

# Pengaruh Terpaan Konten Akun *Instagram @ussfeeds* terhadap Minat Baca di Kalangan Generasi Z

Jennifer Brigita Latuputty<sup>1)</sup>, Ni Made Ras Amanda Gelgel<sup>2)</sup>, Ade Devia Pradipta<sup>3)</sup>, Dewi Yuri Cahyani<sup>4)</sup> <sup>1,2,3,4)</sup>Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik Universitas Udayana  
Email: [brigita.latuputty@unud.ac.id](mailto:brigita.latuputty@unud.ac.id), [rasamanda13@unud.ac.id](mailto:rasamanda13@unud.ac.id),  
[deviapradipta88@unud.ac.id](mailto:deviapradipta88@unud.ac.id), [dewi\\_yuri@unud.ac.id](mailto:dewi_yuri@unud.ac.id).

## ABSTRACT

*According to a survey conducted by the OECD in 2019 regarding the reading interest of generation Z in Indonesia 62 out of 70 countries. The emergence of this fact, accompanied by the development of today's technology, has encouraged many transitions in the existence of media that initially moved conventionally to digital in order to be able to reach a wider community in an unlimited manner. The analysis in this study is based on the S-O-R theory (Stimulus, Organism, Responsive), using explanatory quantitative methods with a sample size of 122 respondents. The results of this study state that the influence between @ussfeeds Instagram account content on reading interest among generation Z are strong, unidirectional, and in moderate level of relationship. These results show that the quality of content produced by digital media such as @ussfeeds is impacting the increase of reading interest, especially among generation Z.*

**Keywords:** *Generation Z, Instagram, Reading Interest, USS Feeds*

## 1. PENDAHULUAN

*Organization for Economic Cooperation and Development* melalui survey yang dilakukannya pada tahun 2019 terkait minat baca kalangan generasi Z dalam suatu negara menyebutkan bahwa kalangan generasi Z Indonesia menempati peringkat ke-62 dari 70 negara yang menunjukkan bahwa tingkat minat baca di kalangan generasi Z dalam tingkat yang rendah. Rendahnya tingkat minat baca di kalangan Generasi Z dapat dimaksimalkan apabila masyarakat menggunakan *gadget* dan internet secara tepat. Selain itu, hasil survey yang dilakukan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) menjelaskan bahwa mayoritas pengguna internet berada pada kelompok usia 13-18 tahun sebesar 99,16% dan kelompok usia 19-34 tahun dengan tingkat penetrasi internet sebesar 98,64%. Hal tersebut menunjukkan bahwa hampir

keseluruhan dari kalangan generasi Z telah terpapar oleh penggunaan internet.

Keberadaan internet dan media social yang telah meningkat secara masif mendorong pertumbuhan jumlah media *online* untuk meningkatkan eksistensinya dan mengembangkan produknya. Pertumbuhan jumlah portal media *online* di Indonesia telah mencapai angka yang tinggi yaitu sebesar 1.647 media (Rahmatullah dan Yuliati, 2018). Pergeseran bentuk media konvensional ke digital tentunya akan berdampak pada peningkatan *engagement* media-media tersebut melalui media sosial. Hal tersebut didasari pada peningkatan jumlah pembaca yang telah bergeser dari cetak ke digital sebesar 10,3 juta pembaca (*humasindonesia.id*, 2020) yang secara khusus diperkuat juga dengan data yang dipaparkan oleh survey *Maveric Analytics Fellow* bahwa 87% generasi Z lebih tertarik

untuk mencari berita lewat media sosial dan menjadikan *Instagram* sebagai media sosial terpopuler bagi kalangan generasi Z dalam memperoleh berita. Beberapa macam portal berita online yang kemudian meningkatkan eksistensinya dengan menggunakan media sosial *Instagram* untuk menjangkau lebih banyak pembaca khususnya generasi Z, misalnya akun *@ussfeeds*.

