



Asosiasi Literasi Media terhadap Kemampuan Generasi Z Kota Bogor dalam Mengenali Hoaks di WhatsApp

Siti Rizka Aulia¹, Hudi Santoso², Enden Darjatul Ulya³, Rici Tri Harpin Pranata⁴

^{1,2,3,4} Sekolah Vokasi IPB University

Abstract

Received: 20 Mei 2026

Revised: 29 Mei 2026

Accepted: 11 Juni 2026

Maraknya penyebaran hoaks di WhatsApp menuntut kemampuan literasi media yang baik, terutama bagi Generasi Z sebagai pengguna aktif media digital. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis hubungan antara literasi media dan kemampuan mengenali hoaks pada Generasi Z di Kota Bogor. Penelitian menggunakan metode kuantitatif dengan desain deskriptif-korelasional dan melibatkan 100 responden melalui purposive sampling. Data dikumpulkan menggunakan kuesioner skala Likert dan dianalisis menggunakan uji korelasi Pearson. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi media responden berada pada kategori tinggi, terutama pada dimensi verifikasi dan analisis pesan. Kemampuan mengenali hoaks juga tergolong tinggi, meskipun aspek pelaporan masih rendah. Uji statistik menunjukkan hubungan sangat kuat dan signifikan antara kedua variabel ($r = 0,800$; $p = 0,000$). Temuan ini menegaskan pentingnya literasi media sebagai upaya mitigasi penyebaran hoaks di ruang digital.

Keywords: Literasi media, kemampuan mengenali hoaks, WhatsApp, Generasi Z, Kota Bogor

(* Corresponding Author:

¹strikkaaulia@apps.ipb.ac.id, ²hudi.santoso@apps.ipb.ac.id,

³endenulya@gmail.com, ⁴ricitriha@apps.ipb.ac.id

How to Cite: Aulia, S., Santoso, H., Ulya, E., Ulya, E., & Pranata, R. (2026). Asosiasi Literasi Media terhadap Kemampuan Generasi Z Kota Bogor dalam Mengenali Hoaks di WhatsApp. *Jurnal Ilmiah Wahana Pendidikan*, 12(6.B), 108-121. Retrieved from <https://jurnal.peneliti.net/index.php/JIWP/article/view/13451>.

INTRODUCTION

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi pada era digital telah membawa perubahan signifikan terhadap cara manusia memperoleh, mengelola, dan menyebarkan informasi. Internet dan media sosial kini menjadi bagian integral dalam kehidupan sehari-hari masyarakat modern. Di Indonesia, salah satu kelompok yang paling aktif memanfaatkan teknologi digital adalah Generasi Z, yaitu individu yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012. Berdasarkan *Indonesia Gen Z Report (2024)* yang diterbitkan oleh IDN Research Institute, Generasi Z merupakan pengguna internet terbanyak di Indonesia dengan durasi penggunaan rata-rata lebih dari lima jam per hari. Mereka mengakses berbagai platform digital seperti Instagram, TikTok, dan terutama WhatsApp, yang menjadi sarana komunikasi utama dalam aktivitas sosial dan pendidikan. Media sosial bukan hanya menjadi sarana penyebaran informasi, tetapi juga berfungsi membangun kedekatan emosional dengan audiens melalui pendekatan personal dan interaktif Savitri *et al.* (2025).

Intensitas penggunaan media digital yang tinggi memberikan dampak positif terhadap kemudahan komunikasi, akses informasi, dan produktivitas.

Namun, disisi lain, kondisi ini juga menimbulkan tantangan serius berupa peningkatan arus informasi palsu atau hoaks. WhatsApp menjadi salah satu media yang paling rentan terhadap penyebaran hoaks karena sifatnya yang tertutup (*private messaging*), pesan mudah diteruskan, dan sumber informasi sulit diverifikasi. Penelitian Muslikhah dan Amalia (2024) menunjukkan bahwa hoaks di Indonesia sering kali menyebar melalui pesan berantai WhatsApp tanpa proses pengecekan fakta. Fenomena serupa juga diungkap oleh Amalia *et al.* (2023) yang menemukan bahwa tingkat kepercayaan terhadap pengirim pesan menjadi faktor utama seseorang menyebarkan kembali informasi tanpa memeriksa kebenarannya terlebih dahulu.

Kecenderungan Generasi Z untuk menerima dan menyebarkan informasi secara cepat menjadikan kemampuan literasi media sangat penting. Literasi media mencakup kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan menggunakan informasi secara bijak. Sebagaimana ditemukan oleh Pranata *et al.* (2021), komunikasi yang efektif, terutama yang bersifat dialogis, memungkinkan individu untuk menilai dan menantang informasi secara kritis. Hal ini sejalan dengan peran literasi media yang membantu Generasi Z tidak hanya mengonsumsi informasi, tetapi juga terlibat dalam diskusi kritis mengenai validitas informasi, terutama saat berhadapan dengan hoaks di platform seperti WhatsApp. Potter (2022) menegaskan bahwa literasi media tidak hanya berkaitan dengan pemahaman isi pesan, tetapi juga kemampuan mengenali motif, kredibilitas sumber, serta dampak sosial dari informasi yang dikonsumsi. Dalam konteks digital, literasi media menjadi pondasi utama bagi individu agar dapat menyeleksi informasi yang benar dan menghindari penyebaran hoaks.

