

**LITERASI INFORMASI KEAGAMAAN PADA
MEDIA DIGITAL GENERASI Z UIN WALISONGO
SEMARANG**

TESIS

Disusun Guna Memenuhi Syarat Memperoleh Gelar Magister
Pendidikan Agama Islam



Oleh:

Dewi Nurjanah

NIM: 2003018023

**PROGRAM MAGISTER PENDIDIKAN AGAMA ISLAM
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
SEMARANG
2022**

PERNYATAAN KEASLIAN TESIS

Yang bertanda tangan di bawah ini:

Nama Lengkap : Dewi Nurjanah

NIM : 2003018023

Judul Penelitian : Literasi Informasi Keagamaan Pada Media Digital Generasi Z UIN Walisongo Semarang

Program Studi : Magister Pendidikan Agama Islam

Menyatakan bahwa tesis yang berjudul:

LITERASI INFORMASI KEAGAMAAN PADA MEDIA DIGITAL GENERASI Z UIN WALISONGO SEMARANG

Secara keseluruhan adalah hasil penelitian/karya saya sendiri, kecuali bagian tertentu yang dirujuk sumbernya.

Semarang, 6 Desember 2022

Pembuat Pernyataan



Dewi Nurjanah

NIM.2003018023



KEMENTERIAN AGAMA
UNIVERSITAS ISLAM NEGERI WALISONGO
FAKULTAS ILMU TARBIYAH DAN KEGURUAN
PROGRAM MAGISTER PENDIDIKAN AGAMA ISLAM
Jl. Prof Dr. Hamka (Kampus II) Km. 02 Kampus II Ngaliyan
Telp. 7601295 Fax 7615987 Semarang 50185

PENGESAHAN

Naskah tesis berikut ini :

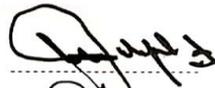
Nama lengkap : Dewi Nurjanah

NIM : 2003018023

Studi : Magister Pendidikan Agama Islam

Judul penelitian : **Literasi Informasi Keagamaan Pada Media Digital**
Generasi Z UIN Walisongo Semarang

Telah diujikan dalam sidang munaqosyah oleh Dewan Penguji Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo dan dapat diterima sebagai salah satu syarat memperoleh gelar magister pada pendidikan agama Islam.

Nama lengkap & Jabatan	Tanggal	Tanda tangan
Dr. H. Mahfud Junaedi, M.Ag. Ketua Sidang/ Penguji	11/4 '23.	
Dr. H. Mustopa, M.Ag. Sekretaris Sidang/ Penguji	10/4 23	
Dr. Agus Sutiyono, M.Ag. Pembimbing/ Penguji	10/4 23	
Dr. Ikhrom, M.Ag. Penguji	10/4 23	
Dr. Dwi Istiyani, M.Ag. Penguji	10/4 23	

NOTA DINAS

Semarang, 6 Desember 2022

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Walisongo
di Semarang

Assalamu 'alaikum wr. wb.

Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah Tesis sesuai orientasi penerbitan jurnal ilmiah yang ditulis oleh:

Nama : **Dewi Nurjanah**
NIM : 2003018023
Program Studi : Pendidikan Agama Islam

Judul : **Literasi Media Perspektif Generasi Z UIN Walisongo Semarang Dalam Mempelajari Konten-Konten Keagamaan**

Kami memandang bahwa naskah Tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Walisongo untuk diujikan dalam Ujian Tesis.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Pembimbing I



Dr. H. Raharjo, M.Ed. St.
NIP.19651123 199103 1 003

NOTA DINAS

Semarang, 6 Desember 2022

Kepada
Yth. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan
UIN Walisongo
di Semarang

Assalamu 'alaikum wr. wb.

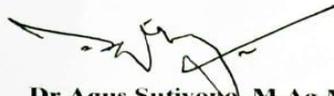
Dengan ini diberitahukan bahwa saya telah melakukan bimbingan, arahan, dan koreksi terhadap naskah Tesis sesuai orientasi penerbitan jurnal ilmiah yang ditulis oleh:

Nama : **Dewi Nurjanah**
NIM : 2003018023
Program Studi : Pendidikan Agama Islam
Judul : **Literasi Media Perspektif Generasi Z UIN Walisongo Semarang Dalam Mempelajari Konten-Konten Keagamaan**

Kami memandang bahwa naskah Tesis tersebut sudah dapat diajukan kepada Pascasarjana UIN Walisongo untuk diujikan dalam Ujian Tesis.

Wassalamu 'alaikum wr. wb.

Pembimbing II



Dr. Agus Sutiyono, M.Ag, M.Pd.
NIP.19730710200501 1 004

ABSTRAK

Judul : LITERASI INFORMASI KEAGAMAAN PADA MEDIA DIGITAL GENERASI Z UIN WALISONGO SEMARANG

Nama : Dewi Nurjanah

NIM : 2003018023

Era tanpa batas yang saat ini terjadi akibat perkembangan teknologi informasi memungkinkan penyebaran informasi tanpa filter akan menyebar di kalangan masyarakat terutama netizen. Generasi net yang hampir merajai dunia internet menjadi produsen, distributor, konsumen dan manipulator informasi. Bahkan hal ini tidak terelakkan lagi dengan penyebaran informasi yang fakta dan hoax, yang pada akhirnya menguji kemampuan seseorang dalam menilai informasi yang berguna dan informasi sampah. Intensitas terpaan media dan informasi yang tinggi akan cukup menjadi alasan bahwa literasi informasi perlu menjadi isu penting bagi generasi Z. Penelitian ini bertujuan untuk menjelaskan bagaimana literasi informasi Z generasi Z UIN Walisongo Semarang, bagaimana upaya generasi Z UIN Walisongo dalam mencari informasi/konten keagamaan, dan bagaimana implikasi literasi informasi generasi Z dalam mempelajari konten-konten keagamaan. Teori yang digunakan adalah literasi informasi, media digital, generasi Z, konten keagamaan. Untuk menemukan berbagai data yang dibutuhkan, peneliti menggunakan penelitian *mixed method* dengan metode pengumpulan data berupa angket, wawancara, observasi, dan dokumentasi.

Kajian ini menunjukkan bahwa para responden berada pada kondisi literasi informasi digital yang belum maksimal, pada tingkat *technical skill* para responden mampu menggunakan *social networking*, tetapi tidak selalu melakukan pengecekan terhadap suatu informasi

yang didapatkan di media digital. Upaya generasi Z dalam mencari informasi keagamaan adalah melalui pencarian di media sosial dengan aplikasi TikTok, Instagram, YouTube, dan mesin pencarian Google. Implikasi literasi informasi generasi Z UIN Walisongo dalam mempelajari konten-konten keagamaan adalah pemilihan platform media sosial, kemudahan dalam melakukan pencarian konten keagamaan, dan kemudahan dalam berinteraksi dengan kreator konten.

Keyword: Generasi Z, Konten Keagamaan, Literasi informasi, Media Digital

ABSTRACT

Title: RELIGIOUS INFORMATION LITERACY ON GENERATION Z DIGITAL MEDIA UIN WALISONGO SEMARANG

Name: Dewi Nurjanah

NIM: 2003018023

The era of no borders that currently occurs due to the development of information technology allows the spread of information without filters to spread among the public, especially netizens. The net generation that almost dominates the internet world has become producers, distributors, consumers and information manipulators. In fact, this is inevitable with the spread of factual information and hoaxes, which ultimately tests a person's ability to judge useful information and junk information. The high intensity of media and information exposure will be enough reason that information literacy needs to be an important issue for generation Z. This study aims to explain how information literacy of generation Z of UIN Walisongo Semarang, how the efforts of generation Z UIN Walisongo in finding religious information/content, and how the implications of generation Z information literacy in studying religious content. The theories used are information literacy, digital media, generation Z, religious content. To find various data needed, researchers use *mixed method* research with data collection methods in the form of questionnaires, interviews, observations, and documentation.

This study shows that respondents are in a condition of digital information literacy that is not optimal, at the level of *technical skills* the respondents are able to use *social networking*, but do not always check an information obtained in digital media. Generation Z's efforts in finding religious information are through searches on social media with TikTok, Instagram, YouTube, and Google search engines. The

implications of generation Z information literacy UIN Walisongo in studying religious content are the selection of social media platforms, ease in searching for religious content, and ease in interacting with content creators.

Keyword: Generation Z, Religious Content, Information Literacy, Digital Media

TRANSLITERASI ARAB – LATIN

Penelitian transliterasi huruf – huruf Arab Latin dalam Tesis ini berpedoman pada SKB Menteri Agama dan Menteri Pendidikan dan Kebudayaan R.I, Nomor 158 / 1987 dan Nomor: 0543b/U/1987. Penyimpangan penelitian kata sandang [al-] disengaja secara konsisten supaya sesuai teks Arabnya

ا	A	ط	◦
ب	B	ظ	◌◌
ت	T	ع	◌◌
ث	th	غ	G
ج	J	ف	F
ح	h	ق	Q
خ	Kh	ك	K
د	D	ل	L
ذ	a	م	M
ر	R	ن	N
ز	Z	و	W
س	S	ه	H
ش	Sy	ء	◌◌
ص	ṣ	ي	Y
ض	ḍ		

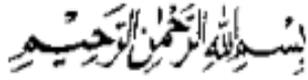
MOTTO

القلب الصادق والصلاة الصادقة جنديان لا يقهران

Hati yang ikhlas dan doa yang tulus adalah dua tentara yang tak terkalahkan

Ibn Taimiyah

KATA PENGANTAR



Puji syukur kehadirat Allah ‘azza wajalla yang telah melimpahkan segala rahmat, karunia dan hidayah-Nya kepada kita semua. Sholawat serta salam semoga selalu tercurah kepada Rasulullah Muhammad S.A.W beserta para keluarga, sahabat dan para penegak risalahnya hingga yaumul akhir.

Pertama, saya haturkan apresiasi setinggi-tinggi nya kepada dosen pembimbing yang telah mengarahkan dan membimbing dalam penelitian tesis ini. Dalam tahap penyelesaian penelitian tesis ucapan terima kasih peneliti sampaikan kepada semua pihak yang telah memberikan pengarahan, bimbingan dan bantuan yang sangat berarti bagi peneliti sehingga tesis yang berjudul “Literasi informasi Perspektif Generasi Z UIN Walisongo Semarang dalam Mempelajari Konten-Konten Keagamaan” ini dapat diselesaikan dengan baik dan penuh perjuangan. Kedua, pada kesempatan kali ini dengan penuh kerendahan hati dan rasa hormat peneliti haturkan terima kasih kepada:

1. Dekan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan Universitas Islam Negeri Walisongo Semarang, Bapak Dr. KH. Ahmad Ismail, M. Ag., M. Hum. yang telah memberikan kemudahan dalam pelaksanaan studi peneliti di kampus tercinta UIN Walisongo Semarang
2. Wakil Dekan 1 bidang akademik, bapak Dr. Mahfud Junaedi, M.Ag yang selalu memberikan dorongan semangat dan memberikan motivasi membangun, sehingga dapat diselesaikannya tesis dengan penuh perjuangan

3. Ketua Jurusan S2 Pendidikan Agama Islam, bapak Dr. Ikhrom, M.Ag. serta Sekretaris Jurusan S2 Pendidikan Agama Islam, bapak Dr. Agus Sutiyono, M.Ag., M.Pd. yang telah memberikan segala masukan, semangat, dan bantuannya saat pengajuan judul tesis dan dalam penyelesaian tesis ini
4. Dosen pembimbing, bapak Dr. Raharjo, M.Ed.St. dan bapak Dr. Agus Sutiyono, M.Ag., M.Pd. yang telah sabar dan bersedia meluangkan waktu, tenaga dan pikiran untuk memberikan bimbingan serta pengarahan dalam penyusunan tesis peneliti sehingga dapat diajukan ke sidang ujian tesis dengan penuh perjuangan
5. Segenap dosen, pegawai, dan seluruh civitas akademika lingkungan Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan UIN Walisongo Semarang yang telah memberikan ilmu dan motivasinya selama menuntut ilmu di lingkungan UIN Walisongo Semarang.
6. Kedua orang tua peneliti tercinta, yakni ayahanda Nur Kholis dan Ibunda Nur Sholikhah, yang telah memberikan dukungan moril, sabar, mengarahkan dan membimbing serta mendo'akan peneliti hingga peneliti dapat menyelesaikan tesis dengan maksimal.
7. Orang terkasih peneliti, yakni Mas Khoirul Anam selaku *partner in life*, terimakasih atas segala dukungan, cinta, dan doa yang telah diberikan.
8. Adik-adik peneliti tersayang Muhammad Abdul Basir, Muhammad Mufti Diar, dan Maya Maulidatun Najwa yang telah memberikan dukungan, doa, semangat dan lelucon yang sangat menghibur.
9. Orang-orang tersayang yang tak bisa saya sebutkan satu persatu senantiasa selalu mendukung dan mendoakan selama masa perjuangan menyelesaikan studi di kampus tercinta UIN Walisongo Semarang.
10. Semua rekan-rekan S2 PAI UIN Walisongo Angkatan tahun 2020-2021 yang tidak dapat peneliti sebut satu persatu. Peneliti haturkan terimakasih atas segala semangat, masukan dan do'a hingga peneliti dapat menyelesaikan penyusunan naskah tesis hingga tahap ujian akhir.

Semoga amal yang telah diperbuat akan menjadi amal yang shaleh dan mampu mendekatkan diri kepada Allah ‘azza wa jalla. Semoga Allah ‘azza wa jalla membalas kebaikan dan melimpahkan rahmat serta hidayah-Nya kepada mereka semua.

Peneliti telah mencurahkan segala daya upaya dalam menyelesaikan penyusunan naskah tesis hingga tahap ujian akhir dengan penuh kesabaran dan perjuangan. Terimakasih kepada segenap pihak yang telah mendo’akan dan memberikan dukungan moril hingga dapat diselesaikannya naskah tesis ini dengan tepat waktu.

Semarang, 19 Desember 2022
Peneliti,



Dewi Nurjanah

NIM. 2003018023

DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
PERNYATAAN KEASLIAN	ii
NOTA PEMBIMBING I	iii
NOTA PEMBIMBING II	iii
ABSTRAK	iv
TRANSLITERASI	v
MOTTO	vi
KATA PENGANTAR	xii
DAFTAR ISI	xiv
DAFTAR TABEL	xvii
DAFTAR GAMBAR	xvii
DAFTAR LAMPIRAN	xviii
BAB I: PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	5
C. Tujuan dan Manfaat Penelitian	6
D. Kerangka Berfikir	7
E. Sistematika Penulisan	10
BAB II: LANDASAN TEORI	
A. Kajian Pustaka	
A. Kajian Pustaka	13
B. Kajian Teori	
1. Generasi Z	18

2. Literasi informasi.....	23
3. Media Digital.....	37
4. Perilaku Keagamaan	41

BAB 111: METODE PENELITIAN

A. Jenis dan Metode Penelitian.....	54
B. Lokasi Penelitian.....	55
C. Fokus Penelitian.....	66
D. Sumber Data	57
E. Metode Pengumpulan Data.....	58
F. Metode Analisis Data.....	67
G. Uji Keabsahan Data	69
H. Temuan Data.....	71

BAB IV: HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

A. Hasil Penelitian

1. Literasi Informasi Digital Keagamaan Generasi Z UIN Walisongo Semarang	77
2. Upaya Pencarian Konten-Konten Keagamaan Generasi Z UIN Walisongo Semarang.....	85
3. Implikasi Literasi Informasi Generasi Z UIN Walisongo Dalam Mempelajari Konten-Konten Keagamaan.....	98

B. Pembahasan

1. Analisis Literasi informasi Digital Keagamaan Generasi Z UIN Walisongo Semarang.....	104
2. Analisis Upaya Pencarian Konten-Konten Keagamaan Generasi Z UIN Walisongo Semarang	107
3. Analisis Implikasi Literasi informasi Digital Generasi Z UIN Walisongo Terhadap Perilaku Keagamaan.....	109

BAB V: KESIMPULAN DAN PENUTUP

A. Kesimpulan	112
B. Penutup	113

DAFTAR PUSTAKA

DAFTAR TABEL

Tabel 1.1 Variabel dan Indikator
Tabel 1.2 Rumus Tiga Kategori
Tabel 3.1 Struktur Organisasi UIN Walisongo

DAFTAR GAMBAR

Gambar 3.1 Jenis Kelamin Responden
Gambar 3.2 Usia Responden
Gambar 3.3 Fakultas Responden
Gambar 3.4 Daerah Asal Responden

Gambar 3.5 Pekerjaan Orang Tua Responden
Gambar 3.6 Percakapan Via Chat WhatsApp dengan Responden
Gambar 3.7 Jumlah Waktu Mengakses Internet
Gambar 3.8 Aplikasi yang Digunakan
Gambar 3.9 Pola Pencarian Konten Keagamaan
Gambar 3.10 Pola Pencarian Konten Keagamaan
Gambar 3.11 Pola Pencarian Konten Keagamaan
Gambar 4.1 Literasi informasi Digital Generasi Z
Gambar 4.2 Kemampuan Mengoperasikan Perangkat Digital
Gambar 4.3 Kemampuan Menggunakan Media Sosial
Gambar 4.4 Kemampuan Berfikir Kritis
Gambar 4.5 Kemampuan Berkomunikasi di Media Digital
Gambar 4.6 Konten yang dilihat oleh Responden
Gambar 4.7 Konten yang dilihat oleh Responden
Gambar 4.8 Konten yang dilihat oleh Responden
Gambar 4.9 Konten yang dilihat oleh Responden
Gambar 4.10 Konten yang dilihat oleh Responden
Gambar 4.11 Konten yang dilihat oleh Responden
Gambar 4.12 Konten yang dilihat oleh Responden
Gambar 4.13 Konten yang dilihat oleh Responden

DAFTAR LAMPIRAN

Lampiran 1 Instrumen Angket Literasi informasi Digital
Lampiran 2 Hasil Penyebaran Angket Literasi informasi Digital

Lampiran 3 Pedoman Wawancara Pencarian Konten Keagamaan

Lampiran 4 Hasil Wawancara Pencarian Konten Keagamaan

Lampiran 5 Pedoman Observasi dan Dokumentasi

Lampiran 6 Hasil Observasi dan Dokumentasi

Lampiran 7 Daftar Riwayat Hidup Peneliti

BAB I

PENDAHULUAN

A. Latar Belakang Masalah

Penggunaan media digital di kalangan mahasiswa mengalami peningkatan yang sangat pesat sejak masa pandemi covid-19. Data reportal mencatat, pada Februari 2022 jumlah pengguna internet di Indonesia sebanyak 204,7 juta jiwa.¹ Sangat mungkin jumlah pengguna internet akan selalu bertambah setiap harinya. Media digital saat ini menjadi suatu kebutuhan wajib bagi mahasiswa terlebih bagi generasi Z, karena tanpa adanya media digital mereka akan kesulitan mengetahui perkembangan informasi-informasi terbaru.² Menurut Zainal Fatoni dkk., dalam bukunya *Remaja dan Perilaku Berisiko di Era Digital* menyatakan bahwa remaja sekarang ini lebih mudah dan lebih cepat dalam mengakses berbagai informasi yang tersedia melalui internet dan media sosial.³ Bahkan dengan media sosial kita dapat bertemu dengan orang baru yang tidak dikenal sebelumnya, membantu sesama, dan bahkan memecahkan sebuah permasalahan.

¹ Simon Kemp, "Digital 2022: Indonesia," *Datareportal*, 2022 <<https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>>.

² Christina Arsi Lestari dan Risqi Inayah Dwijayanti, "Kecakapan Literasi informasi di Kalangan Generasi Milenial," *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18.1 (2020), 48–62 (hal. 49) <<https://doi.org/10.31315/jik.v18i1.2781>>.

³ Zainal Fatoni et al., *Remaja dan Perilaku Berisiko di Era Digital* (Jakarta: YOI, 2020), hal. 27.

Di Indonesia sendiri presentase pengguna internet semakin meningkat setiap tahunnya.⁴ Penduduk dunia menggunakan internet hampir setiap hari, seluruh aktivitas dalam kehidupan mulai dari belajar, bekerja, dan kegiatan lainnya menggunakan akses internet. Hal tersebut dikarenakan internet bisa memunculkan apa saja yang dicari dan dibutuhkan oleh manusia seperti alat komunikasi, informasi, serta dapat membantu aktivitas manusia. Internet telah menjadi andalan manusia dalam beraktivitas, inilah yang menjadi permasalahan di era digital di mana manusia amat bergantung pada internet melebihi batas perannya.⁵ Banyaknya informasi yang dengan mudah tersebar di Internet memunculkan peradaban baru yang berbasiskan informasi, segala hal terkait dan membutuhkan informasi sehingga komunikasi dan transaksi yang terjadi yang berada di antar wilayah, antar negara dan antar bangsa tidak lagi ada batas yang memisahkan disebut sebagai globalisasi.

Globalisasi menjadi budaya dunia yang menawarkan dan mengubah pola pikir bahkan perilaku masyarakat, hal ini dapat terlihat dari gaya berpakaian masyarakat modern terutama generasi Z yang meniru barat dan korea serta berbicara menggunakan bahasa

⁴ Rahmanita Ginting, “Kemampuan Literasi Media pada Era Informasi Digital di Kalangan Mahasiswa Kota Medan,” *Talenta Conference Series: Local Wisdom, Social, and Arts (LWSA)*, 2.3 (2019), 97–102 (hal. 371) <<https://doi.org/10.32734/lwsa.v3i1.816>>.

⁵ Nasir Ahmad, Sajjad Hussain, dan Nargis Munir, “Social Networking and Depression among University Students,” *Pakistan Journal of Medical Research*, 57.2 (2018), 77–81 (hal. 77) <[https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(50\)90875-0](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(50)90875-0)>.

gaul dengan singkat dan mencampurkan antar bahasa, hal demikian juga terjadi pada generasi Z UIN Walisongo Semarang. Hal ini juga terlihat dari konten yang diberikan media yang menggunakan bahasa provokatif untuk menarik minat audiens membuka konten, bahkan terkadang konten yang disajikan memiliki mutu yang rendah. Manusia yang secara naluriah akan lebih tertarik pada hal-hal yang provokatif sering terjebak dan ikut menyebarkan informasi yang tidak bermutu, dari hal tersebut dapat dilihat kemampuan seseorang dalam menganalisa dan mengevaluasi informasi sangat rendah.

Literasi informasi merupakan hal penting yang harus dimiliki oleh mahasiswa, terlebih informasi-informasi yang bertebaran di media digital. Kajian-kajian penelitian terkait literasi informasi bagi digital native telah banyak dilakukan. Penelitian tersebut dapat dikelompokkan ke dalam tiga kecenderungan di antaranya penelitian tentang literasi informasi digital oleh Limilia & Aristi,⁶ Faidah,⁷ dan Erviana.⁸ Kecakapan literasi informasi di kalangan

⁶ Putri Limilia dan Nindi Aristi, “Literasi informasi dan Digital di Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis,” *Komunikatif: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 8.2 (2019), 205–22.

⁷ Mustika Nur Faidah, “Persepsi Mahasiswa tentang Literasi Digital di Media Sosial,” *JIDeR*, 1.2 (2021), 90–99.

⁸ A E Erviana, D Setiawan, dan ..., “Tingkat Literasi Digital Siswa Berdasarkan Ketersediaan Media Pembelajaran di Sekolah,” ... *IKIP Budi Utomo*, 2021, 486–91
<<http://ejurnal.budiutomomalang.ac.id/index.php/prosiding/article/view/1535>>.

generasi muda oleh Ginting,⁹ Lestari & Dwijayanti,¹⁰ dan Raharjo & Winarko.¹¹ Indeks literasi digital muslim milenial oleh Rianto,¹² dan Raharjo.¹³ Dari beberapa penelitian tersebut belum banyak yang membahas mengenai keterkaitan antara literasi informasi digital dan implikasinya terhadap penyerapan nilai-nilai keagamaan oleh generasi muda, dan upaya mereka dalam mencari konten-konten keagamaan. Maka dari itu penulis ingin melakukan penelitian mengenai hal tersebut guna melengkapi beberapa penelitian yang telah dilakukan sebelumnya.

Kemampuan dalam memahami, mengakses, menganalisa, mengevaluasi dan mengomunikasikan informasi dalam bentuk konten media menjadi hal yang perlu dimiliki agar tidak terbawa arus informasi hoax dari pesan yang tersebar di media digital. Pada dasarnya media tidak hanya sekedar memberikan informasi dan hiburan semata, namun juga mengajak khalayak untuk

⁹ Ginting.

¹⁰ Lestari dan Dwijayanti, “Kecakapan Literasi informasi di Kalangan Generasi Milenial,”

¹¹ Novianto Puji Raharjo dan Bagus Winarko, “Analisis Tingkat Literasi Digital Generasi Milenial Kota Surabaya dalam Menanggulangi Penyebaran Hoaks,” *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, 10.1 (2021), 33–43 <<https://doi.org/10.31504/komunika.v10i1.3795>>.

¹² Puji Rianto, “Literasi Digital Dan Etika Media Sosial Di Era Post-Truth,” *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8.2 (2019), 24–35 <<https://doi.org/10.14710/interaksi.8.2.24-35>>.

