

PERILAKU PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL SEBAGAI SUMBER BERITA OLEH GENERASI Z (STUDI PADA MAHASISWA DI JAKARTA SELATAN)

Vinta Sevilla¹⁾, Windhi T Saputra²⁾, dan Dewanto Samodro³⁾

- 1) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, E-mail: vintasevilla@upnvj.ac.id
- 2) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, E-mail: windhisaputra@upnvj.ac.id
- 3) Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik, Universitas Pembangunan Nasional Veteran Jakarta, E-mail: dewanto.samodro@upnvj.ac.id

ARTICLE INFORMATION

SUBMITTED: AUGUST. 21, 2023

REVIEW: APRIL. 8, 2024

ACCEPTED: JUNE. 26, 2024.

PUBLISHED: JUNE. 29, 2024

KEYWORDS: MEDIA LITERATION, INFORMATION, NEWS

CORRESPONDENCE

Phone: (+62) 852-9504-5000

E-mail: vintasevilla@upnvj.ac.id

A B S T R A C T

The existence of hoaxes is now emerging on a massive scale and is difficult to define, so that media literacy skills are now the main requirement to avoid hoax information. Searching for and getting information is now very easy, and even without realizing it, information appears without the public having to look for it. The waves and flow of information are now very strong and literacy skills are needed. The need for media literacy is important because information in society comes in various contexts, including political information to health information. Generation Z is a part of society who is currently in a productive period, and uses information as their main source in living their lives. This research aims to see how Generation Z, in this case students, uses social media to search for news information. This research uses Wilson's Information Search Model, by looking at how Generation Z searches, finds and evaluates the information they get. The method used is descriptive qualitative with the aim of describing and viewing the conditions and situations of phenomena and realities that occur in Generation Z in utilizing social media as a means of information to obtain news. This research shows the results that Generation Z prefers to search for news using social media because social media has the advantage of speed and is equipped with easy features, and shows the information needed. Testing the credibility of information sourced from social media, Generation Z usually carries out further searches on search engines.

PENDAHULUAN

Pesatnya perkembangan teknologi informasi dapat terlihat dari aspek kehidupan manusia saat ini. Segala aktivitas yang dilakukan hampir tidak ada yang tidak menggunakan teknologi ataupun didukung oleh teknologi. Pada prinsipnya manusia adalah makhluk pembelajar, dimana setiap kegiatan yang dilakukan oleh manusia pasti didasari oleh informasi dan adanya dukungan teknologi. Keberadaan teknologi pun pada akhirnya tidak hanya

memberikan kemudahan kepada manusia namun juga mengubah pola dan perilaku manusia di kesehariannya.

Akses informasi yang saat ini sudah didukung dengan adanya teknologi, memberikan kemudahan dalam kehidupan sehari-hari. Awal mulanya informasi didapatkan melalui media massa *mainstream*, seperti televisi, radio dan surat kabar. Berdasarkan media tersebut mengharuskan pembaca atau penontonnya

membeli, mengakses dan menyediakan waktu khusus untuk membaca dan menyaksikannya. Berkembangnya teknologi informasi merambat ke dunia *digital* dan *online* sehingga media tersebut dapat diakses dimana pun tanpa adanya batasan ruang dan waktu.

Terdapat beberapa definisi teknologi menurut para ahli. Williams dan Sawyer, mendefinisikan teknologi informasi sebagai sebuah gabungan jalur dari komunikasi yang memiliki kecepatan tinggi dengan adanya komputasi atau komputer, dengan membawa video, suara, dan data; sedangkan Martin (1999) berpendapat teknologi informasi tidak terbatas pada teknologi computer yang hanya terdiri dari perangkat lunak dan perangkat keras tetapi juga mencakup sebuah teknologi komunikasi (Dalle et al., 2020).

Perkembangan teknologi informasi dan internet menyebabkan lingkungan media baru. McNamus menyebutkan terjadi pergeseran ketersediaan media dari yang sebelumnya langka dengan akses yang terbatas, menjadi tempat penyimpanan virtual yang informasinya bisa diakses khalayak kapan pun dengan perangkat apa pun sepanjang terhubung dengan jaringan internet (Nasrullah, 2014 dalam Rubyasih et al., 2022).