Meski Generasi Z dikenal sebagai kelompok yang melek teknologi, berbagai penelitian menunjukkan bahwa kemampuan berpikir kritis dan verifikasi mereka masih terbatas. Faznidatul *et al.* (2024) menemukan bahwa meskipun tingkat literasi digital Generasi Z relatif tinggi, sebagian besar masih cenderung melakukan pembacaan cepat (*surface reading*) tanpa menilai keakuratan dan konteks informasi. Hal ini sejalan dengan temuan Maryani dan Wulandari (2025) yang mengungkap bahwa Generasi Z lebih fokus pada kecepatan konsumsi informasi daripada ketepatan isinya. Akibatnya, mereka lebih rentan terpengaruh oleh narasi emosional dan berita viral yang tidak terverifikasi.

Selain faktor kognitif, penyebaran hoaks juga dipengaruhi oleh faktor sosial dan emosional. Dzakwan *et al.* (2023) menjelaskan bahwa hubungan kedekatan emosional antar anggota grup WhatsApp menyebabkan seseorang lebih mudah mempercayai informasi yang dibagikan, meskipun tidak akurat. Sementara itu, Ryanda (2024) menyoroti bahwa perilaku digital Generasi Z seringkali dipengaruhi oleh tren dan opini publik tanpa mempertimbangkan kredibilitas sumber. Oleh karena itu, peningkatan literasi media perlu dilakukan secara sistematis melalui pendidikan formal dan nonformal agar Generasi Z tidak hanya menjadi pengguna aktif teknologi, tetapi juga pengguna yang kritis dan bertanggung jawab.

Konteks lokal di Kota Bogor semakin memperkuat urgensi penelitian ini. Berdasarkan data Badan Pusat Statistik (2025), jumlah penduduk Generasi Z di Kota Bogor mencapai 272.206 jiwa dengan tingkat penetrasi internet lebih dari 90 persen. Kota Bogor juga termasuk wilayah dengan tingkat aktivitas digital tertinggi di Jawa Barat. Kondisi ini menunjukkan bahwa Generasi Z di Kota Bogor memiliki

potensi besar untuk menjadi agen perubahan digital, sekaligus memiliki kerentanan tinggi terhadap penyebaran hoaks, terutama melalui WhatsApp yang menjadi media komunikasi utama.

Beberapa penelitian terdahulu telah menyoroti hubungan antara literasi media dan kemampuan mengenali hoaks. Namun, sebagian besar penelitian tersebut berfokus pada kelompok dewasa, ibu rumah tangga, atau masyarakat umum (lihat Amalia *et al.*, 2023; Muslikhah & Amalia, 2024), sementara kajian yang secara spesifik meneliti Generasi Z di wilayah perkotaan seperti Bogor masih terbatas. Dengan demikian, penelitian ini berupaya mengisi kesenjangan tersebut dengan menganalisis hubungan antara tingkat literasi media dan kemampuan Generasi Z di Kota Bogor dalam mengenali hoaks di platform WhatsApp.

Penelitian ini diharapkan dapat menyumbang wawasan dalam pengembangan studi literasi media dan komunikasi digital, serta memberikan manfaat praktis bagi lembaga pendidikan, pemerintah daerah, dan masyarakat dalam meningkatkan kesadaran kritis terhadap informasi digital. Seperti menurut penelitian Habibah dan Pranata (2025), Divisi Humas Diskominfo Kabupaten Bogor berperan sentral dalam menyampaikan informasi secara proaktif guna membangun kepercayaan publik terhadap kinerja pemerintah daerah.

METHODS

Penelitian ini menggunakan metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif-korelasional. Pendekatan ini dipilih karena penelitian bertujuan untuk menggambarkan tingkat literasi media serta menganalisis hubungan antara literasi media dengan kemampuan Generasi Z dalam mengenali hoaks di platform WhatsApp. Pendekatan kuantitatif memungkinkan data diolah secara statistik sehingga hasilnya dapat diukur secara objektif dan digeneralisasikan sesuai konteks penelitian.

Penelitian ini dilaksanakan di Kota Bogor, Jawa Barat, yang dipilih karena merupakan salah satu wilayah dengan tingkat penggunaan internet dan aplikasi pesan instan tertinggi di Indonesia, khususnya di kalangan Generasi Z. Waktu pelaksanaan penelitian direncanakan pada bulan Oktober hingga November 2025.

Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh individu yang tergolong dalam Generasi Z, yaitu mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012 dan berdomisili di Kota Bogor. Berdasarkan data dari Badan Pusat Statistik (BPS) Kota Bogor tahun 2025, jumlah populasi Generasi Z mencapai sekitar 272.206 jiwa. Untuk menentukan jumlah sampel, digunakan rumus Slovin dengan tingkat kesalahan (*margin of error*) sebesar 10 persen. Berdasarkan perhitungan tersebut, diperoleh jumlah sampel sebanyak 100 responden. Pengambilan sampel dilakukan dengan teknik *purposive sampling*, yakni pemilihan responden berdasarkan kriteria tertentu, yaitu berstatus sebagai Generasi Z, berdomisili di Kota Bogor, dan aktif menggunakan aplikasi WhatsApp dalam aktivitas sehari-hari.

