

BAB II

KAJIAN PUSTAKA

2.1 Penelitian Terdahulu

Tinjauan penelitian terdahulu merupakan komponen kritis dalam membangun kerangka konseptual dan metodologis penelitian ilmiah. Dalam konteks investigasi tentang efektivitas media sosial dalam pencegahan berita hoax di kalangan Generasi Z, penelusuran literatur akademis menjadi fondasi penting untuk memahami evolusi kompleks fenomena misinformasi digital. Penelitian-penelitian sebelumnya telah mengeksplorasi berbagai dimensi strategis terkait penyebaran dan mitigasi informasi palsu, menawarkan perspektif multidimensional yang memungkinkan pemahaman komprehensif tentang dinamika informasi di era digital.

Tabel penelitian terdahulu yang disajikan berikut memberikan gambaran sistematis tentang kontribusi akademis yang telah dilakukan dalam ranah kajian literasi digital, misinformasi, dan perilaku konsumsi informasi pada Generasi Z. Setiap penelitian yang diidentifikasi menghadirkan metodologi unik dan temuan signifikan yang secara kolektif membentuk lanskap intelektual yang kaya akan wawasan tentang fenomena informasi digital kontemporer. Melalui pendekatan komparatif dan sintesis kritis, penelitian ini berupaya menempatkan kontribusinya dalam konteks perkembangan akademis yang berkelanjutan, sekaligus mengidentifikasi kesenjangan pengetahuan yang memerlukan eksplorasi lebih lanjut.

No	Nama Peneliti	Judul Penelitian	Teori	Metode	Hasil Penelitian
1	(Boonprakong et al., 2022)	<i>Approaches to Identify Vulnerabilities to Misinformation: A Research Agenda</i>	Teori Literasi Digital	Kualitatif Studi Literatur	- Identify strategies to detect vulnerability to misinformation through cognitive bias analysis and user profile development
2	(Efstratiou & De Cristofaro, 2022)	<i>Adherence to Misinformation on Social Media Through Socio-Cognitive and Group-Based Processes</i>	Teori Proses Sosio-Kognitif	Kualitatif Analisis Perilaku	- Examining the social and cognitive processes that make social media users, particularly Generation Z, prone to spreading misinformation
3	(Irhamdhika, 2022)	<i>Mitigasi Hoax Di Era Disrupsi Melalui Literasi Digital</i>	Teori Literasi Media Digital	Kualitatif Studi Kasus	- Exploring hoax mitigation strategies through increased digital literacy in the era of technological disruption
4	(Khan et al., 2023)	<i>Behavioral Forensics in Social Networks: Identifying Misinformation, Disinformation and</i>	Teori Deteksi Informasi Palsu	Kuantitatif Analisis Algoritma	- Social media misinformation detection is achieved using a behavioral forensics model that classifies users into five categories

		<i>Refutation Spreaders Using Machine Learning</i>			<i>based on their actions when exposed to misinformation and its countermeasures, utilizing network features extracted through a deep learning-based graph embedding model.</i>
5	(Shelley et al., 2021)	<i>Generational Differences in Digital Information Consumption</i>	Teori Generasi Digital	<i>Mixed Methods</i>	<i>Analyzing the differences in digital information consumption patterns between different generations, with a focus on Generation Z.</i>
6	(Chang & Chang, 2023)	<i>The Impact of Digital Disruption: Influences of Digital Media and Social Networks on Forming Digital Natives' Attitude</i>	Social Influence Theory	<i>Kuesioner, analisis bootstrapping dan OLS</i>	<i>Digital media has a greater influence on Generation Z's attitudes than previous generations. However, the influence of social networks shows no significant difference.</i>

Persamaan penelitian terdahulu dan penelitian ini sama-sama menyoroti masalah pentingnya penyebaran informasi palsu di media sosial, yang menjadi

tantangan besar di era digital. Keduanya sepakat bahwa Generasi Z (usia 18–25 tahun) merupakan kelompok yang paling rentan terhadap dampak negatif hoax.