Keberadaan informasi akhirnya bukan lagi menjadi hal yang ditunggu, atau pun sengaja dicari-cari. Dengan adanya telepon pintar (*smart phone*), informasi kini sudah datang begitu saja. Sehingga keberadaan informasi sudah sangat meluap dan sulit untuk di definisikan. Sebetulnya untuk mendefinisikan atau mengartikan informasi berdasarkan dari konsepnya tidaklah mudah. Karena informasi memiliki ciri, manfaat dan aspeknya yang berbeda-beda bergantung kepada orang yang menggunakannya. Seseorang bisa memiliki makna dan arti yang berbeda terhadap sebuah informasi. Informasi dapat berbentuk impresi dan pikiran seseorang atau data yang terolah dan tersusun rapi. Ditinjau dari asal terbentuknya, informasi merupakan fenomena yang direkam melalui pengamatan dan dapat berupa putusan-putusan yang dibentuk (Yusuf & Subekti, 2010).

Informasi memiliki beberapa fungsi, diantaranya yaitu sebagai sumber pengetahuan, hiburan dan memengaruhi. Pertama, berbicara mengenai sumber pengetahuan, informasi memiliki beberapa kondisi dan peristiwa jika dilihat dalam lingkup masyarakat, hubungan, serta yang berhubungan dengan inovasi. Umumnya masyarakat memperoleh informasi sesuai dengan kebutuhan dan kepentingannya sebagai pengetahuan yang baru. Kedua yaitu sebagai hiburan. Dilihat dari sumber hiburan, informasi melalui media elektronik dapat dikatakan sebagai posisi yang paling tinggi untuk menjadi sarana hiburan. Salah satu contoh masyarakat menggunakan informasi sebagai hiburan yaitu penggunaan atau pemanfaatan televisi. Namun saat ini media elektronik kini sudah berinovasi pada media internet / *online*. Tujuan dari fungsi hiburan sangat beragam, misalnya untuk pengalihan perhatian, rekreasi, dan relaksasi untuk menghilangkan kepenatan. Disamping itu hiburan juga kerap kali dijadikan sebagai penghilang dan pelepasan beban yang terasa.

Ketiga yaitu fungsi memengaruhi, informasi memberikan fungsi memengaruhi dalam aspek untuk orang banyak atau khalayak. Media massa banyak memberikan pengaruh kepada khalayak mulai dari iklan hingga artikel-artikel. Memengaruhi dari sisi informasi ini diantaranya yaitu yang dapat mengubah sikap, dan menggerakkan perilaku seseorang. Berdasarkan hal tersebut informasi dapat mengubah perilaku seseorang. Berkembangnya pengetahuan dan teknologi, akhirnya informasi berkembang dan kemudian memiliki kekhasan dalam bidang atau subjek tertentu.

Salah satu yang tidak luput dari sisi informasi yaitu berita. Berita merupakan sebuah produk jurnalistik yang ada di media massa (Barus, 2010). Yang dimaksud berita adalah laporan peristiwa, kejadian, gagasan, atau fakta yang dianggap menarik dan penting untuk diketahui dan menjadi kesadaran publik sehingga dipublikasikan melalui media massa. Berita juga dapat diartikan sebagai informasi baru atau hal yang terjadi dan disiarkan di media cetak dan elektronik.

