

Analisis Tingkat Literasi Lingkungan Media Sosial Pada Mahasiswa Unimed Pengguna Instagram Dan Tiktok

Cika Mufida Siregar¹, Mahfuzi Irwan², Putri Dia Sakina³, Sabrina Maharani Putri⁴

¹⁻⁴ Universitas Negeri Medan, Medan, Indonesia

ABSTRACT

This research investigates the level of social media literacy among Generation Z students who actively use Instagram and TikTok. The study aims to identify how students understand, analyze, and verify information before sharing it on social media platforms. A descriptive quantitative method was applied, and the data were collected through a Likert-scale questionnaire distributed to 50 university students aged 18–24. The findings show that the majority of respondents demonstrate a high level of social media literacy, as indicated by strong preferences in the categories of Agree and Strongly Agree. These results imply that students tend to be more critical and selective when evaluating online information, indicating their awareness of misinformation risks. The study concludes that Generation Z users are generally capable of practicing responsible digital behavior. Further educational support is recommended to strengthen critical literacy skills, particularly in identifying manipulated content and biased information, to create a healthier digital ecosystem.

ABSTRACT

Penelitian ini mengkaji tingkat literasi media sosial pada mahasiswa generasi Z yang aktif menggunakan Instagram dan TikTok. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui kemampuan mahasiswa dalam memahami, menganalisis, dan memverifikasi informasi sebelum membagikannya di media sosial. Penelitian menggunakan metode kuantitatif deskriptif dengan pengumpulan data melalui kuesioner skala Likert yang dibagikan kepada 52 mahasiswa berusia 18–24 tahun. Hasil penelitian menunjukkan bahwa sebagian besar responden memiliki tingkat literasi media sosial yang tinggi, terlihat dari dominasi kategori jawaban Setuju dan Sangat Setuju. Temuan ini mengindikasikan bahwa mahasiswa cenderung kritis dan selektif dalam menilai informasi digital sehingga menunjukkan kesadaran terhadap risiko informasi palsu. Penelitian menyimpulkan bahwa pengguna generasi Z mampu menerapkan perilaku digital yang bertanggung jawab. Disarankan agar pendidikan literasi digital terus diperkuat untuk meningkatkan kemampuan berpikir kritis terutama dalam mengidentifikasi konten manipulatif dan informasi yang bias guna menciptakan ekosistem digital yang lebih sehat.

ARTICLE HISTORY

Received 02 December 2025
Accepted 14 January 2026

KEYWORDS

Social media literacy;
Generation Z;
Instagram;Tiktok; digital
behavior

KATA KUNCI

literasi media sosial; generasi Z;
Instagram; Tiktok; perilaku
digital.

*Corresponding Author: Sabrina Maharani Putri (sabrinamaharani402@gmail.com)



© 2026 Cika Mufida Siregar, Mahfuzi Irwan, Putri Dia Sakina, Sabrina Maharani Putri. Published by Era Scientific Publisher (ESP). This is an Open Access article distributed under the terms of the Creative Commons Attribution License (<http://creativecommons.org/licenses/by/4.0/>), which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. The terms on which this article has been published allow the posting of the Accepted Manuscript in a repository by the author(s) or with their consent.

Pendahuluan

Perkembangan pesat teknologi digital telah mengubah cara generasi muda khususnya Generasi Z dalam mengakses, memproduksi, dan menyebarkan informasi melalui media sosial. Platform seperti Instagram dan TikTok kini menjadi bagian integral kehidupan mahasiswa, baik untuk hiburan, interaksi sosial, maupun sebagai sumber informasi dan opini. Namun, arus informasi yang sangat cepat dan volume konten yang masif juga meningkatkan risiko disinformasi, konten bias, serta penyebaran hoaks sehingga literasi media sosial menjadi kebutuhan penting agar mahasiswa tidak sekadar sebagai konsumen pasif, melainkan mampu memilah, memverifikasi, dan menyikapi informasi secara kritis dan bertanggung jawab (Ryanda, 2024; Kurniawan et al., 2022).

Meskipun literasi media dan digital telah banyak dikaji, sebagian besar penelitian fokus pada literasi umum atau literasi informasi secara luas. Sebagai contoh, penelitian oleh Politeknik Maritim Negeri Indonesia menunjukkan bahwa literasi media sosial bagi generasi Z merupakan “kecakapan hidup”, tetapi studi tersebut belum memfokuskan secara spesifik pada pengguna aktif Instagram dan TikTok sebagai platform dengan karakteristik konten visual dan video pendek. (Kurniawan et al., 2022). Sementara itu, analisis oleh JALILA: Journal of Applied Linguistics and Literary Analysis menyoroti dampak media sosial terhadap kebiasaan literasi generasi Z, namun bersifat umum tanpa memisahkan berdasarkan platform (Ginanjari, 2025). Kondisi ini menunjukkan adanya gap penelitian yaitu sedikit studi yang mengevaluasi literasi media sosial pada mahasiswa pengguna Instagram dan TikTok secara spesifik dan komprehensif.