Akun *@ussfeeds* menyebarkan informasi yang menyasar pada konten yang relevan dengan generasi Z yang lebih berkaitan dengan gaya hidup, kebudayaan, musik, dan pengetahuan umum yang menarik seperti kecanggihan teknologi masa depan dan studi menarik kepada pembacanya. Akun *Instagram @ussfeeds* juga menyajikan informasi berita sesuai dengan tren-tren baru dengan gaya komunikasi yang menarik sesuai dengan gaya generasi Z. Akun *@ussfeeds* merupakan salah satu media pilihan "Top 6" dalam kategori media digital favorit generasi Z versi *cretivox.com*. Akun tersebut telah diikuti oleh banyak generasi muda termasuk generasi *millennials* dan generasi Z yang dibuktikan dengan jumlah pengikut sebesar 1,2 juta orang. Akun *@ussfeeds* mampu mencapai ribuan *likes* dalam setiap unggahannya yang menunjukkan bahwa keterikatan antara akun tersebut dengan pengikutnya terhitung cukup besar dan mengartikan adanya sisi yang menarik dalam setiap unggahan.

Pergeseran media yang digunakan secara *online* adalah sebuah wujud pemanfaatan *Instagram* yang digunakan sebagai wadah penyebarluasan foto dan video menjadi wadah dalam

penyebarluasan informasi berita. Banyaknya media *online* disertai dengan banyaknya pengikut aktif yang berhubungan dengan media tersebut seperti akun *@ussfeeds*, *@folkative*, dan *@volix.media* dapat menjadi sarana baru yang dapat dimanfaatkan juga untuk meningkatkan minat baca dan berguna dalam memenuhi kebutuhan informasi dan pengetahuan umum masyarakat.

### **Rumusan Masalah**

Bagaimana pengaruh terpaan konten tersebut bagi minat baca di kalangan generasi Z?

### **Tujuan Penelitian**

Untuk meneliti adanya pengaruh terpaan konten *Instagram @ussfeeds* terhadap minat baca kalangan generasi Z.

## **2. KAJIAN PUSTAKA**

### **Media Baru**

Media baru atau *new media* menjadi perkembangan media lama seperti televisi, radio, majalah, buku, dan lain-lain sebagai bentuk adaptasi dan proses digitalisasi dari perkembangan sebuah media. Media baru masa kini telah melahirkan bentuk-bentuk yang beragam. Menurut Flew (2014), media baru merupakan sebuah format isi media yang dikombinasikan baik dalam bentuk teks, suara, gambar dalam bentuk digital. Selain itu berbeda dengan media lama, sistem penyebaran media baru ini tersebar lewat kemudahan internet. Beberapa contoh dari media baru yaitu mencakup *video game*, *handphone*, komputer, situs web, media sosial, dan lain-lainnya. Melalui kemudahan internet,

seseorang memiliki kemudahan dalam berinteraksi dan menyebarkan pesan dan bersosialisasi secara bebas tanpa terkekang oleh waktu, ruang, dan jarak karena kemudahan dari internet yang dapat menghubungkannya.

### **Instagram**

*Instagram* adalah bagian dari sebuah media sosial yang pada dasarnya diciptakan dengan tujuan untuk membagikan foto dan video antar penggunanya. Beragam fitur *Instagram* mampu menunjang penyebaran informasi berbasis visual maupun audiovisual seperti gambar dan video mengundang banyak media digital independen yang bermunculan dalam menyebarkan informasi berita secara menarik melalui kualitas kontennya baik dari segi visual, gaya komunikasi, dan kualitas informasi.

### **Terpaan Media**

Terpaan media adalah ketika seseorang turut terpengaruh dalam menggunakan sebuah media khususnya dalam perilakunya. Menurut Slater melalui jurnalnya Vreese & Neijens (dalam Kusuma, 2022) terkait terpaan media yang secara sederhana diartikan sejauh mana khalayak yang kemudian memengaruhi khalayak atas suatu pesan tertentu atau konten media.

Menurut Elvinaro (2004) pengukuran terpaan media dikondisikan melalui 3 faktor penting :

1. Frekuensi, menyangkut kuantitas pengguna diterpa oleh suatu media.

2. Perhatian (atensi), proses tersebut mencakup melihat, membaca, dan mendengarkan media dengan tidak melakukan kegiatan lain.