Perkembangan teknologi akhirnya membuat pengemasan berita menjadi lebih berkembang. Tidak hanya dituliskan atau dimuat dalam bentuk elektronik, namun kini sudah dapat tersajikan secara online. Minat jual yang saat ini menurun akan media massa cetak juga menjadi salah satu faktor perkembangan dari teknologi karena telah lahirnya perusahaan atau media online yang berbentuk portal berita online. Portal berita online kini dapat diakses dimana pun sesuai dengan harapan dan keinginan penikmatnya. Berikut data tentang portal berita online di Indonesia;

Tabel 1. Merek Media yang Paling Dipercaya Responden (Annur, 2023)

No	Nama	Nilai / %
1	Kompas	69
2	CNN	68
3	TVRI	66
4	SCTV (Liputan6)	64
5	Detik.com	63
6	Tempo	60
7	TVOne	60
8	Berita televisi lokal	57
9	Tribunnews	55
10	Jawa Pos	54
11	Merdeka.com	52
12	Sindonews.com	52
13	Kumparan.com	50
14	Suara.com	48
15	Tirto.id	44

Data diatas adalah laporan survei bertajuk *Digital News Report 2023* yang dilakukan Reuters Institute pada tahun 2023. Data tersebut menunjukkan bahwa media massa yang paling dipercaya di Indonesia adalah Kompas. Media yang didirikan oleh P.K. Ojong dan Jakob Oetama itu mendapat kepercayaan dari 69% responden (Annur, 2023). Keberadaan portal berita tersebut selain mengubah perilaku dan kebiasaan masyarakat dalam mengakses berita juga berpengaruh kepada pola mendapatkan berita.

Awal mulanya masyarakat mengakses berita melalui portal berita, search engine dan kemudian kini sudah beralih ke media sosial. Pola dan kebiasaan ini semakin lama semakin berubah dan menjadi kebiasaan. Informasi dan hiburan yang berbeda dari berbagai belahan dunia dapat diakses hanya melalui satu pintu saja. Media sosial yang sifatnya terhubung dengan internet dapat melampaui dimensi kehidupan manusia, penggunaanya yang mudah, akhirnya memungkinkan untuk digunakan oleh siapa saja, kapan, dan di mana saja. Dengan memanfaatkan kekuatan media sosial, pengguna dapat mengakses pencari informasi secara langsung melalui koneksi internet, termasuk berita. Pengguna media sosial dapat menemukan berbagai informasi yang mereka butuhkan dengan mengetikkan kata kunci ke dalam format yang disediakan oleh pembuat media.

Dari perspektif sosiologis, media sosial telah memengaruhi manusia dalam berkomunikasi, bersosialisasi, berteman, dan berinteraksi. Media sosial juga menjadi ladang dalam produksi dan penyebarluasan berita bohong, yang terkadang diamplifikasi oleh pemberitaan di media arus utama. Setiap orang atau kelompok dapat dengan mudah menyebarkan berita yang tidak benar, di sisi lain penerima berita tidak kritis dalam mencerna kebenaran suatu berita (Juliswara, 2017 dalam (Defhany & Edlina, 2022)

Media sosial saat ini memengaruhi semua sektor, termasuk jurnalisme yang berubah menjadi jurnalisme online/ digital. Teknologi digital dan internet dapat menghasilkan berita untuk portal berita online untuk pengembangan dan pembuatan media baru. Konsumen dan pembaca berita lebih suka menikmati dan membaca berita secara cepat sehingga memiliki kepuasan instan. Hal itu membuat konsumen berita menjadi pembaca setia dan membuat portal berita semakin kompetitif.

Pencarian informasi lewat media sosial tidak mungkin dihindari karena media sosial saat ini merupakan media yang paling dekat dengan masyarakat. Minat mengakses berita melalui media massa semakin menurun karena masyarakat lebih memilih media sosial untuk mencari informasi. Salah satu bagian dari

masyarakat yang aktif menggunakan media sosial adalah mahasiswa dengan rentang usia 18-23 tahun, dan masuk ke dalam kategori Generasi Z (kelahiran tahun 1997-2012). Berdasarkan observasi awal penelitian yang dilakukan oleh peneliti, generasi Z hampir tidak pernah menyediakan waktu khusus untuk menonton televisi, membaca koran atau pun berita yang basis digital untuk mendapatkan berita faktual. Namun mereka lebih memilih dengan mengakses media sosial yang mudah dan cepat untuk dibacanya.

