



JURNAL PUSTAKA ILMIAH

p-ISSN 2477-2070 | e-ISSN 2685-8363



Universitas Sebelas Maret
(UNS) Library,
Jl. Ir. Sutami 36 A Kentingan,
Jebres, Surakarta 57126

<https://jurnal.uns.ac.id/jurnalpustakailmiah>

Submitted : 29-03-2024

Accepted : 04-06-2024

Published : 31-12-2024

Diajukan : 29-03-2024

Diterima : 04-06-2024

Diterbitkan : 31-12-2024



Jurnal Pustaka Ilmiah is licensed under
a [Creative Commons Attribution-
NonCommercial-ShareAlike 4.0
International License](https://creativecommons.org/licenses/by-nc-sa/4.0/).

Memahami Perilaku Informasi Gen-Z dan Strategi Melawan Disinformasi: Sebuah Tinjauan Literatur Penggunaan Media Sosial

Diemas Arya Komara*, Shafira Nanda Widjaya
Universitas Pendidikan Indonesia, Bandung,
Jawa Barat, Indonesia

*Korespondensi: diemas@upi.edu

ABSTRACT

This literature review explores the impact of the growth of information technology and social media on the behavior of Generation Z (Gen-Z) in consuming and disseminating information, particularly concerning misinformation on social media platforms. The focus is on the influence of information literacy on Gen-Z's ability to critically analyze the authenticity of news. The objective of this research is to investigate information behavior and strategies against misinformation. The method employed in this study is a qualitative analysis of relevant literature. Findings indicate that although Gen-Z tends to be closely connected to social media and possesses critical skills in sorting information, they are also susceptible to the spread of fake news. Focused and collaborative digital literacy education strategies are crucial in fostering resilience against false information among Gen-Z. Skills in social media analysis and an understanding of the dynamics of misinformation are necessary to combat the spread of false information.

Keywords: *disinformation; Gen-z; information behavior; social media*

ABSTRAK

Tinjauan literatur ini membahas dampak pertumbuhan teknologi informasi dan media sosial terhadap perilaku Generasi Z (Gen-Z) dalam mengonsumsi dan menyebarkan informasi, khususnya terkait berita disinformasi di platform media sosial. Fokusnya adalah pada pengaruh literasi informasi terhadap kemampuan analisis kritis Gen-Z dalam menilai keabsahan berita. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menyelidiki perilaku informasi dan strategi melawan disinformasi. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah analisis kualitatif terhadap literatur yang relevan. Temuan menunjukkan bahwa meskipun Gen-Z cenderung terhubung erat dengan media sosial dan memiliki kemampuan kritis dalam memilah informasi, mereka juga rentan terhadap penyebaran berita palsu. Strategi pendidikan literasi digital yang terfokus dan kolaboratif menjadi penting dalam membangun ketahanan terhadap informasi palsu di kalangan Gen-Z. Kemampuan analisis media sosial dan pemahaman terhadap dinamika berita disinformasi diperlukan untuk memerangi penyebaran informasi palsu.

Kata Kunci: *storytelling; minat baca anak; perpustakaan cinta baca*

PENDAHULUAN

Pertumbuhan teknologi informasi dan perkembangan media sosial telah membawa dampak signifikan pada berbagai aspek kehidupan, termasuk cara generasi muda, terutama Generasi Z (Gen-Z), mengonsumsi informasi. Generasi ini, yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, tumbuh dalam era di mana akses informasi mudah diperoleh melalui internet dan media sosial (Le Mai, 2023; Riswandi, 2023). Meskipun kemajuan ini membawa manfaat besar, namun juga menimbulkan tantangan serius terkait literasi informasi dan kemampuan analisis kritis. Salah satu isu penting yang muncul adalah penyebaran berita disinformasi (*hoax*) di media sosial. Berita disinformasi dapat dengan mudah menyebar dan memiliki potensi untuk merugikan individu, masyarakat, dan bahkan lembaga pemerintah (Meel & Vishwakarma, 2020).

Hoaks dan disinformasi memiliki beberapa persamaan yang signifikan, terutama dalam hal tujuannya untuk menyebarkan informasi yang salah atau menyesatkan. Kedua istilah ini merujuk pada penyebaran informasi yang tidak benar atau sengaja dimanipulasi dengan tujuan untuk menyesatkan atau mempengaruhi persepsi publik (Rubin, 2019). Keduanya sering kali digunakan untuk menciptakan kebingungan, memperkuat bias yang sudah ada, atau bahkan merusak reputasi individu atau kelompok tertentu (Patel et al., 2022). Hoaks maupun disinformasi dapat menyebar dengan cepat melalui media sosial dan platform komunikasi digital lainnya, memanfaatkan kecepatan dan jangkauan luas internet untuk menjangkau audiens yang lebih besar.

Meskipun memiliki banyak kesamaan, hoaks dan disinformasi juga memiliki perbedaan penting. Hoaks biasanya merujuk pada cerita atau klaim palsu yang dibuat dan disebarkan dengan tujuan menghibur, menakut-nakuti, atau memanipulasi orang tanpa adanya motif politik yang mendalam (Zannettou et al., 2019a). Contohnya, berita palsu tentang penampakan makhluk asing atau teori konspirasi yang tidak berdasar. Di sisi lain, disinformasi lebih sering digunakan untuk menggambarkan penyebaran informasi yang salah atau menyesatkan yang dilakukan dengan sengaja dan sistematis untuk mencapai tujuan politik atau ideologis (Molina et al., 2021). Hoaks lebih banyak berfokus pada sensasionalisme dan hiburan, disinformasi lebih terkait dengan manipulasi strategis dan politik. Adanya fenomena tersebut, menumbuhkan kepentingan untuk memahami sejauh mana literasi informasi memengaruhi kemampuan analisis kritis Gen-Z dalam menilai keabsahan berita, khususnya di platform media sosial.

Tantangan utama yang dihadapi Generasi Z dalam menghadapi berita disinformasi di media sosial adalah kompleksitas informasi yang seringkali sulit dibedakan antara fakta dan opini. Dalam ekosistem digital yang penuh dengan informasi yang cepat beredar, Gen-Z cenderung mengandalkan media sosial sebagai sumber utama informasi mereka (Ahuja & Grover, 2023; Pérez-Escoda et al., 2021). Namun, menurut Brisola & Doyle (2019) kurangnya literasi informasi dapat membuat mereka rentan terhadap penyebaran berita palsu atau manipulasi informasi yang bertujuan mengarahkan opini publik. Perlu diakui bahwa literasi informasi tidak hanya mencakup kemampuan membaca dan memahami teks tetapi juga kemampuan untuk memilah, mengevaluasi, dan menyintesis informasi.

Selain dampak individual, penyebaran berita disinformasi di media sosial juga memiliki konsekuensi sosial yang luas. Penelitian yang dilakukan oleh Ognyanova et al. (2020) mengeksplorasi bagaimana penyebaran berita disinformasi dapat mempengaruhi kepercayaan masyarakat terhadap media dan lembaga pemerintah. Dengan demikian, pemahaman tentang respons dan reaksi masyarakat terhadap informasi yang tidak benar dapat memberikan wawasan lebih lanjut tentang urgensi peningkatan literasi informasi di kalangan Gen-Z.