¹³ Novianto Puji Raharjo et al., “Indeks Literasi Digital Muslim Milenial di Indonesia,” *Jurnal Komunikasi Islam*, 10.2 (2020), 370–408 <<https://doi.org/10.15642/jki.2020.10.2.370-408>>.

merepresentasikan pesan yang terekam oleh pembaca. Prinsip dasar pesan yang disampaikan yang dikemukakan oleh *Association for Media Literacy* (2007): pesan media diproduksi untuk suatu tujuan, pesan media memiliki karakteristik, kekuatan dan keunikan membangun bahasa yang berbeda, dan manusia menggunakan kemampuan, keyakinan, pengalaman mereka untuk membangun arti yang disampaikan media. Literasi menjadi solusi dalam menghadapi informasi yang beredar di media digital dengan kemampuan berfikir kritis dalam menganalisa dan mengevaluasi informasi yang benar.¹⁴

Demikian hal tersebut menuntut setiap individu perlu meningkatkan literasi untuk meningkatkan kemampuan berfikir kritis dalam menyikapi media dan informasi yang beredar di era digital secara *massive*. Karena setiap informasi yang tersebar di media digital telah melalui proses konstruksi, perubahan dan pemingkanaan makna sebelum diberikan kepada masyarakat. Generasi Z yang merupakan *net generation* diharuskan memiliki kemampuan berfikir kritis terhadap analisa dan evaluasi akan informasi dan media. Kemampuan berfikir kritis dapat diwujudkan dalam literasi informasi dan media. Demikian sesungguhnya literasi informasi dan media membuka kemampuan dan wawasan baru pengguna konten digital bahwa semua informasi memiliki

¹⁴ Franindya Purwaningtyas, "Literasi Informasi dan Literasi Media," *Jurnal Iqra'*, 12.02 (2018), 1–9 (hal. 2).

tujuan dan karakteristik, sehingga pengguna mampu menyikapiseluruh konten digital yang tersebar.

Permasalahan selanjutnya adalah mengenai informasi yang diakses oleh generasi Z berasal dari sumber yang terpercaya dan resmi, ataukah sumber informasi tersebut tidak bisa dipertanggungjawabkan kebenarannya. Hal yang lebih penting lagi adalah apakah akses remaja terkait informasi tersebut bersifat positif, dalam arti menambah pengetahuan atau pemahaman pada remaja; ataukah justru sebaliknya, dimanfaatkan remaja untuk memenuhi rasa ingin tahu, akan tetapi juga mendorong mereka untuk melakukan perilaku berisiko seperti mengakses konten-konten yang bersifat negatif.¹⁵ Fenomena demikian juga terjadi pada generasi Z UIN Walisongo Semarang (mahasiswa), dimana penggunaan gadget yang masive dan akses sosial media yang tinggi menyebabkan para generasi Z menerima luberan informasi salah satunya adalah informasi mengenai keagamaan, yang mana informasi tersebut bisa berupa informasi yang berguna dan bisa juga berupa informasi sampah. Kemudahan dalam mendapatkan informasi tersebut membuat generasi Z UIN Walisongo cenderung menerima begitu saja informasi yang didapatkan tanpa menyeleksi dan mencari tahu kebenaran dari suatu informasi atau sumbernya. Hal tersebut dapat meningkatkan tersebarnya hoaks apabila

¹⁵ Fatoni et al., hal. 46.

informasi yang didapatkan adalah informasi yang tidak valid, kemudian disebarluaskan.

Melihat dari background UIN Walisongo Semarang yang memiliki latar belakang agama yang kental, sudah pasti informasi keagamaan sangat diperlukan untuk kebutuhan perkuliahan. Literasi informasi yang baik sangat dibutuhkan bagi para generasi Z UIN Walisongo untuk menunjang kebutuhan pendidikan mereka, sehingga informasi keagamaan yang dicari dan diperoleh adalah informasi keagamaan yang valid dan tidak mengandung unsur negatif karena informasi keagamaan yang didapatkan adalah informasi yang telah melalui seleksi dan analisis kritis.

Berangkat dari hal tersebut, muncul pertanyaan mengenai tingkat literasi informasi keagamaan pada media digital generasi Z UIN Walisongo, bagaimana upaya mereka dalam mendapatkan informasi mengenai keagamaan, dan bagaimana implikasi literasi informasi keagamaan Semarang terhadap perilaku keagamaan pada generasi Z UIN Walisongo.

B. Rumusan Masalah

Sejalan dengan latar belakang di atas, maka dirumuskan permasalahan sebagai berikut:

1. Bagaimana literasi informasi keagamaan generasi Z UIN Walisongo Semarang?

2. Bagaimana upaya pencarian konten keagamaan generasi Z UIN Walisongo Semarang?
3. Bagaimana implikasi literasi informasi pada generasi Z UIN Walisongo Semarang terhadap perilaku keagamaan?

C. Tujuan Penelitian

Tujuan yang hendak dicapai adalah:

1. Untuk menganalisis literasi informasi generasi Z di UIN Walisongo Semarang
2. Untuk menganalisis upaya pencarian konten keagamaan generasi Z di UIN Walisongo Semarang
3. Untuk menganalisis implikasi literasi informasi keagamaan terhadap perilaku keagamaan pada generasi Z UIN Walisongo Semarang.

D. Manfaat Penelitian

Penelitian ini diharapkan menghasilkan temuan yang dapat bermanfaat, baik secara teoritik maupun praktis. Penjabarannya sebagai berikut:

1. Secara Teoritis

Secara teoritis penelitian ini memiliki manfaat sebagai referensi dalam mengembangkan wawasan dan memberikan gambaran terkait peran media digital dalam pertumbuhan dan perkembangan generasi Z, selain itu juga mengungkapkan bagaimanana dan apa media literasi yang tepat bagi generasi Z

dalam mempelajari nilai-nilai keagamaan di era digital saat ini.

2. Secara Praktis

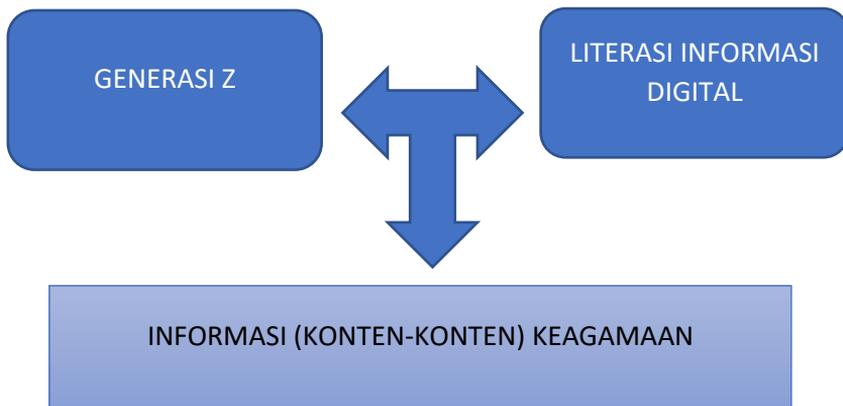
Penelitian ini memiliki manfaat praktis yang dapat mengurangi dampak negatif dari penyalahgunaan teknologi digital, memberikan kesadaran akan pentingnya literasi digital dalam pemanfaatan teknologi guna menumbuhkan karakter kebangsaan serta keagamaan yang mulai pudar. Berikut adalah manfaat praktis penelitian ini bagi beberapa kalangan:

- a. Bagi konten kreator penelitian ini dapat menjadikan ide bagi konten creator dalam berkonten serta aplikasi media sosial yang tepat untuk digunakan meng-upload konten tersebut.
- b. Bagi pengajar/pendidik penelitian ini bermanfaat bagi pengajar untuk menambah wawasan penggunaan media belajar yang diminati generasi Z.
- c. Bagi sasaran (Gen Z) penelitian ini memiliki manfaat bagi generasi Z dalam memberikan referensi media sosial yang baik untuk mencari, memilah hingga menciptakan konten.

E. Kerangka Berfikir

Generasi Z adalah generasi yang sangat familiar dengan teknologi informasi dan komunikasi. Media digital dan internet adalah bagian dari kehidupan generasi ini. Kegiatan generasi Z

banyak dihabiskan di dunia maya, dimana berbagai macam informasi terdapat di dalamnya termasuk informasi keagamaan. Untuk dapat berselancar di media digital maka literasi informasi dan literasi digital sangat penting untuk dimiliki oleh generasi Z. literasi informasi digital dimaksudkan untuk lebih bijak dalam bersosial media serta meningkatkan cara berfikir kritis untuk menyaring informasi agar terhindar dari hoax, ujaran kebencian dan informasi/konten-konten negatif. Dengan literasi informasi digital, generasi Z juga dapat mempelajari dan memilih informasi keagamaan melalui konten-konten di media sosial dengan baik.



F. Sistematika Penulisan

Terdapat tiga bagian penting yang penulis bagi pada penulisan proposal ini, yakni bagian awal, bagian isi, dan bagian akhir. Pembagian ini digunakan untuk dapat mempermudah penulis

mengarahkan pada pembaca dalam memahami isi proposal ini. Sistematika penulisan ini disusun sebagaimana berikut:

1. Bagian awal.

Bagian awal yakni bagian yang mencakup halaman judul, nota dinas pembimbing, dan pernyataan keaslian.

2. Bagian isi.

Pada bagian ini merupakan bagian inti dari proposal yang paling pokok, yakni :

a. Bab I, berisi mengenai latar belakang, rumusan masalah, dan manfaat penelitian, kerangka berfikir, dan sistematika penulisan.

b. Bab II, berisi tentang landasan teori yang terdiri dari kajian pustaka dan kajian teori. Kajian pustaka, terdiri dari penelitian-penelitian sebelumnya yang memiliki tiga kecenderungan, diantaranya yakni:

- 1) Literasi informasi digital
- 2) Kecakapan literasi informasi di kalangan generasi muda
- 3) Indeks literasi digital muslim milenial

Kajian teori dalam penelitian ini berisi tentang :

- 1) Generasi Z
- 2) Literasi informasi
- 3) Media digital
- 4) Konten keagamaan

c. Bab III, berisi metode penelitian.

- d. Bab IV, bagian yang berisi tentang hasil penelitian terkait Literasi informasi Generasi Z dalam Mempelajari Konten-Konten Keagamaan, dan deskripsi mengenai keterbatasan penelitian.
 - e. Bab V, berisi mengenai akhir penelitian yakni kesimpulan dan saran.
3. Bagian akhir.

Pada bagian ini, berisi daftar pustaka yang dijadikan referensi penulis pada penyusunan penelitian ini.

BAB II

LANDASAN TEORI

A. Kajian Pustaka

Dalam rangka mencapai tujuan penelitian yang telah dirumuskan, penulis mengacu pada beberapa penelitian sebelumnya sebagai bahan acuan.

1. Penelitian yang berfokus pada literasi informasi digital

Terdapat beberapa penelitian yang membahas mengenai literasi informasi digital, diantaranya adalah *pertama*, penelitian yang berjudul “Literasi informasi dan Digital di Indonesia: Sebuah Tinjauan Sistematis” oleh Putri Limilia dan Nindi Aristi (2019)¹⁶. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui konsep literasi digital dan metode yang sering digunakan untuk mengukur literasi digital. Penelitian ini merupakan penelitian tinjauan sistematis (systematic review) dengan menggunakan analisis isi sebagai teknik analisis data. Hasil penelitian menunjukkan bahwa definisi konsep literasi digital sangat beragam. Bahkan istilah yang digunakan juga tidak seragam meskipun merujuk pada definisi yang sama. Metode penelitian yang paling banyak digunakan adalah

¹⁶ Putri Limilia dan Nindi Aristi, “Literasi informasi dan Digital di Indonesia : Sebuah Tinjauan Sistematis,”.

kualitatif deskriptif dengan teknik wawancara, sehingga pemetaan keterampilan literasi digital pun tidak cukup menggambarkan keterampilan informan.

Kedua, penelitian yang berjudul “Persepsi Mahasiswa tentang Literasi Digital di Media Sosial” oleh Mustika Nur Faidah. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui bagaimana persepsi mahasiswa tentang literasi digital pada media sosial. Pendekatan penelitian menggunakan kuantitatif dengan metode survey, sampel ditetapkan secara random sampling. Hasil penelitian ini diperoleh bahwa persepsi mahasiswa memiliki kemampuan literasi digital dalam menggunakan media sosial dengan bijak, persepsi mahasiswa tentang literasi digital pada media sosial dapat disimpulkan dalam arti baik dan bahkan sangat baik pada item pertanyaan tertentu. Pemahaman mahasiswa mengenai literasi digital akan lebih meningkat dan membaik, maka dari itu diperlukannya kesadaran pada mahasiswa betapa pentingnya literasi digital pada media sosial terutama pada zaman ini yang sangat rawan dengan informasi hoax.¹⁷

Ketiga, penelitian yang berjudul “Tingkat Literasi Digital Siswa Berdasarkan Ketersediaan Media

¹⁷ Mustika Nur Faidah, “Persepsi Mahasiswa tentang Literasi Digital di Media Sosial,”.

Pembelajaran di Sekolah” oleh Atika Erviana dkk. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat literasi digital melalui ketersediaan media pembelajaran pada mata pelajaran biologi di SMAN 9 Malang. Penelitian ini memiliki hasil bahwa siswa sudah memiliki kemampuan perangkat digital sehingga mudah memahami materi melalui media pembelajaran digital.¹⁸

2. Penelitian yang berfokus pada kecakapan literasi informasi di kalangan generasi muda (Generasi Z)

Terdapat beberapa penelitian yang membahas mengenai kecakapan literasi informasi di kalangan generasi muda, diantaranya adalah *pertama*, penelitian dengan judul “Kemampuan Literasi informasi pada Era Informasi Digital di Kalangan Mahasiswa Kota Medan” oleh Ginting. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menjelaskan bagaimana kemampuan literasi informasi pada era informasi digital di kalangan mahasiswa Kota Medan. Teori yang digunakan adalah literasi informasi, media baru, era informasi digital. Hasil penelitian ini didapatkan kesimpulan bahwa kemampuan literasi digital dapat membantu mahasiswa agar memiliki pengetahuan dan pemahaman yang cukup tentang isi media, sehingga

¹⁸ Atika Erviana et al., “Tingkat Literasi Digital Siswa Berdasarkan Ketersediaan Media Pembelajaran di Sekolah,” *Ejurnal Budiutomo Malang*, 2.1 (2021), 486–91.

dapat mengendalikan pengaruh media dalam kehidupannya.¹⁹

Kedua, penelitian yang berjudul “Kecakapan Literasi informasi di Kalangan Generasi Milenial” oleh Chistina Arsi Lestari dan Risqi Inayah Dwijayanti. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis kecakapan literasi informasi di kalangan generasi milenial mahasiswa Bidang Studi Broadcasting Universitas Mercu Buana. Dari penelitian ini didapatkan hasil berupa kecakapan literasi informasi informan dapat dikatakan memenuhi syarat-syarat kecakapan literasi informasi dalam mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan memproduksi pesan media massa baik konvensional maupun media baru.²⁰

Ketiga, penelitian yang berjudul “Analisis Tingkat Literasi Digital Generasi Milenial Kota Surabaya dalam Menanggulangi Penyebaran Hoaks” oleh Novianto Puji Raharjo dan Bagus Winarko. Tujuan dari penelitian ini adalah mengetahui tingkat literasi digital generasi milenial di Kota Surabaya dalam menanggulangi penyebaran hoaks. Dari penelitian ini didapatkan hasil bahwa tingkat literasi digital generasi milenial di Kota Surabaya secara umum berada pada indeks kategori rendah Ko. ponen tertinggi

¹⁹ Ginting, “Kemampuan Literasi informasi pada Era Informasi Digital di Kalangan Mahasiswa Kota Medan,”.

²⁰ Lestari dan Dwijayanti.

ditunjukkan oleh Kemampuan Memahami, dengan skor indeks literasi digital 46,8%, yang termasuk kategori sedang. Komponen terendah ditunjukkan oleh Kemampuan Berkolaborasi dengan skor indeks literasi digital 32,2%.²¹

3. Penelitian yang mengkaji tentang indeks literasi digital pada mahasiswa muslim terkini.

Terdapat beberapa penelitian yang membahas mengenai indeks literasi digital di kalangan mahasiswa, diantaranya adalah *pertama*, penelitian yang berjudul “Literasi Digital dan Etika Media Sosial di Era *Post-Truth*” oleh Puji Rianto. Tujuan dari penelitian ini adalah menjelaskan fenomena post-truth yang ditandai dengan penyebaran hoax yang terjadi di grup WhatsApp. Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa maraknya post-truth di grup WhatsApp bukan semata disebabkan oleh kurangnya literasi digital, melainkan kurangnya etika bersosial media.²²

Kedua, penelitian dengan judul penelitian “Indeks Literasi Digital Muslim Milenial di Indonesia” oleh Novianto Puji Raharjo dkk. Tujuan dari penelitian ini adalah mencari tahu indeks literasi digital generasi Muslim milenial di beberapa kota besar di Indonesia. Hasil

²¹ Raharjo dan Winarko.

²² Rianto.

penelitiannya menunjukkan bahwa tingkat literasi digital santri milenial sudah cukup bagus. Walaupun kebanyakan dari mereka belajar internet secara mandiri, akan tetapi mereka cepat beradaptasi dengan budaya digital.²³

Dari beberapa penelitian tersebut menjadi tolok ukur peneliti untuk melengkapi penelitian yang telah ada. Belum banyak penelitian yang membahas mengenai upaya generasi muda (Gen-Z) dalam mencari konten keagamaan dan implikasi dari literasi digital dalam mempelajari konten-konten keagamaan pada generasi Z. Peneliti bermaksud untuk melakukan penelitian mengenai hal tersebut dan ingin membuktikan bahwa semakin tinggi literasi digital seseorang maka akan semakin tinggi pula Ia dapat memilih konten serta menyerap nilai-nilai keagamaan yang ada.

B. Kajian Teori

Pada bagian ini dibahas beberapa teori yang mendasari kajian penelitian. Kajian teori mencakup:

1. Generasi Z

Generasi Z (Gen Z) adalah generasi yang lahir dalam rentang tahun 1995-2010.²⁴ Generasi ini disebut juga dengan *i-generation* atau generasi internet, kelompok ini

²³ Raharjo et al.

²⁴ Corey Seemiller dan Meghan Grace, *Generation Z Goes to College*, *College Student Affairs Journal* (San Francisco: Jossey-Bass, 2016), xxxv, hal. xxxv <<https://doi.org/10.1353/csaj.2017.0008>>.

termasuk generasi yang *up to date* terhadap isu yang tersebar di media masa atau internet. Generasi Z memiliki karakteristik yang berbeda dengan generasi lain. Generasi ini memiliki karakter yang menyukai teknologi, fleksibel, lebih cerdas, toleran dan *open minded* pada perbedaan budaya.²⁵ Terdapat beberapa ciri generasi Z yang digambarkan oleh Topscott, menurutnya generasi Z adalah generasi yang cenderung suka dengan kebebasan, suka melakukan personalisasi, mengandalkan kecepatan informasi yang instan, senang belajar dan bekerja dengan lingkungan inovatif, dan hyper teknologi.²⁶ Generasi Z juga terhubung secara global dan memiliki jejaringan di dunia virtual. Meskipun terkenal *open minded*, generasi ini juga memiliki karakter yang kurang baik, mereka lebih senang dengan budaya instan dan kurang peka terhadap esensi privat. Tidak sedikit mahasiswa yang merupakan bagian dari generasi Z memiliki cara berkomunikasi yang kurang baik dengan para dosennya. Dari berbagai peristiwa yang menyertai generasi tersebut, muncul beberapa stereotip yang kemudian identik pada generasi ini, yaitu susah

²⁵ Ranny Rastati, "Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z Di Jakarta," *Jurnal Kwangsan*, 6.1 (2018), 01 – 10643 (hal. 60) <<https://doi.org/10.31800/jurnalkwangsan.v6i1.72>>.

²⁶ Don Tapscott, *Grown Up Digital: How the Net Generation Is Changing Your World* (USA: McGraw Hill, 2009), hal. 20.

diatur, serba instan, egois, malas, dan kurang dapat bersosialisasi dengan baik dengan orang yang lebih tua.²⁷

Generasi Z lahir pada saat perkembangan teknologi sedang pesat-pesatnya dan perkembangan media sosial yang menjadi kecintaan semua generasi. Sehingga secara psikologi generasi Z ini mempunyai kepribadian dan karakter khasnya yang berbeda dengan generasi-geneasi sebelumnya yang tidak memiliki setting lingkungan *postmodern*. Bagi generasi Z dunia mereka adalah berada di dua dunia, yakni dunia nyata dan dunia maya, dunia maya mereka terlah tersetting sama dengan dunia nyata. Di dunia maya adalah tempat mereka bermain, bercanda, belajar, berkumpul dan aktivitas lainnya. Keadaan tersebut yang terkadang membuat porsi dunia maya mereka jauh lebih besar dari dunia nyata.²⁸ Salah satu media yang ada di dunia maya adalah media sosial, yang mana media tersebut merupakan media komunikasi masas kini yang banyak dimiliki dan digunakan oleh generasi Z sebagai media komunikasi di dunia maya. Generasi Z dapat menghabiskan waktu berjam-jam dalam satu hari dengan

²⁷ Lintang Citra Christiani dan Prinisia Nurul Ikasari, “Generasi Z dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi dalam Perspektif Budaya Jawa,” *Jurnal Untidar*, 4.2 (2020), 84–105 (hal. 86–87).

²⁸ Nur Zazin dan Muhammad Zaim, “Media Pembelajaran Agama Islam Berbasis Media Sosial Pada Generasi Z,” *Jurnal UIN Antasari*, 1.1 (2019), 534–63 (hal. 63).

mengakses media sosial tersebut. Beberapa platform media sosial seperti *instagram*, *youtobe*, *facebook*, *whatsapp*, dan *tiktok* adalah media sosial yang banyak digunakan oleh remaja generasi Z.

Sebagai generasi yang dikenal dengan generasi yang berpikiran global dan hyper teknologi, mereka menggunakan media sosial untuk berhubungan dengan orang-orang di seluruh dunia. Mereka saling berbagi foto, video, pesan. Mereka saling menyampaikan berbagai macam situasi yang sedang dialami di sekitarnya ke seluruh dunia. Inilah yang kemudian menjadi kekhawatiran berbagai pihak karena generasi ini dianggap rentan terhadap kejahatan *cyber*. Terdapat lima kunci yang membentuk karakteristik generasi Z menurut penelitian yang dilakukan oleh Bruce Tulgan (2013), di antaranya adalah;²⁹

- a. Media sosial adalah masa depan. Media sosial adalah tempat generasi Z beraktivitas layaknya dunia nyata, maka dari itu para orang tua perlu memiliki kemampuan media sosial yang bagus untuk dapat mengontrol para generasi Z dalam aktivitasnya di dunia virtual.

²⁹ By Bruce Tulgan, "Meet Generation Z: The second generation within the giant " Millennial " cohort," *RainmakerThinking, Inc*, 2013, hal. 20.

- b. Koneksi dengan manusia lain adalah hal yang sangat penting. Generasi Z lebih senang dengan suatu hal yang tidak bersifat otoriter dan memerintah. Namun mereka akan menunjukkan performa dirinya secara individu dengan baik ketika terlibat dalam suatu hubungan kerja.
- c. Kesenjangan keterampilan. Diperlukan usaha yang lebih untuk mengarahkan generasi Z dalam mentransfer keterampilan seperti komunikasi interpersonal, berfikir kritis, budaya kerja, dan keterampilan teknis.
- d. Pemikiran global, realita lokal. Generasi Z mengetahui lebih banyak bagian dunia manapun yang jauh dari pada generasi sebelumnya melalui dunia maya, namun mereka jauh lebih sedikit bertualang secara geografis.³⁰
- e. Keragaman yang tidak terbatas
Media Pola pikir generasi Z yang terbuka dan menerima perbedaan di sisi lain membuat mereka kesulitan dalam mendefinisikan dirinya sendiri. jika generasi sebelumnya mendefinisikan dirinya berdasarkan gender, ras, agama, dan orientasi seksual, maka generasi Z tidak menjadikan hal tersebut sebagai indikator. Memreka bahkan menggunakan selebgram pembelajaran bagaimana

³⁰ Tulgan, hal. 21.

cara mendefinisikan dirinya. Generasi ini kemudian lebih senang menggabungkan banyak hal seperti komponen identitas dan pandangan yang dianggap menarik. Dari hal itu kemudian mereka membuat identitasnya sendiri.³¹

2. Literasi Informasi

Literasi informasi adalah kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan mengkomunikasikan informasi dalam berbagai bentuk media. Menurut Asosiasi Perguruan Tinggi dan Perputakaan Riset, literasi informasi didefinisikan sebagai seperangkat kemampuan yang membutuhkan individu untuk mengenali kapan informasi dibutuhkan dan memiliki kemampuan untuk menemukan, mengevaluasi, dan menggunakan secara efektif informasi yang dibutuhkan.³²

Literasi informasi menurut Unesco adalah mengarahkan pengetahuan akan kesadaran dan kebutuhan informasi seseorang, dan kemampuan untuk mengidentifikasi, menemukan, mengevaluasi,

³¹ Rastati, hal. 64.