Keadaan ini tentu menjadi hal yang perlu untuk diketahui lebih lanjut, karena media sosial bukanlah media massa yang jelas kebenaran dan kredibilitasnya. Banyak hal dan peristiwa yang terjadi sebagai efek dari media sosial. Padahal, banyak informasi yang belum jelas kebenarannya di media sosial. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui perilaku penggunaan media sosial sebagai sumber berita oleh Generasi Z, dan bagaimana mereka dalam mendefinisikan berita agar terhindar dari *hoax*.

METODE

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif dengan pendekatan deskriptif. Metode penelitian adalah cara ilmiah memperoleh data untuk tujuan dan kegunaan tertentu (Sugiyono, 2013). Subjek dari penelitian ini adalah Generasi Z yang dalam hal ini adalah mahasiswa yang berdomisili di Jakarta Selatan, dengan rentang usia 18–23 tahun, dan menggunakan media sosial sebagai sumber informasinya dalam mencari berita.

Metode tersebut dipilih karena peneliti ingin menggambarkan peristiwa atau fenomena yang terjadi. Penelitian deskriptif dilakukan berkaitan dengan pengumpulan fakta untuk mencari tahu keadaan atau subjek tertentu. Teknik pengambilan data yang dilakukan adalah wawancara secara mendalam kepada informan.

Sesuai dengan kebutuhan dalam penelitian, peneliti melakukan wawancara kepada Generasi Z yang juga sebagai mahasiswa dalam mencari berita di media sosial. Dalam pengumpulan data, peneliti menggunakan *purposive sampling* dengan menentukan syarat yang akan menjadi

informan dalam penelitian. Beberapa syarat yang ditentukan oleh peneliti yaitu, Generasi Z yang berperan sebagai mahasiswa, mengakses media sosial dalam mencari berita, dan berdomisili di Jakarta Selatan.

Alasan peneliti memilih wilayah Jakarta Selatan adalah peneliti melihat bahwa Jakarta Selatan tercermin dalam populasi mahasiswa yang beragam, dan berasal dari berbagai wilayah dan suku bangsa. Dengan keadaan tersebut, asumsi peneliti terdapat lingkungan belajar dan mencari informasi berita yang dinamis dan multikultural.

HASIL & PEMBAHASAN

Penelitian ini dilakukan dengan melakukan wawancara kepada 5 (lima) orang informan. Sebelum dilakukannya wawancara, peneliti menyiapkan pertanyaan-pertanyaan yang sesuai dengan pertanyaan dan kebutuhan untuk penelitian.

Pada dasarnya, tidak ada manusia yang bisa hidup tanpa informasi. Sepanjang hidupnya, sejak bangun tidur hingga tidur lagi, manusia akan mengakses dan memproses informasi. Menurut Putu Laxman Pendit, perilaku informasi adalah tingkah laku manusia yang berkaitan dengan pola untuk memperoleh informasi. Manusia memerlukan, memikirkan, memperlakukan, mencari, dan memanfaatkan informasi yang berasal dari berbagai saluran, sumber, dan media penyimpanan informasi (Yusuf & Subekti, 2010)

Tambahan selanjutnya yaitu T.D Wilson menjelaskan mengenai perilaku pencarian informasi merupakan perilaku di tingkat mikro, berupa perilaku mencari yang ditunjukkan seseorang ketika berinteraksi dengan sistem informasi. Seseorang secara natural melakukan pencarian informasi dan tidak terpaku pada langkah tertentu. Ada generasi yang memang sudah terbiasa dan terlatih dalam menggunakan media digital, yaitu generasi Z. Generasi Z adalah generasi setelah generasi milenial atau generasi Y yang lahir pada rentang tahun 2001 hingga 2010 dan merupakan peralihan dari generasi milenial saat teknologi berkembang pesat serta memiliki pola pikir yang cenderung serba instan. Generasi Z belum akan banyak

berperan pada bonus demografi Indonesia pada 2020 (Badan Pusat Statistik, 2018).