Penelitian sebelumnya menunjukkan bahwa Generasi Z sering kali tidak melakukan analisis kritis terhadap informasi, sehingga mudah menyebarkan hoax secara tidak sengaja. Penelitian ini menekankan pentingnya literasi digital sebagai cara untuk membantu mereka lebih kritis terhadap informasi yang diterima. Baik studi terdahulu maupun penelitian ini sama-sama menggunakan pendekatan kualitatif, yang bertujuan memahami secara mendalam bagaimana Generasi Z berinteraksi dengan konten media sosial dan kerentanannya terhadap hoax.

Meskipun memiliki kesamaan fokus, penelitian ini berbeda karena secara khusus meneliti akun Instagram @turnbackhoaxid. Jika penelitian sebelumnya cenderung melihat penyebaran hoax secara umum di media sosial, penelitian ini lebih mendalam dengan mengamati strategi komunikasi dan edukasi digital yang digunakan oleh akun tersebut. Penelitian ini ingin mengetahui bagaimana konten dari akun @turnbackhoax.id dapat membantu membentuk pemahaman Generasi Z agar tidak mudah terpengaruh hoax.

Dengan pendekatan ini, penelitian diharapkan memberi kontribusi nyata dalam memahami bagaimana media sosial bisa digunakan sebagai alat untuk meningkatkan literasi digital di kalangan anak muda.

2.2 Kerangka Konsep dan Landasan Teori

2.2.1 Efektivitas

Efektivitas merupakan konsep sentral dalam studi komunikasi yang digunakan untuk mengukur sejauh mana suatu pesan, media, atau strategi

komunikasi mampu mencapai tujuan yang telah ditetapkan. Menurut Salsabilla & Nur Karima, (2022), efektivitas diartikan sebagai tingkat keberhasilan dalam mencapai hasil yang diinginkan..

Dalam konteks media sosial, efektivitas tidak hanya berkaitan dengan banyaknya jangkauan atau jumlah interaksi, tetapi juga melibatkan kualitas pemahaman dan dampak psikologis serta perilaku yang ditimbulkan dari pesan yang disampaikan. Media sosial seperti Instagram, dengan karakteristik visualnya yang kuat dan interaktif, memiliki potensi tinggi untuk menyampaikan pesan yang persuasif, khususnya kepada Generasi Z yang merupakan kelompok paling aktif dan responsif di dunia digital.

Efektivitas komunikasi di media sosial dapat diukur melalui beberapa indikator utama, yaitu: (1) jangkauan pesan (reach), (2) keterlibatan audiens (engagement), (3) tingkat pemahaman terhadap konten, dan (4) perubahan sikap atau perilaku audiens terhadap isu yang disampaikan. Dalam konteks pencegahan hoaks, indikator tersebut dapat diterjemahkan ke dalam sejauh mana konten edukatif berhasil meningkatkan kesadaran kritis, mendorong verifikasi informasi, serta mengurangi penyebaran informasi yang salah di kalangan pengguna.

Akun *@turnbackhoax.id* sebagai objek kajian dalam penelitian ini, berperan sebagai agen komunikasi digital yang berupaya mengedukasi publik dengan menyajikan klarifikasi berita hoaks secara konsisten. Penilaian terhadap efektivitas akun ini tidak hanya mengandalkan aspek kuantitatif seperti jumlah pengikut atau likes, tetapi juga mencakup sejauh mana konten yang disampaikan

mampu membentuk makna, menciptakan interaksi yang bermakna, dan mendorong Generasi Z untuk menjadi konsumen informasi yang kritis.

Dengan demikian, dalam penelitian ini, efektivitas dipahami sebagai kemampuan media sosial khususnya akun *@turnbackhoax.id* dalam menjalankan fungsi edukatif dan preventif terhadap penyebaran hoaks. Efektivitas tersebut dianalisis melalui pendekatan interaksionisme simbolik, yang menempatkan interaksi sosial dan proses pemaknaan sebagai kunci dalam membangun pemahaman terhadap pesan-pesan digital yang disampaikan.

2.2.2 Media Sosial

Media sosial adalah platform digital berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk membuat, berbagi, dan berinteraksi dengan konten secara real-time. Menurut Kaplan dan Haenlein (2010), media sosial memfasilitasi pertukaran informasi yang bersifat partisipatif dan dua arah, menjadikannya saluran komunikasi yang efektif dalam membentuk opini dan perilaku masyarakat. Salah satu kekuatan utama media sosial terletak pada kemampuannya menyebarkan pesan secara cepat dan luas, khususnya di kalangan generasi muda.