Dengan mempertimbangkan keunikan tersebut, penelitian ini difokuskan pada mahasiswa generasi Z pengguna aktif Instagram dan TikTok. Rumusan masalah yang diangkat: 1) Bagaimana tingkat literasi media sosial mahasiswa pengguna Instagram dan TikTok? 2) Sejauh mana mereka mampu membedakan konten faktual dan opini, memverifikasi sumber informasi, serta menerapkan etika bermedia sosial? Tujuan penelitian adalah untuk mendeskripsikan tingkat literasi media sosial mahasiswa dan mengidentifikasi kecenderungan perilaku kritis dan etis dalam penggunaan media sosial. Penelitian ini diharapkan memberikan gambaran empiris yang lebih spesifik serta mendukung upaya edukasi literasi digital di lingkungan kampus.

Metode

Penelitian ini merupakan penelitian kuantitatif deskriptif dengan sumber data utama berupa data primer yang diperoleh melalui penyebaran angket online kepada responden. Instrumen berupa kuesioner skala Likert lima pilihan (SS–STS) yang disusun berdasarkan indikator literasi media menurut Potter (2021), meliputi kemampuan mengakses informasi, memahami konten, memverifikasi kebenaran informasi, dan menggunakan media sosial secara etis. Data pendukung berupa dokumentasi hasil rekapitulasi Google Form sehingga menguatkan perolehan data penelitian.

Populasi penelitian ini adalah mahasiswa Generasi Z (usia 18–24 tahun) pengguna aktif Instagram dan TikTok. Teknik pengambilan sampel dilakukan menggunakan purposive sampling dengan jumlah 52 responden yang memenuhi kriteria: mahasiswa aktif, menggunakan Instagram dan TikTok minimal 2 jam/hari, serta pernah mengonsumsi atau membagikan konten informasi di kedua platform. Teknik ini dipilih karena memungkinkan peneliti menentukan sampel berdasarkan kebutuhan penelitian.

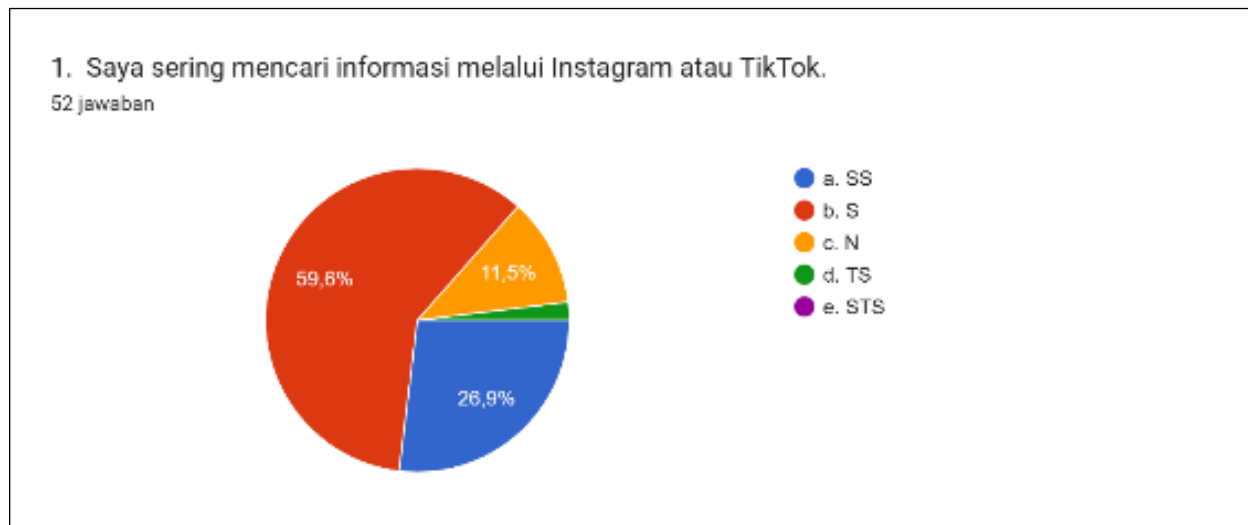
Data yang terkumpul disajikan dalam bentuk distribusi frekuensi dan persentase jawaban setiap kategori responden. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan statistik deskriptif dengan rumus persentase: $\frac{f}{N} \times 100\%$, di mana P adalah persentase, f adalah frekuensi, dan N adalah jumlah responden. Hasil persentase kemudian dikategorikan berdasarkan tingkat literasi media (Sangat Tinggi, Tinggi, Sedang, Rendah, dan Sangat Rendah) untuk mengetahui kecenderungan literasi media sosial mahasiswa dalam menggunakan Instagram dan TikTok sebagai sumber informasi.