Dinamika media sosial juga menciptakan tekanan pada Generasi Z untuk mendapatkan informasi secara instan dan meresponsnya dengan cepat. Kecepatan alur informasi di media sosial dapat mengakibatkan kurangnya waktu untuk refleksi dan verifikasi, yang pada gilirannya dapat mempengaruhi kemampuan Gen-Z dalam menerapkan analisis kritis terhadap berita yang mereka terima (Vasilyeva, 2021; Zhang et al., 2019). Selain itu, fenomena penggunaan gambar dan video yang seringkali diisolasi dari konteks aslinya di media sosial dapat menjadi tantangan tersendiri. Gen-Z sering kali terpapar pada konten visual yang dapat menggugah emosi tanpa menyediakan informasi kontekstual yang memadai (Duffett, 2020).

Peran individu dalam mengelola informasi, terutama Gen-Z, tidak hanya membatasi diri pada peran pasif sebagai konsumen informasi, tetapi juga memasukkan dimensi aktif melalui partisipasi aktif di lingkungan media sosial. Gen-Z, yang tumbuh dalam era keterhubungan digital, seringkali menjadi pembuat konten yang signifikan di platform-platform media sosial (Serbanescu, 2022; Vițelar, 2019). Gen-Z menurut Trillò, (2023) tidak hanya mengonsumsi informasi, tetapi juga menciptakan konten, termasuk teks, gambar, video, dan meme, yang mencerminkan identitas mereka, pandangan dunia, dan kreativitas. Dalam menjalankan peran ini, Gen-Z berkontribusi pada ragam dan keragaman informasi yang beredar di dunia maya, memainkan peran penting dalam membentuk narasi yang mencerminkan berbagai perspektif.

Salah satu fenomena menarik terkait disinformasi adalah bagaimana informasi palsu dapat menyebar lebih cepat dan lebih luas dibandingkan dengan informasi yang akurat.

Fenomena ini diperkuat oleh sifat algoritma media sosial yang cenderung mempromosikan konten yang menarik banyak interaksi, tanpa memeriksa keakuratan informasi tersebut (Li & Xie, 2020). Menurut teoretisi media, disinformasi adalah bentuk manipulasi informasi yang sengaja diciptakan dan disebar untuk menipu atau menyesatkan audiens (Wardle, 2017). Disinformasi sering kali dirancang untuk mengeksploitasi emosi dan bias kognitif manusia, sehingga lebih mudah menyebar dan sulit untuk dikoreksi (Soon & Goh, 2018). Teori Wardle menyoroti pentingnya literasi digital dan kritisisme dalam mengelola informasi, terutama bagi generasi yang sangat terhubung secara digital seperti Gen-Z.

Gen-Z mengambil peran sebagai penyebar informasi di lingkungan media sosial. Mereka memiliki kemampuan untuk menyebarkan berita, tren, atau pesan melalui berbagai platform (Blandi et al., 2022). Namun, hal ini juga membawa tanggung jawab yang besar, mengingat kemudahan penyebaran informasi di era digital ini. Terkadang, tanpa niat jahat, Gen-Z dapat tidak sengaja menyebarkan informasi yang tidak akurat atau disinformasi (Alfred & Wong, 2022; Kusuma & Muslikhah, 2022). Oleh karena itu, penting untuk memahami bagaimana Gen-Z dapat secara positif berkontribusi dalam menyebarkan informasi yang sah, serta bagaimana mereka dapat memainkan peran kritis dalam menilai dan memfilter konten yang tersebar di lingkungan media sosial mereka.

Aspek psikologis juga memiliki peran yang signifikan dalam kemampuan analisis kritis Gen-Z. Dalam dunia media sosial yang seringkali dipenuhi dengan konten yang kontroversial, Gen-Z dihadapkan pada tugas rumit untuk menyaring informasi, mengelola dampak emosional, dan menavigasi lingkungan digital yang dinamis (Hassoun et al., 2023a). Beberapa teori psikologi sosial dapat memberikan pandangan tentang bagaimana faktor-faktor seperti emosi, identitas diri, dan persepsi sosial memengaruhi cara Gen-Z menganalisis dan merespons informasi yang mereka temui di media sosial.

Tujuan utama dari tinjauan literatur ini adalah untuk menyelidiki perilaku informasi dan strategi melawan disinformasi. Penelitian ini bertujuan untuk menyelidiki perilaku informasi Gen-Z dan strategi yang dapat diterapkan untuk melawan disinformasi di media sosial.

METODE

Dalam metode penelitian ini, analisis kualitatif terhadap literatur yang relevan dilakukan, pemilihan literatur dilakukan dengan mengidentifikasi sumber yang berfokus pada pengalaman pengguna media sosial, dampaknya terhadap aspek psikologis, dan faktor-faktor yang memengaruhinya. Sumber yang digunakan antara lain jurnal ilmiah, artikel penelitian, dan buku teks terkait tema-tema utama dengan topik literasi informasi, kemampuan analisis media

sosial, perilaku informasi Gen- Z dan disinformasi yang dijelaskan dalam buku "*Media Manipulation and Disinformation Online*" (Marwick & Lewis, 2017). Berbagai bentuk disinformasi yang diidentifikasi meliputi konten yang sepenuhnya diciptakan untuk menipu (*fabricated content*), konten asli yang dimanipulasi (*manipulated content*), sumber yang meniru sumber sah (*imposter content*), penggunaan informasi yang menyesatkan (*misleading content*), informasi yang benar namun ditempatkan dalam konteks yang salah (*false context*), dan konten satir atau parodi yang bisa menyesatkan jika diterima secara serius. Informasi kualitatif yang dikumpulkan dari literatur ini kemudian diorganisasikan dan disintesis untuk memahami dampak media sosial dan strategi Gen-Z dalam melawan disinformasi.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Perilaku informasi merujuk pada bagaimana individu mencari, menggunakan, dan menyebarkan informasi dalam berbagai konteks. Dalam penggunaan media sosial, perilaku informasi Gen-Z dipengaruhi oleh berbagai faktor seperti motivasi pribadi, norma sosial, dan teknologi yang digunakan (Hadiapurwa et al., 2023). Teori Penggunaan dan Kepuasan (*Uses and Gratifications Theory*) menjelaskan bahwa individu secara aktif memilih media dan konten yang sesuai dengan kebutuhan dan keinginan mereka, seperti mencari informasi, berinteraksi dengan teman, atau hiburan (Sundar & Limperos, 2013). Perilaku informasi Gen-Z di media sosial sangat beragam dan kompleks, mencerminkan kebutuhan mereka akan hiburan, validasi sosial, dan pengetahuan.

Disinformasi, atau informasi yang salah yang disebarkan dengan sengaja untuk menipu, memiliki dampak yang signifikan terhadap perilaku informasi individu dan masyarakat. Teori Aksi Rasional (*Theory of Reasoned Action*) dapat digunakan untuk memahami bagaimana sikap dan norma sosial mempengaruhi niat dan perilaku individu terkait dengan disinformasi. Sikap terhadap verifikasi informasi dan norma sosial yang mendukung perilaku kritis terhadap informasi dapat menentukan bagaimana Gen-Z merespons disinformasi (Hassoun et al., 2023b). Jika sikap terhadap verifikasi informasi positif dan ada dukungan sosial untuk praktik tersebut, Gen-Z lebih mungkin untuk terlibat dalam perilaku yang melawan disinformasi. Oleh karena itu, literasi informasi yang ditingkatkan dan kampanye kesadaran sosial dapat menjadi strategi efektif untuk melawan disinformasi, dengan mendorong sikap yang positif terhadap verifikasi informasi dan membentuk norma sosial yang mendukung perilaku kritis terhadap informasi.