3. Durasi, yaitu seberapa lama media dilihat, didengarkan dan dibaca oleh khalayak terkait dengan pesan tersebut.

### **Minat Baca**

Menurut Mansyur (2019) minat baca merupakan kesadaran individu untuk membaca yang berawal dari dorongan diri masing masing yang didukung dengan lingkungan. orang yang membaca dengan minat akan lebih memahami bacaan yang sedang dibaca, karena mereka membaca dengan sepenuh hati. Pada hakikatnya, pengertian literasi dan membaca sering disalahartikan. Walaupun terdapat kemiripan, literasi diartikan sebagai kemampuan seseorang dalam memahami dan mengolah informasi yang didapatkan ketika melakukan kegiatan membaca, menulis, menghitung dan berbahasa, sedangkan membaca adalah sebuah kegiatan yang dilakukan seseorang demi mendapatkan informasi dan mengerti lambang bahasa dengan tujuan untuk memperoleh pengetahuan (Wiratami, dkk, 2023).

aspek-aspek yang dikemukakan oleh Muhammadiyah (2019), sehingga indikator-indikator minat baca yang akan digunakan yaitu:

1. Kebutuhan untuk membaca
2. Tindakan dalam mencari bahan membaca
3. Kesenangan membaca
4. Ketertarikan untuk membaca

5. Kesadaran akan manfaat bacaan

### **Teori S-O-R**

Menurut Yasir (2009), model dari teori ini menghasilkan suatu asumsi bahwa perubahan perilaku seseorang disebabkan karena adanya kualitas rangsangan (stimulus) yang menghasilkan adanya sebuah proses komunikasi dengan organism (komunikasikan). Asumsi yang mendasari model ini dalam Ilmu Komunikasi secara spesifik lebih mengarah ketika berkomunikasi menerima dan merasakan secara terarah oleh efek media massa. Teori ini berpendapat bahwa pesan yang disampaikan mampu membentuk gairah dalam diri penerima pesan dan kemudian berkomunikasi yang telah menerima pesan tersebut dapat menghasilkan perubahan perilaku sikap.

### **3. METODOLOGI PENELITIAN**

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kuantitatif yang berjenis kuantitatif eksplanasi. Data-data primer yang diperoleh dalam penelitian ini diperoleh dari kuisioner yang dilengkapi dengan pertanyaan-pertanyaan yang berkaitan dengan topik penelitian. Selain itu data sekunder diperoleh melalui studi literatur yang berasal dari penelitian dan skripsi terdahulu.

Unit analisis dalam penelitian ini adalah kalangan generasi Z yang rentang usianya berada pada rentang umur 18-24 tahun (rentang tahun kelahiran 1997-2004) yang memiliki media sosial *Instagram*, dan

juga memperoleh informasi dari akun *Instagram @ussfeeds*. Populasi sampel dalam penelitian ini adalah pengikut aktif akun *@ussfeeds*, sedangkan angka pada sampel penelitian ini adalah didapat jumlah 122 sampel. Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini adalah kuisioner tertutup serta menggunakan skala likert sebagai skala pengukuran.

Teknik analisis data pada penelitian ini mencakup uji validitas dan reliabilitas, uji normalitas data, uji koefisien korelasi, uji hipotesis, dan analisis regresi linier sederhana. Teknik penyajian data yang dipaparkan dalam penelitian ini akan disajikan dalam bentuk tabel yang kemudian diinterpretasikan dalam bentuk narasi.

## **4. HASIL DAN PEMBAHASAN**

### **Profil Responden**

Responden pada penelitian ini adalah pengikut dan pembaca aktif akun *@ussfeeds* yang berada pada kalangan generasi Z dengan rentang kelahiran tahun 1997-2004. Profil responden dibagi ke dalam beberapa kategori yang berdasarkan pada usia, jenis kelamin, durasi yang dihabiskan saat menggunakan *Instagram* dalam sehari, ketertarikan dalam membaca baik secara konvensional maupun digital, dan kebiasaan membaca. Beberapa hasil yang diperoleh adalah sebagai berikut:

1. Berdasarkan usia responden pada penelitian ini, mayoritas dari responden berada pada rentang usia 21-24 tahun sebesar 74,6% dan sisanya adalah pada kalangan 18-20 tahun dengan jumlah sebesar 25,4%.

2. Berdasarkan jenis kelamin responden, mayoritas dalam responden yaitu adalah perempuan sebesar 68,9% dan sisanya adalah kalangan laki-laki sebesar 31,1%

3. Berdasarkan durasi saat mengakses *Instagram* dalam sehari, mayoritas responden banyak mengakses dalam durasi 1-2 jam sebesar 45,1%, selanjutnya 2-4 jam sebesar 30,3%, kurang dari 1 jam sebesar 13,9%, dan kalangan yang mengakses lebih dari 4 jam sebesar 10,7%.