Instagram sebagai media sosial visual menonjol dalam menjangkau Generasi Z melalui fitur-fitur interaktif seperti feed, stories, reels, dan komentar. Dalam konteks penelitian ini, Instagram dipandang sebagai media strategis dalam upaya edukasi dan pencegahan berita hoaks. Akun *@turnbackhoax.id* menjadi contoh konkret bagaimana media sosial dapat berfungsi sebagai agen literasi digital, yang tidak hanya menyampaikan klarifikasi informasi, tetapi juga mendorong

kesadaran kritis dan partisipasi aktif pengguna dalam memerangi penyebaran hoaks.

2.2.3 Instagram

Gambar 2.1 Instagram



Sumber : https://id.m.wikipedia.org/wiki/Berkas:Instagram_logo_2022.svg

Instagram mewakili platform media sosial visual-sentris terkemuka yang memfasilitasi penggunaanya dalam berbagi foto, video, dan interaksi sosial online. Awalnya diperkenalkan pada tahun 2010, aplikasi ini kemudian diakuisisi oleh Facebook Inc. (saat ini dikenal sebagai Meta Platforms Inc.) pada tahun 2012. Dalam kerangka komunikasi digital, Instagram berfungsi tidak hanya sebagai saluran untuk pertukaran informasi, tetapi juga sebagai ruang interaksi simbolis yang merangkum identitas, nilai, dan dimensi budaya penggunaanya (Rogers, 2021).

Sebagai platform yang memprioritaskan keterlibatan visual, Instagram memiliki kapasitas untuk memikat perhatian audiensnya, terutama di kalangan demografi muda seperti Generasi Z, yang melambangkan karakteristik penduduk asli digital. Melalui fungsionalitas seperti umpan, cerita, gulungan, dan siaran

langsung, Instagram memfasilitasi pesan yang cepat, interaktif, dan dapat diakses. Akibatnya, Instagram muncul sebagai media strategis untuk kampanye sosial, inisiatif pendidikan publik, dan penyebaran informasi penting mengenai isu-isu penting, termasuk upaya untuk mengurangi penyebaran informasi yang salah.

Dalam domain literasi media dan komunikasi massa, Instagram dapat dikonseptualisasikan sebagai modalitas komunikasi massa yang inovatif, yang mendorong komunikasi dua arah dan memungkinkan dialog partisipatif antara manajer akun dan audiens. Dengan demikian, Instagram telah berkembang menjadi tidak hanya saluran untuk penyebaran pesan tetapi juga platform untuk pembangunan makna sosial melalui interaksi simbolis dan narasi digital yang tertanam dalam setiap konten yang diunggah.

2.2.4 Berita Hoax Melalui Media Sosial

Hoax, yaitu informasi palsu yang disebar untuk menyesatkan publik, dapat merusak persepsi masyarakat dan memicu ketegangan sosial, terutama di media sosial. Dampaknya meliputi meningkatnya polarisasi politik, kebingungan sosial, hingga dampak ekonomi negatif, seperti keputusan yang keliru akibat informasi yang tidak benar (M & Hairunnisa, 2023). Penyebaran hoax dipercepat oleh algoritma media sosial yang memperkuat bias konfirmasi, di mana pengguna hanya melihat informasi yang sesuai dengan pandangan mereka, serta desain platform yang memprioritaskan konten sensasional (Shu, 2023). Hal ini membuat hoax mudah tersebar tanpa adanya proses verifikasi yang memadai.

Dalam menghadapi penyebaran hoax, akun-akun edukatif seperti *@turnbackhoax.id* memainkan peran penting dalam memberikan klarifikasi dan

membentuk kesadaran kritis. Namun, mereka menghadapi tantangan dalam menjangkau audiens yang lebih luas dan melawan kecepatan penyebaran hoax. Untuk itu, penanggulangan hoax membutuhkan kolaborasi antara pemerintah, platform media sosial, dan masyarakat. Pemerintah dapat memperkuat regulasi, sementara platform perlu meningkatkan algoritma untuk mendeteksi informasi palsu. Selain itu, peningkatan literasi digital di masyarakat juga sangat penting untuk membantu individu memilah informasi yang benar dan menghindari penyebaran hoax (M & Hairunnisa, 2023).