Literasi Informasi

Literasi informasi melibatkan kemampuan mengidentifikasi kebutuhan informasi. Individu yang memiliki literasi informasi yang baik mampu merumuskan pertanyaan dan tujuan informasional secara jelas, sehingga dapat memandu mereka dalam pencarian informasi yang relevan. Hal ini diperkuat oleh Jones-Jang et al. (2021) yang menekankan pentingnya literasi informasi dalam proses pencarian dan identifikasi sumber informasi yang dapat dipercaya. Selain itu, literasi informasi melibatkan keterampilan dalam mengakses dan mengelola sumber informasi (Fernández-Ramos, 2019; Tejedor et al., 2020). Hal tersebut mencakup pemahaman terhadap berbagai jenis sumber, termasuk literatur akademis, media massa, dan sumber informasi digital. Dalam kerangka teoritis, literasi informasi membantu individu mengembangkan keterampilan navigasi yang efektif dalam mengakses informasi dari berbagai platform, serta kemampuan untuk menyusun dan mengorganisir informasi yang ditemukan.

Keberadaan evaluasi kritis terhadap informasi menjadi elemen penting dalam literasi informasi. Individu yang literat secara informasional mampu mengevaluasi keandalan dan relevansi sumber informasi, serta mengidentifikasi potensi bias atau manipulasi (Ripoll & Matos, 2020; Vamanu & Zak, 2022). Literasi informasi relevan dalam membentuk pemikiran kritis dan kemampuan individu untuk menyaring informasi yang benar-benar bermanfaat. Selain hal tersebut, Molloy et al. (2020) berpendapat bahwa literasi informasi juga mencakup kemampuan untuk menggunakan informasi secara efektif. Literasi informasi menekankan bahwa literasi informasi tidak hanya bersifat pasif dalam mengonsumsi informasi, tetapi juga aktif dalam menerapkan informasi tersebut untuk memecahkan masalah, mengambil keputusan, atau mengkomunikasikan ide dengan jelas.

Literasi informasi berkaitan erat dengan literasi media. Literasi media memperluas cakupan literasi informasi dengan menekankan pemahaman terhadap media massa, termasuk analisis terhadap pesan visual dan auditif (Cooke, 2021; Garcia et al., 2021). Ini mencerminkan bagaimana literasi informasi dihubungkan dengan kemampuan untuk memahami, mengevaluasi, dan merespons informasi yang disajikan melalui berbagai saluran komunikasi. literasi informasi tidak hanya bersifat individual, tetapi juga bersifat sosial. Keberadaan literasi informasi sosial menggambarkan bagaimana individu dapat berpartisipasi secara aktif dalam masyarakat, berkontribusi dalam pertukaran informasi, dan mengenali peran literasi informasi dalam pembentukan opini publik (De Paor & Heravi, 2020).

Literasi informasi memainkan peran kritis dalam mengatasi tantangan informasi palsu atau disinformasi di era digital ini. Dengan eksponensialnya jumlah informasi yang tersedia di internet dan media sosial, kemampuan untuk memilah, mengevaluasi, dan menyaring informasi menjadi lebih penting daripada sebelumnya (Camacho et al., 2020). Literasi informasi membekali individu dengan keterampilan pemikiran kritis dan kehati-hatian yang diperlukan untuk mengenali dan menghindari penyebaran informasi yang tidak benar.

Melalui literasi informasi, individu dapat mengembangkan kemampuan untuk menilai keandalan sumber informasi, mengidentifikasi potensi bias, dan mengukur akurasi suatu berita. Menurut Howell & Brossard (2021) pemahaman yang mendalam tentang cara kerja media, struktur informasi, dan proses editorial dapat membantu individu memahami konteks di balik setiap informasi yang mereka temui. Dengan demikian, literasi informasi bukan hanya tentang memahami bagaimana menggunakan teknologi informasi, tetapi juga tentang membentuk pola pikir kritis yang memungkinkan individu untuk bersikap skeptis dan analitis terhadap informasi yang mereka temui.

Keterampilan pemikiran kritis yang diperoleh melalui literasi informasi dapat membantu individu menyusun pertanyaan kritis, mengidentifikasi kelemahan argumen, dan memahami implikasi dari informasi yang mereka hadapi. Dengan demikian, literasi informasi tidak hanya menjadi alat pertahanan terhadap informasi palsu, tetapi juga menjadi landasan untuk partisipasi yang lebih efektif dalam masyarakat informasional (Brisola & Doyle, 2019; Righetto et al., 2021). Individu yang memiliki literasi informasi yang baik dapat berperan aktif dalam mendukung diskursus yang berbasis bukti, mengatasi disinformasi, dan membangun pemahaman yang lebih mendalam tentang isu-isu kompleks di tengah-tengah masyarakat.

Kemampuan Analisis Media Sosial

Dalam era di mana informasi tersebar dengan cepat dan melimpah di media sosial, kemampuan analisis media sosial membantu individu dalam mengidentifikasi informasi yang dapat dipercaya dan menghindari penyebaran berita palsu atau disinformasi. Pentingnya kemampuan analisis media sosial juga tercermin dalam studi yang dilakukan oleh Parady et al. (2021), yang menyoroti bahwa media sosial bukan hanya tempat untuk bersosialisasi, tetapi juga merupakan platform untuk membentuk dan memelihara hubungan sosial. Kemampuan untuk menganalisis dengan tepat informasi yang disajikan oleh orang lain di media sosial dapat meningkatkan kualitas interaksi sosial tersebut (Hruska & Maresova, 2020; Walter et al., 2021). Dengan melihat lebih dari sekadar teks atau gambar, individu dapat memahami konteks

dan maksud di balik postingan atau komentar, membangun kedekatan yang lebih autentik dan mendalam.

Seiring dengan dampak positifnya, penggunaan media sosial juga dapat berdampak pada kesejahteraan psikologis individu (Widjaya & Komara, 2023). Oleh karena itu, kemampuan analisis media sosial tidak hanya berkaitan dengan pemahaman informasi eksternal, tetapi juga melibatkan kesadaran terhadap dampak yang mungkin timbul dari interaksi di dunia maya terhadap kesejahteraan pribadi. Kemampuan analisis media sosial dapat meningkatkan efektivitas komunikasi secara keseluruhan (Ebrahim, 2020). Individu yang mampu membaca konteks dan nuansa di media sosial dapat menyampaikan pesan mereka dengan lebih tepat, meminimalkan risiko kesalahpahaman, dan membangun koneksi yang lebih mendalam dengan audiens mereka. Kemampuan menganalisis media sosial memungkinkan individu untuk lebih responsif terhadap perubahan opini atau tren, membantu mereka tetap relevan dalam percakapan digital yang terus berubah (Zhao & Zhu, 2023).