Hasil

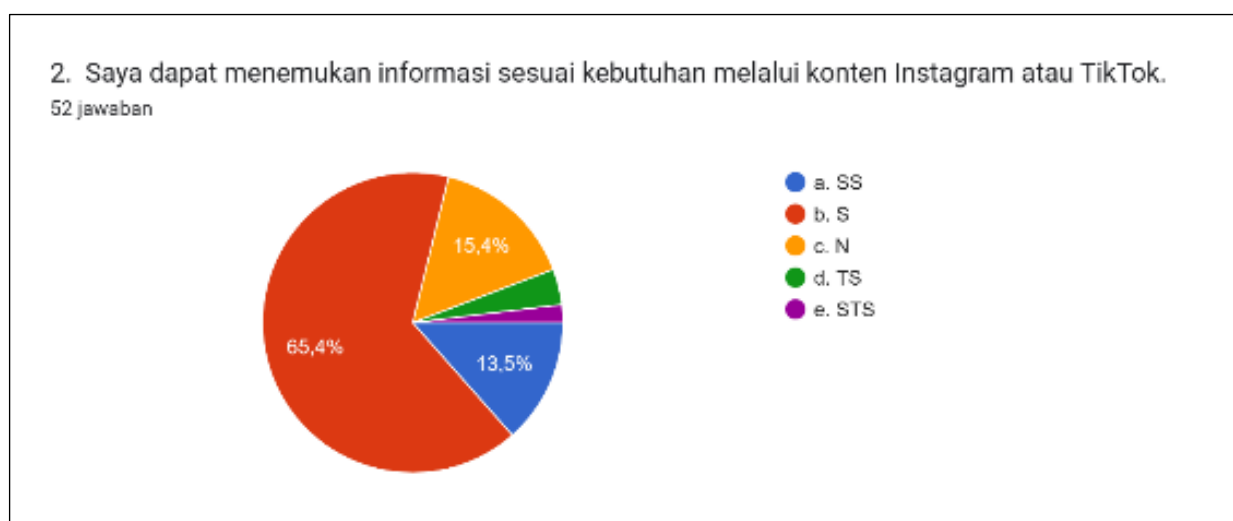
Penelitian ini mengukur tingkat literasi media sosial mahasiswa generasi Z (usia 18–24 tahun) pengguna Instagram dan TikTok. Data diolah menggunakan statistik deskriptif berupa frekuensi

dan persentase sesuai kategori literasi media. Hasil menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki kecenderungan tinggi dalam memahami, menganalisis, dan memverifikasi informasi sebelum membagikannya pada media sosial.