³² Michelle Hale Williams dan Jocelyn Jones Evans, "Factors in Information Literacy Education," *Journal of Political Science Education*, 4.May (2008), 116–30 (hal. 116) <<https://doi.org/10.1080/15512160701816234>>.

mengorganisasi dan secara efektif menciptakan, menggunakan, mengomunikasikan informasi untuk mencari solusi atas masalah yang dihadapi, juga merupakan persyaratan untuk berpartisipasi dalam masyarakat informasi, dan merupakan hak asasi manusia untuk belajar sepanjang hayat.³³

Lanning mendefinisikan literasi informasi sebagai kemampuan untuk mengenali saat membutuhkan informasi, kemudian mencari, mengevaluasi, mengelola, dan menggunakan informasi secara efisien, efektif, dan secara etis untuk memenuhi kebutuhan akan informasi.³⁴ Parrot juga mengemukakan bahwa literasi informasi adalah seperangkat keterampilan yang diperlukan guna menemukan, mengevaluasi, menafsirkan dan menggunakan informasi dengan benar, efektif dan etis.³⁵

Literasi informasi merupakan seperangkat perspektif yang digunakan secara aktif saat mengakses media masa untuk menginterpretasikan pesan yang dihadapi.³⁶ Media

³³ Purwaningtyas, hal. 4.

³⁴ Scott Lanning, *Reference and Instructional Services for Information Literacy Skills in School Libraries* (California: Libraries Unlimited, 2014), hal. 9–10.

³⁵ Justin Parrot, “Literacy is More than Books: Muslims should take the lead in promoting public information literacy,” *Isna*, 47.6 (2018).

³⁶ Riyodina G. Pratikto dan Shinta Kristanty, “Literasi Media Digital Generasi Z (Studi Kasus pada Remaja Social Networking Addiction di Jakarta),” *Communication*, 2018, 1–28 (hal. 25).

yang kerap digunakan saat ini adalah media digital, media digital tersebut adalah media sosial yang digunakan untuk berinteraksi, terkoneksi dengan internet termasuk pengguna smartphone. Literasi informasi erat kaitannya dengan literasi digital, yakni kecakapan dalam menggunakan teknologi informasi dan komunikasi guna menemukan, mengevaluasi, memanfaatkan, membuat dan mengkomunikasikan konten atau informasi, dengan kecakapan kognitif, etika, sosial emosional dan aspek teknologi. Kemampuan juga merupakan kemampuan untuk belajar, berpikir kritis, kreatif, dan inovatif untuk kompetensi digital.³⁷ Selain itu literasi informasi erat kaitannya juga dengan literasi media, keduanya sama-sama bertujuan menghindarkan seseorang dari ketidakbenaran isi atau informasi yang disebarkan oleh media, hal ini terkait dengan masih adanya kekurang-netral-an media dalam menyampaikan informasi.³⁸

Menurut Chan Yuen Chin, literasi informasi sangat penting untuk kesuksesan belajar seumur hidup. Literasi informasi merupakan kompetensi utama dalam era informasi. Literasi informasi juga memberi kontribusi pada perkembangan pengajaran dan pembelajaran. terdapat

³⁷ Sitti Utami Rezkiawaty Kamil, *Literasi Digital Generasi Milenial* (Kota Kendari: Literacy Institute, 2018), hal. vi.

³⁸ Purwaningtyas, hal. 4.

banyak definisi tentang literasi informasi yang berbeda-beda dalam memaknai konsep literasi informasi, namun pengertiannya masih sama, yakni suatu kemampuan atau keterampilan untuk mengenali kebutuhan informasi, mencari, menemukan, mengevaluasi, serta menyebarkan informasi yang didapatkan secara tepat dengan tujuan memecahkan masalah yang dihadapi.³⁹

Literasi informasi memiliki peran yang besar dalam meningkatkan kemampuan individu menjadi manusia pembelajar. Semakin individu terampil dalam mencari, menemukan, mengevaluasi, dan menggunakan informasi, semakin terbukalah kesempatan untuk selalu melakukan pembelajaran. Kemajuan suatu bangsa ditentukan oleh kemampuan bangsa itu dalam tiga hal, yakni penciptaan pengetahuan, distribusi pengetahuan, dan pengembangan infrastruktur teknologi yang memudahkan penyebaran pengetahuan. Perkembangan teknologi internet menyajikan sebuah fenomena yang disebut dengan *superhighway information*. Informasi dan pengetahuan bergerak dengan sangat cepat melalui internet. Keterampilan literasi informasi akan memungkinkan seseorang untuk mendapatkan informasi dengan cara yang

³⁹ Lili Sudria Wenny, "Literasi Informasi berdasarkan Surah Al-Alaq," *Maktabatuna: Jurnal Kajian Kepustakawanan*, 3.1 (2021), 80–95 (hal. 86).

cepat pula. Seorang yang memiliki literasi informasi yang tinggi dicirikan oleh kemampuannya dalam memecahkan masalah dan mengkomunikasikan pendapatnya dengan baik. Ia juga dapat berfikir secara kritis dan analitis. Ia dapat membangun argumentasinya secara logis yang didukung fakta, bukti, dan informasi yang diperlukan. Seorang yang mempunyai literasi informasi dapat memilih mana informasi yang benar dan mana yang salah sehingga ia tidak mudah untuk terprovokasi oleh informasi tertentu.⁴⁰

Menurut Bawden, literasi informasi adalah salah satu konsep penggabungan dalam literasi digital. Literasi informasi memiliki konsep penggabungan antara literasi media, literasi komputer, dan literasi digital.⁴¹ Literasi media berperan sebagai kemampuan dalam mengakses, menyeleksi, mengevaluasi, dan memproduksi konten media serta mengkomunikasikan pesan yang diterima.⁴² Literasi komputer sebagai kepiawaian menggunakan perangkat lunak dan perangkat keras untuk komunikasi, publikasi, dan pemecahan masalah. Kemudian literasi

⁴⁰ Tri Septiyantono, *Literasi Informasi* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014), hal. 16.

⁴¹ David Bawden, "Progress in documentation information and digital literacies: a review of concepts," *Journal of Documentation*, 57.2 (2001), 218–59 (hal. 218).

⁴² Aufderheide Patricia, *Media Literacy: A Report of The National Leadership Conference on Media Literacy* (USA: The Aspen Institute, 1992), hal. 6–7.

informasi adalah kemampuan individu dalam mengidentifikasi, mengevaluasi, menggunakan informasi secara etis, efisien, dan efektif di berbagai perangkat, pekerjaan, dan profesi.⁴³

Literasi informasi digital menjadi sangat penting saat ini mengingat perkembangan teknologi mengalami perubahan yang sangat pesat dari hari ke hari.⁴⁴ Meskipun beragam definisi tentang literasi informasi telah dikemukakan oleh banyak pihak, namun secara garis besar menyebutkan bahwa literasi informasi berhubungan dengan bagaimana khalayak dapat mengambil kontrol atas media. Literasi informasi merupakan *skill* untuk menilai makna dalam setiap jenis pesan/informasi, mengorganisasikan makna itu sehingga berguna, dan kemudian membangun pesan untuk disampaikan kepada orang lain. Literasi informasi berusaha memberikan kesadaran kritis bagi khalayak ketika berhadapan dengan media. Hal tersebut menjadi tujuan utama dalam literasi informasi sehingga khalayak bisa lebih berdaya di hadapan media.

Dalam ajaran Islam sebenarnya konsep literasi informasi ini pun telah dikenal cukup lama. Salah satunya

⁴³ Dyana Herlina, Literasi informasi: Teori dan Fasilitas (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019), hal. 127.

⁴⁴ Pratikto dan Kristanty, hal. 26.

bisa kita lihat di dalam al-Qur'an (QS al-Alaq 1-5) tentang pentingnya ilmu pengetahuan bagi manusia. Ayat ini menyerukan kepada semua manusia untuk sebanyak mungkin mencari ilmu.

أَقْرَأْ ۚ بِاسْمِ رَبِّكَ الَّذِي خَلَقَ ۝١ خَلَقَ الْإِنْسَانَ مِنْ عَلَقٍ ۚ ۝٢ اقْرَأْ
وَرَبُّكَ الْأَكْرَمُ ۝٣ الَّذِي عَلَّمَ بِالْقَلَمِ ۝٤ عَلَّمَ الْإِنْسَانَ مَا لَمْ
يَعْلَمُ ۝٥

1. Bacalah dengan (menyebut) nama Tuhanmu yang menciptakan.
2. Dia telah menciptakan manusia dari segumpal darah
3. Bacalah, dan Tuhanmulah yang Maha pemurah
4. Yang mengajar (manusia) dengan perantara kalam
5. Dia mengajar kepada manusia apa yang tidak diketahuinya.

Dari wahyu pertama tersebut, Allah memerintahkan untuk *iqra'* yang bermakna 'bacalah', hal tersebut merupakan awal mula lahirnya tradisi literasi (membaca dan menulis) di kalangan umat Islam. Tidak hanya membaca tulisan, namun membaca diri sendiri sebagai manusia ciptaan Allah, membaca alam sebagai tanda-tanda kekuasaan Allah, dan membaca bahwa Allah sebagai sumber ilmu pengetahuan.⁴⁵

⁴⁵ Wenny, hal. 84.

Literasi pada Q.S al-‘Alaq ayat 1-5, manusia diperintahkan serta memiliki kewajiban untuk belajar dan mengajarkannya. Literasi tersebut secara terminologis diwakili oleh tiga istilah yakni *iqra*’, *qalam*, dan *‘allama* yang menunjukkan makna membaca dan menulis dalam arti seluas-luasnya, serta bentuk dari pengajaran.

Literasi informasi yang berkaitan dengan literasi media telah terintegrasi dengan melihat konten yang dibutuhkan dengan media yang digunakan. dalam melakukan identifikasi tugas (masalah) individu akan menemukan masalah apa yang akan dipecahkan sehingga menghasilkan beberapa informasi yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah. Identifikasi masalah dengan menggunakan konten yang berasal dari media dengan menganalisa berita yang ada di dalam media. Penyusunan strategi penelusuran informasi melalui sumber dan akses yang kredibel dan akurat dengan melakukan evaluasi terhadap media yang digunakan. menurut Shanon Nelson, kualitas sumber informasi dapat dilihat dari kepengarangan, motif dan tujuan, objektivitas, kemutakhiran, referensi yang kredibel, tinjauan dari para ahli dan stabilitas.⁴⁶

⁴⁶ Purwaningtyas, hal. 5.

Sumber dan akses yang tepat telah ditentukan dengan menggunakan media informasi seperti apa kemudian menentukan lokasi dan akses dari sumber terpilih menggunakan pencarian secara online maupun digital yang berikutnya dikelompokkan dalam bentuk sumber informasi berasal dari database jurnal online dan koleksi perpustakaan yang sifatnya konvensional. Pengelompokkan informasi sesuai dengan konten yang dibutuhkan untuk memecahkan masalah (menyelesaikan tugas). Kelompok informasi yang berasal dari penelusuran baik digital, studi wacana, observasi, dan wawancara akan digunakan dalam membuat tugas yang akan menggunakan logika deduktif maupun induktif.⁴⁷

Art Silverblatt memberikan penekanan terkait literasi media pada beberapa elemen, diantaranya:⁴⁸

- a. Kesadaran akan pengaruh media terhadap individu dan sosial
- b. Pemahaman akan proses komunikasi massa
- c. Pengembangan strategi untuk menganalisis dan mendiskusikan pesan media

⁴⁷ Purwaningtyas, hal. 6.

⁴⁸ Art Silverblatt et al., *Media Literacy: Keys to Interpreting Media Messages* (London: Praeger, 2014), hal. 4.

- d. kesadaran bahwa isi media adalah teks yang menggambarkan kebudayaan dan diri kita sendiri pada saat ini
- e. Mengembangkan kesenangan, pemahaman, dan penghargaan terhadap isi media.

Kelima elemen Silverblatt ini kemudian dilengkapi oleh Baran dengan pemahaman akan etika dan kewajiban moral dari pengguna media, serta pengembangan kemampuan produksi atau kemampuan membuat konten yang tepat dan efektif. Sementara produser atau konten kreator juga mengkonstruksikan isi media. Media memengaruhi khalayak dalam level sosial dan individual. Meski demikian, khalayak memiliki kemampuan untuk *menghandle* media. Kemampuan tersebut berkaitan dengan bagaimana memilih media yang tepat, mengatur penggunaan media, kemampuan untuk memobilisasi media, serta bagaimana menginterpretasikan isi media. Literasi informasi bergerak dalam keempat hubungan tersebut.

Silverblatt kemudian juga menyebutkan terdapat empat tujuan literasi media, yakni kesadaran kritis, diskusi, pilihan, dan aksi sosial. Yang paling utama adalah kesadaran kritis yang mampu memberikan manfaat bagi masyarakat untuk mendapat informasi secara benar terkait

coverage media dengan membandingkan antara media yang satu dengan media yang lain secara kritis, lebih sadar akan pengaruh media dalam kehidupan sehari-hari, menginterpretasikan pesan media, membangun sensitivitas terhadap program-program sebagai cara mempelajari kebudayaan, mengetahui pola hubungan antara pemilik media dan pemerintah yang memengaruhi isi media, serta mempertimbangkan media dalam keputusan-keputusan individu.⁴⁹

Kesadaran kritis masyarakat atas realitas media inilah yang menjadi tujuan utama literasi informasi. Hal ini karena media bukan entitas yang netral. Media selalu membawa nilai, baik ekonomi, politik, budaya, maupun agama. Semua hal itu dapat memberikan dampak bagi individu dalam menjalani kehidupan sehari-hari. Oleh sebab itu masyarakat harus dapat mengontrol informasi atau pesan yang diterima. Literasi informasi memberikan panduan tentang bagaimana mengambil kontrol atas informasi yang disediakan oleh media. Semakin bagus literasi informasi seseorang maka semakin mampu orang tersebut melihat batas antara dunia nyata dan dunia yang dikonstruksikan oleh media.

⁴⁹ Silverblatt et al., hal. 466.

James Potter menjelaskan bahwa literasi media dibangun melalui *personal locus*, struktur pengetahuan, dan *skill*. *Personal locus* adalah tujuan dan kendali kita akan informasi. Ketika kita menyadari akan informasi yang kita butuhkan, maka kesadaran kita akan menuntun untuk melakukan proses pemilihan informasi secara lebih cepat, begitupun sebaliknya. Struktur pengetahuan merupakan seperangkat informasi yang terorganisasikan dalam pikiran kita. Dalam literasi informasi, kita membutuhkan struktur informasi yang kuat akan efek media, isi media, industri media, dunia nyata, dan diri kita sendiri. sementara *skill* adalah alat yang digunakan untuk meningkatkan kemampuan literasi informasi kita.⁵⁰

James Potter mengemukakan terdapat tujuh *skill* yang dibutuhkan untuk dapat meraih kesadaran bermedia yang berliterasi. Ketujuh *skill* tersebut adalah:⁵¹

- a. Kemampuan menganalisis yang menuntun kita untuk mengurai pesan yang kita terima ke dalam elemen-elemen yang berarti
- b. *Evaluation* yakni membuat penilaian terhadap suatu pesan dengan membandingkan dengan pesan lainnya

⁵⁰ James W. Potter, *Media Literacy* (California: Sage Publications, 2016), hal. 58.

⁵¹ Potter, hal. 59.

- c. *Grouping* atau pengelompokan, yakni menentukan elemen-elemen yang memiliki kemiripan dan elemen-elemen yang berbeda untuk dikelompokkan ke dalam kategori-kategori yang berbeda
- d. *Induction* adalah mengambil kesimpulan atas pengelompokan yang telah dilakukan kemudian meng-generalisasikan atas pola elemen tersebut ke dalam pesan yang lebih besar
- e. *Deduction* yaitu menggunakan prinsip-prinsip umum untuk menjelaskan sesuatu yang spesifik
- f. *Synthesis* adalah mengumpulkan elemen-elemen tersebut menjadi satu struktur baru
- g. *Abstracting* yakni mendiskripsikan secara singkat, jelas, dan akurat untuk menggambarkan esensi pesan secara lebih singkat dari pesan lainnya.

Literasi sangat relevan dengan era di mana hidup manusia banyak dikuasai oleh teknologi informasi. Informasi-informasi yang beredar terbungkus dalam teknologi yang semakin berkembang. Adapun beberapa manfaat literasi ialah sebagai berikut:

- a. Menambah perbendaharaan kata seseorang.
- b. Mengoptimalkan kinerja otak karena sering digunakan untuk kegiatan membaca dan menulis.
- c. Mendapat berbagai wawasan dan informasi baru

- d. Kemampuan interpersonal seseorang akan semakin baik.
- e. Meningkatkan kemampuan memahami suatu informasi.
- f. Meningkatkan kemampuan verbal seseorang.
- g. Meningkatkan kemampuan analisis dan berfikir seseorang.
- h. Membantu meningkatkan daya fokus dan kemampuan konsentrasi seseorang.
- i. Menambah kemampuan diri dalam membaca, merangkai kalimat serta menulis informasi.⁵²

Selain memiliki manfaat bagi individu, literasi juga memiliki tantangan yang harus dihadapi. Tantangan ini bisa diatasi dengan menerapkan literasi digital dalam setiap penggunaan teknologi informasi dan komunikasi. Tantangan paling berat dari literasi digital adalah arus informasi yang banyak. Artinya mahasiswa terlalu banyak menerima informasi dalam waktu yang bersamaan. Dalam hal ini literasi digital berperan untuk mencari, menemukan, memilah serta memahami informasi yang benar dan tepat. Selain lajunya arus informasi, yang menjadi tantangan di

⁵² Eti Sumiati dan Wijnarko, “Manfaat Literasi Digital Bagi Masyarakat dan Sektor Pendidikan Pada Saat Pandemi Covid-19,” *Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia*, 3.2 (2020), 65–80 (hal. 67).

era digital selanjutnya adalah konten negatif.⁵³ Contohnya adalah konten pornografi, hoax, isu sara dan hal buruk lainnya. Kemampuan individu dalam mengakses internet, khususnya teknologi informasi dan komunikasi, harus dibarengi dengan literasi digital media sehingga individu dapat mengetahui mana konten yang positif dan mana yang bukan.⁵⁴

3. Media Digital

Media digital adalah media yang dikodekan dalam format dan dapat dibaca oleh mesin atau bisa dikatakan format konten yang dapat diakses oleh perangkat-perangkat digital. Saat ini media digital berkembang sangat pesat. Bermula dari Teknologi Informasi Komunikasi (TIK) yang menggabungkan piranti keras seperti komputer dan aneka piranti lunak terutama untuk keperluan institusi dan profesional, saat ini dengan internet TIK menjadi bagian dari kehidupan sehari-hari manusia sebagai media digital.⁵⁵

⁵³ Lestari AK, "Literasi Digital Sebagai Penangkal Infodemi Covid-19 : Sebuah Literature Review," *Jurnal Libria*, 13.1 (2021), 1–16 (hal. 6).

⁵⁴ Maria Magdalena Popescu, "Media Literacy Tools in Combating Disinformation and Fake News in Social Media," *Bulletin of the Transilvania University of Braşov Series VII: Social Sciences-Law*, 13.62 (2020), 103–12 (hal. 105) <<https://doi.org/10.31926/but.ssl.2020.13.62.1.11>>.

⁵⁵ Herlina, hal. 123–24.

Terdapat berbagai jenis media digital. Istilah platform sering digunakan untuk mengidentifikasi variasi jenis media digital. Berikut ini adalah 10 variasi platform media digital:⁵⁶

- a. Website berbasis konten: pembuat website menyediakan aneka konten seperti film, musik, berita, pengetahuan dan game yang dapat diakses pengguna. Contoh: Kompas, Bobo, grid.
- b. Mesin pencari: layanan yang memungkinkan pengguna mencari berbagai konten di internet. Contohnya: Google, Yahoo
- c. *User generated content website*: pembuat website hanya menyediakan ruang dan aplikasi yang membuat pengguna dapat memasukkan konten sesuai permintaan pembuat, seperti musik, perbincangan, pengetahuan, dan lain-lainnya. Contoh: kaskus, StackOverflow, Wikipedia, blog.
- d. Media sosial: pada mulanya ini adalah *bentuk user generated content* yang kemudian dikembangkan

⁵⁶ David Hutchison et al., "Entertainment for Education: Digital Techniques and Systems," *Springer*, 2010, hal. 613.

terutama untuk interaksi antar pengguna. Contoh: facebook, twitter, instagram, wordpress.⁵⁷

- e. Website layanan: melalui website ini pengguna dapat menikmati aneka layanan yang tersedia secara luas dan gratis, seperti e-mail di Gmail atau Yahoo!; dapat juga berupa layanan terbatas dengan pendaftaran atau pembayaran, seperti website khusus konsumen bank atau mahasiswa di suatu Universitas, contoh: e-mail, e-learning, e-banking.
- f. *Marketplace*: ini merupakan pasar digital tempat pedagang dan pembeli dapat bertemu. Ada dua jenis marketplace, yaitu penjual tunggal dan penjual banyak. Contoh: Shopee, Lazada, Bukalapak.
- g. Toko aplikasi: tempat pengguna mengunduh aneka aplikasi yang dapat digunakan untuk informasi, keterampilan, permainan, hiburan, dan lain-lainnya. Contoh: PlayStore, AppStore.
- h. *Crowd-sourcing*: saluran ini memiliki kesamaan dengan marketplace yakni untuk memfasilitasi transaksi, hanya saja saluran ini memfasilitasi antara banyak penyedia jasa layanan (transportasi,

⁵⁷ Andrias Pujiono, "Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z," *Didache: Journal of Christian Education*, 2.1 (2021), 1 (hal. 6) <<https://doi.org/10.46445/djce.v2i1.396>>.

pembayaran, akomodasi) dan banyak konsumen.
Contoh: GoJek, Grab, Maxim.

- i. *Repository*: jasa penyimpanan konten yang dikumpulkan oleh penyedia layanan melalui sistem indeks (penanda identik). Contoh: Doaj, Googlescholar, EBSCO.
- j. *Cloud computing*: jasa layanan infrastruktur penyimpanan data yang bisa didapatkan dengan cara berlangganan baik berbayar maupun gratis. Contoh: Googledrive, Azure, AWS.⁵⁸

Konten yang dapat dimuat di media digital sangat bervariasi, bisa berupa suara, gambar, video, teks, foto, dan sebagainya. Maka dari itu konvergensi media tidak terhindarkan dalam media digital.⁵⁹ Konten atau informasi yang di muat di media digital bisa bervariasi, media digital dapat memuat konten pendidikan, konten budaya, konten politik, dan konten keagamaan. Selain itu, media digital seperti media sosial dapat menjadi sarana dalam melakukan berbagai kebaikan, diantaranya adalah; (1) menebarkan ilmu yang bermanfaat; (2) menyeru kepada kebaikan dan mencegah kemunkaran; (3) memproduksi berbagai media atau konten digital yang positif-edukatif dan Islami; (4)

⁵⁸ Hutchison et al., hal. 613.

⁵⁹ Herlina, hal. 127.

menguatkan silaturrahim dan ukhuwwah Islamiyyah, serta (5) menjaga akhlak dalam bermedia sosial.⁶⁰

4. Konten Keagamaan

Konten merupakan informasi atau pesan yang tersedia melalui media atau produk elektronik. Konten keagamaan berarti suatu pesan atau informasi yang memuat tentang agama yang dimuat dalam dunia digital. Konten banyak digunakan untuk mengisi berbagai media seperti Instagram, Youtube, dan media digital lainnya. Penyampaiannya juga dapat dilakukan melalui berbagai macam bentuk, seperti video, audio, foto, teks, dan lain sebagainya. Konten di media digital adalah salah satu bentuk informasi yang sangat mudah didapatkan, terbukti dengan ketersediaan yang dapat diakses oleh semua orang diberbagai belahan dunia manapun.⁶¹

Media sosial memiliki peran sangat penting dalam mempengaruhi konsep berfikir dan bertindak dalam mempelajari dan memperdalam pembelajaran agama. Dengan adanya kemajuan teknologi informasi dan

⁶⁰ Tian Wahyudi, "Penguatan Literasi Digital Generasi Muda Muslim Dalam Kerangka Konsep Ulul Albab," *Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian dan Kajian Sosial Keagamaan*, 18.2 (2021), 161–78 (hal. 162) <<https://doi.org/10.46781/al-mutharahah.v18i2.368>>.

⁶¹ Feri Sulianta, *Seri Referensi Praktis: Konten Internet* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2007), hal. 147.

komunikasi, tren belajar agama telah beralih dari sistem tradisional menuju pada sistem digital, yakni melalui konten-konten keagamaan yang terdapat pada sosial media.⁶² Tidak hanya dalam media sosial saja, dalam media penyiaran Pengemasan konten agama tidak selalu dilakukan dengan penuh simbol dan jargon, sebagaimana yang biasanya terjadi. Misalnya salah satu siaran TV yang membidik segmen anak muda kebanyakan saat ini justru memposisikan agama sebagai ‘ruh’ dalam semua konten siaran atau tayangan. Spirit agama yang justru diutamakan dalam pengemasan, bukan pada sisi simbolik, namun lebih pada sisi substantif.⁶³

Konten agama yang sehat dan mendidik dimaknai sebagai sebuah keharusan untuk diimplementasikan bagi pengelola lembaga penyiaran. Bagi lembaga penyiaran, konten agama disiarkan dan ditayangkan bukan sekedar kepentingan bisnis. Bukan kepentingan pragmatis dan komersial saja, namun juga kepentingan idealisme dalam membangun masyarakat yang lebih baik. Intinya, konten

⁶² Suci Ramadhanti Febriani dan Ayu Desrani, “Pemetaan Tren Belajar Agama Melalui Media Sosial,” *Jurnal Perspektif*, 14.2 (2021), 312–26 (hal. 312).

⁶³ Ahmad Sarbini et al., “Implementasi Konten Agama dan Budaya yang Sehat dan Mendidik Pada Lembaga Penyiaran di Jawa Barat,” *Jurnal UINS Sunan Gunung Jati*, 1.1 (2020), 1–10 (hal. 5).

agama lebih dimaknai sebagai wujud tanggung jawab moral.