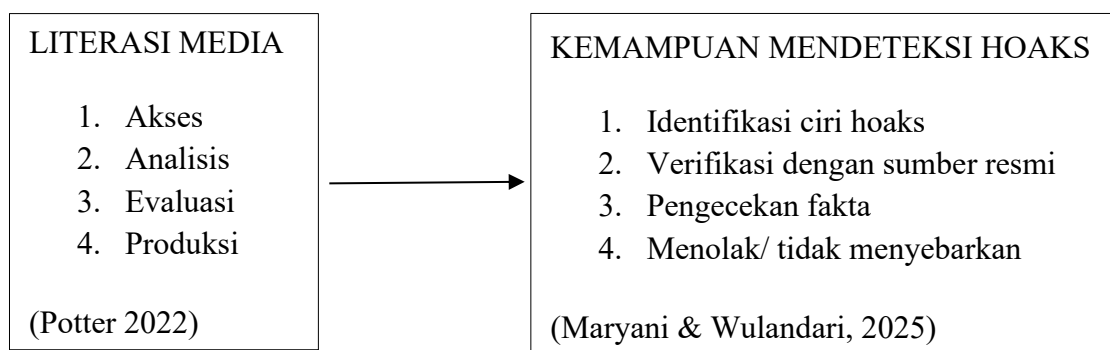
Instrumen penelitian berupa kuesioner menggunakan skala Likert dengan lima kategori jawaban mulai dari sangat tidak setuju hingga sangat setuju. Kuesioner terdiri dari dua bagian utama, yaitu instrumen literasi media dan instrumen kemampuan mengenali hoaks. Instrumen literasi media disusun berdasarkan teori Potter (2022) dan dikembangkan dari dimensi literasi media menurut Asari *et al.* (2023), yang meliputi akses informasi, analisis pesan, evaluasi

keakuratan sumber, serta penyebaran informasi secara bertanggung jawab. Instrumen kemampuan mengenali hoaks disusun berdasarkan indikator identifikasi ciri hoaks, verifikasi sumber, pengecekan fakta, dan tindakan pencegahan. Penyusunan instrumen juga merujuk pada studi terdahulu seperti Amalia *et al.* (2023), Muslikhah & Amalia (2024), Faznidatul *et al.* (2024), dan Ryanda (2024) yang meneliti literasi media dan perilaku penerimaan informasi digital di kalangan pengguna media sosial.

Data penelitian dikumpulkan menggunakan kuesioner daring yang disebarakan melalui *Google Form* agar dapat menjangkau responden secara lebih luas dan efisien. Kuesioner tersebut dirancang untuk mengukur dua variabel utama, yaitu literasi media (variabel X) dan kemampuan mengenali hoaks (variabel Y). Setiap variabel diukur menggunakan skala Likert dengan rentang nilai 1 hingga 5, di mana skor 1 menunjukkan tingkat ketidaksetujuan yang paling rendah dan skor 5 menunjukkan tingkat persetujuan yang paling tinggi.

Variabel literasi media (X) diukur berdasarkan empat dimensi utama yang dikembangkan oleh Potter (2022), yaitu kemampuan mengakses informasi, menganalisis isi pesan, mengevaluasi keakuratan sumber, serta menyebarkan informasi secara etis dan bertanggung jawab. Sementara itu, variabel kemampuan mengenali hoaks (Y) diukur berdasarkan empat indikator yang diadaptasi dari Maryani dan Wulandari (2025), yaitu kemampuan mengenali ciri-ciri hoaks, melakukan verifikasi dengan sumber resmi, melakukan pengecekan fakta (*cross-checking*), serta menolak dan tidak menyebarkan informasi yang tidak terbukti kebenarannya.

Sebelum disebarakan kepada responden, instrumen penelitian diuji terlebih dahulu untuk memastikan validitas dan reliabilitasnya. Uji validitas dilakukan menggunakan analisis korelasi Pearson, sedangkan uji reliabilitas menggunakan metode *Cronbach's Alpha*. Data yang telah terkumpul kemudian dianalisis melalui beberapa tahap, yaitu analisis deskriptif untuk menggambarkan profil responden dan distribusi skor variabel, serta analisis korelasi Pearson untuk mengetahui hubungan antara literasi media dan kemampuan mengenali hoaks. Uji signifikansi dilakukan pada taraf kepercayaan 95% ($\alpha = 0,05$). Dengan rancangan metode tersebut, penelitian ini diharapkan mampu memberikan gambaran empiris mengenai sejauh mana literasi media mempengaruhi kemampuan Generasi Z di Kota Bogor dalam mengenali, menilai, dan merespons informasi palsu di platform WhatsApp.



Gambar 1. Kerangka Berpikir Asosiasi Literasi Media terhadap Kemampuan Generasi Z Kota Bogor dalam Mengenali Hoaks di WhatsApp

Kerangka berpikir penelitian ini dapat digambarkan sebagai hubungan kausal antara variabel Literasi Media (X) dan Kemampuan mengenali Hoaks (Y). Semakin tinggi literasi media, semakin tinggi pula kemampuan Generasi Z dalam mengenali hoaks di WhatsApp. Literasi media (variabel X) mencakup empat aspek utama, yaitu kemampuan mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan memproduksi pesan media secara kritis (Potter, 2022). Kompetensi ini memungkinkan individu memahami pesan media secara lebih mendalam, mengenali pola manipulatif, serta menilai kredibilitas sumber informasi. Sementara itu, kemampuan mengenali hoaks (variabel Y) merupakan keterampilan dalam mengidentifikasi ciri-ciri informasi palsu, memverifikasi informasi melalui sumber resmi, melakukan pengecekan fakta, serta menolak atau tidak menyebarkan pesan yang tidak valid (Maryani & Wulandari, 2025).