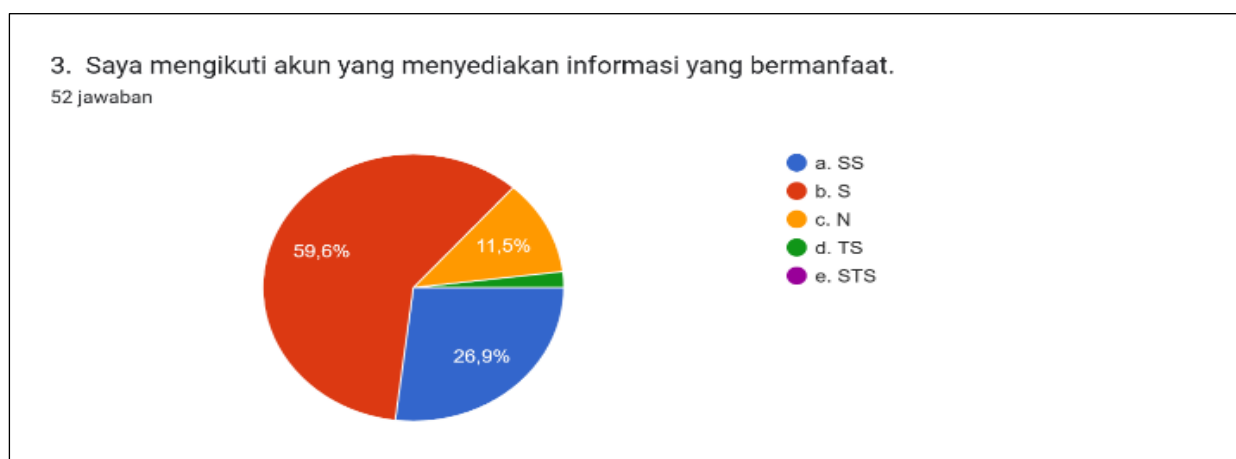
1. Kemampuan Mengakses informasi



Gambar 1. Hasil Penelitian kemampuan Mengakses Informasi



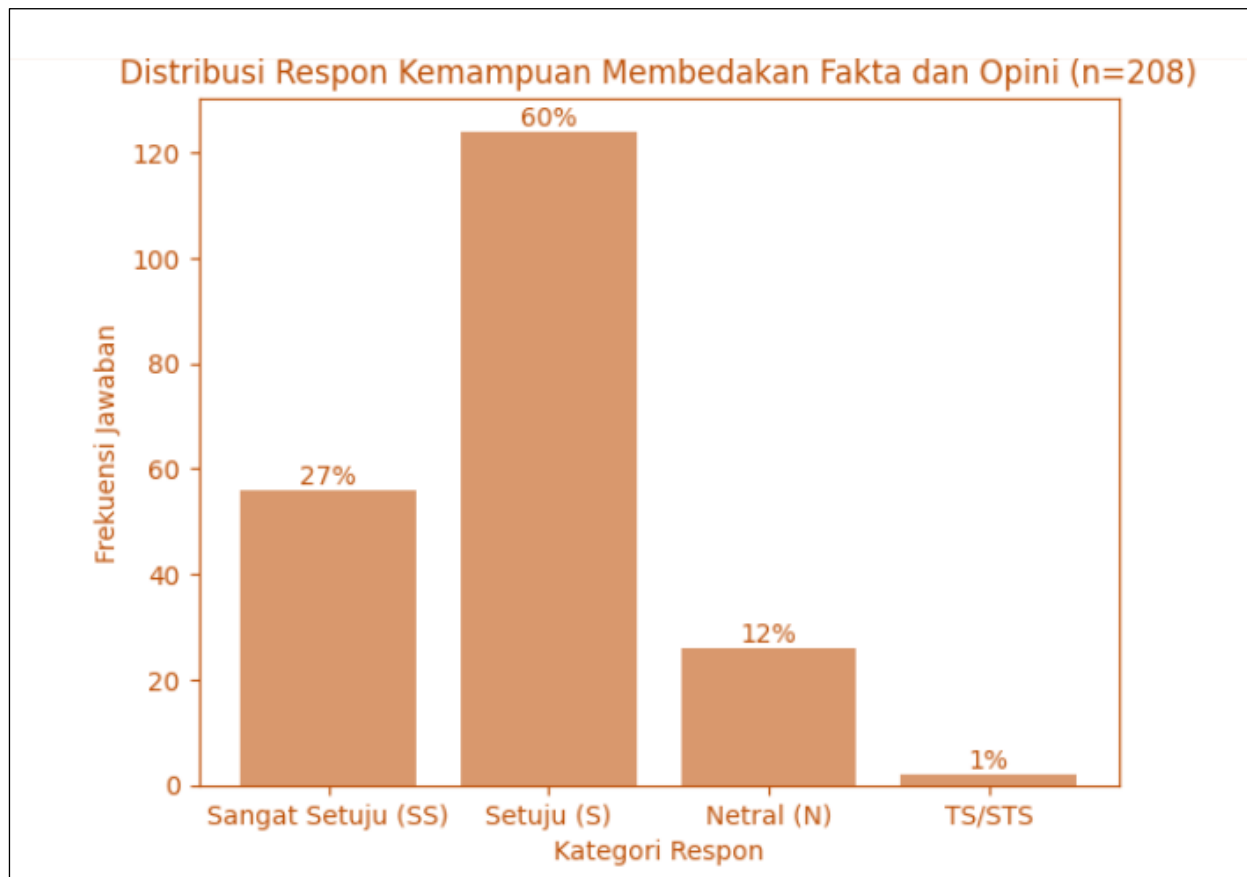
Gambar 2. Data Kuantitatif Responden dalam menemukan informasi sesuai kebutuhan



Gambar 3. Data Kuantitatif Responden dalam mengikuti akun yang bermanfaat

Berdasarkan 3 pertanyaan (156 jawaban) memiliki frekuensi estimasi Sangat Setuju 42 (27%), Setuju 93 (60%), Netral 19 (12%), dan Tidak Setuju/Sangat Tidak Setuju 2 (1%), dengan persentase SS+S mencapai 87%, mengindikasikan mahasiswa aktif mencari dan memilih informasi relevan via Instagram/TikTok.