4. Berdasarkan kebiasaan membaca buku cetakan, maka yang rutin membaca setiap hari adalah hanya sebesar 8,2%, kemudian yang tidak rutin membaca setiap hari namun dalam beberapa hari terakhir membaca buku adalah sebesar 32,8, selanjutnya kalangan yang terakhir membaca buku hanya dalam beberapa minggu terakhir saja sebesar 21,3%, kalangan yang terakhir membaca buku hanya dalam beberapa bulan terakhir saja sebesar 29,5%, dan kalangan yang terakhir membaca buku hanya dalam beberapa tahun terakhir saja sebesar 8,2%. Hal tersebut menunjukkan bahwa mayoritas responden tidak rutin membaca buku cetakan setiap hari.

### **Terpaan Konten *Instagram* akun @ussfeeds**

Berdasarkan perhitungan terkait rata-rata variable X yaitu terpaan konten *Instagram* akun @ussfeeds menunjukkan bahwa rata-rata nilai yang didapatkan pada tujuh pertanyaan yang mengurai indikator dari variabel *independent*

penelitian ini yaitu terkait terpaan konten akun *Instagram* @ussfeeds menghasilkan nilai sebesar 3,96. Nilai rata-rata tersebut masuk pada kategori tingkat interval nilai yang tinggi karena masuk pada kelas interval rentang 3,40 – 4,19. Hal tersebut menunjukkan bahwa rata-rata dari keseluruhan responden pada penelitian ini mengalami terpaan yang tinggi atas konten-konten yang disajikan oleh akun *Instagram* @ussfeeds.

, hasil jawaban dari pernyataan indikator frekuensi dengan nilai rata-rata tertinggi terdapat pada pernyataan “saya melihat unggahan akun *Instagram* @ussfeeds lebih dari 1 kali dalam sehari” sebesar 4,04. Pada indikator durasi, nilai rata-rata dari pertanyaan “saya selalu membaca dan menyimak informasi berita secara lengkap pada akun *Instagram* @ussfeeds hingga selesai” adalah sebesar 3,77 yang artinya pengaruh terpaan konten dalam indikator durasi juga tinggi bagi para pembaca, dan hasil dari nilai rata-rata tertinggi pada indikator atensi adalah pada pernyataan “saya mudah mengerti unggahan akun @ussfeeds karena mengemas informasi dengan bahasa yang mudah dipahami” sebesar 4,18.

Dari ketiga indikator pada variabel pengaruh terpaan konten akun *Instagram* @ussfeeds, indikator atensi memegang pengaruh yang paling tinggi dengan nilai rata-rata sebesar 4,11 (kategori tinggi) yang menunjukkan bahwa indikator atensi paling berpengaruh besar dalam memberikan pengaruh terpaan konten @ussfeeds kepada pembacanya.

## Minat Baca di Kalangan Generasi Z

Berdasarkan perhitungan terkait rata-rata variable Y yaitu minat baca di kalangan Generasi Z menunjukkan bahwa berdasarkan 5 indikator dengan keseluruhan jumlah pertanyaan sebanyak 13 butir, hasil yang diperoleh menunjukkan bahwa variabel *dependent* yang dalam hal ini adalah mengenai minat baca di kalangan Generasi Z masuk pada tingkat yang tinggi dengan hasil nilai rata-rata variabel Y sebesar 3,90.

Adapun nilai rata-rata tertinggi pada indikator kebutuhan membaca yaitu sebesar 4,09 (tinggi) dengan pernyataan "saya membutuhkan suatu media digital seperti akun @ussfeeds untuk memenuhi keingintahuan saya", kemudian nilai rata-rata tertinggi pada indikator tindakan mencari bahan bacaan adalah sebesar 3,83 melalui pernyataan "saya memiliki keinginan untuk memenuhi keingintahuan saya, sehingga saya mengunjungi akun tersebut untuk dapat membaca informasi yang menarik", nilai rata-rata tertinggi pada indikator kesenangan dalam membaca adalah 4,13 yang terdapat pada pernyataan "saya senang dan menikmati informasi pada konten akun @ussfeeds karena konten yang dibawakan dirasa cukup menarik", pada indikator ketertarikan dengan bahan bacaan nilai rata-rata tertinggi yang diperoleh adalah sebesar 3,70 melalui pernyataan "saya tertarik membaca konten @ussfeeds lebih dari 1 kali dalam sehari karena dirasa konten yang dipublikasikan sangat menarik dan dapat memenuhi rasa ingin

tahu saya", dan nilai rata-rata tertinggi pada indikator terakhir yaitu kesadaran akan manfaat membaca adalah sebesar 4,18 pada pernyataan "saya sadar bahwa melalui konten @ussfeeds yang *insightful*, maka dapat membuat saya tetap ter-update mengikuti perkembangan yang ada".