Secara teoritis, individu dengan tingkat literasi media yang lebih tinggi cenderung memiliki pemahaman yang lebih kritis sehingga mampu mengenali pesan bermuatan hoaks dan melakukan verifikasi secara lebih cermat. Oleh karena itu, literasi media dipandang berperan penting dalam meningkatkan kemampuan Generasi Z dalam mengenali hoaks pada platform seperti WhatsApp. Dengan demikian, kerangka berpikir penelitian ini menunjukkan bahwa literasi media berperan sebagai faktor utama yang mempengaruhi kemampuan Generasi Z dalam mengenali hoaks. Semakin baik kemampuan literasi media yang dimiliki individu, semakin kritis dan akurat pula mereka dalam mengidentifikasi, memverifikasi, serta menyaring informasi yang diterima melalui WhatsApp.

Berdasarkan uraian teori, hasil penelitian terdahulu, serta kerangka berpikir yang telah dibangun, maka penelitian ini merumuskan hipotesis bahwa literasi media memiliki hubungan yang signifikan dengan kemampuan Generasi Z Kota Bogor dalam mengenali hoaks pada platform WhatsApp. Hipotesis nol (H_0) menyatakan bahwa tidak terdapat hubungan yang signifikan antara kedua variabel tersebut, sedangkan hipotesis alternatif (H_1) menyatakan bahwa terdapat hubungan yang signifikan antara literasi media dan kemampuan Generasi Z dalam mengenali hoaks. Rumusan hipotesis ini menjadi dasar dalam pengujian statistik yang dilakukan melalui uji korelasi Pearson pada tahap analisis data untuk memastikan apakah literasi media berhubungan secara signifikan dengan kemampuan individu dalam mengidentifikasi, memverifikasi, dan mengevaluasi informasi digital.

Tahapan analisis data dalam penelitian ini meliputi analisis deskriptif dan analisis inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan kecenderungan jawaban tiap variabel. Analisis inferensial menggunakan uji korelasi Pearson untuk mengetahui hubungan antara variabel literasi media dan kemampuan mengenali hoaks. Sebelum dilakukan analisis korelasi, dilakukan beberapa uji prasyarat meliputi uji validitas, reliabilitas, normalitas, dan linearitas menggunakan SPSS.

Hasil pengujian validitas menunjukkan bahwa seluruh item pernyataan dinyatakan valid karena nilai r hitung berada di atas r tabel pada signifikansi 0,05. Hasil uji reliabilitas menunjukkan nilai Cronbach's Alpha berada di atas 0,70 pada kedua variabel sehingga instrumen dinyatakan reliabel dan konsisten. Uji

normalitas menunjukkan nilai signifikansi lebih besar dari 0,05 sehingga data dinyatakan berdistribusi normal. Hasil uji linearitas menunjukkan hubungan linear antar variabel dengan nilai signifikansi kurang dari 0,05, sehingga memenuhi syarat untuk dilakukan uji korelasi Pearson. Ringkasan hasil uji instrumen ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 1. Rekapitulasi Uji Kelayakan Instrumen

Jenis Uji	Hasil	Keterangan
Validitas	Semua item valid	r hitung > r tabel
Reliabilitas	Cronbach's Alpha > 0,70	Reliabel
Normalitas	Sig. > 0,05	Data normal
Linearitas	Sig. < 0,05	Linear

Setelah seluruh instrumen dinyatakan layak digunakan, data selanjutnya dianalisis menggunakan uji korelasi Pearson untuk mengetahui hubungan antara variabel literasi media dan kemampuan mengenali hoaks. Pemilihan uji korelasi Pearson didasarkan pada hasil uji prasyarat yang menunjukkan bahwa data berdistribusi normal dan memiliki hubungan linear. Analisis dilakukan menggunakan aplikasi SPSS versi 25 sebagai alat bantu pengolahan data. Seluruh proses analisis dilakukan secara sistematis untuk memastikan bahwa kesimpulan yang diperoleh akurat dan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah.

RESULTS & DISCUSSION

Results

Penelitian ini melibatkan 100 responden Generasi Z yang berdomisili di Kota Bogor dan aktif menggunakan WhatsApp dalam aktivitas sehari-hari. Berdasarkan hasil pengolahan data, mayoritas responden berjenis kelamin perempuan sebanyak 78 orang (78%), sementara laki-laki berjumlah 22 orang (22%). Dari sisi usia, sebagian besar responden berada pada rentang usia 18–20 tahun (86%), sedangkan usia 21–23 tahun berjumlah 14 responden (14%). Hal ini sesuai dengan profil Generasi Z yang pada umumnya berada pada jenjang pendidikan perguruan tinggi dan merupakan pengguna aktif teknologi digital dan media sosial.

Variabel literasi media dalam penelitian ini dianalisis untuk mengetahui sejauh mana responden mampu mengakses, memahami, mengevaluasi, serta menggunakan informasi secara kritis ketika menerima pesan melalui aplikasi WhatsApp. Secara teoritis, literasi media bukan hanya kemampuan teknis mengoperasikan perangkat digital, tetapi juga kemampuan berpikir analitis, kritis, serta etis dalam merespons paparan informasi (Potter, 2022). Dalam konteks media digital dan komunikasi berbasis pesan singkat seperti WhatsApp, literasi media menjadi semakin penting karena informasi yang diterima tidak selalu melewati proses verifikasi dan sering kali dikemas dengan cara yang persuasif, emosional, dan mudah viral. Hasil analisis deskriptif variabel literasi media ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 2. Rangkuman Deskriptif Literasi Media