Berdasarkan wawancara yang dilakukan kepada mahasiswa, sebagai Generasi Z informan merasa dalam mengakses berita di zaman sekarang aksesnya mudah, hanya dengan membuka media sosial kemudian muncul berita di paling atas. Hal ini juga berhubungan dengan ragam media sosial yang sering digunakan untuk mencari berita. Twitter merupakan media sosial yang dinilai paling diunggulkan untuk berita oleh informan.

Informan merasa senang mencari berita melalui Twitter karena memiliki keunggulan dan kecepatan dibandingkan dengan media sosial lainnya. Sesuai dengan pernyataan informan:

“Saya nyaman di twitter karena tidak banyak visual dan lebih fokus membaca. Kemudahan lewat twitter itu lebih cepat, variatif karena algoritmanya twitter sama dengan youtube, kita hanya melihat satu dan informasi lainnya akan muncul lebih luas dan cepat.”

Dibandingkan dengan media sosial lainnya, twitter memiliki keunggulan diantaranya yaitu penggunaan kuota yang lebih sedikit, adanya fitur dengan melihat trending dimana fitur tersebut melihat apa saja yang saat itu ramai menjadi ‘cuitan’ atau perbincangan, dan tampilan sederhana dan mudah dimengerti. Menurut peneliti, dengan adanya kemudahan dan beberapa keunggulan ini akhirnya menjadi langkah oleh mahasiswa dalam mencari berita. Hal ini dikarenakan dengan kemudahan tersebut mereka akan mudah menemukan hal-hal yang sesuai dengan kebutuhan informasi/ beritanya.

Berdasarkan keunggulan tersebut diatas, twitter juga memiliki keunggulan yang sifatnya cepat. Seluruh informan dalam penelitian mengakui dengan mencari informasi yang baru sekilas di dengar langsung menuju ke aplikasi ‘burung biru’ tersebut. Hal ini dikarenakan pada twitter tidak hanya mengunggulkan dari sisi cepatnya saja. Namun ada poin tambahan yang dimiliki aplikasi tersebut dengan adanya beberapa akun yang mampu menggali informasi lebih dalam komprehensif lagi. Menurut Nasrullah (2015)

media sosial memiliki karakteristik khusus, diantaranya yaitu (Setiadi, 2016):

1. Jaringan (*Network*)

Jaringan merupakan sebuah infrastruktur dapat menghubungkan komputer dengan perangkat lainnya. Pada perangkat dibutuhkan koneksi yang karena komunikasi dapat terjadi apabila komputer memiliki saling keterhubungan, dan dengan aktivitas tersebut juga dapat melakukan perpindahan data

2. Informasi (*Informations*)

Pada media sosial, informasi dapat dikatakan suatu entitas yang paling penting karena pengguna dari media sosialnya melakukan representasi identitas, memproduksi konten dan melakukan interaksi sesuai dengan informasi yang dimiliki

3. Arsip (*Archive*)

Pengguna media sosial dapat mengandalkan arsip sebagai bukti bahwa informasi telah disimpan dan dapat diakses kembali kapan pun dan di mana pun, menggunakan perangkat apa saja

4. Interaksi (*Interactivity*)

Media sosial dapat memberikan jaringan antara pengguna, tidak hanya sekadar hubungan pertemanan atau pengikut saja, namun dapat membangun interaksi

5. Simulasi Sosial (*simulation of society*)

Media sosial menjadi wilayah tersendiri oleh masyarakat untuk membangun koneksi, berbagi informasi, dan beraktivitas bersama, dengan melahirkan budaya dan juga pola interaksi yang unik dan berbeda dari kehidupan sosial di luar dari internet.

6. Konten oleh pengguna (*user-generated content*)

Di media sosial konten merupakan milik dan juga kontribusi dari pengguna atau pemilik akun. UGC (User-Generated Content) adalah sebuah relasi simbiosis dalam budaya media baru memberikan kesempatan dan keleluasaan pengguna untuk berpartisipasi. Hal ini berbeda dengan media lama (tradisional) dimana khalayaknya sebatas menjadi objek atau sasaran yang pasif dalam distribusi pesan.