2.2.5 Generasi Z (Gen Z)

Generasi Z, yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, adalah kelompok yang tumbuh di tengah revolusi digital, di mana teknologi dan media sosial berkembang pesat. Sebagai "digital natives", mereka memiliki keterampilan luar biasa dalam mengakses dan mengoperasikan berbagai perangkat digital serta media sosial. Namun, meskipun terampil secara teknis, banyak dari mereka yang belum memiliki kemampuan literasi digital yang cukup untuk membedakan informasi yang benar dan salah. Ini membuat mereka lebih rentan terhadap penyebaran hoax, terutama di platform media sosial seperti Instagram yang sering kali menjadi saluran utama informasi yang tidak terverifikasi (Manzanares Triquet, 2020).

Media sosial, dengan desainnya yang memprioritaskan interaksi cepat dan konsumsi visual, mempengaruhi pola pikir dan perilaku Generasi Z. Mereka cenderung mengandalkan informasi yang mereka temui di feed media sosial, seringkali tanpa memverifikasi keabsahannya. Ditambah dengan kecenderungan

untuk mempercayai konten yang sesuai dengan pandangan mereka, Generasi Z semakin terjebak dalam filter bubble yang memperburuk ketidakmampuan mereka untuk mengenali hoax atau misinformasi, Kerentanan ini dapat mengakibatkan kesulitan dalam membedakan informasi otentik dari konten yang menipu, terutama pada platform seperti Instagram, yang sering menyebarkan materi yang tidak diverifikasi (Krisdiyansah & Hakim, 2023). Oleh karena itu, penting bagi Generasi Z untuk dilengkapi dengan keterampilan literasi digital yang lebih baik, agar mereka bisa lebih kritis terhadap informasi yang mereka konsumsi dan sebar.

Untuk itu, peran akun-akun edukatif seperti *@turnbackhoax.id* sangat penting. Akun-akun ini tidak hanya memberikan klarifikasi terhadap informasi yang salah, tetapi juga berfungsi sebagai sarana edukasi untuk meningkatkan kesadaran dan kemampuan literasi digital di kalangan Generasi Z. Selain itu, pendidikan formal dan non-formal, serta kebijakan dari pemerintah dan lembaga pendidikan, juga perlu fokus pada peningkatan keterampilan kritis dalam menghadapi hoax dan informasi palsu di dunia maya (M & Hairunnisa, 2023).

2.2.5 Akun Instagram @turnbackhoaxid

Gambar 2.2 Akun Instagram @turnbackhoaxid



Sumber : Instagram

Akun Instagram *@turnbackhoax.id* merupakan salah satu kanal digital yang berfokus pada penyebaran informasi terkait klarifikasi hoaks dan edukasi literasi media di Indonesia. Akun ini merupakan bagian dari inisiatif Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO), sebuah organisasi nirlaba yang bergerak dalam bidang pelurusan informasi dan pemberdayaan masyarakat untuk melawan disinformasi dan misinformasi. Melalui pendekatan berbasis data, akun *@turnbackhoax.id* secara konsisten membagikan konten yang membongkar informasi palsu, memberikan fakta pembanding, serta mengedukasi publik mengenai cara mengenali dan menghindari berita hoaks.

Dalam perspektif komunikasi massa dan literasi media, akun *@turnbackhoax.id* dapat diposisikan sebagai aktor media alternatif yang berfungsi sebagai penyeimbang arus informasi di era digital. Melalui pemanfaatan fitur-fitur Instagram seperti infografis visual, caption informatif, reels edukatif, dan instastory interaktif, akun ini membangun strategi komunikasi yang sesuai dengan pola konsumsi media Generasi Z yang cenderung visual, cepat, dan ringkas.