Dimensi	Item Pertanyaan	Skala 4 (%)	Skala 5 (%)	P_pos (%)	Mean Dimensi
Akses Informasi	Saya biasanya mencari informasi tambahan di internet ketika menerima pesan di WhatsApp.	45%	40%	85%	88%
	Saya tahu cara menggunakan alat pencari seperti Google untuk memastikan kebenaran pesan yang saya terima.	31%	61%	92%	
	Saya mencari tahu isi berita dari beberapa sumber online sebelum mempercayainya.	48%	49%	97%	
	Saya bisa membedakan mana isi pesan yang merupakan fakta dan mana yang hanya opini.	48%	44%	92%	
Analisis Pesan	Saya bisa mengenali pesan yang terlalu berlebihan, provokatif, atau manipulatif.	45%	42%	87%	89%
	Saya tidak langsung percaya jika pesan hanya berdasarkan cerita dari seseorang tanpa bukti.	46%	48%	94%	
	Saya memeriksa sumber pesan sebelum mempercayainya.	43%	45%	88%	
Evaluasi Keakuratan	Saya membandingkan isi pesan dengan berita dari media resmi.	44%	49%	93%	90%
	Saya memperhatikan tanggal dan sumber informasi sebelum membagikannya.	46%	47%	93%	
	Saya tidak meneruskan pesan jika	42%	49%	91%	
				91%	

Penyebaran Bertanggung Jawab	belum yakin dengan kebenarannya.			
	Saya mengingatkan orang lain agar berhati-hati sebelum membagikan informasi yang belum jelas sumbernya.	43%	50%	93%
	Saya hanya menyebarkan pesan jika informasi tersebut sudah jelas sumber dan kebenarannya.	42%	49%	91%

Hasil tabel menunjukkan bahwa keseluruhan item pada variabel literasi media berada dalam kategori tinggi dengan nilai Ppos yang berkisar antara 88 sampai 91 persen. Dimensi akses informasi juga menunjukkan angka tinggi sebesar 88 persen. Responden menyatakan familiar dengan penggunaan mesin pencari, sumber rujukan digital, serta platform berita kredibel untuk mengecek informasi. Temuan ini sesuai dengan kajian Maryani & Wulandari (2025) yang menyebutkan bahwa Generasi Z lebih adaptif dalam mengakses dan mengevaluasi informasi digital karena mereka tumbuh sebagai digital native. Dengan demikian, tingkat literasi media responden tergolong tinggi pada seluruh dimensi. Temuan ini sejalan dengan kajian Ryanda (2024) yang menyatakan bahwa peningkatan literasi media pada generasi muda merupakan respons adaptif terhadap meningkatnya arus informasi digital.

Dimensi analisis pesan dengan nilai rata-rata 89 persen mengindikasikan bahwa responden mampu membedakan fakta dan opini, mengenali pesan manipulatif, dan bersikap kritis terhadap narasi yang bersifat dramatis atau provokatif. Kecenderungan ini menunjukkan bahwa responden tidak hanya mengikuti isi pesan secara pasif, tetapi juga melakukan penalaran kritis. Hal ini konsisten dengan temuan Febriamsya *et al.* (2024) bahwa paparan media digital dapat memperkuat kemampuan berpikir kritis apabila disertai pengetahuan dasar tentang cara kerja media dan struktur informasi.

Dimensi evaluasi keakuratan memiliki nilai Ppos sebesar 90 persen, menunjukkan bahwa responden terbiasa memeriksa kredibilitas informasi sebelum mempercayainya. Pola ini sejalan dengan laporan Indonesia Gen Z Report (2024) yang menyebutkan bahwa Generasi Z di Indonesia termasuk kategori pengguna aktif media digital yang menyukai verifikasi mandiri menggunakan platform pencarian, situs berita resmi, serta akun pemerintah. Sikap evaluatif ini juga mencerminkan perkembangan literasi media berbasis pemaknaan kritis, sebagaimana diuraikan Asari *et al.* (2023), bahwa literasi media dapat meningkat seiring frekuensi paparan digital yang disertai pengalaman reflektif.

Temuan ini menunjukkan bahwa mayoritas responden memiliki literasi media yang baik ketika menerima, memahami, dan merespons pesan di WhatsApp. Dimensi dengan nilai tertinggi adalah penyebaran informasi secara bertanggung jawab dengan rata-rata Ppos sebesar 91 persen. Responden menunjukkan sikap hati-

hati dan selektif sebelum membagikan pesan, serta cenderung tidak ikut serta dalam penyebaran informasi yang belum diverifikasi. Temuan ini sejalan dengan studi Faznidatul *et al.* (2024) yang menemukan bahwa Generasi Z memiliki kesadaran digital yang lebih tinggi dibanding kelompok usia sebelumnya dalam menilai dampak sosial penyebaran informasi.

Tingginya tingkat literasi media juga dapat dipengaruhi konteks geografis dan akses terhadap teknologi, sebagaimana tergambar dalam data BPS Kota Bogor (2025) yang menunjukkan bahwa infrastruktur digital dan akses internet di Kota Bogor termasuk kategori maju dan stabil. Hasil ini menunjukkan bahwa responden bukan hanya konsumen informasi, tetapi juga pelaku aktif dalam proses penyaringan, validasi, dan produksi makna pesan digital. Dengan tingginya literasi media, responden memiliki fondasi penting untuk menahan laju penyebaran misinformasi, terutama hoaks yang marak beredar melalui WhatsApp.

Variabel kemampuan mengenali hoaks dalam penelitian ini dianalisis untuk mengetahui sejauh mana responden mampu mengenali karakteristik pesan hoaks, melakukan verifikasi, melakukan pengecekan fakta, dan mengambil tindakan pencegahan dalam penggunaan WhatsApp. Kemampuan ini penting karena hoaks tidak hanya berisi informasi salah, tetapi seringkali didesain untuk memanipulasi emosi, menciptakan ketakutan, atau mempengaruhi perilaku tertentu. Hasil analisis deskriptif ditampilkan pada tabel berikut.