Dalam dunia maya, Integrasi menjadi penghubung dan perekat terhadap media sosial dalam menyampaikan suatu informasi, integrasi memiliki peranan yang dominan sebagai jembatan penghubung untuk memperoleh nilai religius pada masyarakat virtual. Hal tersebut sesuai dengan yang dikemukakan oleh Lakatos bahwa dalam satu penalaran ilmiah, teori dihadapkan pada fakta dan satu kondisi terpusat penalaran ilmiah bahwa suatu teori harus didukung oleh fakta. Lakatos juga memiliki corak pemikiran yang merupakan *a research programme* yang terdiri dari *a hard core (theory)*, *protective belt (auxiliary assumptions)* dan *a heuristic*. Jika melihat dari corak keilmuan Lakatos, maka integrasi bisa dilihat sebagai *hard core* yang merupakan suatu sistem proses atau suatu metode dalam mengikat satu disiplin ilmu lainnya seperti konsep media virtual, informasi, dan nilai keagamaan menjadi *protective belt* yang menjadi sabtu integrasi dalam menjembatani antara perhubungan satu nilai dengan nilai yang lainnya. Maka integrasi dimaknai suatu ikatan perekat dan penghubung dari kemanfaatan informasi secara virtual.

Dalam hal ini integrasi mengikat antara informasi keagamaan dalam bentuk media sosial atau bisa kita sebut

dengan konten keagamaan. Sehingga dampak yang muncul adalah kemanfaatan informasi keagamaan dalam ranah media virtual. Kemanfaatan informasi keagamaan masyarakat virtual dapat mempengaruhi terhadap nilai-nilai dalam berinteraksi. Suatu informasi keagamaan dapat dikonsumsi oleh masyarakat virtual secara instan dan bisa menghemat waktu maupun tenaga dalam penyaringan terhadap informasi tersebut.⁶⁴

Informasi yang instan didapatkan oleh masyarakat menyebabkan suatu konten berpotensi untuk viral. Viralnya suatu konten merupakan bagian fenomena komunikasi sosial yang dapat memberikan pengaruh pada aspek sosial, ekonomi, politik, budaya bahkan agama. Fenomena viralnya suatu konten berawal dari budaya *sharing* konten yang ada di tengah masyarakat pengguna media sosial. Budaya *sharing* ini bisa tercipta karena perkembangan teknologi yang membuat media sosial ikut berevolusi dan membuat para pengguna dapat dengan mudah memproduksi, membagikan konten, dan bahkan merecreate atau mereproduksi konten yang dibuat pengguna media sosial lainnya.

⁶⁴ Aras Satria Agusta, "Integratifitas Informasi Keagamaan Melalui Media Virtual: Fanspage Facebook Persyarikatan Muhammadiyah," *Jurnal Iqra' Volume*, 14.2 (2020), 1–31 (hal. 8).

Suatu konten dapat menjadi viral karena konten tersebut memiliki aspek emosional, sehingga pengguna media sosial yang mengonsumsi konten tersebut dapat merasakan emosi yang dimuat dalam konten. Emosi yang dapat dimasukkan dalam konten agar menjadi viral dapat bersifat positif atau negatif. Walaupun emosi positif lebih cenderung memiliki kontribusi pada viralitas suatu konten, namun ada beberapa emosi yang bersifat negatif yang bisa memberikan kontribusi positif pada viralnya suatu konten. Emosi tersebut seperti *anger* dan *axienty*. Untuk emosi positif yang dapat dimasukkan dalam konten untuk menaikkan viralitas konten salahsatunya adalah emosi *practical value* yang mana bisa membuat pengguna media sosial merasa bahwa ada nilai tambah yang mereka peroleh dari konten tersebut.⁶⁵

Demikian pula dalam konten agama, seringnya juga mengandung emosi positif dan negatif. Di dunia maya tidak sedikit *influencer* media online yang memberikan informasi mengenai konten agama yang berbeda dengan paham ajaran *mainstream* yang diajarkan di Indonesia atau sesuai dengan garis pemahaman yang diajarkan di madrasah, sekolah atau bahkan pondok pesantren. Hal

⁶⁵ Lidya Agustina, "Viralitas Konten di Media Sosial," *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, January 2020, 2021, hal. 159.

tersebut bisa dilihat sebagai variasi paham keagamaan yang wajar, jika konten keagamaan tersebut tidak menggiring opini pada pemahaman yang mendorong tindakan *exclusivism* agama yang diaplikasikan dalam tindakan ujaran kebencian. Lebih dari itu, tidak jarang berbagai konten agama tersebut menggiring pembacanya kepada paham agama yang mengandung unsur radikalisme.⁶⁶

Terdapat beberapa jenis konten yang ada di sosial media, diantaranya ada (1) konten hiburan yang mana jenis konten ini adalah yang paling banyak digemari oleh banyak orang, karena isi pesannya yang menarik dan dapat memicu gelak tawa. Kemudian (2) konten informasi, jenis konten ini merupakan jenis konten yang berisi tentang suatu informasi yang dicari banyak orang atau informasi mengenai berita terbaru atau berita yang sedang viral diperbincangkan. Jenis konten ini harus dibuat sesuai dengan fakta yang ada. (3) konten inspirasi, jenis konten ini dapat memberikan efek positif bagi para audiens. Konten inspirasi dapat dituangkan dalam berbagai media seperti teks, gambar, audio, maupun video. (4) konten Blog maupun Vlog, ini merupakan jenis konten yang efektif. Blog biasanya dikenal dengan konten yang berisi cerita

⁶⁶ Yeary Panji Setianto, Husnan Nurjuman, dan Uliviana Restu Handaningtias, "Penyuluhan Literasi Digital Pada Konten Keagamaan Bagi Remaja di Banten," *Jurnal Untirta*, 1.1 (2021), 42–53 (hal. 47).

pribadi, review, resep dan lainnya, melalui sebuah artikel dan kemudian diposting pada sebuah website. Sedangkan, Vlog merupakan konten yang dikemas dalam bentuk dokumentasi video, dan kemudian vlog bisa diunggah di berbagai platform seperti Youtube, Instagram, TikTok, dan platform lainnya. (5) konten edukasi, yang mana konten ini merupakan jenis konten yang memiliki tujuan untuk memberikan informasi yang dapat memberikan ilmu atau pengetahuan kepada para audiensnya. Jenis konten ini bisa mencakup beragam hal, bisa berisi tentang pembelajaran, kesehatan, keagamaan, tutorial dan lain sebagainya.

Selain jenis-jenis konten, terdapat juga cara membuat konten agar dapat menarik audiens. Untuk membuat suatu konten kita dapat memperhatikan beberapa hal, (1) tentukan audiens konten. Hal ini dilakukan untuk menentukan konten apa yang akan dibuat, bagaimana cara penyampaian bahasanya, hingga ke pemilihan platform yang akan digunakan. Kita dapat menentukan audiens melalui beberapa pertimbangan seperti usia, jenis kelamin, letak geografis, minat dan lainnya. (2) Perhatikan bahasa, agar konten dapat tersampaikan kepada audiens dengan efektif, maka harus menggunakan bahasa yang sesuai dengan usia target audiens. (3) Ketahui tren, selayaknya pergerakan konten pasti memiliki pembaharuan dan selalu

up to date dengan sesuatu yang sedang trending. Kita bisa membuat konten kekinian seperti mini vlog *one day in my life*, atau mini dance sambil mempromosikan suatu brand.

(4) Pemilihan platform media sosial yang digunakan, hal ini merupakan hal yang tidak kalah penting. Jangan sampai konten yang dibuat menjadi sia-sia karena tidak mengunggahnya pada platform yang biasanya digunakan audiens. Jika target audien adalah anak muda maka sebaiknya mengunggah konten di platform-platform yang banyak disukai dan digunakan oleh anak muda, begitu juga sebaliknya.

5. Perilaku Keagamaan

Perilaku adalah seperangkat perbuatan atau tindakan seseorang dalam melakukan respon terhadap sesuatu dan kemudian dijaikan kebiasaan karena adanya nilai yang diyakini. Perilaku atau aktivitas yang ada pada individu tidak timbu dengan sendirinya, namun sebagai akibat dari adanya stimulus yang mengenainya, yakni dorongan untuk melakukan suatu tindakan dalam rangka memenuhi kebutuhan dan mencapai tujuan. Keagamaan erat kaitannya dengan keimanan, keyakinan, kepercayaan, ikatan, Tuhan, kitab suci, dan segala bentuk ketaqwaan, norma serta ajaran-ajaran yang terdapat di dalamnya. Pada hakikatnya keagamaan secara luas membahas mengenai hubungan

manusia dengan Tuhan, hubungan manusia dengan sesamanya, hubungan manusia dengan makhluk ciptaan-Nya, serta hubungan manusia dengan alam semesta. Hal ini menunjukkan bahwa agama yang mengandung sekumpulan kepercayaan serta ajaran-ajaran akan mengarahkan manusia berperilaku baik kepada Tuhan dan makhluk-Nya.

Menurut Jalaludin, perilaku keagamaan adalah suatu tingkah laku manusia dalam hubungannya dengan pengaruh keyakinan terhadap agama yang dianutnya. Keyakinan dalam beragama dianur seseorang akan mendorong orang tersebut berperilaku sesuai dengan ajaran agama. Mursal dan H.M. Taher berpendapat bahwa perilaku keagamaan adalah tingkah laku yang didasarkan atas kesadaran tentang adanya Tuhan Yang Maha Esa, seperti aktivitas keagamaan seperti shalat, zakat, puasa dan sebagainya. Perilaku keagamaan bukan hanya terjadi ketika seseorang melakukan perilaku ritual saja, namun juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural, bukan hanya berkaitan dengan aktivitas yang tampak dan dapat dilihat mata, namun juga aktivitas yang tidak tampak terjadi dalam seseorang.⁶⁷

⁶⁷ Mursal dan H.M. Taher, *Kamus Ilmu Jiwa dan Pendidikan* (Bandung: Al-Ma'arif, 1980), hal. 121.

Perilaku keagamaan merupakan integrasi kompleks pengetahuan agama, perasaan agama (penghayatan) serta tindak keagamaan (pengamalan) dalam diri seseorang. Perilaku keagamaan dalam Islam, dapat diartikan sebagai proses pelaksanaan aktivitas individu atau kelompok berdasarkan ajaran Islam secara menyeluruh, misalnya salat, puasa, zakat, sedekah, membaca al-Qur'an dan akhlaq yang semata-mata mengharapkan ridho Allah. Perilaku beragama merupakan suatu keadaan yang ada dalam diri manusia dan mendorong orang tersebut untuk bertingkah laku yang berkaitan dengan agama. Perilaku beragama merupakan perolehan bukan pembawaan. Terbentuknya melalui pengalaman langsung yang terjadi dalam hubungannya dengan unsur-unsur lingkungan material dan sosial. Walaupun sikap terbentuknya melalui pengaruh lingkungan, namun faktor individu ikut juga menentukan.⁶⁸

Bentuk keagamaan tidak hanya terjadi ketika seseorang melakukan ibadah, namun bisa juga ketika melakukan aktivitas lain yang didorong oleh kekuatan supranatural, selain itu bukan yang berkaitan dengan aktivitas yang tampak oleh mata, namun juga aktivitas tidak tampak atau

⁶⁸ Rohmalina Wahab, *Psikologi Agama* (Jakarta: Raja Grafindo, 2015), hal. 161.

yang terjadi dalam diri seseorang, misalnya dzikir, doa dan lain sebagainya.⁶⁹ Pada dasarnya dalam kehidupan sehari-hari manusia melakukan berbagai aktivitas yang dilakukannya berdasarkan hubungan dengan diri sendiri maupun berkaitan dengan orang lain. Namun yang mlatarbelakangi dari perilaku atau tindakan tersebut berbeda antara satu orang dengan orang lain.

Kaelany membagi perilaku keagamaan menjadi lima macam, diantaranya adalah sebagai berikut:⁷⁰

- a. Perilaku terhadap Allah dan Rasul-Nya. Hal ini meliputi penegasan atau tidak menyekutukan Allah, taqwa, tawakal, syukur, taubat.
- b. Perilaku terhadap diri sendiri, yakni memperlakukan diri sendiri dengan hal-hal yang baik, sehingga muncullah perbuatan yang tidak akan mencelakakan diri dalam keburukan. perbuatan tersebut adalah berupa perilaku jujur, disiplin, pemaaf dan hidup sederhana.
- c. Perilaku terhadap keluarga, yakni kewajiban setiap individu muslim untuk menghormati dan berbakti

⁶⁹ Djameluddin Ancok dan Fuad Nashori Suroso, *Psikologi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995), hal. 75.

⁷⁰ Kaelany, *Islam dan Aspek-Aspek Kemasyarakatan* (Jakarta: Aksara, 2000), hal. 59.

keepada orang tua, berbuat kebaikan kepada saudara dan keluarga.

- d. Perilaku terhadap tetangga, yakni berakhlak dan peduli terhadap tetangga dan menghormati haknya. Hal tersebut meliputi menjaga rahasia tetangga, tidak membuat kerusuhan atau kegaduhan, saling tolong menolong dalam kondisi sulit.
- e. Perilaku terhadap masyarakat, hal ini meliputi perasaan irang lain, saling menyapa satu sama lain dengan salam, memiliki kepribadian yang berusaha untuk berucap terimakasih jika diberi oleh seseorang, memenuhi janji dan tidak menghina orang lain.

Perilaku menurut Jamaluddin Kafi dikelompokkan menjadi dua macam, yaitu perilaku jasmaniah dan perilaku rohaniah.⁷¹ Puspito dalam “Sosiologi Agama” membagi tentang perilaku menjadi dua macam, yaitu:⁷²

- b. Pola kelakuan lahir, yakni cara bertindak yang ditiru oleh orang banyak secara berulang-ulang
- c. Pola kelakuan batin, yakni cara berfikir, berkemauan dan merasa yang diikuti oleh banyak orang berulang-ulang.

⁷¹ Jamaluddin Kafi, *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Departemen Agama, 1993), hal. 49.

⁷² Hendro Puspito, *Sosiologi Agama* (Yogyakarta: Kanisius, 1984), hal. 111.

Perilaku seseorang dapat dilihat dari dalam dirinya (rohaniah), kemudian akan direalisasikan dalam bentuk tindakan (jasmaniah). Bentuk-bentuk perilaku keagamaan dapat meliputi beberapa perbuatan, diantaranya adalah:

- a. Salat
- b. Puasa

Pembentukan perilaku manusia tidak terjadi dengan sendirinya tanpa adanya interaksi antar sesama manusia. Secara garis besar perilaku keagamaan dipengaruhi oleh dua faktor, yakni faktor internal dan eksternal. Faktor internal dapat berupa pengalaman pribadi, pengaruh emosi, dan juga minat. Sedangkan faktor eksternal dapat berupa interaksi dengan orang lain baik di dunia nyata maupun maya dan pengaruh-pengaruh sosial masyarakat.

BAB III

METODE PENELITIAN

B. Jenis dan Metode Penelitian

Jenis penelitian yang dilakukan oleh peneliti adalah penelitian lapangan (*field research*), dengan metode campuran (*mixed method*). *Mixed method* merupakan metode penelitian yang digunakan apabila peneliti akan menemukan data berupa proses dan outcome; serta menyangkut kombinasi antara metode kualitatif dan kuantitatif. Creswell dan Clark mendefinisikan *mixed method* sebagai metode yang menggabungkan antara metode kualitatif dan metode kuantitatif, sehingga dapat meningkatkan pemahaman peneliti terhadap permasalahan yang ada.⁷³ Dalam penelitian ini metode kualitatif digunakan untuk mengetahui upaya pencarian konten keagamaan generasi Z dan implikasi literasi informasi pada generasi Z dalam mempelajari konten keagamaan di UIN Walisongo. Metode kuantitatif digunakan untuk mengetahui literasi informasi generasi Z UIN Walisongo.

⁷³ J. W. Creswell, *Research Design: Qualitative, Quantitative, and Mixed Methods Approaches*, ed. Sean Connelly, 3rd ed. (California, London, New Delhi, Singapore: Sage Publications, Inc., 2009).

Jenis *mixed method* yang digunakan adalah *concurrent triangulation strategy*. Dalam penelitian ini, peneliti mengumpulkan data kualitatif, dan data kuantitatif secara bersama, kemudian membandingkan kedua data tersebut untuk menentukan beberapa perbedaan, atau mengkombinasikan keduanya. Peneliti menggunakan *concurrent triangulation strategy* untuk mendapatkan data kuantitatif, dan data kualitatif terkait keterampilan berpikir kritis siswa. Pemanfaatan kedua jenis data tersebut merupakan sarana untuk mengimbangi kelemahan yang ada pada data kuantitatif dengan kelebihan yang ada pada data kualitatif, atau sebaliknya. Oleh karena itu, penggunaan *mixed method* dengan jenis *concurrent triangulation strategy* bertujuan untuk menemukan data terkait kemampuan literasi informasi generasi Z UIN Walisongo secara mendalam; berupa data berbentuk kualitatif dan data kuantitatif.

C. Lokasi Penelitian

Penelitian ini berlokasi di UIN Walisongo Semarang, yang terletak di Jalan Prof. Hamka, Kecamatan Ngaliyan, Kota Semarang 50185, Jawa Tengah, Indonesia. Penelitian dilakukan selama 30 November – 10 Desember 2022. Peneliti memilih tempat ini karena merupakan salah satu

Universitas Islam terbesar di Semarang, selain itu juga banyak generasi Z sebagai mahasiswa yang sebagian besar informasi yang didapatkannya berasal dari media digital dan juga internet.

B. Fokus Penelitian

Fokus penelitian dalam penelitian ini bersifat menyeluruh. Dimana semua variabel harus diamati, karena penelitian ini berasumsi bahwa gejala tersebut tidak dapat diklasifikasikan, akan tetapi merupakan satu kesatuan yang tidak dapat dipisahkan.⁷⁴ Variabel yang akan menjadi fokus kajian dalam penelitian ini adalah literasi informasi generasi Z, upaya pencarian konten digital keagamaan generasi Z, implikasi literasi informasi pada generasi Z dalam mempelajari nilai-nilai keagamaan. 3 variabel tersebut terangkum pada tabel di bawah ini;

Tabel 1.1

Variabel	Indikator
Literasi informasi Digital	Kemampuan memperoleh informasi dan literasi data, etika dalam teknologi, Kemampuan berfikir kritis,

⁷⁴ Sudibyo Supardi Surahman, Mochamad Rahmat, *Metodologi Penelitian*, Cetakan I (Jakarta Selatan: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2016), hal. 62.

	Kemampuan berkomunikasi di media digital
Upaya Pencarian Konten-Konten Keagamaan	Media sosial yang sering diakses, Waktu yang dihabiskan di dunia maya, Konten keagamaan yang sering dilihat/akses
Implikasi Literasi informasi digital terhadap perilaku keagamaan	Perilaku ibadah sehari-hari, dan perilaku sosial.

C. Sumber Data

Dalam penelitian ini terdapat dua sumber data, yaitu sumber data primer dan sumber data sekunder. Adapun isi dari data tersebut adalah sebagai berikut:

a. Sumber data primer

Sumber primer dalam penelitian ini adalah generasi Z UIN Walisongo Semarang yang berjumlah 31 mahasiswa. Mereka tersebar di beberapa fakultas diantaranya: Fakultas Ilmu Tarbiyah dan Keguruan, Fakultas Ushuludin dan Humaniora, Fakultas Syariah dan Hukum, Fakultas Dakwah dan Komunikasi, Fakultas Sains dan Teknologi, Fakultas Ekonomi dan Bisnis Islam, Fakultas Psikologi dan Kesehatan.

Selain itu, sumber data primer dalam penelitian ini juga meliputi aktivitas generasi Z dalam kehidupan sehari-hari mereka.

b. Sumber data sekunder

Sumber data sekunder dalam penelitian ini yaitu dokumen/data chanel, media sosial, serta konten keagamaan yang diikuti oleh responden.

D. Metode Pengumpulan Data

1. Kuisisioner

Angket atau kuisisioner merupakan metode pengumpulan data yang instrumennya disebut sesuai dengan nama metodenya. Bentuk lembaran angket dapat berupa sejumlah pertanyaan atau pernyataan tertulis.⁷⁵ Tujuan dari angket atau kuisisioner sendiri adalah untuk memperoleh informasi dari responden tentang apa yang ia alami dan diketahuinya. Dalam penelitian ini peneliti akan menggunakan angket check list, yaitu daftar isian yang bersifat tertutup, responden tinggal membubuhkan pada kolom jawaban yang tersedia. Peneliti akan menggunakan Skala Thurstone yang disusun agar responden dapat memilih pernyataan yang ia setuju dari beberapa pernyataan yang menyajikan pandangan yang berbeda-beda. Responden dalam penelitian ini ditetapkan berdasarkan *random sampling*, yakni jenis pengambilan

⁷⁵ Sandu Siyoto dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Sleman: Literasi informasi pUblishing, 2015), hal. 64.

sampel probabilitas setiap orang seluruh populasi target yang memiliki kesempatan sama untuk dipilih, namun pemilihan sampel ini dilakukan secara acak dan tidak berurutan. Pemilihan secara acak dimaksudkan sebagai representasi yang terbilang tidak bias dari total populasi.

Penyebaran instrumen angket dilaksanakan pada tanggal 8 Desember 2022. Penyebaran instrumen memanfaatkan Google Formulir sebagai media pengambilan data. Instrumen angket disebarkan kepada mahasiswa S1 UIN Walisongo Semarang yang terdiri dari 31 mahasiswa yang tersebar di fakultas, FITK, FPK, SAINTEK, FDK, FSH, FEBI, FUHUM.

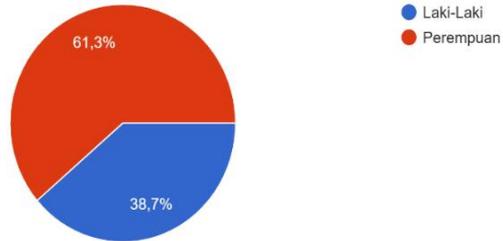
Dari data yang diperoleh selama proses penelitian, menunjukkan adanya keragaman Responden. Keragaman ini berupa asal daerah, latar belakang sosial ekonomi keluarga. Hal ini berpengaruh terhadap tingkat literasi informasi digital, karena informan berada dalam lingkungan yang heterogen.

a. Jenis Kelamin

Informan terdiri dari beberapa mahasiswa dan mahasiswi S1 UIN Walisongo Semarang dari berbagai fakultas. Hal ini ditunjukkan dalam tabel berikut:

Gambar 3.1

Jenis Kelamin
31 jawaban

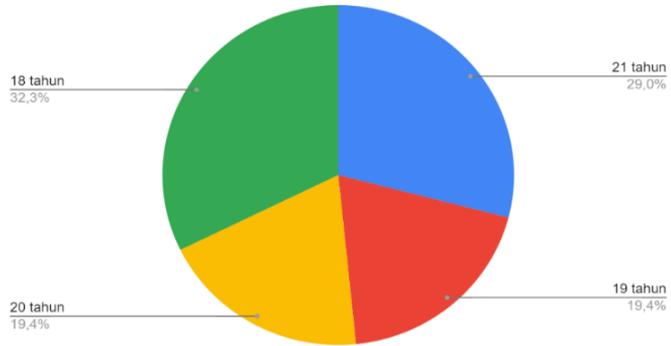


b. Usia Responden

Informan dalam penelitian ini terdiri dari berbagai semester dan fakultas yang berbeda, sehingga sangat berkemungkinan usia mereka pun berbeda. Informan dalam penelitian ini adalah mahasiswa UIN Walisongo Semarang yang berusia 18 tahun – 21 tahun. Berikut adalah diagram usia para informan:

Gambar 3.3

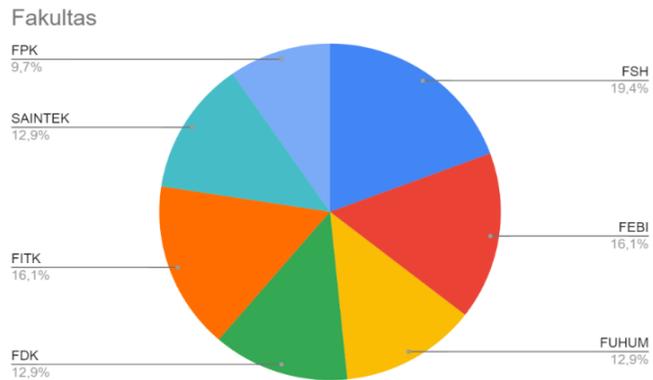
Usia



c. Fakultas Responden

Informan dalam penelitian ini terdiri dari beberapa mahasiswa yang berasal dari beberapa fakultas di UIN Walisongo Semarang. Hal ini ditunjukkan dalam tabel berikut:

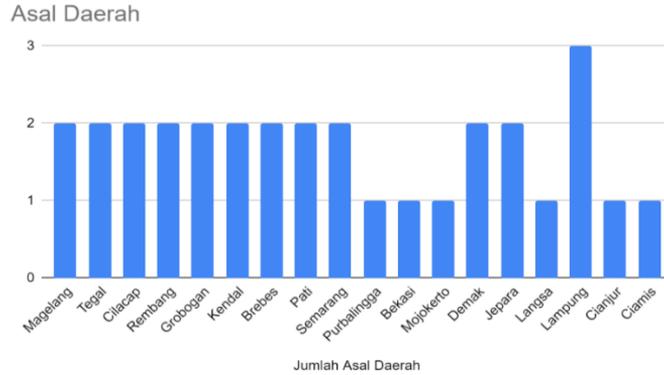
Gambar 3.4



d. Daerah Asal Responden

Selain dari beberapa fakultas, para informan juga merupakan mahasiswa-mahasiswa yang berasal dari berbagai daerah yang berbeda, bahkan berbeda pulau, meskipun Jawa lebih dominan. Berikut adalah tabel daftar daerah para informan:

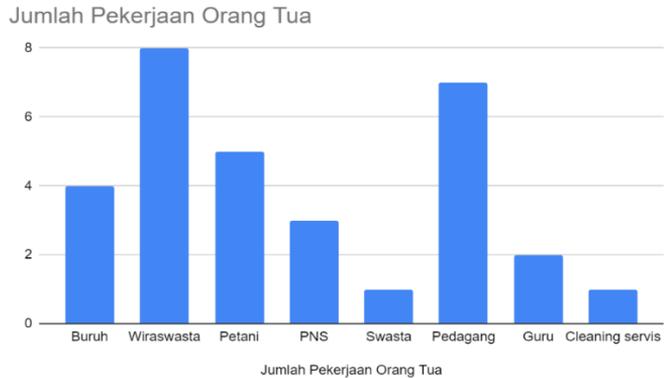
Gambar 3.5



e. Pekerjaan Orang Tua

Latar belakang ekonomi informan yang ditunjukkan oleh pekerjaan orang tua masing-masing juga beragam, seperti yang ditunjukkan dalam tabel berikut:

Gambar 3.6



Penganalisisan instrumen angket dilakukan dengan bantuan *Spread Sheet*. Teknik analisis data pada angket menggunakan analisis data deskriptif. Azwar mengungkapkan bahwa statistik deskriptif mempunyai tujuan untuk memberikan gambaran sebuah data melalui beberapa kategori, yakni: kategori tinggi, rendah, dan tinggi.⁷⁶ Penentuan kategori ini didasarkan pada skor populasi terdistribusi secara normal. Rumus tiga kategorisasi dapat dilihat pada tabel di bawah ini:

Tabel 1.2 Rumus Tiga Kategori

Kategori	Rumus
Tinggi	$X < M - 1SD$
Sedang	$M - 1SD \leq X < M + 1SD$
Rendah	$M + 1SD \leq X$

Sumber: Azwar (2009)

Adapun langkah-langkah dalam menganalisis data hasil angket, yakni:

- a. Mentabulasi data. Indikator butir pernyataan pada angket ditabulasikan berdasarkan masing-masing indikator

⁷⁶ Saifudin Azwar, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009), hal. 55.