Pencarian informasi dalam lingkup berita menggunakan media sosial dibutuhkan kehati-

hatian. Adapun langkah dan cara menghindari *hoax* atau informasi bohong yang dilakukan oleh informan diantaranya yaitu dengan melihat dulu kredibilitas siapa yang menyampaikan informasinya atau siapa yang berbicara. Pada langkah ini informan melihat lebih dulu latar belakang orang pemilik akun (jika akun personal) dengan cara mencari tahu pendidikan, dan juga pekerjaan dari personal tersebut.

Langkah kedua lihat detail informasinya, dalam langkah ini informan melihat tentang kejelasan maksud dan informasi agar dapat dipercaya. Melihat dari sisi berita, informan melihat jurnalis atau mencari tahu darimana lembaga yang mengikatkannya. Dan selanjutnya informan hanya melihat berita yang lewat saja atau happening yang muncul di berandanya. Adapun yang dihindari oleh mereka yaitu dengan mengikuti satu atau dua portal berita, karena keingintahuan informan agar dapat melihat beberapa perspektif dari berita. Dilihat dari unsur keunggulannya, portal berita online yang masuk dalam kelompok jurnalisme online sebetulnya memiliki kelebihan, yaitu (Rahmatullah & Dwi Yuliaty, 2022):

1. Kontrol pembaca: sebagai alat kontrol. Pengunjung dan pengguna media online didorong untuk membaca sesuai dengan keinginan mereka. Pembaca media online cepat dan mudah beralih dari satu sumber berita ke sumber berita lainnya atau bahkan berada dalam beberapa layanan berita online secara bersamaan.
2. Tidak linier: Setiap artikel jurnalistik yang ada di internet tidak berkaitan dengan berita lama sehingga informasinya selalu terkini. Hal itu berbeda dengan paradigma berita konvensional.
3. Penyimpanan dan Pengambilan: Media online memungkinkan artikel berita yang telah disiarkan mudah diarsipkan. Arsip berita dapat diakses untuk dibaca kembali kapan saja dan di mana saja.
4. Ruang penyimpanan tidak terbatas: Media online tidak memiliki hambatan dalam batasan jumlah pesan, informasi, karakter, kata, frasa, dan kalimat. Hal itu berbeda dengan media cetak yang

dibatasi halaman dan media elektronik yang dibatasi durasi.

5. Kedekatan: Cara kerja media online yang cepat memiliki efek positif dalam penyampaian berita. Berita yang dihasilkan dapat disebar dan diakses dengan cepat oleh khalayak.
6. Fungsi multimedia: Media online dapat menyajikan konten yang multimedia sehingga masyarakat dapat mengakses berita berupa teks, foto, grafis, visual, video, maupun audio. Hal itu merupakan keunggulan layanan berita digital.
7. Interaktivitas: Jurnalisme online memungkinkan pembaca berpartisipasi untuk meninjau dan mengomentari berita yang telah dibaca. Hal itu membuat pembaca dapat berperan dalam memverifikasi keakuratan berita yang beredar di media online.

Adapun upaya informan dalam menghindari *hoax*, yaitu dengan cara mencari informasi dari sumber yang terpercaya. Misalnya ketika adanya informasi tentang gempa bumi, informasinya langsung menuju ke akun BMKG, dan lanjutan untuk memercayai informasi tersebut informan memercayai bahwa akan ada konferensi pers atau siaran informasi dari lembaga tertentu. Selanjutnya dalam menghindari *hoax* informan lebih selektif menerima informasi. selain melihat siapa yang berbicara, informan juga menjadi diri sendiri sebagai gatekeeper untuk dirinya. Informan akan menghindari atau melewati informan yang tidak dapat dipercaya dan informasi yang dirasa tidak to the point.