Keberadaan akun ini juga menjadi contoh nyata dari pemanfaatan media sosial sebagai sarana komunikasi publik berbasis partisipasi, di mana pengikut tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi juga turut terlibat dalam menyebarkan klarifikasi dan diskusi kritis. Dengan kata lain, akun *@turnbackhoax.id* tidak hanya menjadi sumber informasi, tetapi juga membentuk ruang diskursif yang mendorong tumbuhnya literasi digital, kesadaran kritis, dan

perilaku informasi yang sehat di tengah masyarakat, khususnya di kalangan Generasi Z. Generasi Z (usia 18–26 tahun)

2.3 Teori Interaksi Simbolik menurut Herbert Blumer

Herbert Blumer (1969) merumuskan tiga indikator fundamental yang menjadi landasan Teori Interaksi Simbolik. Ketiga indikator ini memberikan kerangka analitis untuk memahami bagaimana Generasi Z berinteraksi dengan konten anti-hoax di Instagram, sekaligus mengembangkan kesadaran kritis terhadap informasi melalui proses pemaknaan yang sangat manusiawi dan dinamis.

2.3.1 Tindakan Berdasarkan Makna

Blumer (1969) menegaskan bahwa manusia bertindak terhadap sesuatu berdasarkan makna yang mereka berikan pada objek tersebut. Dalam kehidupan sehari-hari Generasi Z di Instagram, prinsip ini terlihat jelas ketika mereka berinteraksi dengan konten @turnbackhoax.id. Ketika seorang mahasiswa melihat label "HOAKS" dengan latar belakang merah mencolok, mereka tidak langsung bereaksi secara otomatis. Sebaliknya, ada proses internal yang kompleks di mana mereka memberikan makna pada simbol tersebut berdasarkan pengalaman dan pemahaman pribadi mereka.

Makna yang diberikan sangat personal dan beragam. Bagi seseorang yang pernah merasa malu karena menyebarkan informasi yang ternyata salah, label "HOAKS" mungkin dimaknai sebagai "peringatan berharga yang harus diperhatikan". Sementara bagi yang lain, mungkin diartikan sebagai "informasi yang perlu dicek ulang dari sumber lain". Ada juga yang memaknainya sebagai "otoritas yang dapat dipercaya karena sudah terbukti akurat". Chen et al. (2020)

menjelaskan bahwa pengguna media sosial secara aktif menginterpretasi simbol visual berdasarkan konteks personal dan sosial mereka, bukan sekadar menerima pesan secara pasif seperti robot.

Yang menarik adalah bagaimana makna ini kemudian menentukan tindakan nyata. Jika seorang mahasiswa memaknai konten fact-checking sebagai sesuatu yang kredibel dan penting, mereka akan meluangkan waktu untuk membaca seluruh penjelasan, mungkin menyimpannya, atau bahkan membagikannya kepada teman-teman. Sebaliknya, jika mereka ragu atau skeptis, mereka mungkin akan mencari konfirmasi dari sumber lain atau bahkan mengabaikannya. Udoudom et al. (2024) menunjukkan bahwa platform seperti Instagram menyediakan berbagai alat simbolik—emoji, hashtag, fitur story—yang memungkinkan pengguna mengekspresikan makna yang mereka berikan pada suatu konten.

2.3.2 Makna Lahir dari Interaksi Sosial

Blumer menekankan bahwa makna bukanlah hasil dari pemikiran individual yang terisolasi, melainkan muncul dari interaksi dengan orang lain. Di dunia Instagram, hal ini terlihat sangat jelas dalam bagaimana kepercayaan terhadap @turnbackhoax.id terbentuk. Makna tentang kredibilitas akun ini tidak muncul begitu saja dalam pikiran seseorang, tetapi berkembang melalui observasi terhadap bagaimana orang lain merespons, berkomentar, dan berinteraksi dengan konten tersebut.

Bayangkan seorang mahasiswa yang pertama kali menemukan akun @turnbackhoax.id. Mereka mungkin tidak langsung percaya atau tidak percaya.

Namun, ketika melihat ribuan likes, komentar-komentar seperti "Terima kasih, hampir saja saya percaya berita itu" atau "Selalu menunggu klarifikasi dari akun ini", serta reshare dari teman-teman yang mereka hormati, secara perlahan terbentuk makna bahwa akun ini memang dapat dipercaya. Zhang dan Luo (2025) dalam penelitian mereka tentang komunitas online menunjukkan bahwa interaksi simbolik dalam ruang digital menciptakan shared meanings yang sangat kuat dalam mempengaruhi persepsi individual.