Keberlanjutan kemampuan analisis media sosial juga dapat memperkaya kehidupan sosial secara lebih luas. Dengan memahami tren, topik, dan isu-isu yang muncul di media sosial, individu dapat lebih aktif berpartisipasi dalam diskusi publik, memperluas jaringan sosial, dan bahkan berkontribusi pada perubahan sosial positif (Hung et al., 2020; Mavrodieva et al., 2019). Oleh karena itu, kemampuan analisis media sosial bukan hanya menjadi alat individu, tetapi juga menjadi kekuatan yang dapat membentuk dinamika sosial di tingkat yang lebih besar.

Kemampuan analisis media sosial dapat berperan dalam mengelola reputasi digital individu. Memahami cara informasi diinterpretasikan dan direspon oleh audiens, Lou et al. (2023) berpendapat individu dapat lebih efektif membentuk citra online yang autentik dan positif. Era di mana identitas digital menjadi semakin penting, kemampuan analisis media sosial dapat menjadi solusi menjaga dan membangun reputasi yang baik di dunia maya. Pentingnya kemampuan analisis media sosial juga terkait dengan keamanan digital. Dalam lingkungan yang dipenuhi dengan ancaman keamanan *cyber*, individu yang mampu menganalisis tautan, mengenali perilaku *phishing*, dan memahami risiko keamanan di media sosial memiliki perlindungan tambahan terhadap potensi penipuan atau kebocoran informasi pribadi (Al-Charchafchi et al., 2020; Jain et al., 2021).

Melihat ke depan dari perkembangan teknologi, kemampuan analisis media sosial menjadi semakin penting seiring dengan terus berkembangnya teknologi. Sebagai alat yang efektif untuk memahami kompleksitas interaksi sosial dan informasi di era digital, kemampuan analisis media sosial akan tetap relevan.

Disinformasi

Kerangka teoritis mengenai berita disinformasi, atau yang sering disebut sebagai disinformasi atau disinformasi informasi palsu, memerlukan pemahaman mendalam tentang dinamika, sumber, dampak, dan upaya penanganannya. Berita disinformasi, atau sering disebut juga dengan berita palsu atau disinformasi, merupakan fenomena yang semakin meresahkan di era digital saat ini. Istilah "disinformasi" sendiri berasal dari kata Belanda "*hoax*" yang berarti tipuan atau kebohongan. Berita disinformasi tidak hanya bersifat menyesatkan, tetapi juga dapat memiliki dampak serius terhadap masyarakat dan institusi (Giglietto et al., 2019; Zannettou et al., 2019b). Keberadaannya telah mencuat seiring dengan perkembangan teknologi dan mudahnya penyebaran informasi melalui platform media sosial.

Salah satu ciri utama dari berita disinformasi adalah ketidakakuratan informasi yang disampaikan. Kontennya seringkali tidak didukung oleh fakta yang valid atau bahkan bertentangan dengan kebenaran. Sumber yang tidak terverifikasi dan kurangnya *cross-checking* menjadi faktor utama yang memungkinkan berita disinformasi untuk menyebar dengan cepat (Lamprou et al., 2021). Hal ini menciptakan lingkungan informasi yang penuh dengan ketidakpastian dan merugikan integritas informasi secara keseluruhan.

Berita disinformasi dapat muncul dalam berbagai bentuk, mulai dari teks hingga gambar, audio, dan video. Kehadiran teknologi manipulatif, seperti *deepfake*, semakin meningkatkan tingkat kesulitan dalam membedakan antara konten yang asli dan yang dipalsukan (Kietzmann et al., 2020; Tolosana et al., 2020). Hal ini menimbulkan risiko tinggi terhadap penyebaran informasi palsu yang dapat memengaruhi persepsi publik terhadap suatu isu atau individu. Peran media sosial dalam penyebaran berita disinformasi menjadi sangat signifikan. Platform-platform tersebut memfasilitasi penyebaran informasi dengan kecepatan yang luar biasa, terutama karena banyaknya pengguna yang dapat dengan mudah membagikan konten tanpa memeriksa kebenaran informasi tersebut (Ng et al., 2022). Dalam konteks ini, berita disinformasi bukan hanya menjadi isu informasi, tetapi juga isu sosial yang melibatkan partisipasi masyarakat dalam menyebarkan atau menghentikan penyebaran informasi palsu.

Dampak dari berita disinformasi sangat luas dan dapat mencakup berbagai aspek kehidupan. Salah satu dampak yang paling mencolok adalah merusak reputasi individu, organisasi, atau bahkan negara. Berita disinformasi dapat dengan cepat menciptakan narasi yang merugikan dan sulit dihilangkan, meskipun informasinya kemudian terbukti tidak benar (Bucy & Newhagen, 2019; Westerlund, 2019). Dalam beberapa kasus, menurut Biradar et al. (2023) berita disinformasi dapat memicu kepanikan massa atau bahkan kekerasan di

masyarakat. Selain itu, berita disinformasi juga dapat membahayakan kepercayaan masyarakat terhadap media dan lembaga pemerintah. Ketidakpercayaan terhadap informasi yang disampaikan oleh media tradisional dapat memicu polarisasi dan meningkatkan tingkat ketidakstabilan sosial (Suiter & Fletcher, 2020). Hal ini menunjukkan bagaimana berita disinformasi bukan hanya menjadi ancaman terhadap integritas informasi, tetapi juga fondasi kepercayaan dan stabilitas masyarakat.

Salah satu pendekatan yang dapat diambil dalam mengatasi berita disinformasi adalah melibatkan masyarakat secara aktif dalam proses verifikasi dan validasi informasi. Peningkatan literasi digital untuk memberdayakan individu sehingga dapat tanda-tanda berita disinformasi dan memilah informasi yang dapat dipercaya. Menurut Phippen et al. (2021) program-program pendidikan literasi digital yang menyasar berbagai lapisan masyarakat, mulai dari pelajar hingga kalangan profesional, dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk melawan penyebaran informasi palsu.

Perilaku Informasi Gen-Z

Kerangka teoritis mengenai perilaku informasi Generasi Z (Gen-Z) membawa kita pada pemahaman mendalam tentang bagaimana kelompok demografis ini berinteraksi, mencari, dan mengonsumsi informasi dalam era digital. Gen-Z, Generasi ini tumbuh dalam lingkungan yang penuh dengan teknologi, akses internet, dan media sosial, di mana hal tersebut memengaruhi cara mereka mencari, memilah, dan menyebarkan informasi. Gen-Z dikenal sebagai generasi yang terhubung secara digital, dengan kecenderungan besar untuk menggunakan perangkat *mobile* dan mengakses internet secara terus-menerus (Serbanescu, 2022; Szymkowiak et al., 2021). Keterhubungan ini menciptakan akses mudah terhadap berbagai sumber informasi dan memungkinkan Gen-Z untuk menjadi konsumen informasi yang aktif. Mereka dapat dengan cepat mencari jawaban atas pertanyaan mereka dan terlibat dalam berbagai topik yang menarik minat mereka.