Tabel 3. Rangkuman Deskriptif Kemampuan mengenali hoaks

Dimensi	Item Pertanyaan	Skala 4 (%)	Skala 5 (%)	P_pos (%)	Mean Dimensi
Identifikasi Ciri Hoaks	Saya tidak langsung percaya jika pesan di WhatsApp tidak mencantumkan sumber yang jelas.	44%	47%	91%	92%
	Saya merasa curiga jika isi pesan terdengar berlebihan atau menakutkan.	43%	50%	93%	
	Saya ragu untuk mempercayai pesan yang menyuruh saya untuk segera menyebarkannya.	41%	49%	90%	
Verifikasi dengan Sumber Resmi	Jika ada berita di WhatsApp, saya cek dulu kebenarannya di situs berita resmi.	39%	49%	88%	87%
	Jika pesannya terkait layanan publik, saya mencari informasinya	38%	50%	88%	

	di akun resmi pemerintah.					
	Saya tidak langsung percaya sebelum membaca berita dari beberapa sumber.	36%	52%	88%		
Pengecekan Fakta (Cross-Check)	Jika pesan membuat saya khawatir, saya cari tahu dulu kebenarannya di internet.	40%	48%	88%	89%	
	Saya memperhatikan tanggal dan konteks pesan untuk memastikan apakah informasinya masih berlaku.	42%	49%	91%		
	Saya melihat apakah gambar/video dalam pesan sesuai dengan isi beritanya.	39%	50%	89%		
Tindakan Pencegahan & Etika Digital	Jika saya ragu terhadap sebuah pesan, saya tidak akan meneruskannya.	39%	51%	90%	86%	
	Jika teman/keluarga mengirim hoaks, saya memberi tahu mereka agar berhati-hati.	36%	52%	88%		
	Saya melaporkan pesan WhatsApp yang saya anggap hoaks agar tidak tersebar luas.	28%	43%	71%		

Hasil tabel menunjukkan bahwa keseluruhan item pada kemampuan mengenali hoaks responden berada pada kategori tinggi, khususnya pada dimensi pengecekan fakta dan identifikasi ciri hoaks. Dimensi identifikasi hoaks juga tinggi dengan nilai 92 persen. Responden menyatakan mampu mengenali ciri umum hoaks seperti bahasa manipulatif, ajakan menyebarkan pesan secara cepat, dan pesan tanpa sumber. Hal ini menunjukkan bahwa responden telah memahami mekanisme psikologis yang sering digunakan dalam penyebaran hoaks. Temuan ini diperkuat oleh studi Dzakwan *et al.* (2023), yang menunjukkan bahwa pengguna yang aktif berada dalam ruang digital cenderung lebih peka terhadap jenis pesan manipulatif.

Dimensi verifikasi memiliki nilai rata-rata 87 persen, sedikit lebih rendah dibanding dimensi lainnya. Meskipun responden menunjukkan kebiasaan mengecek informasi ke sumber resmi, tidak semua melakukan verifikasi berlapis

sebelum mempercayai pesan. Hal ini menunjukkan adanya gap antara kesadaran akan pentingnya verifikasi dan praktik verifikasi itu sendiri, sebagaimana juga ditemukan dalam penelitian Muslikhah & Amalia (2024).

Tingginya nilai pada dimensi pengecekan fakta sebesar 89 persen menunjukkan bahwa responden memiliki kebiasaan melakukan penelusuran lebih lanjut terhadap informasi yang meragukan. Hal ini konsisten dengan studi Hermiyati *et al.* (2021), yang menemukan bahwa kemampuan responden dalam mengevaluasi bukti visual maupun teks berkembang melalui interaksi rutin dengan media sosial.

Dimensi dengan nilai terendah adalah tindakan pencegahan dengan nilai 86 persen, dengan item pelaporan hoaks hanya memiliki angka 71 persen. Hal ini menunjukkan bahwa responden cenderung mengambil tindakan pasif seperti tidak meneruskan pesan atau mengingatkan keluarga, namun belum terbiasa mengakses fitur pelaporan. Pola ini sejalan dengan temuan Amalia *et al.* (2023), yang menunjukkan bahwa faktor emosional seperti rasa sungkan atau norma komunikasi interpersonal mempengaruhi keputusan untuk melaporkan pesan hoaks.

Secara keseluruhan, hasil ini menunjukkan bahwa responden memiliki kemampuan mengenali hoaks yang baik, meskipun praktik pelaporan formal masih lemah. Temuan ini sejalan dengan pola perkembangan literasi digital pada Generasi Z yang cenderung kuat pada tahap kognitif dan analitis, tetapi masih mengembangkan aspek keberanian bertindak dalam konteks sosial (Habibah & Pranata, 2025). Untuk mengetahui hubungan antara literasi media dengan kemampuan mengenali hoaks, dilakukan uji korelasi Pearson dengan hasil sebagai berikut.