- b. Mencari rata-rata dari masing-masing indikator sesuai dengan rumus:⁷⁷

$$X = \frac{X_1 + X_2 + X \dots}{n}$$

Keterangan
X= rata-rata
 $X_1, X_2, X \dots$ = datum ke-1, ke-2,...
n = banyak data

- c. Mencari standar deviasi pada masing-masing indikator, sesuai dengan rumus:⁷⁸

$$SD = \sqrt{\frac{\sum(x_i - \bar{x})^2}{n}}$$

Keterangan
SD = standar deviasi
Xi = data ke i
X = rata – rata
n = jumlah data

- d. Menghitung data berdasarkan rumus kategorisasi, lihat pada tabel 1.2.

⁷⁷ Ibnu Hadjar, *Statistik Untuk Ilmu Pendidikan Dan Humaniora* (Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra, 2018), hal. 51.

⁷⁸ Hadjar, hal. 71.

- e. Mengelompokkan dan menjumlahkan data pada setiap indikator berdasarkan kategorisasinya (tinggi, sedang, rendah)
- f. Mencari presentasi (%) pada setiap indikator berdasarkan kategorisasinya melalui *Spread Sheet Google Formulir*.

2. *Interview* atau wawancara

Interview atau wawancara dilakukan dengan komunikasi langsung dengan mahasiswa UIN Walisongo Semarang. Dalam penelitian ini dilakukan wawancara semi terstruktur yang bersifat terbuka namun mengacu pada instrumen wawancara, peneliti ingin mengetahui informasi secara spesifik yang terkait dengan literasi informasi digital mahasiswa serta upaya pencarian konten para mahasiswa namun tetap fleksibel sehingga informasi penting lainnya tetap bisa muncul dan didapatkan.

Narasumber dalam penelitian ini adalah mahasiswa dari beberapa fakultas di UIN Walisongo Semarang, yakni mahasiswa FITK, mahasiswa SAINTEK, Mahasiswa FSH, Mahasiswa FEBI, mahasiswa FDK, mahasiswa FUHUM, mahasiswa FPK.

3. Observasi

Observasi dalam penelitian ini peneliti mengamati

secara langsung kegiatan generasi Z di dunia nyata dan dunia maya. Dalam penelitian ini observasi dilakukan dengan cara mengamati kegiatan-kegiatan mengoperasikan perangkat digital dan kegiatan-kegiatan mengakses internet serta media sosial dalam mencari dan menemukan informasi oleh para mahasiswa UIN Walisongo Semarang

4. Dokumentasi

Dokumentasi dalam penelitian ini, peneliti mendokumentasikan sumber informasi keagamaan yang berupa konten digital yang banyak dilihat oleh generasi Z.

E. Metode Analisis Data

Analisis data dalam penelitian kualitatif dilakukan bersamaan dengan proses pengumpulan data hingga diperoleh suatu kesimpulan, sehingga analisis data tersebut dapat mencapai tujuan penelitian yang diinginkan.⁷⁹ Analisis data dalam penelitian ini menggunakan kata-kata yang disusun ke dalam teks yang diperluas, dan tidak menggunakan perhitungan angka-angka.

⁷⁹ Suyitno, *Metode Penelitian Kualitatif* (Tulungagung: Akademia Pustaka, 2018), hal. 121.

Proses analisis data yang peneliti gunakan adalah teori Miles dan Huberman. Dalam teori tersebut terdapat tiga tahapan dalam menganalisis data, tiga tersebut adalah sebagai berikut:⁸⁰

a) *Data Reduction* (Reduksi Data)

Tahap ini peneliti akan melakukan penyeleksian data dengan memilih data-data yang penting dan terkait dengan penelitian dan mereduksi data yang tidak terkait.

b) *Data Display* (Penyajian Data)

Tahap ini merupakan tahap menyajikan data dengan menarasikan teks, sehingga data yang diperoleh dideskripsikan melalui penjabaran kata-kata.

c) *Conclusion Drawing / Verification*

Tahap ini merupakan tahap akhir yakni kesimpulan yang akan menjawab dari rumusan masalah yang ada. dalam penelitian ini, kesimpulan menjawab tiga rumusan masalah, yakni; kemampuan literasi digital generasi Z UIN Walisongo, upaya pencarian konten generasi Z UIN Walisongo, dan implikasi literasi digital generasi Z UIN Walisongo dalam mempelajari nilai-nilai keagamaan.

⁸⁰ Nicholas Walliman, *Research Methods: the basics* (London and New York: Routledge Taylor & Francis Group, 2011), hal. 131–32.

F. Uji Keabsahan Data

Dalam penelitian kualitatif untuk memperoleh kepercayaan data (*trustworthiness*) diperlukan teknik pemeriksaan keabsahan data yang didasarkan atas sejumlah kriteria tertentu.⁸¹ Menurut Licoln dan Guna (dalam Suyitno, Metode Penelitian Kualitatif) memberikan beberapa kriteria keabsahan data penelitian kualitatif, antara lain sebagai berikut:⁸²

- a. Standar kredibilitas, dapat dilihat dari apakah hasil penelitian memiliki kepercayaan yang tinggi sesuai dengan fakta yang ada di lapangan atau ukuran kebenaran data yang menggambarkan konsep peneliti dengan hasil penelitian. Untuk meningkatkan kredibilitas data, peneliti akan menggunakan teknik triangulasi, triangulasi yang digunakan adalah sebagai berikut:
 - 1) Triangulasi sumber, teknik yang dilakukan untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data yang telah diperoleh melalui beberapa sumber dan memperbanyak subjek sumber data untuk setiap fokus penelitian tertentu. Data yang diperoleh kemudian dianalisis oleh peneliti sehingga menghasilkan suatu kesimpulan

⁸¹ Asmuni, "Problematika Pembelajaran Daring di Masa Pandemi Covid-19 dan Solusi Pemecahannya," *Jurnal Paedagogy: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pendidikan*, 7.4 (2020), 281–88 (hal. 100).

⁸² Suyitno, hal. 119–20.

- 2) Triangulasi teknik, dilakukan untuk menguji kredibilitas data dengan cara mengecek data pada sumber yang sama dengan teknik yang berbeda. Peneliti menggunakan teknik angket, wawancara dan dokumentasi.
 - 3) Triangulasi waktu, dilakukan untuk meng-crosscheck dengan data yang diperoleh di waktu yang lain. Dalam penelitian ini, data yang diperoleh pada pagi, siang, sore, ataupun malam hari akan dibandingkan guna melihat konsistensi dan keakuratan data dari narasumber.⁸³
- b. Standar transferabilitas, merupakan standar yang dinilai oleh pembaca laporan. Suatu hasil penelitian dianggap memiliki transferabilitas yang tinggi apabila pembaca laporan memiliki pemahaman yang jelas tentang fokus dan isi penelitian. Dalam penelitian ini peneliti akan menulis laporan dengan jelas dan sistematis, serta menyajikan data secara mendalam dan dapat dipercaya.
 - c. Standar konfirmabilitas, lebih terfokus pada pemeriksaan dan pengecekan kualitas hasil penelitian, apakah benar hasil penelitian didapatkan dari lapangan. Audit konfirmabilitas umumnya bersamaan dengan audit

⁸³ Asep Kurniawan, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018), hal. 234.

dependabilitas. Dalam penelitian ini, pembimbing akan melakukan audit aktivitas peneliti yang meliputi penentuan masalah, pelaksanaan penelitian di lapangan, penentuan sumber penelitian, penganalisisan data, pengujian keabsahan data, serta penarikan kesimpulan.

G. Temuan Data

A. Pola Konsumsi Media Sosial dan Internet

Pola konsumsi media sosial dan internet yang dimaksud dalam penelitian ini adalah hal yang berkaitan dengan berapa banyak waktu yang dihabiskan dalam berselancar di dunia maya, dan sosial media apa saja yang banyak atau sering digunakan akses oleh para informan.

a. Waktu yang dihabiskan di dunia maya

Jumlah waktu yang dihabiskan dalam mengakses sosial media dan internet oleh para informan berbeda-beda, mereka bisa menghabiskan hampir 8 jam untuk mengakses internet terlebih sosial media. Beberapa dari informan menghabiskan lebih sedikit waktu untuk mengakses internet dikarenakan berada di pondok pesantren sehingga penggunaan handphone untuk mengakses internet dibatasi oleh aturan pondok pesantren.

Melalui salah satu informan, penulis melakukan wawancara melalui WhatsApp dan didapatkan informasi bahwa penggunaan internet perhari rata-rata adalah 6 jam.⁸⁴

Gambar 3.7



Tidak hanya itu, melalui link google form yang penulis sebarakan kepada para mahasiswa, didapatkan data rata-rata dari mereka berselancar di dunia maya tidak lebih dari 8 jam per hari-nya. Sebagian besar informan mengakses internet dalam sehari bisa kisaran 8 jam. Untuk waktunya sendiri tidak menentu, mereka bisa akses kapanpun dan dimanapun saat mereka sedang

⁸⁴ Wawancara dengan salah satu informan melalui WhatsApp, 14 Desember 2022.

tidak berkegiatan di dunia nyata. Hal tersebut ditunjukkan dalam tabel berikut:

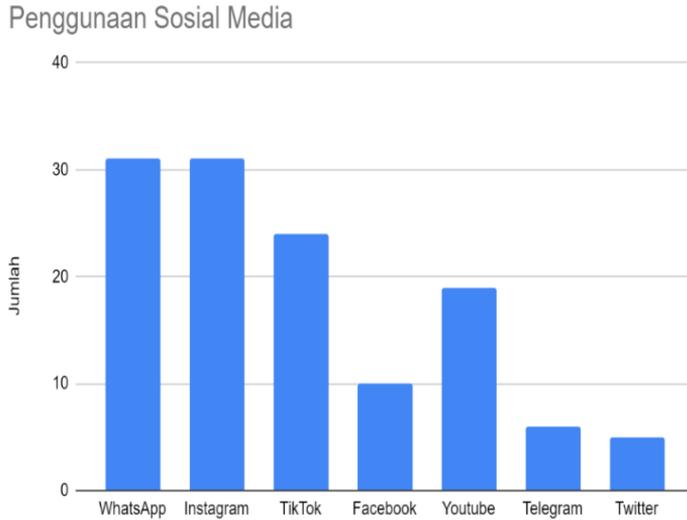
Gambar 3.8



b. Aplikasi Sosial Media yang Banyak Digunakan

Mahasiswa UIN Walisongo menggunakan aplikasi sosial media setiap hari dengan berbagai macam aplikasi yang digunakan. WhatsApp dan Instagram adalah aplikasi yang diakses oleh semua informan, sedangkan TikTok dan Youtube ssebagian banyak dari informan yang menggunakannya untuk akses, dan sebagian lagi ada yang menggunakan Facebook, Telegram, dan Twitter. Berikut adalah tabel penggunaan sosial media mahasiswa:

Gambar 3.9



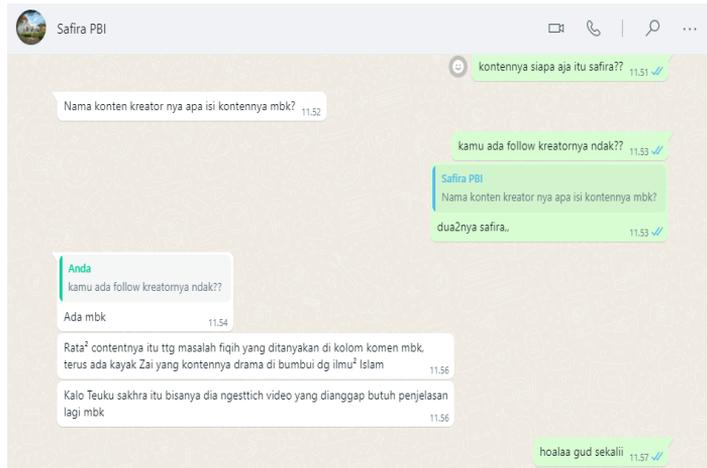
B. Pola Pencarian Konten-Konten Keagamaan

Pola pencarian konten-konten keagamaan yang dimaksud dalam penelitian ini adalah hal yang berkaitan dengan jenis konten seperti apa yang sering dilihat dan media sosial apa yang digunakan untuk melakukan pencarian terkait konten keagamaan.

Berdasarkan informasi yang peneliti dapatkan dari para informan. Terkait informasi/konten yang berisi tentang keagamaan mereka dapatkan melalui konten video yang sengaja mereka cari atau konten yang lewat di beranda

sosial media mereka, mereka menyebutnya dengan ‘konten FYP’.

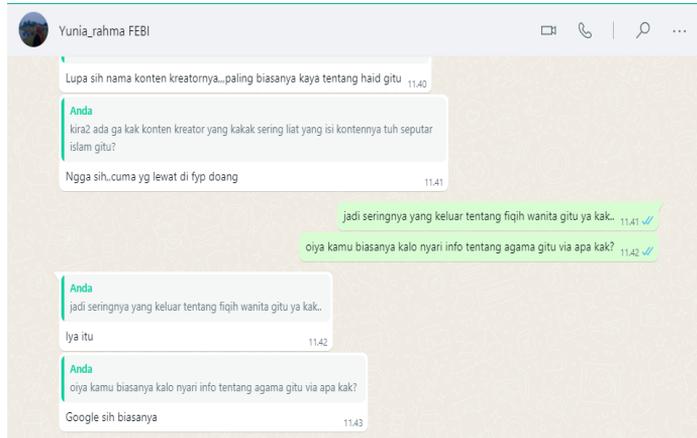
Gambar 3.10



Gambar 3.11



Gambar 3.12



BAB IV

HASIL PENELITIAN DAN PEMBAHASAN

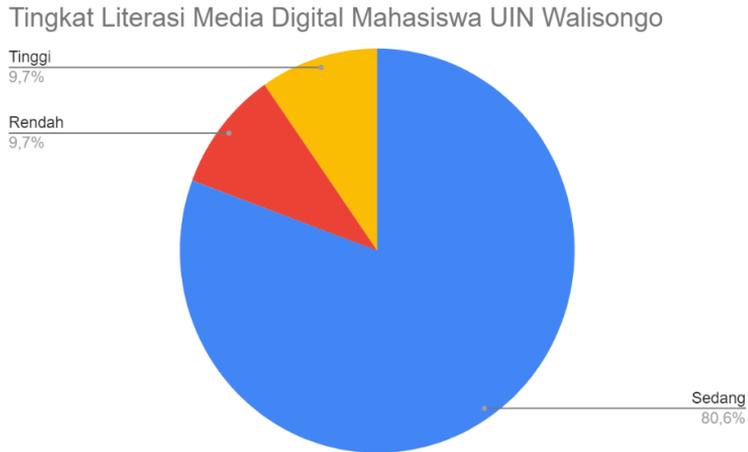
Pada bagian ini dipaparkan tiga hasil penelitian yang mencakup: literasi informasi generasi Z UIN Walisongo Semarang, upaya pencarian konten generasi Z UIN Walisongo Semarang, dan Implikasi Literasi informasi Generasi Z dalam mempelajari konten-konten keagamaan.

A. Hasil Penelitian

1. Literasi Informasi Digital Generasi Z UIN Walisongo Semarang

Berikut akan dipaparkan hasil penelitian mengenai tingkat literasi informasi digital generasi Z UIN Walisongo Semarang. Melalui hasil angket dari 31 mahasiswa. Berdasarkan hasil angket/kuisisioner yang penulis sebarakan melalui Google Formulir mengenai tingkat literasi informasi digital geneasi z, didapatkan hasil tiga kategori tingkat literasi informasi digital, yakni tinggi, sedang, dan rendah. Mengenai hal tersebut dapat dilihat pada diagram di bawah ini:

Gambar 4.1



Dari gambar di atas dapat diketahui bahwa tingkat literasi informasi digital Generasi Z UIN Walisongo Semarang adalah rendah 9.7%, sedang 80.6%, dan tinggi 9.7%. sehingga dapat kita lihat bahwa rata-rata tingkat literasi informasi digital generasi Z UIN Walisongo Semarang adalah sedang.

Hal tersebut diperkuat dengan hasil wawancara yang didapatkan peneliti secara langsung maupun melalui WhatsApp. Para informan mengatakan mereka mampu dalam menggunakan internet seperti dari mulai dari cara mengaksesnya, hingga menggunakan fitur-fitur yang tersedia di *social networking* nya. Seperti di *Instagram*, mereka mampu menggunakan fitur *upload picture*, *profile*, *instastory*,

boomerang, fitur *instagram live*. Di TikTok, mereka mampu menggunakan fitur *upload video*, *save video*, *edit*, *stich*, dan dibebberapa aplikasi sosial media lainnya, mereka mampu menggunakan fitur-fitur yang disediakan.

Para informan juga merupakan pengguna aktif sosial media. Mereka memiliki frekuensi penggunaan internet dan sosial media yang cukup tinggi, mereka bisa mengakses hampir 8 jam dalam sehari. Para informan antara lain mengakses *WhatsApp*, *Instagram*, *TikTok*, *Youtube*, *Facebook*, *Telegram*, dan *Twitter*. Terkait kemampuan menganalisis dan mengevaluasi isi media secara komprehensif, para informan masih kurang dalam hal ini. Sebagian besar dari mereka cenderung tidak mencari tahu secara mendalam terhadap suatu informasi, dan hanya melihat suatu hal berdasarkan karena viralnya suatu informasi saja.

Berikut kutipan wawancara:⁸⁵

“Nah ini mbk yg aku aja baru sadar kenapa yaa kok aku nerima ilmu mentah tanpa tak telusuri, mungkin kyak aku udh percaya sama yang ngasi content” (informan 1)

“kadang iya se mba tapi kadang yang menurutku bener ga tak saring langsung tak lakuin wkwk, yang penting yakin walaupun ga tau salah engganya”. (informan 2)

“kadang iya kalo bener-bener kepo mba tapi kadang lebih suka denger cerita dari orang si wkwk”. (informan 3)

⁸⁵ Wawancara dengan narasumber 14-16 Oktober 2022.

“jarang ngecek sih kak aku hehe, aku liatnya kalau pas fyp aja tak liat tapi ga tak cari tau”. (informan 4)

“kalau aku nyari info emang bener-bener nyari gitu misal tentang tugas gitu ya mba, aku cari tau di beberapa sumber, jadi tak liat-liat dulu, kalo pas sosmed an biasa sih ya ndak tak cari tau wkwk”. (informan 5)

“kalau untuk aku share ulang pasti aku cek dulu, aku selalu cari tau sih kalo informasi itu sesuai kebutuhan aku mba, tapi kalau aku ga memerlukan informasi itu ya enggak tak cari tau”(informan 6)

“ga pernah liat apa-apa aku mba, ga nyari tau apa-apa, paling game tok aku si tiap hari” (informan 7)

Terjadi begitu banyak pengguna media sosial yang belum sadar akan pentingnya pengecekan terhadap suatu informasi agar terhindar dari penyebaran hoax. Dari hasil wawancara dengan 7 informan dapat diketahui bahwa 2 diantaranya selalu melakukan pengecekan terhadap suatu informasi yang biasa mereka lakukan jika memang membutuhkan suatu informasi tersebut, 3 diantaranya terkadang melakukan pengecekan, dan 2 diantaranya sama sekali tidak melakukan pengecekan.

Kondisi literasi informasi digital dalam angket dilihat dari sudut pandang kemampuan dalam mengakses dan mengoperasikan perangkat dan media digital. Dalam hal ini beberapah hal, yaitu: kemampuan menggunakan perangkat keras/*hardware* seperti komputer, hp, dan lain-lain kemudian dikoneksikan dengan internet, kemampuan menggunakan media secara aktif, dan kemampuan menggunakan internet yang tinggi. Kedua, dilihat dari kemampuan untuk

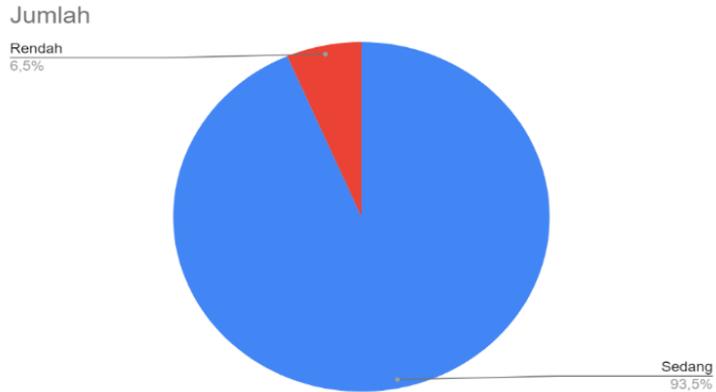
menganalisis, mengevaluasi isi media secara komprehensif dan kemampuan berfikir kritis. Yang termasuk didalamnya adalah kemampuan memahami isi dan fungsi media, memiliki pengetahuan tentang media dan regulasi media, dan perilaku penggunaan media. Ketiga dilihat dari sudut pandang kemampuan untuk bersosialisasi, dan berkomunikasi di sosial media.