Keberadaan media sosial memiliki peran sentral dalam perilaku informasi Gen-Z. Mereka menggunakan platform-platform seperti Instagram, Snapchat, TikTok, dan lainnya sebagai saluran utama untuk berkomunikasi dan membagikan informasi. Kehadiran konten visual, video pendek, dan tren yang cepat membuat media sosial menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari Gen-Z (Neufeld-Wall, 2023). Mereka tidak hanya konsumen, tetapi juga produsen konten yang aktif, menciptakan narasi mereka sendiri melalui berbagai bentuk media. Gen-Z cenderung mencari keberagaman dalam informasi yang mereka konsumsi. Mereka menilai keberagaman perspektif dan sumber informasi sebagai aspek penting dalam memahami dunia

yang semakin kompleks. Kemampuan mereka untuk menyaring informasi dari berbagai sumber memperlihatkan tingkat literasi informasi yang tinggi, walaupun terkadang mereka juga rentan terhadap informasi palsu atau disinformasi (Palumian et al., 2023; Permatasari et al., 2022).

Pengalaman visual dalam media sosial menciptakan tren konsumsi informasi yang lebih bersifat gambar. Gen-Z lebih terpapar pada konten yang bersifat visual, seperti gambar dan video, dibandingkan dengan teks panjang (Podara et al., 2022). Hal ini menunjukkan pergeseran preferensi dalam cara mereka menerima dan menyajikan informasi, menghargai narasi yang lebih singkat dan menarik secara visual. Perilaku informasi Gen-Z juga mencerminkan keinginan mereka untuk berpartisipasi dalam dialog global. Menurut Tyson et al. (2021) mereka aktif dalam menyuarakan pandangan mereka tentang isu-isu sosial, politik, dan lingkungan melalui platform media sosial. Keterlibatan ini tidak hanya menciptakan keberagaman opini, tetapi juga memperkuat peran mereka sebagai agen perubahan dalam masyarakat.

Generasi Z juga dikenal karena kecenderungan *multitasking* dalam mengonsumsi informasi. Mereka mampu mengelola beberapa tugas atau aktivitas secara bersamaan, seperti menonton video sambil melakukan chat atau membaca berita sambil memeriksa media sosial (Baumgartner & Wiradhany, 2022). Keterampilan *multitasking* ini mencerminkan adaptasi mereka terhadap lingkungan digital yang cepat dan dinamis. Dalam hal literasi informasi, Gen-Z menunjukkan kemampuan untuk memilah informasi dengan lebih kritis. Meskipun terpapar pada jumlah informasi yang besar, mereka dapat melakukan analisis terhadap keaslian dan relevansi informasi yang mereka temui (Konstantinou & Jones, 2022). Namun, tantangan muncul dalam konteks berita disinformasi, di mana Gen-Z perlu meningkatkan kehati-hatian dalam memverifikasi informasi sebelum menyebarkannya.

Perilaku informasi Gen-Z juga mencakup aspek kehidupan pribadi mereka. Mereka cenderung berbagi banyak aspek kehidupan mereka secara *online*, dari momen sehari-hari hingga pandangan pribadi (Giarla, 2019). Hal ini menciptakan jejak digital yang mencerminkan identitas mereka dan menjadi bagian integral dari konstruksi citra diri. Dapat diakui juga bahwa perilaku informasi Gen-Z juga terbentuk oleh konteks sosial, budaya, dan ekonomi mereka. Faktor-faktor ini memainkan peran penting dalam cara mereka berinteraksi dengan informasi dan teknologi.

Perilaku Informasi Gen-Z dalam Era Digital

Generasi Z (Gen-Z), yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, tumbuh dalam lingkungan yang sangat dipengaruhi oleh teknologi digital dan internet. Akses yang mudah ke informasi melalui perangkat *mobile* dan media sosial telah membentuk perilaku informasi mereka secara signifikan. Gen-Z cenderung mengandalkan platform seperti Instagram, Snapchat, dan TikTok sebagai sumber utama informasi mereka, dimana konten visual dan video pendek menjadi bagian integral dari kehidupan sehari-hari mereka. Keberagaman sumber informasi dan perspektif yang mereka konsumsi mencerminkan tingkat literasi informasi yang tinggi, meskipun mereka juga rentan terhadap informasi palsu atau disinformasi (Jati, 2024).

Literasi informasi adalah kemampuan untuk mengidentifikasi kebutuhan informasi, mengakses, mengevaluasi, dan mengelola informasi secara efektif. Individu yang literat secara informasional dapat menyusun pertanyaan dan tujuan informasional secara jelas, serta mampu mengevaluasi keandalan dan relevansi sumber informasi (Komara & Hadiapurwa, 2023; Pinto et al., 2020). Keberadaan literasi informasi sosial menggambarkan bagaimana individu dapat berpartisipasi aktif dalam masyarakat, berkontribusi dalam pertukaran informasi, dan mengenali peran literasi informasi dalam pembentukan opini publik (Oliver, 2022). Literasi informasi dan media memungkinkan individu untuk berpartisipasi dalam diskursus publik yang berbasis bukti, mengatasi disinformasi, dan membangun pemahaman tentang isu-isu kompleks di masyarakat (Jati, 2024). keterampilan pemikiran kritis yang diperoleh melalui literasi informasi dapat membantu individu menyusun pertanyaan kritis, mengidentifikasi kelemahan argumen, dan memahami implikasi dari informasi yang mereka hadapi (Kusuma & Muslikhah, 2022).

Strategi Melawan Disinformasi

Untuk melawan disinformasi, peningkatan literasi digital dan informasi di kalangan Gen-Z merupakan hal yang penting. Program-program pendidikan literasi digital yang menasar berbagai lapisan masyarakat, mulai dari pelajar hingga profesional, dapat memberikan pengetahuan dan keterampilan yang diperlukan untuk melawan penyebaran informasi palsu (Phippen et al., 2021). Disinformasi sering kali dirancang untuk mengeksploitasi emosi dan bias kognitif manusia, membuatnya lebih mudah menyebar dan sulit untuk dikoreksi. Menyadari bias-bias ini dapat membantu individu menjadi lebih skeptis terhadap informasi yang memancing reaksi emosional kuat dan lebih cenderung untuk memeriksa kebenarannya (Soon & Goh, 2018).

Melibatkan masyarakat secara aktif dalam proses verifikasi dan validasi informasi dapat membantu melawan disinformasi. Dengan memberdayakan individu untuk memverifikasi informasi yang mereka terima dan menyebarkan informasi yang benar, masyarakat dapat berperan sebagai filter tambahan terhadap arus informasi palsu (Phippen et al., 2021). Selain itu, menurut Wardle (2017) organisasi verifikasi fakta independen dapat membantu memeriksa kebenaran informasi yang beredar di media sosial dan internet. Dengan mempromosikan platform verifikasi fakta, masyarakat dapat lebih mudah memeriksa keakuratan informasi sebelum mempercayainya dan menyebarkannya.

Meningkatkan literasi informasi di kalangan masyarakat, terutama generasi muda, dapat membantu mereka mengenali informasi yang valid dan menghindari penyebaran informasi yang salah. Pendidikan literasi digital harus mencakup keterampilan dalam mengevaluasi keandalan sumber informasi dan kemampuan untuk menyaring informasi yang benar-benar bermanfaat (Jones-Jang et al., 2021). Mengatasi disinformasi memerlukan pendekatan multidimensional yang mencakup peningkatan literasi informasi dan digital, verifikasi fakta, kesadaran akan bias kognitif dan emosional, penggunaan teknologi, serta partisipasi aktif masyarakat dalam verifikasi informasi. Strategi-strategi ini, jika diterapkan secara efektif, dapat membantu membangun ekosistem informasi yang lebih sehat dan terpercaya.