Proses validasi sosial ini sangat natural dan manusiawi. Kita semua, termasuk Generasi Z, cenderung mencari konfirmasi dari orang-orang di sekitar kita sebelum memutuskan sesuatu. Di media sosial, konfirmasi ini bisa berupa likes dari teman dekat, komentar positif dari orang yang dihormati, atau sekadar melihat bahwa orang-orang yang mereka anggap "pintar" juga mengikuti akun tersebut. Carlson (2020) menjelaskan bahwa dalam lingkungan digital, otoritas dan kredibilitas dikonstruksi melalui proses kolektif yang berbeda dari media tradisional, di mana validasi dari sesama pengguna sering kali lebih berpengaruh daripada otoritas institusional.

Yang unik dari interaksi sosial digital adalah sifatnya yang asynchronous namun persistent. Komentar yang ditulis seseorang hari ini bisa dibaca dan mempengaruhi orang lain berminggu-minggu kemudian. Jejak digital ini menciptakan "percakapan berkelanjutan" yang terus membentuk dan memperkuat makna kolektif tentang kredibilitas suatu sumber informasi.

2.3.3 Modifikasi Makna melalui Interpretasi

Blumer menegaskan bahwa makna bersifat dinamis dan terus berubah melalui proses interpretasi yang berkelanjutan. Ini adalah aspek yang sangat manusiawi dari teori ini kita semua belajar dan berubah berdasarkan pengalaman. Dalam konteks literasi digital, hal ini berarti pemahaman Generasi Z tentang hoax, fact-checking, dan kredibilitas informasi terus berkembang seiring waktu dan pengalaman.

Ambil contoh seorang mahasiswa yang awalnya skeptis terhadap semua "pemeriksa fakta" karena menganggapnya terlalu "menggurui" atau "partisan". Namun, setelah beberapa kali melihat prediksi dan klarifikasi dari @turnbackhoax.id yang terbukti akurat, serta mengalami sendiri manfaatnya ketika terhindar dari menyebarkan informasi yang salah, pandangan mereka perlahan berubah. Mereka mulai memaknai fact-checking bukan sebagai "sensor" tetapi sebagai "perlindungan" atau "panduan yang berguna".

Proses perubahan ini tidak terjadi dalam sekejap, tetapi melalui akumulasi pengalaman yang bermakna. Setiap kali mereka melihat klarifikasi yang membantu, setiap diskusi dengan teman yang terbuka mata karena konten @turnbackhoax.id, setiap momen "aha!" ketika mereka berhasil mengidentifikasi hoax sendiri semua ini berkontribusi pada modifikasi cara mereka memahami dan memaknai informasi. Kozyreva et al. (2024) menunjukkan bahwa intervensi literasi digital yang efektif adalah yang memfasilitasi refleksi berkelanjutan dan penyesuaian pemahaman, bukan hanya transfer informasi satu kali.

Konteks juga memainkan peran penting dalam modifikasi makna. Seorang mahasiswa mungkin menjadi lebih skeptis terhadap semua informasi selama periode pemilu atau krisis, atau sebaliknya, menjadi lebih terbuka terhadap fact-checking ketika melihat dampak nyata dari hoax pada kehidupan orang-orang terdekat. Carmi et al. (2020) menjelaskan bahwa kewargaan digital yang efektif memerlukan kesadaran meta-kognitif tentang bagaimana konteks mempengaruhi proses interpretasi kita.

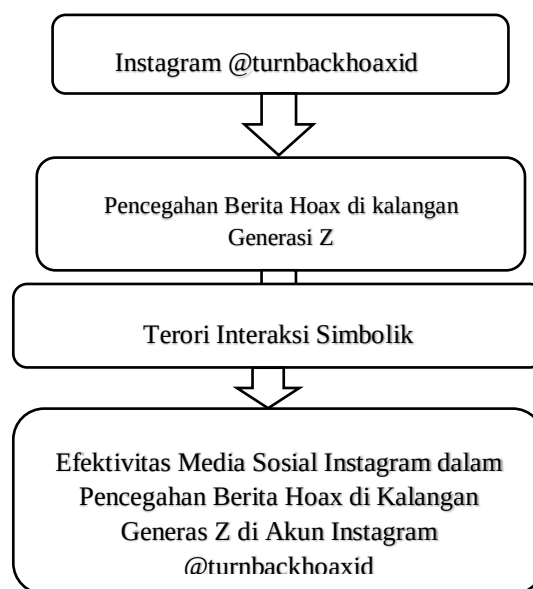
Yang paling penting adalah bahwa perubahan makna ini melibatkan tidak hanya aspek kognitif, tetapi juga emosional dan sosial. Ketika seseorang merasakan malu karena pernah menyebarkan hoax, atau bangga karena berhasil membantu orang lain terhindar dari informasi yang salah, pengalaman emosional ini menjadi bagian dari proses pemaknaan yang mempengaruhi sikap dan perilaku mereka di masa depan. Inilah yang membuat teori Blumer begitu relevan untuk memahami bagaimana literasi digital berkembang karena teori ini mengakui bahwa belajar adalah proses yang sangat manusiawi, penuh dengan emosi, hubungan sosial, dan perubahan makna yang berkelanjutan.