Kemampuan literasi informasi digital mahasiswa dapat dilihat dari beberapa indikator diantaranya Kemampuan mencari dan mendapatkan informasi menggunakan perangkat digital, Kemampuan menggunakan media sosial, Kemampuan berfikir kritis, Kemampuan berkomunikasi di media digital.

a. Kemampuan mencari dan mendapatkan informasi menggunakan perangkat digital

Berdasarkan hasil angket, mencari dan mendapatkan informasi menggunakan perangkat digital berada pada kategori sedang. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah ini;

Gambar 4.2

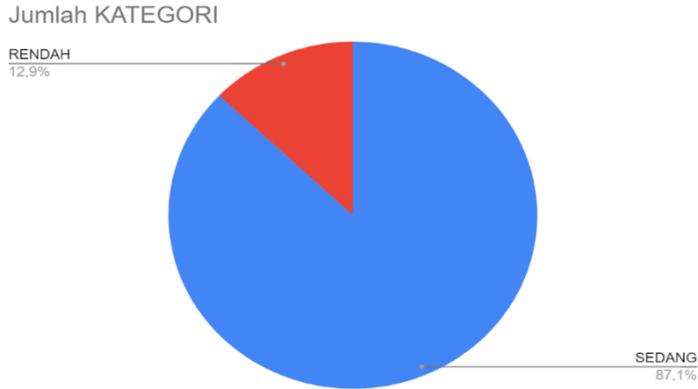


Dari gambar di atas dapat kita lihat bahwa kemampuan generasi Z dalam mengoperasikan perangkat digital guna memperoleh informasi hanya berada pada dua kategori, yaitu sedang dan rendah. Sebanyak 93.5% Generasi Z memiliki kemampuan mengoperasikan perangkat digital berada pada kategori sedang, dan sebanyak 6.5% generasi Z memiliki kemampuan mengoperasikan perangkat digital rendah. Sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar generasi Z UIN Walisongo Semarang memiliki tingkat kemampuan yang sedang dalam mengoperasikan perangkat digital.

b. Kemampuan menggunakan media sosial

Berdasarkan hasil angket, kemampuan menggunakan media sosial berada pada kategori sedang. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar berikut ini;

Gambar 4.3

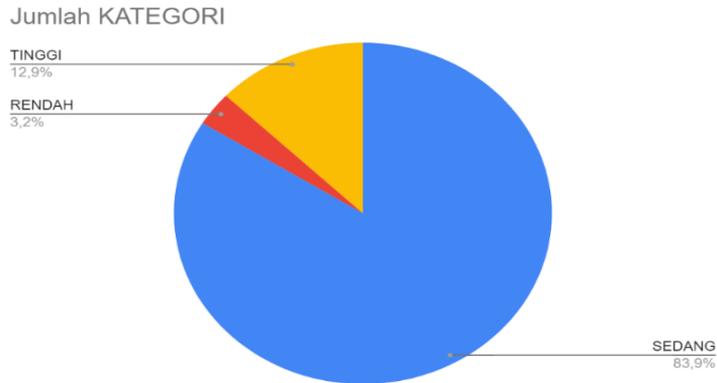


Dari gambar di atas dapat kita lihat bahwa kemampuan generasi Z dalam mengoperasikan perangkat digital hanya berada pada dua kategori, yaitu sedang dan rendah. Sebanyak 87.1% Generasi Z memiliki kemampuan menggunakan media sosial berada pada kategori sedang, dan sebanyak 12.9% generasi Z memiliki kemampuan menggunakan media sosial rendah. Sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar generasi Z UIN Walisongo Semarang memiliki tingkat 'sedang' dalam menggunakan media sosial.

c. Kemampuan berfikir kritis

Berdasarkan hasil angket, kemampuan berfikir kritis berada pada kategori sedang. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar berikut;

Gambar 4.4

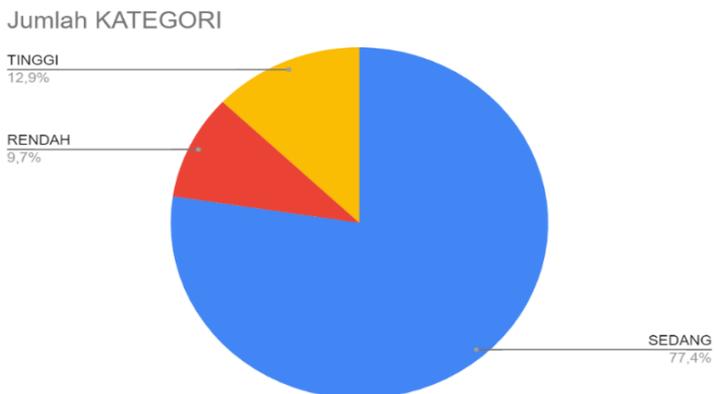


Dari gambar di atas dapat kita lihat bahwa kemampuan generasi Z dalam berfikir kritis terbagi ke dalam tiga kategori, yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Sebanyak 3.2% generasi Z memiliki kemampuan berfikir kritis rendah, sebanyak 83.9% generasi Z memiliki kemampuan berfikir kritis sedang, dan sebanyak 12.9% generasi Z memiliki kategori tinggi dalam berfikir kritis. Sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar generasi Z UIN Walisongo Semarang memiliki tingkat 'sedang' dalam berfikir kritis.

d. Kemampuan berkomunikasi di media digital

Berdasarkan hasil angket, kemampuan berkomunikasi di media digital berada pada kategori sedang. Hal tersebut dapat dilihat pada gambar berikut;

Gambar 4.5



Dari gambar di atas dapat kita lihat bahwa kemampuan generasi Z dalam berkomunikasi di media digital terbagi ke dalam tiga kategori, yaitu rendah, sedang, dan tinggi. Sebanyak 9.7% generasi Z memiliki kemampuan berkomunikasi di media digital rendah, sebanyak 77.4% generasi Z memiliki kemampuan berkomunikasi di media digital sedang, dan sebanyak 12.9% generasi Z memiliki kategori tinggi dalam berkomunikasi di media digital. Sehingga dapat dikatakan bahwa sebagian besar generasi Z UIN Walisongo Semarang memiliki tingkat ‘sedang’ dalam berkomunikasi di media digital.

2. Upaya Pencarian Konten-Konten Keagamaan Generasi Z UIN Walisongo

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi oleh peneliti didapatkan data terkait upaya pencarian konten-konten keagamaan generasi Z UIN Walisongo Semarang. Mereka mencari berbagai informasi terkait keagamaan melalui beberapa media sosial. Selain itu ada pula yang mencari informasi keagamaan melalui situs web di mesin pencarian Google. Berikut hasil kutipan wawancara:⁸⁶

“aku sok lihat di Youtube sih kak, tentang dakwah kalau konten kreatornya habib Jafar yang paling sering liat, kalo nggak ya gus baha sama cak nun, kadang juga liat di IG” (informan 1)

“Wahh banyak mbk, Apalagi di tik tok, aku sering liatnya di tiktok. Jadi aku kan download tik tok baru-baru ini pas di rumah ya mbk terus di fyp tiba-tiba ada content agama terus yang muncul terus sebelum itu aku kyak ngerasa imanku tu kek turun sholat males ngaji kadang-kadang tiba-tiba lihat konten islami gitu jadi dibawa sendiri mbk kyak ningkatin iman dll” (informan 2)

“Google sih biasanya, tiktok youtube pernah juga, tapi kalo tentang agama-agama gitu biasanya aku nyarinya di google” (informan 3)

“Tiktok tapi mba, kalo ig ngga wkwk, jarang buka ig jadi sering liatnya di tiktok itu kontennya habib” (informan 4)

“Tiktok nk lewat fyp mba, aku sok liat ceramahe ustadzah mumpuni kae lucu” (informan 5)

“kadang kan dapet dari tiktok ya mba. kalo tiktok itu ga nentu mba kadang muncul aja di fyp, tapi kalo di ig tuh

⁸⁶ Wawancara dengan informan melalui WhatsApp, 14 Oktober 2022

sering baca akun ig dari cewekhijrah, tapi aku seringnya juga tanya om ku” (informan 6)

“Ditiktok mba...sering e buka itu sih ehhe” (informan 7)

Dari hasil wawancara dapat kita lihat 6 orang diantara para informan menggunakan TikTok sebagai media pencarian konten keagamaan, 2 diantaranya juga menggunakan Instagram sebagai media pencarian konten keagamaan, 2 diantaranya juga menggunakan Youtube sebagai media pencarian konten keagamaan, dan 1 diantaranya menggunakan Google sebagai media pencarian konten keagamaan.

Beberapa media sosial yang banyak dikunjungi oleh sebagian besar generasi Z adalah TikTok, Instagram, dan Youtube.

a. TikTok

Media sosial yang paling banyak digunakan oleh generasi Z UIN Walisongo Semarang dalam melakukan pencarian informasi keagamaan adalah TikTok. Aplikasi TikTok berisi konten-konten dalam bentuk video yang memiliki banyak fitur sehingga menarik generasi Z untuk menggunakannya. Beberapa akun TikTok yang memuat konten keagamaan antara lain; @huseinjafar, @wirdamansurreal, @hudzaa.

Akun TikTok @huseinjafar dimiliki oleh seorang habib yang bernama Husein Jafar. Beliau adalah seorang pendakwah asal Bondowoso. Nama lengkapnya adalah Husein Ja'far Al-Hadar, Dai yang memiliki garis keturunan Nabi Muhammad SAW bermarga Al-Hadar. Akun ini berisi konten-konten yang membahas seputar toleransi antar umat beragama. Salah satu konten yang memuat tentang hal tersebut terlihat pada gambar di bawah ini;

Gambar 4.6



Konten diatas menggambarkan tentang toleransi antar umat beragama. Dimana umat Islam masih dapat bersilaturrehmi secara baik dengan umat agama lain, dan menjunjung tinggi nilai keberagaman serta keberagamaan. Habib Husein Jafar memperkenalkan Islam secara damai, dan tak jarang pula Ia berdialog dengan tokoh-tokoh umat agama lain. Penyampaian dakwanya yang melalui video-video pendek menarik perhatian generasi Z untuk

mengenal Islam secara mendalam. Hal tersebut terlihat dari jumlah video ditonton sebanyak 12.4 Juta kali.

Selanjutnya akun TikTok @wirdamansurreal. Akun TikTok ini dimiliki oleh influencer muda bernama Wirda Mansur. Wirda Mansur merupakan anak sulung dari pendakwah terkenal di tanah air, Yusuf Mansur. Nama lengkapnya Wirda Salamah Ulya, namun lebih dikenal dengan nama Wirda Mansur, mengikuti nama belakang ayahnya. Akun ini berisi konten-konten yang membahas seputar sedekah. Salah satu konten yang memuat tentang hal tersebut terlihat pada gambar di bawah ini;

Gambar 4.7



Konten diatas menggambarkan tentang ajakan bersedekah. Dimana kita dapat bersedekah dimanapun dengan nominal berapapun. Dalam konten tersebut Wirda membagikan makanan di Mekah hasil sedekah dari teman-

teman di Indonesia. Tak jarang pula Ia melakukan sedekah dengan nominal tidak sedikit. Penyampaian dakwahnya yang milenial dengan pembawaan bahasa anak muda sehingga menarik generasi Z untuk mengikuti konten-kontennya. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah ditonton dari gambar di atas, yaitu sebanyak 234 ribu di tonton.

Akun TikTok berikutnya adalah @hudzaa. Akun TikTok tersebut dimiliki oleh seorang pendakwah muda bernama Hudzaifah yang sering dikenal dengan nama Zai. Zai sendiri merupakan kreator yang kreatif, Ia membawakan dakwahnya dalam bentuk drama, sehingga membuat dakwahnya mendapat banyak sorotan dari generasi Z. dalam kontennya Zai seringkali mengangkat tema tentang fiqh atau hal-hal yang berkaitan dengan kegiatan sehari-hari. Dakwahnya sering dibungkus dalam mini drama kehidupan suami istri. Salah satu kontennya tentang sabar dan syukur melalui drama rumah tangga dapat dilihat pada gambar di bawah ini;

Gambar 4.8



Konten diatas menggambarkan tentang sabar dan syukur. Dimana ketika kita senantiasa bersyukur atas segala hal baik dan bersabar atas segala hal buruk, maka akan terasa ringan dalam menjalani hari-hari, tidak terasa terbebani yang berlebihan. Isi konten lainnya milik Zai biasa membahas tentang santri, kehidupan pondok pesantren, motivasi atau membahas tentang aturan agama dalam kehidupan suami istri dan kehidupan sehari. Dakwah

Zai yang dibungkus dalam mini drama menarik untuk ditonton generasi Z karena tidak monoton.

b. YouTube

Media sosial yang digunakan oleh generasi Z UIN Walisongo Semarang dalam melakukan pencarian informasi keagamaan salah satunya adalah YouTube. Aplikasi YouTube berisi konten-konten dalam bentuk video yang dapat memuat video dengan durasi panjang sehingga dapat melihat konten secara full tidak terpotong-potong. Beberapa akun Youtube yang memuat konten keagamaan antara lain; @jedanulis, @OSDokisetianadewi, @NUOnlineID. Akun-akun tersebut berisi konten-konten dakwah yang berdurasi 15 menit – 1 jam.

@jedanulis adalah sebuah akun milik Habib Husan Jafar. Kontennya berisi dakwah tentang toleransi beragama, seputar permasalahan kehidupan sehari-hari, sekaligus kumpulan jawaban dari pertanyaan para pemuda tersesat (panggilan untuk anak-anak muda yang sering menanyakan permasalahan nyeleneh di chanel habib). Salah satu konten QnA di channelnya bisa dilihat pada gambar di bawah ini;

Gambar 4.9



Konten di atas membahas seputar pertanyaan anak muda mengenai kehidupan di syurga dan neraka, dan pertanyaan-pertanyaan nyeleneh lainnya. pertanyaan-pertanyaan yang nyeleneh kemudian dijawab dan dijelaskan oleh habib secara jelas berdasarkan hukum Islam, namun dengan penjelasan yang unik dan lucu sehingga menarik generasi Z untuk menonton konten-konten milik habib. Tak jarang juga habib berkolaborasi dengan influencer muda dan melakukan dialog secara langsung terkait permasalahan-permasalahan yang dialami oleh para pemuda milenial.

Selanjutnya akun YouTube @OSDokisetianadewi. Akun ini dimiliki oleh Oki Setiana Dewi, Ia merupakan seorang aktor dan pendakwah yang cukup di kenal oleh masyarakat Indonesia. Kontennya berisi dakwah tentang permasalahan hidup sehari-hari yang dimiliki oleh para pemuda hingga dewasa. Salah satu kontennya dapat dilihat pada gambar di bawah ini;

Gambar 4.10



EPS 3 | SULIT JODOH , HARUS :
BAGAIMANA?? APA YANG SALAH...

243 rb x ditonton • 9 bulan yang lalu

Konten diatas membahas mengenai permasalahan yang banyak dialami oleh para pemuda-pemudi yaitu perihal jodoh. Dalam kontennya, Ia menjawab mengenai pertanyaan-pertanyaan perihal jodoh, dan memberikan tips-tips seputar jodoh sesuai dengan syariat Islam. Penjelasannya yang penuh dengan analogi sehingga menarik dan mudah dipahami oleh generasi Z. Hal tersebut

dapat dilihat dari jumlah video ditonton, video ditonton hingga 243 ribu kali ditonton.

Selanjutnya adalah akun @NUOnlineID. Akun tersebut adalah akun resmi milik Nahdlatul Ulama yang menyampaikan informasi sosial kemasyarakatan dan kebangsaan serta layanan keagamaan dengan mengedepankan sikap moderat. Chanel tersebut menyediakan beragam konten seperti konten ibadah, dzikir, kajian Islam, shalawat, program “sowan kiai”, dll. Salah satu kontennya mengenai fiqh wanita dapat dilihat pada gambar di bawah ini;

Gambar 4.11



Konten di atas membahas mengenai fiqh wanita, kondisi mengenai wanita yang melakukan keramas pada saat haid, dan hukum keramas serta potong kuku pada saat haid. Konten tersebut dijelaskan oleh salah seorang Ning

dari pondok pesantren di Jawa Timur tepatnya pondok al-Baqoroh. Ning Sheila Hasina merupakan salah satu pendakwah yang sering mengkaji tentang fiqih wanita. Informasi yang beliau sampaikan seringnya berupa jawaban dari pertanyaan-pertanyaan oleh para wanita remaja hingga dewasa. Penjelasannya yang jelas dan mudah dipahami, menarik para anak muda untuk memperhatikan lebih dakwah-dakwah yang disampaikannya. Hal tersebut dapat dilihat dari jumlah ditontonnya konten tersebut, konten tersebut sudah ditonton sejumlah 220 ribu kali ditonton.

c. Instagram

Media sosial yang digunakan oleh generasi Z UIN Walisongo Semarang dalam melakukan pencarian informasi keagamaan salah satunya adalah Instagram. Aplikasi Instagram berisi konten-konten dalam bentuk foto dan video yang dapat memuat video dengan durasi pendek, dengan panjang durasi 15 detik – 2 menit. Beberapa akun Instagram yang memuat konten keagamaan antara lain; @cewehijrah, @husein_hadar. Akun-akun tersebut berisi konten-konten dakwah dan motivasi.

Akun @cewehijrah adalah akun yang berisi motivasi-motivasi untuk senantiasa beribadah. Kontennya berupa slide foto yang berisi tentang motivasi dan ajakan untuk

lebih mendekatkan diri kepada Allah. Salah satu kontennya dapat dilihat dari gambar di bawah ini;

Gambar 4.12



Dalam konten tersebut berisi tentang quote-quote motivasi agar lebih bersemangat lagi dalam menjalankan kehidupan di tahun baru dan lebih baik sangka kepada Allah SWT. Kata-kata tersebut memotivasi para generasi Z untuk menjalani hidup lebih baik dari tahun-tahun sebelumnya.

Akun selanjutnya adalah @husein_hadar, akun ini dimiliki oleh Habib Husein Jafar. Konten-konten beliau

berisi tentang quote-quote dan video dakwah durasi pendek. Salah satu konten terbarunya adalah foto berisi quote, hal tersebut dapat dilihat pada gambar di bawah ini;

Gambar 4.13



Konten diatas menggambarkan tentang bagaimana memadukan antara nilai-nilai agama yang harus diyakini dengan logika berfikir. Hal tersebut menjadikan nilai-nilai ajaran agama mudah diterima di kalangan generasi Z.

3. Implikasi Literasi informasi Keagamaan Terhadap Perilaku Keagamaan Generasi Z UIN Walisongo Semarang

Hasil wawancara dan observasi yang dilakukan oleh penulis dengan beberapa narasumber, maka dapat diperoleh informasi. Ada beberapa implikasi literasi informasi digital

generasi Z UIN Walisongo dalam mempelajari konten-konten keagamaan, antara lain yaitu:

- a. Pemilihan platform dalam mencari konten-konten keagamaan

Dengan bekal literasi informasi digital yang cukup baik, para informan selaku generasi Z bisa menentukan platform dan media sosial mana yang disenangi untuk mengakses konten-konten keagamaan. Berikut kutipan wawancara dengan beberapa informan;

“aku pakenya tiktok mba sekarang, soalnya konten-kontennya lebih bagus menurutku dari pada di IG”.
(informan 1)

“ga ada tiktok aku kak, masih nyaman dengan IG dan YouTube”(informan 2)

Berdasarkan informasi dari para informan mereka mengakses konten-konten melalui platform yang mereka sukai karena banyak fitur yang memudahkan mereka untuk akses dan membuat mereka nyaman menggunakan platform aplikasi tersebut.

- b. Pencarian konten-konten agama lebih mudah

Dengan literasi informasi digital, informan lebih mudah dalam melakukan pencarian dan mendapatkan

konten keagamaan yang ingin dipelajari. berikut kutipan wawancara dengan informan;⁸⁷

“biasanya aku search aja sih di tiktok pasti langsung muncul banyak tinggal mau liat video yang mana, atau kalo nggak tuh emang muncul di fyp ku gitu”. (informan 3)

“YouTube sih mba, aku kan subscribe chanelnya habib, tak nyalain notifnya jadi kalo habib up video baru ya muncul notifnya di aku, kalo buka YouTube juga kan ada rekomendasi video yang kiranya sejenis sama yang sering tak tonton jadi ya tinggal klik aja”(informan 4)

Berdasarkan hasil wawancara tersebut menggambarkan bahwa pencarian konten keagamaan generasi Z lebih mudah melalui media digital. Melalui media sosial yang dilengkapi dengan berbagai fitur sehinggal memudahkan dalam pencarian konten, kemudahan tersebut menjadi daya tarik tersendiri bagi generasi Z untuk mempelajari ajaran Islam yang dikemas secara menarik.

- c. Dapat melakukan tanya jawab secara langsung dengan kreator konten

Dengan kelengkapan fitur di berbagai media sosial, memudahkan generasi Z untuk dapat berinteraksi secara langsung melalui kolom komentar ataupun message dengan para kreator yang mereka gemari. Berikut kutipan wawancara dengan informan;⁸⁸

⁸⁷ Wawancara dengan informan melalui WhatsApp, 14 Oktober 2022

⁸⁸ Wawancara dengan informan melalui WhatsApp, 14 Oktober 2022

“kadang gitu aku juga komen sih mba, ntah nanya atau ngasih reaksi aja, soalnya juga komen-komenannya netijen tuh lucu-lucu, tanyanya aneh-aneh” (informan 1)

“aku sok komen tanya gitu kalo pas di live aja sih, kalo diposting jarang”. (informan 3)

Berdasarkan hasil wawancara didapatkan informasi bahwa generasi Z memiliki motivasi untuk mempelajari nilai-nilai agama secara mendalam. Konten kreator yang menyuguhkan informasi-informasi tersebut yang menjadi salah satu faktor generasi Z tertarik untuk mempelajari ilmu agama. beberapa dari mereka bahkan menunjukkan sikap kritis dengan mengajukan pertanyaan atau memberikan reaksi berupa komentar kepada para kreator.

d. Perilaku sosial generasi Z UIN Walisongo

Mengenai perilaku keagamaan generasi Z, yang terdiri dari perilaku sosial dan perilaku ibadah. Dengan literasi informasi keagamaan yang baik generasi Z dapat berkomunikasi dan bertukar informasi dengan baik dengan sesama teman, keluarga ataupun masyarakat. Berdasarkan hasil observasi penelitian mengenai perilaku keagamaan generasi Z UIN Walisongo, peneliti mengamati di beberapa lokasi yang berbeda mengenai perilaku sosial generasi Z UIN Walisongo. Generasi Z selaku mahasiswa dapat berkomunikasi dan bertukar informasi dengan baik dengan sesama kawannya ketika berada di kampus, generasi Z

juga berperilaku baik dan hormat kepada dosen. Namun bahasa yang mereka gunakan cenderung kurang sopan dan sedikit sompral ketika berbicara dengan sesama teman, hal ini terjadi di beberapa individu, mereka terkadang menggunakan julukan yang aneh dan kasar untuk berkomunikasi dengan sesama teman. Hal tersebut tidak hanya dilakukan di area kampus saja, namun juga di tempat lain seperti kos, dan juga di tempat nongkrong.

Selain itu dari pengamatan yang dilakukan peneliti, generasi Z UIN Walisongo cukup memiliki perilaku sosial yang baik dengan teman dan lingkungan sekitar, mereka tidak segan mengucapkan tolong ketika meminta bantuan, meminta maaf ketika berbuat salah, dan mengucapkan terimakasih ketika mendapatkan bantuan atau hal baik dari orang lain. Generasi Z UIN Walisongo juga memiliki hubungan yang baik dengan keluarga atau orang tua, berdasarkan hasil wawancara, sebagian besar dari mereka adalah anak rantau, mereka berkabar dengan orang tua setiap hari mengenai aktivitasnya sehari-hari menggunakan ponsel.

“aku tiap hari telfonan sama mama bapak mba, kadang video call nyambung jadi tiga gitu, biasanya kalo pas lagi makan malem”

“pasti kalo itu mba, kalo aku ga nelfon ya aku yang ditelfon, ngobrol random aja sih”

“karena aku bukan anak rantau, aku tetep ditelpon suruh pulang kalo mainnya kemaleman mba hehe, kalo ngobrol ya seringnya kalo pas lagi ngumpul depan tv”

Berdasarkan hasil wawancara dan observasi, generasi Z memiliki hubungan sosial yang baik dengan teman, lingkungan dan keluarganya, baik di dunia nyata maupun di dunia maya.

e. Perilaku ibadah generasi Z UIN Walisongo

Dengan literasi informasi keagamaan yang baik generasi Z dapat mengimplementasikan informasi yang diperoleh di kehidupan nyata, salah satunya adalah tindakan ibadah. Dari hasil pengamatan penulis, generasi Z UIN Walisongo memiliki perilaku ibadah yang baik. Literasi informasi keagamaan membantu mereka menjadi lebih melek terhadap pentingnya ibadah, seperti salat dan puasa.

Hasil observasi didapatkan, generasi Z melaksanakan salat di masjid kampus ketika sedang berada di kampus, ketika sedang di kos generasi Z melaksanakan salat jamaah di masjid sekitar kos atau di kos masing-masing. Sebagian dari generasi Z juga menjalankan puasa sunah senin kamis, dan berdzikir dengan menggunakan tasbeih digital. Informasi keagamaan yang mereka lihat di platform media sosial kebanyakan adalah tentang tata cara ibadah sehari-hari, tentang pahala dan dosa, dan juga doa-doa yang bisa

diamalkan setiap hari, serta tips-tips unik menjalankan ibadah.

Hal tersebut membuat generasi Z bisa mengingatkan diri sendiri ketika sedang berada di fase malas beribadah.

“di fyp tiba-tiba ada content agama terus yang muncul terus sebelum itu aku kyak ngerasa imanku tu kek turun sholat males ngaji kadang-kadang tiba-tiba lihat konten islami gitu jadi kebawa sendiri mbk kyak ningkatin iman dll” (informan 2)

Berdasarkan hasil wawancara, generasi Z dapat menyerap nilai-nilai keagamaan dari konten keagamaan di media sosial yang mereka lihat, kemudian mereka menerapkannya dalam kehidupan sehari-hari.

B. Pembahasan

1. Analisis Literasi informasi Digital Generasi Z UIN Walisongo Semarang

Berdasarkan hasil penelitian yang telah dipaparkan, tingkat literasi informasi digital generasi Z UIN Walisongo Semarang berada pada tingkat yang sedang. Kemampuan literasi informasi digital tersebut ditunjukkan dengan kemampuan dalam menggunakan perangkat digital, kemampuan mengakses media sosial, kemampuan berfikir kritis, dan kemampuan berkomunikasi di media digital. Hal tersebut tergambar dari

kehidupan sehari-hari generasi Z, mereka menggunakan *smartphone* setiap harinya dan mampu mengoperasikan *smartphone* miliknya dengan berbagai macam fitur di dalamnya. Generasi Z juga mengakses media sosial setiap hari, mereka merupakan pengguna aktif media sosial, dalam sehari rata-rata generasi mengakses internet dan sosial media sebanyak 8 jam per hari. Selain itu generasi Z mampu memilih dan menentukan media sosial apa yang mereka gunakan yang menurut mereka cukup bagus untuk digunakan. Hanya saja sebagian besar dari generasi Z UIN Walisongo kurang aktif dalam melakukan pengecekan terhadap suatu informasi yang didapatkannya. Mereka cenderung mempercayai berita ataupun informasi yang didapatkannya karena mengikuti informasi yang viral.

