkan keterampilan berpikir kritis Gen Z. Kolaborasi antara pemerintah, lembaga pendidikan, dan sektor swasta diperlukan untuk menciptakan ekosistem literasi media yang berkelanjutan. Dengan langkah ini, Gen Z dapat lebih bertanggung jawab dalam mengakses dan memanfaatkan informasi di era digital.

## Referensi

- Anhar, A., Hazlin, N. A. A., Simanjuntak, A., & Nurbidayah, D. (2024). Interaksi Media Sosial dan Minat Baca di Kalangan Gen Z. *Indo-MathEdu Intellectuals Journal*, 5(5), 6241-6248.
- Azwar, A., & Baharuddin, G. (2024). Peluang, Tantangan, dan Strategi Peningkatan Literasi Wakaf di Kalangan Generasi Z: Opportunities, Challenges, and Strategies for Enhancing Waqf Literacy Among Z-Generation. *TIJARAH: Jurnal Ekonomi, Manajemen, dan Bisnis Syariah*, 1(1), 77-89.
- Budianti, N. M., Suwindia, I. G., & Winangun, I. M. A. (2024). Literasi Sains pada Generasi Z: Sebuah Tinjauan Literatur. *Education and Social Sciences Review*, 5(2), 137-144.
- Faznidatul, F., Ramadhan, M. T., Ariun, N. S., Nuraini, P. D., & Novita, R. S. (2024). Peran literasi media digital pada Generasi Z dalam menghadapi penyebaran berita hoax. *Jurnal Cahaya Nusantara*, 1(1), 36-44.
- Fitri, A. N., Rohmah, S., & Ayu, A. S. (2024). Strategi Komunikasi KPU Kota Semarang Dalam Mengajak Gen Z Menggunakan Hak Pilih# temanpemilih. *JPW (Jurnal Politik Walisongo)*, 6(1), 61-72.
- 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.
- Nugraheni, S., Muzaki, Y. A., Amelia, D. R., & Anbiya, B. F. (2024). Strategi Penguatan Penggunaan Bahasa Indonesia di Kalangan GEN Z Melalui Media Sosial. *PENDIS (Jurnal Pendidikan Ilmu Sosial)*, 3(1).
- Nur'afra, A., Permata, F. M., Maharani, M. N., Putri, N. S., Solehah, S. N., & Nurjaman, A. R. (2024). Literasi Media Untuk Melawan Hoaks. *Sindoro: Cendikia Pendidikan*, 3(11), 154-164.
- Qalban, A. A., Jauza, G. F., & Mukaromah, I. A. (2022). Literasi Digital Dan Gen-Z: Prototipe Konsep Literasi Moderat Sebagai Media Smart Dakwah. *Hujjah: Jurnal Ilmiah Komunikasi dan Penyiaran Islam*, 6(1), 22-29.
- Rahman, T., Aulia, A., & Winarsih, T. (2021). Peningkatan Literasi Media Digital Islami Remaja Masjid Al-Ikhlas Tamantirto Kasihan Bantul. In *Prosiding Seminar Nasional Program Pengabdian Masyarakat*.
- Rodliyah, U. (2024). Strategi Peningkatan Kemampuan Literasi Informasi Generasi Z. *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi dan Kearsipan*, 10(1), 77-90.
- Sawitri, D. R. (2022). Perkembangan Karier Generasi Z: Tantangan dan Strategi dalam Mewujudkan SDM Indonesia yang Unggul.
- Sujoko, A., Prianti, D. D., Wahyudi, D., & Lestari, M. R. S. (2023). Literasi Media Digital bagi Gen-Z di MAN 1 Kota Malang: Digital Media Literacy for Gen-Z in Islamic Elementary School 1 Malang City. *PengabdianMu: Jurnal Ilmiah Pengabdian kepada Masyarakat*, 8(4), 577-585.
- Tawang, N. A., Abdurrohman, M., & Ningsih, D. R. (2023). Meningkatkan Kesadaran Literasi Media Pada Anak Di Desa Pajagan Kecamatan Sajira Kabupaten Lebak Banten. *Lembaran Masyarakat: Jurnal Pengembangan Masyarakat Islam*, 9(1), 113-132.