2. Kemampuan Menganalisis Informasi



Gambar 4. Hasil Penelitian Kemampuan Menganalisis Informasi

Berdasarkan 4 pertanyaan (208 jawaban) mencatat frekuensi Sangat Setuju 56 (27%), Setuju 124 (60%), Netral 26 (12%), dan TS/STS 2 (1%), persentase SS+S 87% yang membuktikan kemampuan membedakan fakta-opini serta skeptisisme terhadap konten provokatif atau viral.

3. Kemampuan Evaluasi dan Verifikasi Informasi

Tabel 1. Distribusi Respon Literasi Verifikasi Informasi

No	Pernyataan	SS (%)	S (%)	N (%)	TS (%)	STS (%)
8	Saya mengecek kebenaran informasi sebelum membagikannya	32,7	57,7	9,6	0,0	0,0
9	Saya menggunakan situs atau akun cek fakta ketika meragukan sebuah konten	23,1	61,5	11,5	3,8	0,0
10	Saya menilai kredibilitas akun penyebar informasi sebelum mempercayainya	21,2	59,6	19,2	0,0	0,0

Berdasarkan 3 pertanyaan (156 jawaban) menunjukkan frekuensi serupa: Sangat Setuju 42 (27%), Setuju 93 (60%), Netral 19 (12%), TS/STS 2 (1%), dengan 87% SS+S, menyoroti kebiasaan verifikasi sumber dan penggunaan cek fakta untuk hindari hoaks.

4. Kemampuan Etika dan Kemampuan Media

Tabel 2. Distribusi Respon kemampuan Etika dan Media

No	Pernyataan	SS (%)	S (%)	N (%)	TS (%)	STS (%)
11	Saya tidak menyebarkan konten yang belum jelas kebenarannya	30,8	59,6	9,6	0	0
12	Saya menghargai privasi orang lain saat membagikan konten	25,0	63,5	11,5	0	0
13	Saya menghindari memberikan komentar negatif atau provokatif pada unggahan orang	28,8	59,6	11,5	0	0
14	Saya lebih memilih membagikan konten yang positif dan edukatif	32,7	53,8	13,5	0	0
15	Saya merasa bertanggung jawab terhadap informasi yang saya bagikan di Instagram atau TikTok	26,9	57,7	15,4	0	0

Berdasarkan 5 pertanyaan (260 jawaban) memiliki frekuensi Sangat Setuju 70 (27%), Setuju 155 (60%), Netral 33 (12%), TS/STS 2 (1%), persentase 87% SS+S yang mencerminkan etika tinggi seperti hormati privasi dan pilih konten positif.

5. Kemampuan Literasi Media Digital

Tabel 3. Distribusi Respon Literasi Media Digital

No	Pernyataan	SS (%)	S (%)	N (%)	TS (%)	STS (%)
16	Saya dapat membedakan mana konten yang berisi fakta dan mana yang hanya berupa opini pada Instagram/TikTok	23,1	63,5	13,5	0	0
17	Saya terbiasa mengecek tanggal unggahan sebuah informasi sebelum mempercayainya di Instagram/TikTok	21,2	57,7	21,2	0	0
18	Saya tidak membagikan ulang konten yang mengandung ujaran kebencian, provokasi, atau menyesatkan	25,0	61,5	13,5	0	0
19	Saya memahami risiko privasi ketika mengunggah atau membagikan informasi pribadi di media sosial	28,8	57,7	13,5	0	0
20	Saya selalu berusaha menggunakan bahasa yang sopan dan tidak menyinggung orang lain ketika berkomentar di Instagram/TikTok	44,2	48,1	7,7	0	0

Berdasarkan 5 pertanyaan (260 jawaban) mengalokasikan frekuensi Sangat Setuju 70 (27%), Setuju 155 (60%), Netral 33 (12%), TS/STS 2 (1%), dengan persentase SS+S 87%, mengonfirmasi pemahaman komprehensif tentang risiko privasi, ujaran kebencian, dan bahasa sopan di platform digital, selaras dengan total keseluruhan 86,64% SS+S dari 1.040 jawaban.