Tabel 4. Hasil Uji Korelasi Pearson

Variabel	Literasi Media	Deteksi Hoaks
Literasi Media	1.000	0.800
Deteksi Hoaks	0.800	1.000
Sig. (2-tailed)	—	0.000
N	100	100

Hasil uji korelasi menunjukkan bahwa terdapat hubungan positif yang kuat dan signifikan antara literasi media dan kemampuan mengenali hoaks. Nilai koefisien korelasi 0.800 menunjukkan bahwa semakin tinggi literasi media seseorang, maka semakin tinggi pula kemampuannya dalam mengenali hoaks. Nilai signifikansi 0.000 mengonfirmasi bahwa hubungan tersebut tidak terjadi secara kebetulan. Temuan ini konsisten dengan penelitian sebelumnya seperti Amalia *et al.* (2023) dan Faznidatul *et al.* (2024), yang menegaskan bahwa literasi media memiliki pengaruh signifikan terhadap sikap individu dalam merespons informasi digital. Hasil ini juga memperkuat argumentasi Asari *et al.* (2023) bahwa literasi media menjadi fondasi penting dalam membangun kemampuan evaluatif di era banjir informasi. Dalam konteks sosial, hasil ini menunjukkan bahwa literasi media berperan tidak hanya sebagai keterampilan individual, tetapi juga sebagai mekanisme protektif dalam menghadapi arus informasi digital yang tidak selalu dapat dipercaya. Dengan literasi media yang baik, individu memiliki kemampuan

untuk membedakan informasi valid dan non-valid sehingga mencegah mereka berkontribusi pada penyebaran hoaks. Temuan ini juga selaras dengan gagasan Ryanda (2024), bahwa peningkatan literasi media merupakan strategi penting dalam memperkuat daya tahan masyarakat terhadap disinformasi.

Discussion

Hasil penelitian menunjukkan bahwa responden memiliki tingkat literasi media yang tinggi dan kemampuan mengenali hoaks yang baik. Hubungan kuat antara kedua variabel menunjukkan bahwa literasi media berperan penting dalam membangun kemampuan analitis dan evaluatif ketika berhadapan dengan informasi digital. Hal ini menunjukkan adanya konsistensi antara sikap, pengetahuan, dan tindakan dalam menghadapi konten digital. Dari sisi konteks, hasil penelitian ini juga mencerminkan profil digital Generasi Z yang digambarkan dalam Indonesia Gen Z Report (2024), yaitu kelompok masyarakat yang tumbuh dengan paparan teknologi, memiliki akses internet stabil, terbiasa menggunakan media digital, dan memiliki eksposur tinggi terhadap informasi. Kondisi ini turut menjadi faktor pendukung dalam pengembangan literasi media. Walaupun begitu, hasil penelitian ini juga menunjukkan bahwa peningkatan aspek pelaporan formal hoaks perlu diperhatikan. Meski responden memiliki kemampuan deteksi dan sikap selektif yang baik, tindakan pelaporan masih rendah. Hal ini menunjukkan adanya gap antara kemampuan kognitif dan aksi sosial. Sebagaimana dikemukakan Sulistya & Wahidi (2024), literasi media perlu disertai pemberdayaan digital agar individu tidak hanya mampu mengenali informasi salah, tetapi juga dapat terlibat aktif dalam upaya mitigasi penyebaran hoaks. Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menegaskan bahwa literasi media merupakan fondasi penting dalam menghadapi tantangan informasi di era digital. Dengan penguatan literasi media, masyarakat dapat lebih siap menghadapi pola penyebaran hoaks yang semakin kompleks.

CONCLUSION

Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui hubungan antara tingkat literasi media dengan kemampuan mengenali hoaks pada pengguna WhatsApp Generasi Z di Kota Bogor. Berdasarkan hasil penelitian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa literasi media responden berada pada kategori tinggi. Hal ini terlihat dari rata-rata distribusi jawaban pada seluruh dimensi literasi media yang menunjukkan dominasi respons pada kategori positif. Responden tidak hanya mampu mengakses dan mencari informasi tambahan, tetapi juga menunjukkan kemampuan analisis dan evaluasi secara kritis terhadap pesan yang diterima melalui WhatsApp. Selain itu, aspek etis dalam penyebaran informasi juga muncul sebagai bagian dari kecakapan literasi media, sehingga responden menunjukkan kecenderungan untuk menahan diri sebelum menyebarkan informasi apabila kredibilitasnya belum jelas. Kemampuan mengenali hoaks juga menunjukkan hasil berada pada kategori tinggi, terutama pada dimensi identifikasi ciri hoaks dan pengecekan fakta. Responden dapat mengenali pola bahasa persuasif yang berlebihan, pesan berantai, serta pesan tanpa sumber yang lazim muncul pada konten hoaks. Selain itu, mereka cenderung melakukan verifikasi melalui mesin pencari atau situs berita resmi sebelum mempercayai suatu informasi. Meskipun demikian, kemampuan pada dimensi tindakan pencegahan menunjukkan nilai yang relatif lebih rendah dibanding dimensi lainnya, khususnya dalam hal pelaporan

hoaks melalui fitur yang tersedia di platform. Hal ini menunjukkan bahwa responden lebih memilih tindakan personal seperti tidak meneruskan pesan atau mengingatkan orang terdekat dibanding melakukan tindakan sistematis melalui fitur pelaporan.

Hasil analisis korelasi menggunakan Pearson menunjukkan bahwa terdapat hubungan yang sangat kuat dan signifikan antara literasi media dengan kemampuan mengenali hoaks. Koefisien korelasi sebesar 0,800 dengan nilai signifikansi 0,000 memperlihatkan bahwa semakin tinggi literasi media seseorang, semakin tinggi pula kemampuan mengenali hoaks pada pengguna WhatsApp Generasi Z di Kota Bogor. Hasil ini juga mendukung kajian sebelumnya seperti penelitian Amalia *et al.* (2023), Faznidatul *et al.* (2024), serta Muslikhah & Amalia (2024) yang menemukan bahwa literasi media memiliki pengaruh terhadap cara individu memahami serta merespons informasi digital yang belum diverifikasi.