KESIMPULAN

Perilaku informasi Generasi Z (Gen-Z) dalam era digital menunjukkan keterhubungan yang erat dengan media sosial, dengan kecenderungan besar untuk mengonsumsi konten visual dan berpartisipasi dalam pembuatan konten. Meskipun memiliki kemampuan kritis dalam memilah informasi, Gen-Z juga rentan terhadap penyebaran berita disinformasi. Strategi pendidikan literasi digital yang terfokus dan kolaboratif menjadi penting dalam membangun ketahanan terhadap informasi palsu di kalangan mereka. Integrasi pendekatan ini memerlukan kerjasama antara lembaga pendidikan, platform media sosial, pemerintah, dan masyarakat umum. Kemampuan analisis media sosial dan pemahaman terhadap dinamika berita disinformasi juga diperlukan untuk memerangi penyebaran informasi palsu. Pendidikan literasi digital yang menasar berbagai lapisan masyarakat menjadi langkah awal yang signifikan dalam membangun kesadaran akan risiko informasi palsu. Selain itu, platform media sosial juga harus berperan aktif dalam mengontrol dan memverifikasi konten yang diunggah, sambil memberikan edukasi kepada penggunanya tentang pentingnya verifikasi informasi sebelum menyebarkannya. Masyarakat dapat dibekali dengan keterampilan analisis kritis, evaluasi

sumber informasi, dan pemahaman media yang akan membantu mereka menghadapi tantangan informasi di masa depan.

Penelitian ini dapat digunakan untuk penelitian selanjutnya terutama dalam bidang penelitian terkait pencegahan disinformasi.

UCAPAN TERIMA KASIH

Terima kasih kepada penulis kedua yang ikut bekerja sama dalam penulisan artikel ini. Terima kasih juga kepada editor dan reviewer Jurnal Pustaka Ilmiah yang sudah bersedia melakukan review dan finalisasi sehingga artikel ini dapat terbit dan dibaca oleh umum.

DAFTAR PUSTAKA

- Ahuja, S., & Grover, K. (2023). Excessive use of social networking sites and intention to invest in stock market among Gen Z: A parallel mediation model. *Journal of Content, Community and Communication*, 17(9), 63–79.
- Al-Charchafchi, A., Manickam, S., & Alqattan, Z. N. M. (2020). Threats Against Information Privacy and Security in Social Networks: A Review. In M. Anbar, N. Abdullah, & S. Manickam (Eds.). *Advances in Cyber Security* (Vol. 1132, pp. 358–372). Springer Singapore. https://doi.org/10.1007/978-981-15-2693-0_26
- Alfred, J. J. R., & Wong, S. P. (2022). The Relationship between the Perception of Social Media Credibility and Political Engagement in Social Media among Generation Z. *Journal of Communication, Language and Culture*, 2(2), 18–33.
- Baumgartner, S. E., & Wiradhany, W. (2022). Not all media multitasking is the same: The frequency of media multitasking depends on cognitive and affective characteristics of media combinations. *Psychology of Popular Media*, 11(1), 1.
- Biradar, S., Saumya, S., & Chauhan, A. (2023). Combating the infodemic: COVID-19 induced fake news recognition in social media networks. *Complex & Intelligent Systems*, 9(3), 2879–2891. <https://doi.org/10.1007/s40747-022-00672-2>
- Blandi, L., Sabbatucci, M., Dallagiaco, G., Alberti, F., Bertuccio, P., & Odone, A. (2022). Digital information approach through social media among Gen Z and Millennials: The global scenario during the COVID-19 pandemic. *Vaccines*, 10(11), 1822.
- Brisola, A. C., & Doyle, A. (2019). Critical Information Literacy as a Path to Resist “Fake News”: Understanding Disinformation as the Root Problem. *Open Information Science*, 3(1), 274–286. <https://doi.org/10.1515/opis-2019-0019>
- Bucy, E. P., & Newhagen, J. E. (2019). Fake news finds an audience. *Journalism and Truth in an Age of Social Media*, 201–222.
- Camacho, D., Panizo-Lledot, A., Bello-Orgaz, G., Gonzalez-Pardo, A., & Cambria, E. (2020). The four dimensions of social network analysis: An overview of research methods, applications, and software tools. *Information Fusion*, 63, 88–120.
- Cooke, N. A. (2021). A Right to be Misinformed? Considering Fake News as a Form of Information Poverty. In N. G. Taylor, K. Kettlich, U. Gorham, & P. T. Jaeger (Eds.), *Advances in Librarianship* (pp. 45–60). Emerald Publishing Limited. <https://doi.org/10.1108/S0065-283020210000050002>
- De Paor, S., & Heravi, B. (2020). Information literacy and fake news: How the field of librarianship can help combat the epidemic of fake news. *The Journal of Academic Librarianship*, 46(5), 102218.

- Duffett, R. (2020). The YouTube marketing communication effect on cognitive, affective and behavioural attitudes among Generation Z consumers. *Sustainability*, 12(12), 5075.
- Ebrahim, R. S. (2020). The Role of Trust in Understanding the Impact of Social Media Marketing on Brand Equity and Brand Loyalty. *Journal of Relationship Marketing*, 19(4), 287–308. <https://doi.org/10.1080/15332667.2019.1705742>
- Fernández-Ramos, A. (2019). Online information literacy instruction in Mexican university libraries: The librarians' point of view. *The Journal of Academic Librarianship*, 45(3), 242–251.
- Garcia, A. G., McGrew, S., Mirra, N., Tynes, B., & Kahne, J. (2021). Rethinking digital citizenship: Learning about media, literacy, and race in turbulent times. *Educating for Civic Reasoning and Discourse*, 319–352.
- Giarla, V. (2019). Generational social media: How social media influences the online and in-person relationships of gen X, Gen Y And Gen Z [PhD Thesis]. <https://digitalrepository.salemstate.edu/handle/20.500.13013/699>
- Giglietto, F., Iannelli, L., Valeriani, A., & Rossi, L. (2019). 'Fake news' is the invention of a liar: How false information circulates within the hybrid news system. *Current Sociology*, 67(4), 625–642. <https://doi.org/10.1177/0011392119837536>
- Gurunathan, A., & KS, D. L. (2023). Exploring the perceptions of generations X, Y and Z about online platforms and digital marketing activities—a focus-group discussion based study. Anoop Gurunathan & Lakshmi, KS (2023). Exploring the Perceptions of Generations X, Y and Z about Online Platforms and Digital Marketing Activities—A Focus-Group Discussion Based Study. *International Journal of Professional Business Review*, 8(5), e02122.
- Hadiapurwa, A., Joelene, E. N., Nugraha, H., & Komara, D. A. (2023). Social media usage for language literacy development in Indonesia. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 11(1), 109–126.
- Hassoun, A., Beacock, I., Consolvo, S., Goldberg, B., Kelley, P. G., & Russell, D. M. (2023a). Practicing Information Sensibility: How Gen Z Engages with Online Information. *Proceedings of the 2023 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–17. <https://doi.org/10.1145/3544548.3581328>
- Hassoun, A., Beacock, I., Consolvo, S., Goldberg, B., Kelley, P. G., & Russell, D. M. (2023b). Practicing Information Sensibility: How Gen Z Engages with Online Information. *Proceedings of the 2023 CHI Conference on Human Factors in Computing Systems*, 1–17. <https://doi.org/10.1145/3544548.3581328>
- Howell, E. L., & Brossard, D. (2021). (Mis)informed about what? What it means to be a science-literate citizen in a digital world. *Proceedings of the National Academy of Sciences*, 118(15), e1912436117. <https://doi.org/10.1073/pnas.1912436117>
- Hruska, J., & Maresova, P. (2020). Use of social media platforms among adults in the United States—Behavior on social media. *Societies*, 10(1), 27.
- Hung, M., Lauren, E., Hon, E. S., Birmingham, W. C., Xu, J., Su, S., Hon, S. D., Park, J., Dang, P., & Lipsky, M. S. (2020). Social network analysis of COVID-19 sentiments: Application of artificial intelligence. *Journal of Medical Internet Research*, 22(8), e22590.
- Jain, A. K., Sahoo, S. R., & Kaubiyal, J. (2021). Online social networks security and privacy: Comprehensive review and analysis. *Complex & Intelligent Systems*, 7(5), 2157–2177. <https://doi.org/10.1007/s40747-021-00409-7>
- Jati, W. R. (2024). From Millennial to Generation Z: The State of Digital Literacy among Youths Dealing with Disinformation During Elections. *Jurnal Komunikasi Indonesia*, 13(1), 19.