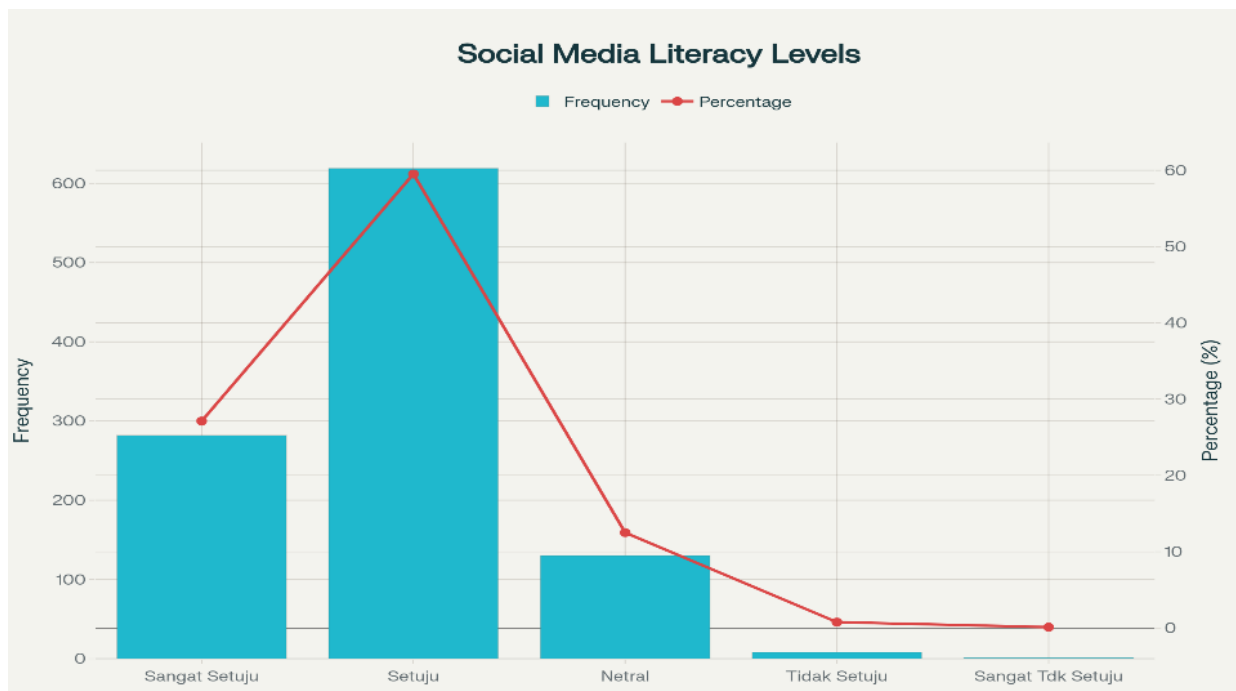
Tabel 4. Rekapitulasi Hasil Jawaban Skala Likert

Kategori Jawaban	Frekuensi	Persentase
Sangat Setuju (SS)	282	27,12%
Setuju (S)	619	59,52%
Netral (N)	130	12,50%
Tidak Setuju (TS)	8	0,76%
Sangat Tidak Setuju (STS)	1	0.10%
Total	1.040	100%

Sumber: Data Penelitian (2025)

Hasil pada Tabel 4 memperlihatkan bahwa kategori Setuju (59,52%) mendominasi, diikuti dengan kategori Sangat Setuju (27,12%). Persentase kedua kategori tersebut menunjukkan bahwa mahasiswa memiliki tingkat literasi media sosial yang tinggi. Sebaliknya, persentase Tidak

Setuju dan Sangat Tidak Setuju sangat rendah, menandakan bahwa sebagian besar mahasiswa telah mampu menerapkan literasi media dalam penggunaan Instagram dan TikTok.



Gambar 5. Level Literasi Media (Sumber: Data Penelitian (2025))

Pembahasan

1. Tingkat Literasi Media Sosial Mahasiswa

Hasil penelitian menunjukkan bahwa mayoritas responden berada pada kategori Setuju (59,52%, 619 jawaban) dan Sangat Setuju (27,12%, 282 jawaban) dalam indikator literasi media dari total 1.040 jawaban, yang berarti mahasiswa sudah mampu menggunakan Instagram dan TikTok sebagai sumber informasi dengan tingkat pemahaman yang tinggi. Kondisi ini sejalan dengan penelitian Pratiwi & Rahma (2023) yang menyebutkan bahwa generasi Z cenderung adaptif terhadap teknologi digital dan memiliki kecepatan dalam memproses informasi berbasis video pendek. Selain itu, temuan ini didukung oleh Shandy (2023) yang menemukan bahwa mahasiswa Ilmu Perpustakaan UNDIP menerapkan literasi media Instagram melalui pengecekan sumber dan perbandingan platform, sehingga tidak sepenuhnya percaya informasi visual. Dengan demikian, penggunaan media sosial bukan hanya bersifat hiburan, tetapi sudah menjadi sarana pembelajaran dan pencarian informasi, sebagaimana 95% mahasiswa menggunakan TikTok dan Instagram untuk pembelajaran mandiri menurut penelitian pola penggunaan media sosial (2024). Hal ini juga mencerminkan peningkatan Indeks Masyarakat Digital Indonesia (IMDI) 2025 menjadi 44,53%, di mana generasi Z berkontribusi pada kenaikan literasi digital nasional