Menurut Wilson, *Information Behavior* (perilaku informasi) adalah totalitas perilaku manusia yang berhubungan dengan sumber dan saluran informasi, termasuk informasi aktif dan pasif, atas penggunaan informasi. hal tersebut termasuk kedalam komunikasi tatap muka dengan orang lain termasuk penerimaan informasi yang pasif, seperti menonton iklan TV. Model perilaku pencarian informasi merupakan suatu upaya untuk menemukan informasi dengan tujuan tertentu sesuai dengan kebutuhan untuk memenuhi tujuan tertentu. Dalam hal ini, orang tersebut dapat berinteraksi dengan sistem informasi baik manual (seperti,

surat kabar, majalah, perpustakaan), atau berbasis komputer (*World Wide Web* atau internet). Model ini menjelaskan tentang perilaku penemuan informasi yang timbul sebagai suatu konsekuensi yang dibutuhkan oleh pengguna informasi, yang mana membuat suatu informasi menjadi sumber formal atau informal. Wilson menegaskan bahwa proses penemuan informasi berawal dari seorang pengguna membutuhkan informasi, dari seorang pengguna membutuhkan informasi, dari sesuai dengan kebutuhan tersebut maka dari itu timbul perilaku penemuan informasi (Wilson, 2000).

Informan lebih memilih media sosial daripada televisi atau media massa lainnya, salah satu faktornya yaitu tidak lagi atau jarang menonton televisi. Sesuai dengan ciri Generasi Z, ada rasa ingin cepat mengetahui informasi namun dirasa kurang puas dengan menunggu berita dari televisi, karena siaran televisi dirasa lebih lambat. Sedangkan jika ingin menonton televisi informan harus punya waktu khusus. Namun disisi lain, berita yang didapatkan oleh informan dari media sosial memang didukung dengan foto ataupun bukti dari kejadian atau peristiwa.

Sesuai dengan sebuah penelitian yang dilakukan (Rosemarwati & Lindawati, 2019), jurnalis media daring di Indonesia memiliki motif utama menggunakan media sosial sebagai sumber berita karena informasinya dapat diakses secara mudah dan cepat (43,7%), tersedia banyak informasi yang baru setiap hari (39,4%), dapat diakses informasinya berkali-kali (36,6%), memiliki pengguna dengan jumlah besar dan luas (35,2%), dan terdapat informasi eksklusif yang tidak terdapat di media konvensional (15,5%). Terdapat hal menarik dari penelitian tersebut, yaitu tidak ada jurnalis yang menyatakan ketidaksetujuannya pada pernyataan bahwa informasi di media sosial dapat diakses dengan mudah dan cepat sehingga hal itu menjadi motif terkuat penggunaan media sosial sebagai sumber berita oleh jurnalis.

Pada penelitian ini informan masih mengakui bahwa untuk kebenaran akan berita memang melihat siaran televisi, karena televisi merupakan sebuah media yang terlembagakan dan teruji kredibilitasnya. Namun untuk menghindari informasi akan berita yang keliru,

informan tidak telan 'mentah-mentah'. Jika mendapatkan informasi dari *broadcast* aplikasi *chatting*, mereka melakukan konfirmasi melalui *search engine* yaitu Google.

Menurut (Rahayu & Endri, 2023) adanya 3 (tiga) dimensi yang berfungsi untuk mengukur dan melihat dari program kegiatan literasi diantaranya, dimensi motivasi, pengetahuan, dan keterampilan. Berdasarkan dari 3 (tiga) dimensi tersebut dapat dilihat pula tingkat keberhasilan pengelolaan program dan keberhasilan literasi media oleh peserta dan partisipan anggota.

Hal ini sejalan dengan yang telah dilakukan oleh para informan, bahwa mereka melakukan pencarian berita melalui media sosial dengan adanya dimensi tersebut. Keterampilan ini termasuk kedalam kemampuan digital yang mana adanya inovasi dan berpikir kritis untuk memecahkan masalah dalam mencari berita.