Beberapa kemampuan yang dimiliki oleh generasi Z tersebut sesuai dengan pendapat Bawden yang menyatakan bahwa literasi informasi adalah salah satu konsep penggabungan dalam literasi digital yang didalamnya tergabung dengan literasi komputer dan literasi informasi.⁸⁹ Literasi informasi berperan sebagai kemampuan dalam mengakses, menyeleksi, mengevaluasi, dan memproduksi konten media serta mengomunikasikan pesan yang diterima. Literasi komputer sebagai kecakapan dalam menggunakan

⁸⁹ Bawden, hal. 218.

software dan *hardware* untuk komunikasi, publikasi, dan pemecahan masalah. Kemudian literasi informasi kemampuan individu dalam mengidentifikasi, mengevaluasi, menggunakan informasi secara etis, efisien, dan efektif di berbagai perangkat.⁹⁰

James Potter juga menjelaskan bahwa literasi informasi dibangun melalui *personal locus*, struktur pengetahuan, dan *skill*. *Personal locus* adalah tujuan dan kendali kita akan informasi. Ketika kita menyadari akan informasi yang kita butuhkan, maka kesadaran kita akan menuntun untuk melakukan proses pemilihan informasi secara lebih cepat, begitupun sebaliknya. Struktur pengetahuan merupakan seperangkat informasi yang terorganisasikan dalam pikiran kita. Dalam literasi informasi, kita membutuhkan struktur informasi yang kuat akan efek media, isi media, industri media, dunia nyata, dan diri kita sendiri. sementara *skill* adalah alat yang digunakan untuk meningkatkan kemampuan literasi informasi kita.⁹¹

Hal tersebut tergambar dalam generasi Z, generasi Z memiliki *personal locus*, struktur pengetahuan, dan *skill* yang baik. Dari hasil penelitian didapatkan informasi bahwa, generasi Z adalah pengguna aktif sosial media, namun sebagian

⁹⁰ Herlina, hal. 127.

⁹¹ Potter, hal. 58.

kecil generasi Z mencari tahu kebenaran suatu informasi yang mereka butuhkan, generasi Z juga jarang membandingkan berbagai sumber informasi untuk memutuskan apakah informasi tersebut betul adanya atau tidak, dan sebagian besar dari generasi Z cenderung tidak melakukan pengecekan lebih dulu terhadap kebenaran suatu informasi yang diterimanya, akan tetapi generasi Z mampu berinteraksi melalui berbagai perangkat komunikasi teknologi digital, berbagi data/informasi dengan orang lain melalui media sosial. Mereka juga mampu menyesuaikan cara berkomunikasi dengan orang yang mereka tuju karena menyadari keragaman budaya, agama, dan usia teman di media sosial saat berinteraksi dan membagikan suatu informasi.

2. Analisis Upaya Pencarian Konten-Konten Keagamaan Generasi Z UIN Walisongo Semarang

Hasil wawancara dan observasi mengungkapkan bahwa generasi Z UIN Walisongo Semarang melakukan upaya pencarian konten-konten keagamaan melalui beberapa media sosial. Media sosial untuk mengakses konten keagamaan diantaranya adalah TikTok, Instagram, dan Youtube. Sebagian kecil dari generasi Z melakukan pencarian informasi-informasi keagamaan melalui mesin pencarian Google, dan sebagian kecil lagi sama sekali tidak melakukan pencarian konten

keagamaan atau tidak mengakses konten-konten yang memuat informasi keagamaan, melainkan hanya mengakses game saja.

Media sosial adalah media yang banyak digunakan masyarakat untuk berkomunikasi dan membangun relasi dengan sesamanya di dunia maya. Selain alat untuk berelasi sosial atau berkomunikasi, media sosial dapat membentuk opini, sikap dan perilaku masyarakat yang menggunakannya. Kaplan & Haenlen meringkas konsep media sosial sebagai aplikasi internet yang mendukung pembuatan dan pertukaran konten karya si pemakai, yang membutuhkan level pengungkapan diri tertentu dan yang memungkinkan lebel kehadiran sosial tertentu.⁹²

Hal yang diungkapkan oleh Kaplan & Haenlen sesuai dengan keadaan di lapangan, dimana generasi Z UIN Walisongo Semarang aktif menggunakan media sosial setiap harinya sebagai sarana pencarian konten keagamaan. Melalui media sosial generasi Z dapat mendapatkan informasi-informasi keagamaan dan informasi lainnya, generasi Z juga tidak jarang menuangkan opininya terhadap suatu konten di media sosial yang mereka gunakan.

⁹² A. M. Kaplan dan M Haenlein, "Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media," *Business Horizons*, 53.1 (2010), hal. 59.

Berdasarkan hasil wawancara generasi Z biasa menuangkan opininya melalui fitur kolom komentar yang tersedia di media sosial yang mereka gunakan.

3. Analisis Implikasi Literasi informasi Keagamaan Terhadap Perilaku Keagamaan Generasi Z UIN Walisongo.

Hasil observasi dan wawancara yang dilakukan oleh penulis dengan beberapa narasumber, didapatkan informasi bahwa ada tiga implikasi literasi informasi generasi Z UIN Walisongo dalam mempelajari konten-konten keagamaan. Tiga implikasi tersebut antara lain yaitu; pertama, pemilihan platform dalam mencari konten-konten keagamaan. Kedua, pencarian konten-konten agama lebih mudah. Ketiga, dapat melakukan tanya jawab secara langsung dengan kreator konten.

Tiga implikasi literasi informasi digital tersebut memiliki kesesuaian dengan fungsi literasi informasi yang dikemukakan oleh Baran. Baran mengemukakan terkait pemahaman akan etika dan kewajiban moral dari pengguna media, serta pengembangan kemampuan produksi atau kemampuan membuat konten yang tepat dan efektif. Sementara produsen atau kreator juga mengkonstruksikan isi media. Media memengaruhi khalayak dalam level sosial dan individual. Meski demikian, khalayak memiliki kemampuan untuk mengendalikan media. Kemampuan tersebut berkaitan dengan

bagaimana memilih media yang tepat, mengatur penggunaan media, kemampuan untuk memobilisasi media, serta bagaimana menginterpretasikan isi media.⁹³

Dari hasil penelitian, didapatkan informasi bahwa generasi Z lebih mudah dalam memilih platform media sosial yang disenanginya guna mencari informasi-informasi keagamaan. Mereka cenderung menggunakan aplikasi media sosial yang sedang tren yang memiliki banyak fitur menarik di dalamnya. Generasi Z menjadi lebih mudah untuk melakukan pencarian informasi-informasi keagamaan melalui media sosial yang digunakannya, karena media sosial yang mereka gunakan sudah dilengkapi dengan fitur *search* dan fitur rekomendasi tayangan. Selain itu generasi Z dimudahkan untuk dapat berinteraksi dengan kreator yang mereka ikuti kontennya. Mereka dapat berinteraksi secara langsung melalui kolom komentar di *feed*, *direct message*, maupun saat kreator yang mereka ikuti melakukan siaran langsung melalui akun media sosialnya.

Generasi Z memang aktif dalam bersosial media dan bisa mencari konten-konten keagamaan yang digemarinya, namun generasi Z hanya menjadi konsumen dari konten-konten

⁹³ Silverblatt et al, *Media Literacy: Keys to Interpreting Media Messages*, h. 466.

keagamaan yang ada. Sebagian besar generasi Z sangat jarang menciptakan konten keagamaannya sendiri, kebanyakan dari mereka hanya *me-repost* konten yang berupa *quotes* dan video dari kreator yang mereka ikuti di sosial media.

Generasi Z memiliki perilaku keagamaan yang baik. Dari hasil pengamatan peneliti, generasi Z dapat bersosialisasi dengan baik dengan lingkungan baik di dunia nyata maupun dunia maya, generasi Z juga memiliki perilaku ibadah yang baik. Literasi informasi keagamaan yang baik berpengaruh terhadap perilaku keagamaan generasi Z, terlebih perilaku ibadah. Dari konten keagamaan yang mereka lihat di media digital bisa menjadi pengingat dan juga pembelajaran bagi generasi Z untuk lebih mengerti akan kewajibannya sebagai muslim yang taat.

Literasi informasi keagamaan yang baik membuat generasi Z dapat menyaring informasi keagamaan yang baik terutama di media sosial, informasi-informasi keagamaan yang mereka serap tercermin dari perilaku generasi Z sehari-hari. Generasi Z dapat berhubungan sosial dengan baik dengan lingkungannya ketika di kampus, kos, ataupun tempat lain, generasi Z juga menjalankan ibadah salat, puasa, berdzikir, dan cinta damai.

BAB V

KESIMPULAN DAN PENUTUP

A. Kesimpulan dan Saran

Berdasarkan data penelitian dan pembahasan mengenai literasi informasi keagamaan generasi Z UIN Walisongo Semarang. Maka dapat ditarik kesimpulan bahwa rata-rata tingkat literasi informasi digital yang dimiliki generasi Z UIN Walisongo Semarang adalah sedang atau menengah, sebagian besar dari generasi Z menerima informasi begitu saja tanpa melakukan pengecekan kebenaran atas informasi yang dilihat/diterimanya. Upaya generasi Z dalam mencari dan mendapatkan informasi keagamaan adalah melalui pencarian di media sosial dengan aplikasi TikTok, Instagram, YouTube, dan mesin pencarian Google. Selanjutnya, implikasi literasi informasi keagamaan terhadap perilaku keagamaan generasi Z UIN Walisongo dalam mempelajari konten-konten keagamaan yaitu terdapat tiga implikasi, diantaranya pemilihan platform media sosial, kemudahan dalam melakukan pencarian konten keagamaan, dan kemudahan dalam berinteraksi dengan kreator konten. Literasi informasi keagamaan yang baik juga tercermin dari perilaku keagamaan generasi Z, yakni perilaku sosial dan ibadah yang baik juga tekun.

Berdasarkan hasil penelitian tersebut, peneliti memberikan beberapa saran bagi generasi Z untuk dapat meningkatkan literasi informasi yang dibarengi dengan literasi media dan juga literasi

digital agar dapat menentukan dan menghasilkan informasi yang baik dan bermanfaat. Kemudian bagi para pendidik diharapkan dapat menciptakan suasana budaya literasi yang baik bagi mahasiswanya agar mahasiswa lebih semangat membaca dan menyikapi berbagai informasi dengan baik dan bijak. Selanjutnya bagi peneliti, penelitian ini hanya berfokus pada literasi informasi keagamaan generasi Z di media digital. Oleh karena itu, peneliti merekomendasikan untuk melakukan penelitian yang berfokus pada literasi informasi pada generasi berikutnya yakni generasi alpha.

B. Penutup

Segala puji dan syukur penulis haturkan kehadirat Allah swt, atas berkat rahmat dan hidayah penelitian ini dapat diselesaikan sesuai waktu yang telah ditentukan. Laporan disusun dan ditulis sedemikian rupa, dengan harapan dapat dibaca, dicermati dan dijadikan acuan peminat riset di bidang 'literasi informasi di era digital' di lembaga pendidikan, di seluruh tingkatan, dari pendidikan dasar, menengah hingga perguruan tinggi. Senada dengan itu, penulis telah berusaha membaca dan menelaah naskah ini berkali-kali untuk meminimalisir kekeliruan tulisan ataupun ejaan. Namun demikian, ternyata masih ditemukan beberapa kesalahan tulis dan ejaan, untuk koreksi dan saran dari para

pembaca untuk perbaikan laporan penelitian ini sangat diharapkan.
Terima kasih.

DAFTAR PUSTAKA

- Agusta, Aras Satria, "Integratifitas Informasi Keagamaan Melalui Media Virtual: Fanspage Facebook Persyarikatan Muhammadiyah," *Jurnal Iqra' Volume*, 14.2 (2020), 1–31
- Agustina, Lidya, "Viralitas Konten di Media Sosial," *Majalah Semi Ilmiah Populer Komunikasi Massa*, January 2020, 2021
- Ahmad, Nasir, Sajjad Hussain, dan Nargis Munir, "Social Networking and Depression among University Students," *Pakistan Journal of Medical Research*, 57.2 (2018), 77–81
<[https://doi.org/10.1016/S0140-6736\(50\)90875-0](https://doi.org/10.1016/S0140-6736(50)90875-0)>
- AK, Lestari, "Literasi Digital Sebagai Penangkal Infodemi Covid-19 : Sebuah Literature Review," *Jurnal Libria*, 13.1 (2021), 1–16
- Ancok, Djamaluddin, dan Fuad Nashori Suroso, *Psikologi Islam* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 1995)
- Asmuni, "Problematika Pembelajaran Daring di Masa Pandemi Covid-19 dan Solusi Pemecahannya," *Jurnal Paedagogy: Jurnal Penelitian dan Pengembangan Pendidikan*, 7.4 (2020), 281–88
- Azwar, Saifudin, *Metode Penelitian* (Yogyakarta: Pustaka Pelajar, 2009)
- Bawden, David, "Progress in documentation information and digital literacies: a review of concepts," *Journal of Documentation*, 57.2 (2001), 218–59
- Christiani, Lintang Citra, dan Prinisia Nurul Ikasari, "Generasi Z dan Pemeliharaan Relasi Antar Generasi dalam Perspektif Budaya Jawa," *Jurnal Untidar*, 4.2 (2020), 84–105
- Erviana, A E, D Setiawan, dan ..., "Tingkat Literasi Digital Siswa Berdasarkan Ketersediaan Media Pembelajaran di Sekolah," ... *IKIP Budi Utomo*, 2021, 486–91

<<http://ejurnal.budiutomomalang.ac.id/index.php/prosiding/article/view/1535>>

- Erviana, Atika, Deny Setiawan, Amy Tenzer, Susriyati Mahanal, dan Elya Ruslina, "Tingkat Literasi Digital Siswa Berdasarkan Ketersediaan Media Pembelajaran di Sekolah," *Ejurnal Budiutomo Malang*, 2.1 (2021), 486–91
- Faidah, Mustika Nur, "Persepsi Mahasiswa tentang Literasi Digital di Media Sosial," *JIDeR*, 1.2 (2021), 90–99
- Fatoni, Zainal, Augustina Situmorang, Puguh Prasetyoputra, dan Andhika Ajie Baskoro, *Remaja dan Perilaku Berisiko di Era Digital* (Jakarta: YOI, 2020)
- Febriani, Suci Ramadhanti, dan Ayu Desrani, "Pemetaan Tren Belajar Agama Melalui Media Sosial," *Jurnal Perspektif*, 14.2 (2021), 312–26
- Feri Sulianta, *Seri Referensi Praktis: Konten Internet* (Jakarta: Elex Media Komputindo, 2007)
- Ginting, Rahmanita, "Kemampuan Literasi Media pada Era Informasi Digital di Kalangan Mahasiswa Kota Medan," *Talenta Conference Series: Local Wisdom, Social, and Arts (LWSA)*, 2.3 (2019), 97–102 <<https://doi.org/10.32734/lwsa.v3i1.816>>
- Hadjar, Ibnu, *Statistik Untuk Ilmu Pendidikan Dan Humaniora* (Semarang: PT. Pustaka Rizki Putra, 2018)
- Herlina, Dyana, *Literasi Media: Teori dan Fasilitas* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2019)
- Hutchison, David, John C Mitchell, Zhigeng Pan, dan Kevin Wong, "Entertainment for Education: Digital Techniques and Systems," *Springer*, 2010
- Kaelany, *Islam dan Aspek-Aspek Kemasyarakatan* (Jakarta: Aksara, 2000)
- Kafi, Jamaluddin, *Psikologi Dakwah* (Jakarta: Departemen Agama,

1993)

- Kamil, Sitti Utami Rezkiawaty, *Literasi Digital Generasi Milenial* (Kota Kendari: Literacy Institute, 2018)
- Kaplan, A. M., dan M Haenlein, “Users of the world, unite! The challenges and opportunities of Social Media,” *Business Horizons*, 53.1 (2010)
- Kemp, Simon, “Digital 2022: Indonesia,” *Datareportal*, 2022 <<https://datareportal.com/reports/digital-2022-indonesia>>
- Kurniawan, Asep, *Metodologi Penelitian Pendidikan* (Bandung: Remaja Rosdakarya, 2018)
- Lanning, Scott, *Reference and Instructional Services for Information Literacy Skills in School Libraries* (California: Libraries Unlimited, 2014)
- Lestari, Christina Arsi, dan Risqi Inayah Dwijayanti, “Kecakapan Literasi Media di Kalangan Generasi Milenial,” *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 18.1 (2020), 48–62 <<https://doi.org/10.31315/jik.v18i1.2781>>
- Limilia, Putri, dan Nindi Aristi, “Literasi Media dan Digital di Indonesia : Sebuah Tinjauan Sistematis,” *Komunikatif: Jurnal Ilmiah Komunikasi*, 8.2 (2019), 205–22
- Parrot, Justin, “Literacy is More than Books: Muslims should take the lead in promoting public information literacy,” *Isna*, 47.6 (2018)
- Patricia, Aufderheide, *Media Literacy: A Report of The National Leadership Conference on Media Literacy* (USA: The Aspen Institute, 1992)
- Popescu, Maria Magdalena, “Media Literacy Tools in Combating Disinformation and Fake News in Social Media,” *Bulletin of the Transilvania University of Braşov Series VII: Social Sciences-Law*, 13.62 (2020), 103–12 <<https://doi.org/10.31926/but.ssl.2020.13.62.1.11>>

- Potter, James W., *Media Literacy* (California: Sage Publications, 2016)
- Pratikto, Riyodina G., dan Shinta Kristanty, “Literasi Media Digital Generasi Z (Studi Kasus pada Remaja Social Networking Addiction di Jakarta),” *Communication*, 2018, 1–28
- Pujiono, Andrias, “Media Sosial Sebagai Media Pembelajaran Bagi Generasi Z,” *Didache: Journal of Christian Education*, 2.1 (2021), 1 <<https://doi.org/10.46445/djce.v2i1.396>>
- Purwaningtyas, Franindya, “Literasi Informasi dan Literasi Media,” *Jurnal Iqra*, 12.02 (2018), 1–9
- Puspito, Hendro, *Sosiologi Agama* (Yogyakarta: Kanisius, 1984)
- Raharjo, Novianto Puji, Bahru Rozi, Roisul Burhani, dan Moch. Khafidz Fuad Raya, “Indeks Literasi Digital Muslim Milenial di Indonesia,” *Jurnal Komunikasi Islam*, 10.2 (2020), 370–408 <<https://doi.org/10.15642/jki.2020.10.2.370-408>>
- Raharjo, Novianto Puji, dan Bagus Winarko, “Analisis Tingkat Literasi Digital Generasi Milenial Kota Surabaya dalam Menanggulangi Penyebaran Hoaks,” *Jurnal Komunika: Jurnal Komunikasi, Media dan Informatika*, 10.1 (2021), 33–43 <<https://doi.org/10.31504/komunika.v10i1.3795>>
- Rastati, Ranny, “Media Literasi Bagi Digital Natives: Perspektif Generasi Z Di Jakarta,” *Jurnal Kwangsan*, 6.1 (2018), 01 – 10643 <<https://doi.org/10.31800/jurnalkwangsan.v6i1.72>>
- Rianto, Puji, “Literasi Digital Dan Etika Media Sosial Di Era Post-Truth,” *Interaksi: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 8.2 (2019), 24–35 <<https://doi.org/10.14710/interaksi.8.2.24-35>>
- Sarbini, Ahmad, Aep Wahyuddin, Aep Kusnawan, Mahi M. Hikmat, dan Enjang Muhaemin, “Implementasi Konten Agama dan Budaya yang Sehat dan Mendidik Pada Lembaga Penyiaran di Jawa Barat,” *Jurnal UINS Sunan Gunung Jati*, 1.1 (2020), 1–10
- Seemiller, Corey, dan Meghan Grace, *Generation Z Goes to College*,

College Student Affairs Journal (San Francisco: Jossey-Bass, 2016), xxxv <<https://doi.org/10.1353/csaj.2017.0008>>

Septiyantono, Tri, *Literasi Informasi* (Tangerang Selatan: Universitas Terbuka, 2014)

Setianto, Yearry Panji, Husnan Nurjuman, dan Uliviana Restu Handaningtias, “Penyuluhan Literasi Digital Pada Konten Keagamaan Bagi Remaja di Banten,” *Jurnal Untirta*, 1.1 (2021), 42–53

Silverblatt, Art, Andrew Smith, Don Miller, Julie Smith, dan and Nikole Brown, *Media Literacy: Keys to Interpreting Media Messages* (London: Praeger, 2014)

Siyoto, Sandu, dan Ali Sodik, *Dasar Metodologi Penelitian* (Sleman: Literasi Media pUblishing, 2015)

Sumiati, Eti, dan Wijnarko, “Manfaat Literasi Digital Bagi Masyarakat dan Sektor Pendidikan Pada Saat Pandemi Covid-19,” *Buletin Perpustakaan Universitas Islam Indonesia*, 3.2 (2020), 65–80

Surahman, Mochamad Rahmat, Sudiby Supardi, *Metodologi Penelitian*, Cetakan I (Jakarta Selatan: Kementerian Kesehatan Republik Indonesia, 2016)

Suyitno, *Metode Penelitian Kualitatif* (Tulungagung: Akademia Pustaka, 2018)

Taher, Mursal dan H.M., *Kamus Ilmu Jiwa dan Pendidikan* (Banadung: Al-Ma’arif, 1980)

Tapscott, Don, *Grown Up Digital: How the Net Generation Is Changing Your World* (USA: McGraw Hill, 2009)

Tulgan, By Bruce, “Meet Generation Z : The second generation within the giant " Millennial " cohort,” *RainmakerThinking, Inc*, 2013

Wahab, Rohmalina, *Psikologi Agama* (Jakarta: Raja Grafindo, 2015)

Wahyudi, Tian, “Penguatan Literasi Digital Generasi Muda Muslim

Dalam Kerangka Konsep Ulul Albab,” *Al-Mutharahah: Jurnal Penelitian dan Kajian Sosial Keagamaan*, 18.2 (2021), 161–78
<<https://doi.org/10.46781/al-mutharahah.v18i2.368>>

Walliman, Nicholas, *Research Methods: the basics* (London and New York: Routledge Taylor & Francis Group, 2011)

Wenny, Lili Sudria, “Literasi Informasi berdasarkan Surah Al-Alaq,” *Maktabatuna: Jurnal Kajian Kepustakawanan*, 3.1 (2021), 80–95

Williams, Michelle Hale, dan Jocelyn Jones Evans, “Factors in Information Literacy Education,” *Journal of Political Science Education*, 4.May (2008), 116–30
<<https://doi.org/10.1080/15512160701816234>>

Zazin, Nur, dan Muhammad Zaim, “Media Pembelajaran Agama Islam Berbasis Media Sosial Pada Generasi Z,” *Jurnal UIN Antasari*, 1.1 (2019), 534–63

LAMPIRAN 1

INSTRUMEN ANGKET LITERASI INFORMASI DIGITAL GENERASI Z UIN WALISONGO SEMARANG

diadopsi dari kominfo.go.id dan dimodifikasi seperlunya sesuai data penelitian.⁹⁴

Variabel	Indikator	Jumlah Pernyataan
Literasi informasi Digital	Kemampuan mengoperasikan perangkat digital guna mencari informasi	5 item (1, 2, 3, 4, 5)
	Kemampuan menentukan lokasi informasi yang dicari	4 item (6, 7, 8, 9)
	Kemampuan analisa dan berfikir kritis	4 item (10, 11, 12, 13)
	Kemampuan berkomunikasi di media digital	8 item (14, 15, 16, 17, 18, 19, 20, 21)

⁹⁴ Diadopsi dari situs resmi Kominfo, <https://aptika.kominfo.go.id/wp-content/uploads/2020/11/Survei-Literasi-Digital-Indonesia-2020.pdf>

Option 1: Saya sangat tidak mendukung pernyataan tersebut

Option 2: Saya tidak mendukung pernyataan tersebut

Option 3: Saya netral dengan pernyataan tersebut

Option 4: Saya mendukung pernyataan tersebut

Option 5: Saya sangat mendukung pernyataan tersebut

1	2	3	4	5
Unfavorable		Netral	Favorable	
1. Saya mampu mencari dan mendapatkan informasi melalui komputer/hp dengan baik				
1	2	3	4	5
2. Saya mampu mengkoneksikan perangkat saya dengan wifi				
1	2	3	4	5
3. Saya mampu meneginstal aplikasi di perangkat saya				
1	2	3	4	5
4. Saya mampu mengunduh file dari internet (download)				
1	2	3	4	5
5. Saya mampu mengunggah file ke internet (upload)				

1	2	3	4	5
6. Saya mampu mencari dan mengakses data, informasi dan konten di media digital				
1	2	3	4	5
7. Saya mampu menyaring data, informasi dan konten di media digital sesuai kebutuhan				
1	2	3	4	5
8. Saya mampu mengarahkan dan mengatur pencarian data, informasi dan konten sesuai kebutuhan saya di media digital				
1	2	3	4	5
9. Saya mempunyai kemampuan menyimpan data, informasi dan konten dalam media digital				
1	2	3	4	5
10. Saya selalu mencari tahu apakah informasi yang saya temukan di situs web benar atau salah				
1	2	3	4	5