Diukur berdasarkan nilai rata-rata per indikator, maka nilai rata-rata paling tinggi yaitu pada indikator kesenangan dalam membaca dan kesadaran akan manfaat bacaan dengan skor yang sama yaitu 4,04 (tinggi) yang menunjukkan bahwa kedua indikator ini berpengaruh besar dalam mendorong minat baca di kalangan Generasi Z.

## Pembahasan

Tingginya popularitas *Instagram* yang didukung besarnya motivasi pembaca dalam menggunakan media sosial sebagai wadah dalam mencari informasi, mengundang banyak minat bagi setiap kalangan khususnya media-media *online* dan juga media independen yang eksis di jejaring sosial ini, salah satunya adalah akun @ussfeeds. Pada tahun 2019, akun *Instagram* @ussfeeds terbentuk yang ditujukan kepada pembaca di kalangan Generasi Z dengan menyajikan konten terkait *fashion*, gaya hidup, *pop culture*, dan juga musik kepada seluruh pembacanya di Indonesia, informasi-informasi terkini serta studi-studi menarik dan ilmu pengetahuan umum yang dikemas secara menarik menggunakan visualisasi yang beragam.

Penelitian ini menggunakan landasan teori *Stimulus, Organism, and Response* yang memiliki asumsi dasar bahwa pengaruh dari terpaan media pertama kali akan berpengaruh pada penambahan pengetahuan yang kemudian cenderung memungkinkan terjadinya pengaruh sikap (Effendy dalam Khoiriyah, 2019). Hasil dari penelitian ini akan mengaitkan dan mengukur pengaruh terpaan konten akun *@ussfeeds* terhadap minat baca di kalangan generasi Z.

Peneliti melakukan analisis data melalui beberapa uji. Dalam mengukur instrument penelitian ini, hasil menunjukkan bahwa item instrument penelitian ini telah dinyatakan valid dan reliabel, sehingga layak digunakan.

Berdasarkan hasil dari uji normalitas data yang digunakan untuk mengukur sebaran distribusi data-data dalam penelitian ini, hasil yang diperoleh adalah data-data penelitian terdistribusi secara normal.

Selanjutnya, peneliti melakukan uji koefisien korelasi dengan rumus *product moment*. Hasil yang diperoleh dari nilai koefisien korelasi adalah sebesar 0,809 yang bernilai positif. Hal tersebut menunjukkan bahwa tingkat hubungan antara terpaan konten akun *@ussfeeds* dan minat baca di kalangan generasi Z adalah sangat kuat dan searah, sehingga apabila terpaan konten akun *@ussfeeds* meningkat, maka pengaruh terhadap minat baca di kalangan generasi Z juga meningkat. Sebaliknya, apabila terpaan konten akun *@ussfeeds* menurun, maka

pengaruh terhadap minat baca di kalangan generasi Z juga menurun.

Berdasarkan hasil persamaan regresi linier sederhana, diperoleh nilai konstanta adalah sebesar 9,216 yang berarti nilai konstanta dari variable minat baca generasi Z. Ketika tidak mengalami terpaan konten akun *@ussfeeds* adalah positif. Kemudian, hasil koefisien regresi X adalah sebesar 1,470. Nilai dari koefisien regresi pada penelitian ini bernilai positif.

Persamaan regresi linier sederhana yang bernilai positif membuktikan bahwa hubungan pengaruh antara variabel terpaan konten akun *@ussfeeds* terhadap minat baca kalangan generasi Z adalah searah. Besaran pengaruh antara kedua variabel tersebut dilihat melalui jumlah *R Square* sebesar 0,655 yang berarti, nilai terpaan konten akun *@ussfeeds* memengaruhi minat baca di kalangan generasi Z sebesar 65,5%, dan sisa persentase sebesar 34,5% dipengaruhi oleh factor-faktor lain di luar penelitian. Hasil besaran pengaruh variabel terpaan konten akun *@ussfeeds* terhadap minat baca masuk dalam kategori sedang/moderat.

Hasil uji hipotesis yang membuktikan asumsi awal dalam penelitian ini menunjukkan bahwa nilai signifikansi yang didapatkan adalah sebesar 0,00 dan lebih kecil dari nilai probabilitas 0,05. Hal tersebut menunjukkan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Dengan demikian, terpaan konten akun *@ussfeeds* terbukti berpengaruh terhadap minat baca di kalangan generasi Z dengan tingkat

hubungan variabel yang kuat, searah, dalam pengaruh kategori sedang/moderat.