- Jones-Jang, S. M., Mortensen, T., & Liu, J. (2021a). Does Media Literacy Help Identification of Fake News? Information Literacy Helps, but Other Literacies Don't. *American Behavioral Scientist*, 65(2), 371–388. <https://doi.org/10.1177/0002764219869406>
- Jones-Jang, S. M., Mortensen, T., & Liu, J. (2021b). Does Media Literacy Help Identification of Fake News? Information Literacy Helps, but Other Literacies Don't. *American Behavioral Scientist*, 65(2), 371–388. <https://doi.org/10.1177/0002764219869406>
- Kietzmann, J., Lee, L. W., McCarthy, I. P., & Kietzmann, T. C. (2020). Deepfakes: Trick or treat? *Business Horizons*, 63(2), 135–146.
- Komara, D. A., & Hadiapurwa, A. (2023). Improving literacy of junior high school students through revitalization of library in kampus mengajar IV activities. *Dwijia Cendekia: Jurnal Riset Pedagogik*, 7(1), 143–152.
- Konstantinou, I., & Jones, K. (2022). Investigating GEN Z attitudes to charitable giving and donation behaviour: Social media, peers and authenticity. *Journal of Philanthropy and Marketing*, 27(3), e1764. <https://doi.org/10.1002/nvsm.1764>
- Kusuma, C. S. D., & Muslikhah, R. I. (2022). Strengthening of Digital Literacy to Support Student Community Service to Prevent Hoax and Cybercrime. 9th International Conference on Education Research, and Innovation (ICERI 2021), 477–487. <https://www.atlantis-press.com/proceedings/iceri-21/125979903>
- Lamprou, E., Antonopoulos, N., Anomeritou, I., & Apostolou, C. (2021). Characteristics of fake news and misinformation in Greece: The rise of new crowdsourcing-based journalistic fact-checking models. *Journalism and Media*, 2(3), 417–439.
- Le Mai, H. (2023). The Impact of Digital Technology and social media On the Mental Well-Being of GEN Z In Education. *Central European Management Journal*, 31(4), 353–357.
- Li, Y., & Xie, Y. (2020). Is a Picture Worth a Thousand Words? An Empirical Study of Image Content and Social Media Engagement. *Journal of Marketing Research*, 57(1), 1–19. <https://doi.org/10.1177/0022243719881113>
- Lou, C., Kiew, S. T. J., Chen, T., Lee, T. Y. M., Ong, J. E. C., & Phua, Z. (2023). Authentically Fake? How Consumers Respond to the Influence of Virtual Influencers. *Journal of Advertising*, 52(4), 540–557. <https://doi.org/10.1080/00913367.2022.2149641>
- Mavrodieva, A. V., Rachman, O. K., Harahap, V. B., & Shaw, R. (2019). Role of social media as a soft power tool in raising public awareness and engagement in addressing climate change. *Climate*, 7(10), 122.
- Meel, P., & Vishwakarma, D. K. (2020). Fake news, rumor, information pollution in social media and web: A contemporary survey of state-of-the-arts, challenges and opportunities. *Expert Systems with Applications*, 153, 112986.
- Molina, M. D., Sundar, S. S., Le, T., & Lee, D. (2021). “Fake News” Is Not Simply False Information: A Concept Explication and Taxonomy of Online Content. *American Behavioral Scientist*, 65(2), 180–212. <https://doi.org/10.1177/0002764219878224>
- Molloy, E., Boud, D., & Henderson, M. (2020). Developing a learning-centred framework for feedback literacy. *Assessment & Evaluation in Higher Education*, 45(4), 527–540. <https://doi.org/10.1080/02602938.2019.1667955>
- Neufeld-Wall, M. E. (2023). Being Real: Gen-Z, Self-Presentation, and Authenticity on Social Media. https://digitalcommons.trinity.edu/comm_honors/26/
- Ng, L. H. X., Cruickshank, I. J., & Carley, K. M. (2022). Cross-platform information spread during the January 6th capitol riots. *Social Network Analysis and Mining*, 12(1), 133. <https://doi.org/10.1007/s13278-022-00937-1>
- Ognyanova, K., Lazer, D., Robertson, R. E., & Wilson, C. (2020). Misinformation in action: Fake news exposure is linked to lower trust in media, higher trust in government when your side is in power. *Harvard Kennedy School Misinformation Review*. <https://misinforeview.hks.harvard.edu/article/misinformation-in-action-fake-news->

[exposure-is-linked-to-lower-trust-in-media-higher-trust-in-government-when-your-side-is-in-power/](#)