11. Saya terbiasa mencari tahu siapa penulis berita/informasi untuk mengetahui rekam jejak/kredibilitasnya				
1	2	3	4	5
12. Saya terbiasa membandingkan berbagai sumber informasi untuk memutuskan apakah informasi tersebut betul				
1	2	3	4	5
13. Ketika saya berbicara dengan seseorang yang saya temui secara online, saya tahu cara memeriksa apakah identitas mereka nyata				
1	2	3	4	5
14. Saya menuliskan opini saya secara beragam dengan menggunakan bahasa yang sopan				
1	2	3	4	5
15. Saya siap dengan konsekuensi bahwa apa yang saya tulis di internet bisa dilihat banyak orang				
1	2	3	4	5
16. Saya selalu meminta izin/mencantumkan pencipta karya, baik dalam tulisan, desain, foro, ataupun gambar				
1	2	3	4	5

17. Saya tidak menyebarkan informasi yang mengandung hoaks, sara, dan ujaran kebencian				
1	2	3	4	5
18. Saya mampu berinteraksi melalui berbagai perangkat komunikasi teknologi digital				
1	2	3	4	5
19. Saya mampu berbagi data, informasi dengan orang lain melalui teknologi digital/sosial media yang sesuai				
1	2	3	4	5
20. Saya selalu mempertimbangkan dan menyesuaikan cara berkomunikasi saya dengan orang yang saya tuju				
1	2	3	4	5
21. Saya selalu mempertimbangkan dan menyadari keragaman budaya, agama, dan usia teman di sosial media saat membagikan suatu informasi				
1	2	3	4	5

LAMPIRAN 2

HASIL PENYEBARAN ANGKET

ANGKET RESPONDEN	1	2	3	4	5	6	7	8	9	10	11	12	13	14	15	16	17	18	19	20	21	S	KATEGORI
R1	3	5	5	5	5	5	5	5	4	3	3	3	3	3	5	3	3	3	5	5	5	86	Sedang
R2	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	84	Sedang
R3	4	4	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	5	5	4	91	Sedang
R4	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	5	5	5	98	Sedang
R5	1	1	2	1	1	2	2	2	1	3	2	2	2	1	1	2	1	1	1	2	1	32	Rendah
R6	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	83	Sedang
R7	5	5	5	5	5	4	4	4	4	3	3	3	3	3	3	3	4	5	5	5	4	85	Sedang
R8	3	5	5	5	5	5	4	3	5	3	3	3	2	4	3	3	4	3	3	3	3	77	Sedang
R9	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	105	Tinggi
R10	4	3	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	5	3	4	4	4	4	83	Sedang
R11	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	105	Tinggi
R12	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	5	4	5	4	5	4	5	4	4	4	5	98	Sedang
R13	3	4	2	4	4	3	3	4	2	3	2	1	3	4	5	3	3	3	3	4	4	67	Sedang
R14	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	3	4	4	4	4	4	82	Sedang
R15	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	4	3	1	4	3	4	5	88	Sedang
R16	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	3	4	5	5	5	5	5	4	5	5	4	99	Sedang
R17	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	4	4	4	3	2	4	4	4	4	90	Sedang
R18	3	2	4	4	3	2	2	2	3	4	3	4	2	2	4	4	4	2	3	4	4	65	Rendah
R19	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	5	4	4	4	5	5	4	5	98	Sedang
R20	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	4	3	4	5	3	5	5	5	5	5	96	Sedang
R21	3	4	4	4	3	3	4	4	3	4	3	3	3	3	4	4	4	4	4	4	4	76	Sedang
R22	3	5	5	5	3	4	5	3	4	3	4	4	3	3	3	3	3	3	3	3	3	75	Sedang
R23	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	5	105	Tinggi
R24	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	1	3	2	1	1	3	1	2	1	1	27	Rendah
R25	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	4	4	5	5	5	3	4	4	4	92	Sedang
R26	5	5	5	5	5	5	5	5	5	3	3	3	3	3	4	3	5	5	4	5	5	91	Sedang
R27	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	5	4	3	4	5	3	5	4	5	5	4	96	Sedang
R28	3	5	4	4	4	4	4	4	4	3	4	4	4	4	4	4	5	4	4	5	5	86	Sedang
R29	3	5	3	5	5	5	5	5	3	5	3	3	1	5	5	5	5	4	4	5	5	89	Sedang
R30	5	5	5	5	5	5	5	5	5	4	4	5	3	5	5	5	5	5	5	5	5	101	Sedang
R31	4	5	5	5	5	5	5	5	5	4	2	3	4	5	5	3	5	5	5	5	5	95	Sedang

KATEGORI	RUMUS
Rendah	$X < M - 1SD$

Sedang	$M - 1SD \leq X < M + 1SD$
Tinggi	$M + 1SD \leq X$

M	85
SD	18

M-1SD	67
M+1SD	103

KATEGORI	KLASIFIKASI
Rendah	$X < 67$
Sedang	$67 \leq X < 103$
Tinggi	$103 \leq X$

Nama Responden	Fakultas
Azzahra Citra Larasati	FSH
Dilatul Aghniya	FEBI
Natasya	FUHUM
Halwa Linati Afrina	FDK
Muhammad Muftidiar	FDK
Sandy Dwi Aksara	FEBI
Yunia Rahmawati	FEBI
Shafira Dhani'atun Nifa	FITK
Sint Ghani Ahmad Diponegoro	FSH
Dela Ayu Puspita	SAINTEK
Daniel	FSH
Ali topan	FUHUM
Marselino	FDK

Mohamad Ilham Zakaria Kamal	FPK
Ivan Dwi Saputra	FPK
M. Adibul Mukhtar	FDK
Ibrahim Adib Musyaffa	FEBI
M adnan alfalakh	FPK
Celine Irfanty	FEBI
Rifa Tafa'ul Ula	FUHUM
Sandrina Kurnia Sari	FITK
Riska Raihani	SAINTEK
Rangga rasendriya	FUHUM
Lutfi Najib	SAINTEK
Puri retno ningsihwi	FITK
Ni'ma Nadia UI Ngulya	FITK
Inayah	FSH
Iftachana Ahsanan Nafa'a	FITK
Ani Uswatun Hasanah	SAINTEK
Isma Masripah	FSH
Sherly Nurmala	FSH

LAMPIRAN 3

**PEDOMAN WAWANCARA UPAYA PENCARIAN
KONTEN KEAGAMAAN**

Variabel	Indikator	Pertanyaan
Upaya pencarian Konten-Konten Digital Tentang Keagamaan	Media sosial yang sering diakses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah anda mengakses internet/sosial media setiap hari? 2. Sosial media apa saja yang anda gunakan?
	Waktu yang dihabiskan di dunia maya	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah anda menghabiskan waktu lebih banyak di dunia maya dari pada dunia nyata? 2. Berapa jam dalam sehari anda mengakses internet 3. Kapan saja waktu anda mengakses internet? 4. Situs apa saja yang sering anda kunjungi di dunia maya? 5. Apakah anda selalu melakukan pengecekan terhadap suatu informasi yang anda dapatkan di dunia maya?
	Konten keagamaan yang sering dilihat/akses	<ol style="list-style-type: none"> 1. Apakah anda mengakses dan melihat konten-konten keagamaan di sosial media?

		<ol style="list-style-type: none">2. Jenis konten keagamaan yang seperti apa yang anda sukai, apakah yang serius dan edukatif, yang mengandung humor, atau dalam bentuk lainnya? Coba berikan penjelasannya3. Apakah anda mengikuti tokoh/konten kreator yang membahas tentang agama Islam?4. Mengapa memilih tokoh tersebut?5. Apakah anda belajar mengenai agama salah satunya melalui media sosial?6. Apakah anda melakukan apa yang di dakwahkan/informasikan oleh tokoh yang anda sukai?
--	--	---

LAMPIRAN 4

HASIL WAWANCARA

Nama : Sandi Dwi Aksara

Fakultas : FEBI

Waktu : 8 Desember 2022

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah anda mengakses internet/media sosial setiap hari?	iya lah mba tiap hari akses
2	Sosial media apa saja yang anda gunakan?	Wa, ig, tiktok, twitter, telegram, YouTube
3	Apakah anda menghabiskan waktu lebih banyak di dunia maya dari pada dunia nyata?	Enggak juga sih mba
4	Berapa jam dalam sehari anda mengakses internet	Wah nggak ngitung mba, ada kali tuh 8 jam an
5	Kapan saja waktu anda mengakses internet?	Dari bangun tidur ni yaaa Pagi kan jadi babu duluu wkwk jadi blm megang hp, menjelang siang baru hpan ehh tbtb ketiduran bangun sore mandi buka hp

		bentar terus malem habis isya hpan lagi sampe ketiduran
6	Apakah anda juga mengakses / mencari informasi-informasi keagamaan di internet/medsos?	Iya kadang mba, nggak nyari juga kadang muncul sendiri di fyp ku.
7	Apakah anda mecari tahu/melakukan pengecekan terhadap informasi yang anda dapatkan di media sosial internet?	Kadang tak cari tau, tapi seringnya enggak
8	Situs apa saja yang sering anda kunjungi di dunia maya?	Nggak ada situs- situs. Aku nontonnya tiktok sama ig aja
9	Jenis konten keagamaan yang seperti apa yang anda sukai dan sering lihat?	Yo akeh yo mbaa, misal ngaji2 bahas ttg haid, sholat, terus parodi tata krama, akhlak dalam kehidupan sehari-hari, dll. Yo lebih seru yang ada humor2nya
10	Apakah anda belajar mengenai agama salah satunya melalui sosial media?	iya
11	Apakah anda mengikuti tokoh/konten kreator yang	Kalo follow sih enggak, tapi

	membahas tentang agama Islam?	sering lihat videonya mba. Ustadzah Mumpuni
12	Mengapa memilih tokoh tersebut?	Dakwahnya lucu-lucu
12	Apakah anda melakukan apa yang di dakwahkan/informasikan oleh tokoh yang anda ikuti?	Iya kadang

Nama : Shafira Dhani'atun Nifa

Fakultas : FITK

Waktu : 8 Desember 2022

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah anda mengakses internet/media sosial setiap hari?	Iya mbak
2	Sosial media apa saja yang anda gunakan?	Iya mbak, kayak WhatsApp tik tok Ig
3	Apakah anda menghabiskan waktu lebih banyak di dunia maya dari pada dunia nyata?	Nggak mbak
4	Berapa jam dalam sehari anda mengakses internet	Rata-rata 8 jam per hari
5	Kapan saja waktu anda mengakses internet?	Pas siang dan malam
6	Apakah anda juga mengakses / mencari informasi-informasi keagamaan di internet/medsos?	Iya mba

7	Apakah anda mencari tahu/melakukan pengecekan terhadap informasi yang anda dapatkan di media sosial internet?	Nah ini mbk yg aku aja baru sadar kenapa yaa kk aku Nerima ilmu mentah tanpa tak telusuri. mungkin kyak aku udh percaya sama yang ngasi content kyak Husain kalo dia tuh ngga bakal sembarangan ngasi ilmu yang tentunya udh dicek kebenarannya mbk
8	Situs apa saja yang sering anda kunjungi di dunia maya?	Aku paling akses tiktok mba
9	Jenis konten keagamaan yang seperti apa yang anda sukai dan sering lihat?	Rata-rata contentnya itu ttg masalah fiqih yang ditanyakan di kolom komen mbk, terus ada kayak Zai yang kontennya drama di bumbu dg ilmu-ilmu Islam Kalo Teuku sakhra itu bisanya dia ngesttich video yang dianggap butuh

		penjelasan lagi mbk
10	Apakah anda belajar mengenai agama salah satunya melalui sosial media?	Nahh iyaa mbk betul. Jadi aku kan download tik tok baru-baru ini pas di rumah ya mbk terus di fyp tiba-tiba ada content agama terus yang muncul terus sebelum itu aku kyak ngerasa imanku tu kek turun sholat males ngaji kadang-kadang tiba ² lihat konten islami gitu jadi kebawa sendiri mbk kyak ningkatin iman dll
11	Apakah anda mengikuti tokoh/konten kreator yang membahas tentang agama Islam?	Banyak mba
12	Mengapa memilih tokoh tersebut?	Banyak bget sg ngga tak tau tpi STLH liat konten-konten islami mereka jdi tau deh
13	Apakah anda melakukan apa yang di dakwahkan/informasikan oleh tokoh yang anda ikuti?	Iya kadang

Nama : Sint Ghani Ahmad Diponegoro

Fakultas : FSH

Waktu : 9 Desember 2022

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah anda mengakses internet/media sosial setiap hari?	Setiap hari kak
2	Sosial media apa saja yang anda gunakan?	WhatsApp, IG sama Youtube
3	Apakah anda menghabiskan waktu lebih banyak di dunia maya dari pada dunia nyata?	Nggak juga sih
4	Berapa jam dalam sehari anda mengakses internet	Kalau di lihat dari jam layar hidup di rata rata 6 jam per hari kak
5	Kapan saja waktu anda mengakses internet?	Kalau pas lagi ga ada kegiatan apa-apa
6	Apakah anda juga mengakses / mencari informasi-informasi keagamaan di internet/medsos?	Iya kak
7	Apakah anda mencari tahu/melakukan pengecekan terhadap informasi yang anda dapatkan di media sosial internet?	Jarang kak
8	Situs apa saja yang sering anda kunjungi di dunia maya?	Aku seringnya ya sosmed aja sih kak

9	Jenis konten keagamaan yang seperti apa yang anda sukai dan sering lihat?	Tentang dakwah kalau konten kreatornya habib jafar yang paling sering liat
10	Apakah anda belajar mengenai agama salah satunya melalui sosial media?	Bisa dibilang gitu juga sih kak
11	Apakah anda mengikuti tokoh/konten kreator yang membahas tentang agama Islam?	Ada kalau konten dakwah islam gus baha cak nun, habib jafar
12	Mengapa memilih tokoh tersebut?	Kontenya habib tu isinya gak dakwah yang monoton tapi isinya ngejawab pertanyaan-pertanyaan islam kontemporer gitu kak
13	Apakah anda melakukan apa yang di dakwahkan/informasikan oleh tokoh yang anda ikuti?	Bisa jadi kak

Nama : Natasya

Fakultas : FUHUM

Waktu : 9 Desember 2022

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah anda mengakses internet/media sosial setiap hari?	Iya mba
2	Sosial media apa saja yang anda gunakan?	WA ig tiktok telegram twiter fb yt
3	Apakah anda menghabiskan waktu lebih banyak di dunia maya dari pada dunia nyata?	Sekarang sih cenderung ke dunia maya mba soalnya kan ga ada kegiatan yg sibuk bngt gitu mba.
4	Berapa jam dalam sehari anda mengakses internet	Kalo akses berapa jamnya si kira-kira bisa 8 jm an mba. Kadang ya sendiri seringnya kdang ya sama temen mba
5	Kapan saja waktu anda mengakses internet?	Random mba
6	Apakah anda juga mengakses / mencari informasi-informasi keagamaan di internet/medsos?	Iya mba
7	Apakah anda mencari tahu/melakukan pengecekan terhadap informasi yang anda dapatkan di media sosial internet?	Kalo sekiranya menarik aku kunjungi mba. Ada si mba tapi kadang sesuai kadang ngga. Kalo aku minat

		sama beritanya misal aku cari mba kalo ngga ya udah aku loss aja mba tapi sok tiba- tiba tanpa aku cari muncul sendiri
8	Situs apa saja yang sering anda kunjungi di dunia maya?	Medsos aja sih aku
9	Jenis konten keagamaan yang seperti apa yang anda sukai dan sering lihat?	Tergantung yg dibahasnya apa si mba kalo aku, tapi lebih sukanya kalo aku misal lewat media wayang, cepot gitu mba
10	Apakah anda belajar mengenai agama salah satunya melalui sosial media?	Mungkin iya
11	Apakah anda mengikuti tokoh/konten kreator yang membahas tentang agama Islam?	Habib jafar
12	Mengapa memilih tokoh tersebut?	Ngikutin yg viral gitu mba,
13	Apakah anda melakukan apa yang di dakwahkan/informasikan oleh tokoh yang anda ikuti?	Aduh gimna ya jawabannya mba. Dibilang iya kadang ya sok lupa dibilng ngga ya kebangetan

Nama : Yunia Rahmawati

Fakultas : SAINTEK

Waktu : 10 Desember 2022

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah anda mengakses internet/media sosial setiap hari?	Kalo sosmed tiap hari sih
2	Sosial media apa saja yang anda gunakan?	Ya paling google, WA, FB, IG, TikTok, YT
3	Apakah anda menghabiskan waktu lebih banyak di dunia maya dari pada dunia nyata?	Ngga sih
4	Berapa jam dalam sehari anda mengakses internet	Kayanya hampir 7, bisa lebih deh mba
5	Kapan saja waktu anda mengakses internet?	Random mba
6	Apakah anda juga mengakses / mencari informasi-informasi keagamaan di internet/medsos?	Google sih biasanya
7	Apakah anda mencari tahu/melakukan pengecekan terhadap informasi yang anda dapatkan di media sosial internet?	Iya kadang-kadang
8	Situs apa saja yang sering anda kunjungi di dunia maya?	Apa aja

9	Jenis konten keagamaan yang seperti apa yang anda sukai dan sering lihat?	Yang mengandung humor
10	Apakah anda belajar mengenai agama salah satunya melalui sosial media?	iya
11	Apakah anda mengikuti tokoh/konten kreator yang membahas tentang agama Islam?	Nggak follow, lihat aja kalo pas fyp
12	Mengapa memilih tokoh tersebut?	-
13	Apakah anda melakukan apa yang di dakwahkan/informasikan oleh tokoh yang anda ikuti?	iya

Nama : Marselino

Fakultas : FDK

Waktu : 10 Desember 2022

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah anda mengakses internet/media sosial setiap hari?	iya
2	Sosial media apa saja yang anda gunakan?	Intagram, Twitter, Tiktok, Pinterest, Youtube, WhatsApp, Game

3	Apakah anda menghabiskan waktu lebih banyak di dunia maya dari pada dunia nyata?	Betul
4	Berapa jam dalam sehari anda mengakses internet	Lebih dari 8 jam
5	Kapan saja waktu anda mengakses internet?	Sore dan Malam
6	Apakah anda juga mengakses / mencari informasi-informasi keagamaan di internet/medsos?	Wah nek agama Ra tau mbak
7	Apakah anda mencari tahu/melakukan pengecekan terhadap informasi yang anda dapatkan di media sosial internet?	Ga mbak
8	Situs apa saja yang sering anda kunjungi di dunia maya?	Ra tau mbak, Yo nge game paling paling dominan
9	Jenis konten keagamaan yang seperti apa yang anda sukai dan sering lihat?	Ra reti mbak
10	Apakah anda belajar mengenai agama salah satunya melalui sosial media?	-
11	Apakah anda mengikuti tokoh/konten kreator yang membahas tentang agama Islam?	nggak
12	Mengapa memilih tokoh tersebut?	-
13	Apakah anda melakukan apa yang di dakwahkan/informasikan oleh tokoh yang anda ikuti?	-

Informan 7

Mahasiswa FPK

Waktu : 14 Desember 2022

No	Pertanyaan	Jawaban
1	Apakah anda mengakses internet/media sosial setiap hari?	iya
2	Sosial media apa saja yang anda gunakan?	Instagram, WA, YouTube
3	Apakah anda menghabiskan waktu lebih banyak di dunia maya dari pada dunia nyata?	Benar
4	Berapa jam dalam sehari anda mengakses internet	Bisa lebih dari 8 jam
5	Kapan saja waktu anda mengakses internet?	Malam hari, dan setiap ada kesempatan membuka HP
6	Apakah anda juga mengakses / mencari informasi-informasi keagamaan di internet/medsos?	Cukup sering
7	Apakah anda mencari tahu/melakukan pengecekan terhadap informasi yang anda dapatkan di media sosial internet?	Benar
8	Situs apa saja yang sering anda kunjungi di dunia maya?	Youtube

9	Jenis konten keagamaan yang seperti apa yang anda sukai dan sering lihat?	Edukatif, karena relate dengan kehidupan
10	Apakah anda belajar mengenai agama salah satunya melalui sosial media?	iya
11	Apakah anda mengikuti tokoh/konten kreator yang membahas tentang agama Islam?	Iya
12	Mengapa memilih tokoh tersebut?	karena mudah diterima
13	Apakah anda melakukan apa yang di dakwahkan/informasikan oleh tokoh yang anda ikuti?	Iya

LAMPIRAN 5

PEDOMAN OBSERVASI

Dalam pengamatan (observasi) yang dilakukan adalah mengamati kegiatan keseharian generasi Z. kegiatan tersebut meliputi:

1. Kegiatan generasi Z di dunia nyata (keseharian)
2. Kegiatan generasi Z di dunia maya
3. Perangkat digital yang digunakan generasi Z

PEDOMAN DOKUMENTASI

Dalam melakukan dokumentasi, yang dilakukan adalah mengumpulkan data-data yang diperlukan, yakni;

1. Screenshot konten yang diakses oleh generasi Z

LAMPIRAN 6

HASIL OBSERVASI

Waktu : 10-22 November 2022
Lokasi : Kos-kosan
Kejadian : menurut pengamatan peneliti, kegiatan generasi Z pada saat itu adalah mengobrol dengan teman kos, mengakses internet dan sosial media. Smartphone selalu dalam gengaman. Ketika sedang mengobrol dengan sesama teman sesekali mereka mengecek smartphone masing-masing. Selain itu, generasi Z juga mengerjakan tugas mereka menggunakan laptop yang terhubung dengan internet. Generasi Z menjalankan ibadah salat 5 waktu

Waktu : 15-21 November 2022
Lokasi : Perpustakaan
Kejadian : dari pengamatan peneliti, kegiatan generasi Z saat itu adalah mencari buku, berbincang dengan teman-teman, dan mengerjakan tugas. Smartphone selalu ada disekitar mereka, dan mereka juga mengakses laptop untuk mengerjakan tugasnya sambil mendengarkan musik menggunakan headset.

Waktu : 20-22 November 2022
Lokasi : Kantin
Kejadian : dari pengamatan peneliti saat itu kegiatan yang dilakukan generasi Z adalah makan siang bersama teman

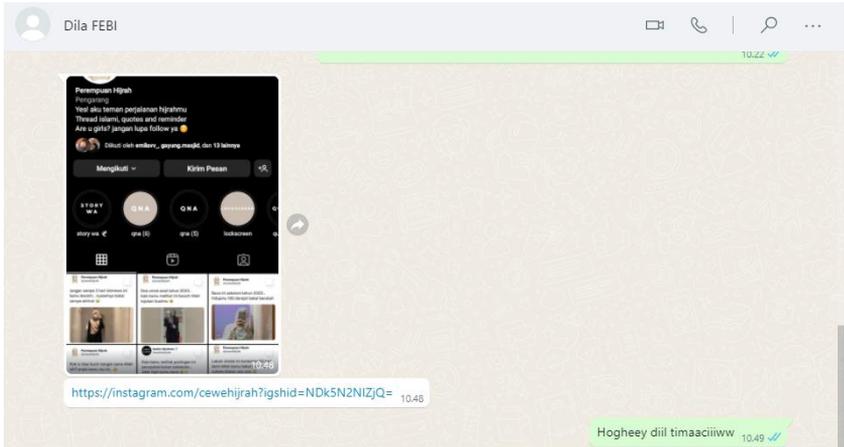
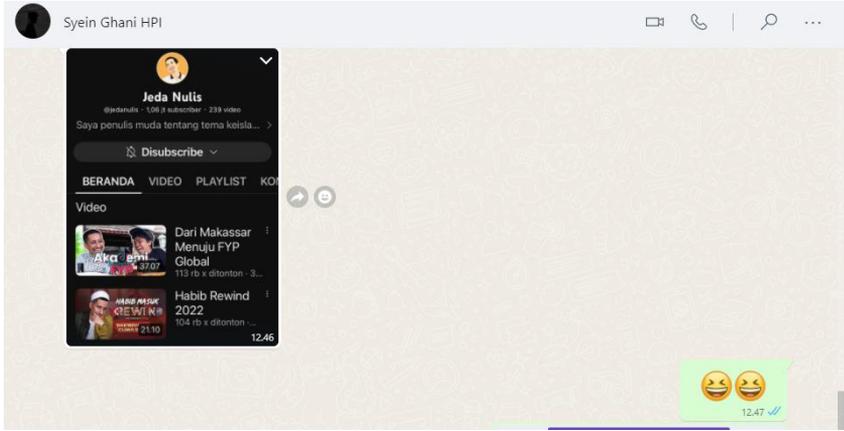
ataupun sendiri. ada yang menghabiskan waktu mereka dengan makan dan mengobrol bersama teman, ada juga yang serius dengan laptopnya (mengerjakan tugas), dan ada pula yang asik dengan smartphone nya.

Waktu : 15-22 November 2022

Lokasi : Serambi masjid

Kejadian : dari pengamatan peneliti, pada saat itu banyak generasi Z yang duduk di serambi masjid sambil mengakses smartphone milik masing-masing.

HASIL DOKUMENTASI



RIWAYAT HIDUP

Nama : Dewi Nurjanah
TTL : Grobogan, 19 Desember 1995
Alamat : Grobogan
E-Mail : dnj676@gmail.com
Riwayat Pendidikan :

1. TK Dharmawanita Menduran
(2000-2001)
2. SDN 02 Menduran (2001-2006)
3. MTs Miftahul Huda Purwodadi
(2007-2009)
4. SMA Miftahul Huda Purwodadi
(2010-2012)
5. S1 UIN Walisongo Semarang
(2013-2018)