KESIMPULAN

Berdasarkan data yang telah dikumpulkan dan dianalisa, media sosial kini menjadi media unggulan oleh mahasiswa dalam mencari berita. Dapat dikatakan informan dalam penelitian ini, (sebagai temuan dalam penelitian ini) mereka tidak menyediakan waktu khusus ataupun dengan sengaja membaca, mendengarkan ataupun menonton media massa untuk mendapatkan berita. Informan lebih mengutamakan kecepatan dari berita yang dibutuhkan, dan melihat beberapa akun tertentu yang dirasa dan menurutnya memiliki kredibilitas terutamanya media sosial twitter. Berhubungan dengan upaya menghindari *hoax*, informan menelusuri informasi dengan lengkap dan konfirmasi melalui *search engine*.

Berdasarkan simpulan tersebut, peneliti memberikan saran dan rekomendasi hendaknya mahasiswa yang sedang menempuh pendidikan tinggi diberikan pembekalan tentang literasi media berhubungan dengan pencarian berita melalui media online. Hal ini dikarenakan terlalu banyaknya informasi dan sumber informasi yang sangat luas diperlukannya keterampilan dalam mencari informasi yang tepat. Sebagai generasi penerus bangsa, akan menjadi kekhawatiran ketika adanya kekeliruan

dalam memproduksi, mengolah dan mengevaluasi informasi kedepannya.

DAFTAR PUSTAKA

- Annur, C. M. (2023, June 15). *Inilah Media yang Paling Dipercaya Warga Indonesia pada 2023, Ada Favoritmu?* <https://databoks.katadata.co.id/datapublish/2023/06/15/inilah-media-yang-paling-dipercaya-warga-indonesia-pada-2023-ada-favoritmu>
- Badan Pusat Statistik. (2018). *Statistik Gender Tematik: Profil Generasi Milenial Indonesia*. . Kementerian Pemberdayaan dan Perlindungan Anak.
- Barus, S. W. (2010). *Jurnalistik Petunjuk Teknis Menulis Berita*. Erlangga.
- Dalle, J., Akrim, A., & Baharuddin. (2020). *Pengantar Teknologi Informasi*. PT RajaGrafindo Persada.
- Defhany, D., & Edlina, R. (2022). Manajemen Komunikasi Dinas Komunikasi dan Informatika Sumatera Barat dalam Mengatasi Hoax di Media Sosial. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 6(2), 135. <https://doi.org/10.25077/rk.6.2.135-145.2022>
- Rahayu, M., & Endri, E. P. (2023). Literasi Media: Kegiatan Literasi Media Baru di Media Sosial (Studi Kasus Pada Siswa SMKN 49 Jakarta Utara). *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 7(2), 127. <https://doi.org/10.25077/rk.7.2.127-132.2023>
- Rahmatullah, S., & Dwi Yuliati, R. E. (2022). Media Sosial Sebagai Sumber Berita Alternatif. *Jurnal Studi Jurnalistik*, 4(2), 47–54. <https://doi.org/10.15408/jsj.v4i2.28966>
- Rosemarwati, T. U., & Lindawati, L. (2019). Penggunaan Media Sosial sebagai Sumber Berita oleh Jurnalis Media Daring di Indonesia. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 23(2), 101. <https://doi.org/10.31445/jskm.2019.1744>
- Rubyasih, A., Windyaningrum, R., & Koesanto, S. M. A. A. (2022). Literasi Digital dalam Pengelolaan Media Sosial di Tingkat Kelurahan Kota Bandung dan Kota Bogor. *Jurnal Ranah Komunikasi (JRK)*, 6(2), 76. <https://doi.org/10.25077/rk.6.2.76-83.2022>
- Setiadi, A. (2016). Pemanfaatan Media Sosial untuk Efektifitas Komunikasi. *Jurnal Humaniora Universitas Bina Sarana Informatika*, 16(2).
- Sugiyono. (2013). *Metode Penelitian Kuantitatif Kualitatif dan R & D*. Alfabeta.
- Wilson, T. D. (2000). Human information behavior. *Informing Science*, 3(2).
- Yusuf, P. M., & Subekti, P. (2010). *Teori dan Praktik Penelusuran Informasi: Information Retrieval*. Kencana.