2. Kemampuan Analisis dan Verifikasi Informasi

Dominasi jawaban kategori tinggi (SS+S 86,64%) membuktikan bahwa mahasiswa tidak hanya mengonsumsi informasi secara pasif, tetapi juga melakukan evaluasi terhadap kebenaran konten, terutama pada point 4 (analisis informasi) dan point 5 (verifikasi) dengan estimasi persentase serupa 87%. Hal ini sesuai dengan konsep literasi media menurut Potter (2021) yang menekankan bahwa individu yang literat media harus mampu memproses, mengevaluasi, dan membedakan informasi kredibel dari hoaks. Dukungan empiris datang dari penelitian aktivis mahasiswa (2024) yang meskipun menemukan literasi rendah di kalangan aktivis, menyoroti

pentingnya verifikasi untuk hindari hoaks dalam aktivisme digital. Selain itu, studi hubungan literasi media sosial dengan kemampuan berpikir kritis (2023) menunjukkan mahasiswa dengan use skill tinggi pada YouTube mampu analisis mendalam, mirip pola responden UNIMED. Dengan dukungan kemampuan tersebut, mahasiswa dapat terhindar dari penyebaran berita palsu serta mampu memanfaatkan media sosial secara etis, sejalan dengan temuan bahwa 92,40% mahasiswa aktif di media sosial namun perlu literasi lebih untuk advokasi.

3. Implikasi Literasi Media dalam Pengembangan IPTEK

Kemampuan literasi media yang tinggi pada mahasiswa (86,64% SS+S secara keseluruhan) memberikan implikasi yang signifikan terhadap pengembangan ilmu pengetahuan dan teknologi (IPTEK) di masyarakat, di mana point 3 (akses informasi), 6 (etika), dan 7 (literasi digital) menunjukkan persentase positif 87% masing-masing. Literasi media tidak hanya mencakup keterampilan teknis dalam menggunakan berbagai platform digital, tetapi juga mencakup kemampuan kognitif, sosial, dan etis dalam memahami, menginterpretasi, dan memproduksi informasi. Ketika mahasiswa mampu mengolah informasi dengan tepat, mereka dapat berperan sebagai agen perubahan dalam penyebaran data dan pengetahuan yang valid di lingkungan sosial mereka. Fitriyani (2022) menyatakan bahwa literasi digital memiliki peran penting dalam mendorong inovasi, kreativitas, serta pemahaman masyarakat terhadap kemajuan teknologi. Penelitian pengaruh media sosial terhadap literasi politik (tahun terbaru) juga menegaskan bahwa aktivitas media sosial meningkatkan literasi politik mahasiswa hingga kontribusi signifikan pada pendidikan politik digital. Dengan kemampuan literasi media yang baik, mahasiswa dapat memanfaatkan berbagai fitur media sosial untuk menyebarkan informasi yang edukatif, meningkatkan kesadaran publik terhadap isu-isu penting, serta mengajak masyarakat untuk memanfaatkan teknologi secara positif, sebagaimana terlihat pada 90,8% penggunaan TikTok untuk info topik diminati.

Tingginya literasi media juga mendorong mahasiswa untuk berpikir kritis, berkolaborasi dalam komunitas digital, serta menciptakan konten berbasis pengetahuan yang dapat memberikan nilai tambah bagi masyarakat, mirip perspektif pengembangan literasi di UTY. Dalam konteks yang lebih luas, literasi media dapat memperkuat budaya literasi digital nasional, meningkatkan kualitas komunikasi publik, serta memperluas akses masyarakat terhadap sumber-sumber pengetahuan berbasis teknologi, terutama dengan 229,4 juta pengguna internet RI 2025 di mana Gen Z dominan. Selain itu, mahasiswa yang melek literasi media berpotensi mendukung perkembangan ekosistem digital melalui inovasi di bidang pendidikan, bisnis kreatif, penelitian, dan teknologi informasi, meskipun tantangan seperti hoaks masih ada seperti di UMY. Dengan demikian, dampak literasi media tidak hanya berhenti pada peningkatan kompetensi individu, melainkan meluas hingga kontribusi nyata terhadap perkembangan IPTEK dan pembangunan masyarakat digital yang cerdas, kritis, serta berdaya saing tinggi.