Secara keseluruhan, penelitian ini menunjukkan bahwa literasi media memainkan peran penting dalam membentuk sikap kritis dan kemampuan analitis Generasi Z ketika berhadapan dengan informasi digital, khususnya konten hoaks. Dengan demikian, peningkatan literasi media dapat menjadi strategi penting dalam upaya pencegahan penyebaran hoaks di masyarakat, terutama melalui platform komunikasi berbasis pesan instan. Penelitian ini diharapkan dapat menjadi rujukan bagi akademisi, pemerintah daerah, lembaga pendidikan, serta pihak yang berkepentingan dalam merancang program literasi digital yang lebih komprehensif agar masyarakat, khususnya generasi muda, memiliki daya tahan informasi yang lebih baik.

REFERENCES

- Amalia, N., Erwati, E., & Muslikhah, F. (2023). *Hubungan literasi media ibu rumah tangga dalam menanggapi berita hoaks melalui media WhatsApp di Desa Tapos II Kecamatan Tenjolaya Kabupaten Bogor*. *Jurnal Sahid Da'Watii*, 02(02), 39–50. <https://doi.org/10.56406/jurnalsahiddawatii.v2i02.440>
- Asari, R., Kusuma, D., & Santoso, J. (2023). *Buku literasi media: Teori, praktik, dan aplikasi*. Penerbit Media Edukasi.
- Badan Pusat Statistik Kota Bogor. (2025). *Statistik penduduk Kota Bogor tahun 2025*. BPS Kota Bogor. <https://bogorkota.bps.go.id/>
- Dzakwan, M. D., Pasaribu, M., & Gunawan. (2023). *Pola konsumsi informasi dan penyebaran hoax di WhatsApp dan Facebook pada Baby Boomers*. *Jurnal Cyber PR*, 3(2), 104–113. <https://doi.org/10.32509/cyberpr.v3i2.3768>
- Faznidatul, F., Ramadhan, M. T., Ariun, N. S., Nuraini, P. D., & Novita, R. S. (2024). *Peran literasi media digital pada Generasi Z dalam menghadapi penyebaran berita hoax*. *Jurnal Cahaya Nusantara*, 1(1), 36–44. <https://jurnal.cahayapublikasi.com/index.php/jcn/article/view/17>
- Febriamsya, A., Rianto, S., Hadiyatno, & Krishandini. (2024). *Penggunaan dan tingkat literasi media digital pengurus PKK di pedesaan (Kasus: RW 06 Desa Benteng, Kecamatan Ciampena, Kabupaten Bogor, Jawa Barat)*. *Jurnal Sains Komunikasi dan Pengembangan Masyarakat*, 08(01), 147–158. <https://doi.org/10.29244/jskpm.v8i01.1287>

- Habibah, M. N. I., & Pranata, R. T. H. (2025). Strategi humas Diskominfo Kabupaten Bogor dalam pengelolaan keterbukaan informasi publik. *Komversal: Jurnal Komunikasi Universal*, 7(2), 422–435. <https://doi.org/10.38204/komversal.v7i2.2305>
- Hermiyati, N., Juwita, R., & Molekandella Boer, K. (2021). *Analisis kemampuan literasi media sosial ibu rumah tangga di Kota Samarinda*. *eJournal Ilmu Komunikasi*, 9(4), 27–38. <https://ejournal.lkom.fisip-umul.ac.id>
- Indonesia Gen Z Report. (2024). *Profil generasi Z Indonesia dan perilaku digital mereka*. IDN Research Institute. <https://www.idnresearchinstitute.com/genzreport2024>
- Maryani, I., & Wulandari, R. R. (2025). *Analisis keterampilan literasi membaca digital Generasi Z dalam mengidentifikasi berita hoaks di era digital*. 19(1), 8-15. <https://doi.org/10.70428/tedc.v19i1.1173>
- Muslikhah, F. P., & Amalia, N. (2024). *Hubungan tingkat pengetahuan ibu rumah tangga terhadap perilaku menanggapi berita hoax*. *KOMUNITAS: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 10(1), 23–28.
- Potter, W. J. (2022). *Analysis of definitions of media literacy*. *Journal of Media Literacy Education*, 14(2), 27–43. <https://doi.org/10.23860/JMLE-2022-14-2-3>
- Pranata, R. T. H., Sarwoprasodjo, S., & Satria, A. (2021). Strategi komunikasi dalam gerakan penolakan isu relokasi dan penutupan Pulau Komodo. *Jurnal Komunikasi Pembangunan*, 19(2), 111–123. <https://doi.org/10.46937/19202137066>
- Ryanda, M. (2024). *Strategi peningkatan literasi media pada Gen Z di Indonesia*. *Retorika: Jurnal Komunikasi, Sosial, dan Ilmu Politik*, 1(7), 88–95. <https://jurnal.kolibri.org/index.php/retorika/article/view/4550>
- Savitri, A. A., Pranata, R. T. H., & Cholagi, F. F. (2025). Publikasi informasi pada pembuatan konten Instagram @bukune di PT Bukune Kreatif Cipta. *Buana Komunikasi*, 6(1), 35–47. <http://jurnal.usbypkp.ac.id/index.php/buanakomunikasi>
- Sulistya, I., & Wahidi, A. (2024). *Penerapan literasi media dalam keterampilan pemanfaatan media pada era teknologi informasi di perpustakaan Politeknik Negeri Sriwijaya Palembang*. *DE FACTO: Journal Of International Multidisciplinary Science*, 2(02), 74–86. <https://doi.org/10.62668/defacto.v2i02.1040>