2.4.Kerangka Berpikir

Kerangka kognitif atau Kerangka Berpikir menggambarkan perkembangan koheren yang menjelaskan interkoneksi konseptual di antara variabel penelitian, menawarkan skema intelektual yang mengarahkan penyelidikan ilmiah tentang kemandirian Instagram sebagai platform media sosial dalam membatasi proliferasi informasi yang salah di antara Generasi Z. Dengan menggunakan struktur kognitif ini, penelitian berusaha untuk mengungkap seluk-beluk fenomena digital,

menghubungkan paradigma teoretis dengan konteks empiris, dan merancang pendekatan sistematis yang bertujuan untuk memahami dinamika dari penyebaran informasi dalam lanskap digital modern.

Gambar 2.3 Kerangka Pemikiran



sumber : *Pengelola Peneliti*

Pola utama dalam kerangka konseptual penelitian ini mengartikulasikan sifat rumit dari ekosistem informasi digital. Instagram diposisikan secara strategis sebagai platform media sosial yang sangat penting, terutama menekankan interaksi dengan Generasi Z dalam konteks penyebaran informasi yang menyesatkan. Generasi Z, yang diakui sebagai kelompok demografis yang paling

aktif dan tenggelam secara digital, berfungsi sebagai titik fokus penyelidikan ini, terutama karena kerentanan mereka yang meningkat sebagai konsumen informasi terhadap informasi yang salah. Konstruksi literasi digital yang muncul diidentifikasi sebagai variabel penting yang menghubungkan platform media sosial dengan kapasitas individu untuk evaluasi kritis dan kemampuan untuk melawan informasi yang menipu.

Tujuan konseptual menyeluruh dari penelitian ini melampaui artikulasi fenomena digital belaka. Penelitian ini bercita-cita untuk menjelaskan dinamika multifaset penyebaran informasi, menggunakan metodologi yang mengintegrasikan kerangka teoritis abstrak dengan realitas empiris kontemporer. Melalui analisis sistematis yang ketat, penelitian ini berusaha untuk membedah mekanisme yang mendasari transmisi informasi dalam lanskap digital kontemporer, dengan penekanan khusus pada interaksi antara algoritma, interaksi sosial, dan literasi digital dalam membentuk pemahaman kolektif. Pendekatan metodologis ini tidak hanya berusaha untuk memahami fenomena tetapi juga bertujuan untuk menghasilkan wawasan yang dapat ditindaklanjuti yang dapat menginformasikan desain strategi yang lebih efektif untuk pencegahan informasi yang salah.

Penekanan analitis dari penelitian menunjuk akun *@turnbackhoax.id* sebagai titik fokus penyelidikan, memeriksa strategi komunikasi yang digunakan dalam pencegahan tipuan. Investigasi komprehensif ini mengeksplorasi bagaimana akun media sosial dapat membentuk kembali pola konsumsi informasi Generasi Z melalui pendekatan komunikatif yang inovatif. Mekanisme

pencegahan hoax diteliti secara mendalam, mencakup desain konten, teknik klarifikasi, dan strategi pendidikan digital. Analisis pola konsumsi informasi Generasi Z muncul sebagai komponen penting, menerangi bagaimana generasi muda menerima, memproses, dan menyebarkan informasi di era digital, yang pada akhirnya ditujukan untuk mengembangkan intervensi yang dapat meningkatkan literasi digital.