Kesimpulan

Berdasarkan hasil penelitian mengenai tingkat literasi media sosial pada mahasiswa pengguna Instagram dan TikTok, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa generasi Z memiliki literasi media sosial yang berada pada kategori tinggi. Hal ini ditunjukkan melalui kemampuan mahasiswa dalam memahami, menganalisis, serta memverifikasi informasi sebelum menyebarkannya di media sosial. Temuan ini menunjukkan bahwa mahasiswa mampu memanfaatkan media sosial secara bijak sebagai sarana memperoleh informasi dan meningkatkan kualitas pengetahuan, bukan sekadar sebagai ruang hiburan atau interaksi sosial.

Dampak positif dari penelitian ini adalah adanya gambaran mengenai kesiapan generasi muda dalam menghadapi arus informasi digital, sehingga berpotensi mendukung terciptanya lingkungan media yang lebih sehat. Penelitian ini juga memberikan rekomendasi agar institusi pendidikan terus meningkatkan program literasi digital guna memperkuat kemampuan kritis mahasiswa dalam menggunakan media sosial. Selain itu, pengembangan penelitian lanjutan dengan menambahkan variabel lain seperti faktor demografis atau karakter penggunaan media sosial juga dinilai penting untuk memperluas pemahaman mengenai literasi media di kalangan generasi Z.

Ucapan Terima Kasih

Berdasarkan hasil penelitian, peneliti menyarankan agar mahasiswa terus meningkatkan literasi media sosial dengan lebih kritis dalam memverifikasi informasi sebelum membagikannya. Perguruan tinggi diharapkan dapat menyediakan pelatihan literasi digital yang relevan, sementara penelitian selanjutnya dapat memperluas sampel agar hasilnya lebih komprehensif. Peneliti juga menyampaikan ucapan terima kasih kepada seluruh responden, dosen pembimbing, serta pihak-pihak yang telah memberikan dukungan dan membantu kelancaran penelitian ini sehingga dapat terselesaikan dengan baik.

Daftar Pustaka

- Fitriyani, R. (2022). Literasi digital generasi z dalam menggunakan media sosial. *Jurnal Komunikasi Digital*, 4(2), 112–121.
- GINANJAR, R. (2025). Analysis of the Influence and Impact of Social Media on Gen-Z Literacy Activities. *JALILA: Journal of Applied Linguistics and Literary Analysis*, 1(1), 11–16.
- Irwan, M., Br Batubara, K., Hasibuan, J., & Nainggolan, E. (2024). PENDAMPINGAN RINTISAN TAMAN BACAAN MASYARAKAT (TBM) UNTUK PENINGKATAN KUALITAS LITERASI MASYARAKAT PRA-SEJAHTERA.
- Kurniawan, F. S., Wulan Sari, D., & Purwanto. (2022). Kemampuan literasi di media sosial sebagai kecakapan hidup generasi Z. *J-SITEE: Journal of System Information Technology and Electronics Engineering*, 2(2), 45–54.
- Maharan, A. P., Rivai, M., Sugianti, S., Fauzi, R. A. F. A., Azzahra, S., Ningsih, S., ... & Saragih, M. I. (2021). Literasi Digital: Efektifitas Aplikasi Pedulilindungi Dalam Memberikan Informasi Pada Mahasiswa Fip Upi. *Indonesian Journal of Adult and Community Education*, 3(2), 1-6.
- Miranty, D. (2024). Pemanfaatan Media Sosial sebagai Sumber Literasi untuk Meningkatkan Budaya Membaca. *Jurnal Gembira: Pengabdian Kepada Masyarakat*, 2(01), 133–142.
- Pratiwi, A., & Rahma, F. (2023). Perilaku informasi generasi Z pada media sosial berbasis video pendek. *Jurnal Komunikasi dan Teknologi Informasi*, 7(1), 45–55.
- Potter, W. J. (2021). Media literacy (10th ed.). SAGE Publications.

- Ryanda, M. (2024). Strategi Peningkatan Literasi Media pada Gen Z di Indonesia. *Retorika: Jurnal Komunikasi, Sosial dan Ilmu Politik*, 1(7), 88–95.
- Shandy, R. (2023). Literasi media sosial Instagram mahasiswa Ilmu Perpustakaan UNDIP. *Anuva: Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 11(2), 50-56.