- Oliver, M. B. (2022). Social media use and eudaimonic well-being. *Current Opinion in Psychology*, 45, 101307.
- Palumian, Y., Tanur, L. O., Widjaya, E. V., & Sahetapy, W. L. (2023). Mobile Learning among Indonesia Gen Z: The Role of Digital Literacy, Information Literacy and Expectancy. *Proceedings of the 2023 11th International Conference on Computer and Communications Management*, 241–247. <https://doi.org/10.1145/3617733.3617772>
- Parady, G., Frei, A., Kowald, M., Guidon, S., Wicki, M., van den Berg, P., Carrasco, J.-A., Arentze, T., Timmermans, H., & Wellman, B. (2021). A comparative study of social interaction frequencies among social network members in five countries. *Journal of Transport Geography*, 90, 102934.
- Patel, K. K., Yadav, A. K., & Patel, Y. K. (2022). Impact of media, market and monsoon on agriculture sector: A review. *Bhartiya Krishi Anusandhan Patrika*, 37(3), 210–215.
- Pérez-Escoda, A., Pedrero-Esteban, L. M., Rubio-Romero, J., & Jiménez-Narros, C. (2021). Fake news reaching young people on social networks: Distrust challenging media literacy. *Publications*, 9(2), 24.
- Permatasari, A. N., Kusumalestari, R. R., Nadifah, N. N., & Anjali, M. (2022). How Generation Z Trust in Sources of Information Related to Covid-19. 4th Social and Humanities Research Symposium (SoRes 2021), 4–6. <https://www.atlantispress.com/proceedings/sores-21/125973430>
- Phippen, A., Bond, E., & Buck, E. (2021a). Effective strategies for information literacy education: Combatting ‘fake news’ and empowering critical thinking. In *Future Directions in Digital Information* (pp. 39–53). Elsevier. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780128221440000033>
- Phippen, A., Bond, E., & Buck, E. (2021b). Effective strategies for information literacy education: Combatting ‘fake news’ and empowering critical thinking. In *Future Directions in Digital Information* (pp. 39–53). Elsevier. <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/B9780128221440000033>
- Pinto, M., Sales, D., Fernández-Pascual, R., & Caballero-Mariscal, D. (2020). Attitudes, perceptions and prospectings on mobile information literacy training: Design and validation of the MOBILE-APP questionnaire. *Journal of Librarianship and Information Science*, 52(1), 208–223. <https://doi.org/10.1177/0961000618788726>
- Podara, A., Matsiola, M., Nicolaou, C., Maniou, T. A., & Kalliris, G. (2022). Transformation of television-viewing practices in Greece: Generation Z and audio-visual content. *Journal of Digital Media & Policy*, 13(2), 157–179. https://doi.org/10.1386/jdmp_00034_1
- Righetto, G. G., Muriel-Torrado, E., & Vitorino, E. V. (2021). “Imbecilization” in the disinformation society: What can information literacy do about it? *Investigación Bibliotecológica: Archivonomía, Bibliotecología e Información*, 35(87), 33–55.
- Ripoll, L., & Matos, J. C. (2020). Information reliability: Criteria to identify misinformation in the digital environment. *Investigación Bibliotecológica*, 34(84), 79–101.
- Riswandi, D. (2023). Improving Media Literacy skills in Generation Z in the Digital Era. *Jurnal EduHealth*, 14(04), 40–47.
- Rubin, V. L. (2019). Disinformation and misinformation triangle: A conceptual model for “fake news” epidemic, causal factors and interventions. *Journal of Documentation*, 75(5), 1013–1034.
- Serbanescu, A. (2022). Millennials and the Gen Z in the Era of Social Media. *Social Media, Technology, and New Generations: Digital Millennial Generation and Generation Z*, 61–78.

- Soon, C., & Goh, S. (2018). Fake news, false information and more: Countering human biases. Institute of Policy Studies (IPS) Working Papers, 31. https://lkyspp.nus.edu.sg/docs/default-source/ips/ips-working-paper-31_fake-news-false-information-and-more_260918.pdf
- Suiter, J., & Fletcher, R. (2020). Polarization and partisanship: Key drivers of distrust in media old and new? *European Journal of Communication*, 35(5), 484–501. <https://doi.org/10.1177/0267323120903685>
- Sundar, S. S., & Limperos, A. M. (2013). Uses and Grats 2.0: New Gratifications for New Media. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 57(4), 504–525. <https://doi.org/10.1080/08838151.2013.845827>
- Szymkowiak, A., Melović, B., Dabić, M., Jeganathan, K., & Kundi, G. S. (2021). Information technology and Gen Z: The role of teachers, the internet, and technology in the education of young people. *Technology in Society*, 65, 101565.
- Tejedor, S., Cervi, L., Pérez-Escoda, A., & Jumbo, F. T. (2020). Digital literacy and higher education during COVID-19 lockdown: Spain, Italy, and Ecuador. *Publications*, 8(4), 48.
- Tolosana, R., Vera-Rodriguez, R., Fierrez, J., Morales, A., & Ortega-Garcia, J. (2020). Deepfakes and beyond: A survey of face manipulation and fake detection. *Information Fusion*, 64, 131–148.
- Trillò, T. (2023). “It’s Like the Fridge Magnet of the Internet”: Platform Aesthetics , Generational Taste, and the Cross-Cultural Valuation of Good Morning Memes. *Social Media + Society*, 9(2), 205630512311779. <https://doi.org/10.1177/20563051231177951>
- Tyson, A., Kennedy, B., & Funk, C. (2021). Gen Z, Millennials stand out for climate change activism, social media engagement with issue. Pew Research Center, 26. https://library1.chc.edu/wp-content/uploads/2023/03/PS_2021.05.26_climate-and-generations_REPORT.pdf
- Vamanu, I., & Zak, E. (2022). Information source and content: Articulating two key concepts for information evaluation. *Information and Learning Sciences*, 123(1/2), 65–79.
- Vasilyeva, O. A. (2021). Influence of Digitalization on Cognitive and Social Orientations of Generation Z. In E. G. Popkova, V. N. Ostrovskaya, & A. V. Bogoviz (Eds.), *Socio-economic Systems: Paradigms for the Future* (Vol. 314, pp. 1279–1289). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-030-56433-9_134
- Vițelar, A. (2019). Like me: Generation Z and the use of social media for personal branding. *Management Dynamics in the Knowledge Economy*, 7(2), 257–268.
- Walter, N., Brooks, J. J., Saucier, C. J., & Suresh, S. (2021). Evaluating the Impact of Attempts to Correct Health Misinformation on Social Media: A Meta-Analysis. *Health Communication*, 36(13), 1776–1784. <https://doi.org/10.1080/10410236.2020.1794553>
- Wardle, C. (2017). Fake news. It’s complicated. *First Draft*, 16, 1–11.
- Westerlund, M. (2019). The emergence of deepfake technology: A review. *Technology Innovation Management Review*, 9(11). <https://timreview.ca/article/1282>
- Widjaya, S. N., & Komara, D. A. (2023). Information behavior and psychological well-being: A review of the literature on social media use. *Record and Library Journal*, 9(2), Article 2. <https://doi.org/10.20473/rj.v9-i2.2023.319-333>
- Zannettou, S., Sirivianos, M., Blackburn, J., & Kourtellis, N. (2019a). The Web of False Information: Rumors, Fake News, Hoaxes, Clickbait, and Various Other Shenanigans. *Journal of Data and Information Quality*, 11(3), 1–37. <https://doi.org/10.1145/3309699>
- Zannettou, S., Sirivianos, M., Blackburn, J., & Kourtellis, N. (2019b). The Web of False Information: Rumors, Fake News, Hoaxes, Clickbait, and Various Other Shenanigans. *Journal of Data and Information Quality*, 11(3), 1–37. <https://doi.org/10.1145/3309699>

- Zhang, C., Fan, C., Yao, W., Hu, X., & Mostafavi, A. (2019). Social media for intelligent public information and warning in disasters: An interdisciplinary review. *International Journal of Information Management*, 49, 190–207.
- Zhao, J., & Zhu, X. (2023). Spreading expertise: Think tanks as digital advocates in the social media era. *Policy and Society*, 42(3), 359–377.