## 5. KESIMPULAN

Hasil-hasil yang diperoleh dalam penelitian ini menghasilkan beberapa kesimpulan sebagai berikut:

1. Penelitian ini menunjukkan hasil bahwa hubungan antara terpaan konten akun *Instagram @ussfeeds* terhadap minat baca di kalangan generasi Z adalah kuat, searah/berbanding lurus, dan pengaruhnya berada dalam kategori sedang/moderat.
2. Besaran persentase minat baca pengikut akun *Instagram @ussfeeds* di kalangan generasi Z dipengaruhi oleh terpaan konten akun *Instagram @ussfeeds* sebesar 65,5% yang pengaruhnya masuk dalam kategori sedang dan dengan hubungan antarvariabel yang kuat dan searah berdasarkan pengujian koefisien korelasi sebesar 0,809.
3. Hasil analisis regresi linier sederhana dalam penelitian ini menunjukkan besaran nilai konstanta (a) sebesar 9,216 dengan koefisien regresi X bernilai positif (searah) yang artinya bahwa ketika variabel terpaan konten (X) ketika mengalami peningkatan, maka variabel minat baca (Y) di kalangan generasi Z juga akan meningkat.
4. Pembuktian teori S-O-R (*Stimulus, Organism, Response*) ditunjukkan pada banyaknya respon setuju atas pernyataan "saya tertarik membaca konten *Instagram @ussfeeds* lebih dari

1 kali dalam sehari karena konten yang dipublikasikan sangat menarik dan dapat memenuhi rasa ingin tahu saya" yang berarti sebagian besar responden mengalami peningkatan rasa minat baca dalam diri mereka.

5. Berdasarkan hasil dari pengujian hipotesis ditemukan bahwa  $H_0$  ditolak dan  $H_1$  diterima. Hal tersebut menunjukkan bahwa terdapat pengaruh terpaan akun *Instagram @ussfeeds* terhadap minat baca kalangan Generasi Z yang dalam hal ini adalah pengikut *Instagram @ussfeeds* dan berada pada rentang tahun kelahiran 1998-2004.

## 5. DAFTAR PUSTAKA

- Pahlevi, Reza. (2022, Juni 10). Penetrasi Internet di Indonesia Berdasarkan Umur (2022). Diakses pada 11 Oktober 2022, dari <https://databoks.katadata.co.id/data-publish/2022/06/10/penetrasi-internet-di-kalangan-remaja-tertinggi-di-indonesia>
- Humas. (2021, Januari 5). Media Beralih ke Online Harus dengan Strategi. Diakses pada 11 Oktober 2022, dari <https://www.humasindonesia.id/berita/media-beralih-ke-online-harus-dengan-strategi-440>



Rahmatullah, S., & Yuliati, R. E. D. Media Sosial Sebagai Sumber Berita Alternatif.

Santoso. (2022, Juli 26). TikTok dan Instagram Jadi Pilihan Utama Remaja dalam Mencari Berita. Diakses pada 11 Oktober 2022, dari

<https://tekno.sindonews.com/read/836931/207/tiktok-dan-instagram-jadi-pilihan-utama-remaja-dalam-mencari-berita-1658794033>

Siagian, H. F., & Fachrurrazi, T. I. (2018). Implementasi Zetizen Bagi Daya Tarik Literasi Media Generasi Z. *Jurnal Jurnalisa*, 4(1).

Teguh. (2022, April 06). Survei: Gen Z Ternyata Suka Berita Politik, Instagram jadi Pilihan. Diakses pada 13 Oktober 2022, dari

<https://nasional.sindonews.com/read/734711/15/survei-gen-z-ternyata-suka-berita-politik-instagram-jadi-pilihan-1649196249>

Wiratami, N. L., Widiastuti, N. K. C., & Elysiana, N. P. D. (2023). PENGARUH LITERASI DIGITAL PADA GENERASI Z TERHADAP PENINGKATAN BUDAYA

LITERASI UNTUK MELAHIRKAN GENERASI PENERUS BANGSA YANG BERKUALITAS DI ERA KEMAJUAN ILMU PENGETAHUAN DAN TEKNOLOGI. *Prosiding Pekan Ilmiah Pelajar (PILAR)*, 3, 406-417.