

Analisis perspektif kritis Generasi Z terhadap wacana pada media sosial

Critical perspective analysis of Gen Z toward discourse on social media

Kasmantoni^{1,*} & Pebri Prandika Putra²

^{1,2}UIN Fatmawati Sukarno Bengkulu

Jl. Raden Fatah Pagar Dewa, Kota Bengkulu, Indonesia

^{1,*}Email: kasmantoni@iainbengkulu.ac.id; Orcid ID: <https://orcid.org/0009-0009-7053-8707>

²Email: pebriputra@iainbengkulu.ac.id; Orcid ID: <https://orcid.org/0000-0003-0180-5487>

Article History

Received 20 May 2023

Accepted 5 June 2023

Published 11 July 2023

Keywords

critical perspective; discourse; Gen Z; social media; youth organization.

Kata Kunci

perspektif kritis; wacana; Generasi Z; media sosial; organisasi kepemudaan.

Read online

Scan this QR code with your smart phone or mobile device to read online.



Abstract

This study aims to know the perspective of Gen Z in understanding the discourse contained in social media. The perspective means the ability to change Gen z's perspective in understanding the text on social media, the ability to see points of view, focus on a developing issue, and describe how to take action after understanding a discourse. The research method used the quantitative method. Respondents of this research are Gen Z, who are active in youth organizations. Data collection techniques are observation and questionnaire. The results showed that Gen Z had detected a discourse that contains partiality to certain interests by providing a different perspective. It can be seen in the positive response on the average instrument (mean) above 53%; able to provide a more neutral point of view with the number of positive responses on the average instrument above (mean) 51%; able to see a developing issue in a discourse that tends the author with a positive response above 56%; and able to take action from the discourse that has been read with an average positive response above 59%.

Abstrak

Penelitian ini bertujuan untuk melihat perspektif Generasi Z dalam memahami wacana yang terdapat pada media sosial. Perspektif yang dimaksud adalah Kemampuan mengubah perspektif Generasi Z dalam memahami teks di media sosial, kemampuan dalam melihat sudut pandang, memfokuskan pada suatu isu yang berkembang dan mendeskripsikan cara mengambil tindakan setelah memahami sebuah wacana. Metode penelitian yang digunakan adalah metode kuantitatif. Responden penelitian ini adalah Generasi Z yang aktif dalam organisasi kepemudaan. Teknik pengumpulan data berupa observasi dan kuesioner. Hasil penelitian menunjukkan bahwa Generasi Z telah mampu mendeteksi sebuah wacana yang mengandung keberpihakan pada kepentingan tertentu dengan memberikan perspektif yang berbeda hal ini terlihat pada respons positif pada instrumen rata-rata (*mean*) di atas 53%; mampu memberikan sudut pandang yang lebih netral dengan jumlah respons positif pada instrumen rata-rata di atas (*mean*) 51%; mampu melihat adanya isi yang berkembang pada sebuah wacana yang memiliki tendensi dari penulis dengan respons positif di atas 56%; serta mampu mengambil sebuah tindakan dari wacana yang telah dibaca dengan rata-rata respons positif di atas 59%.

Copyright © 2023, Kasmantoni & Pebri Prandika Putra.

How to cite this article with APA style 7th ed.

Kasmantoni, K., & Putra, P. P. (2023). Analisis perspektif kritis Generasi Z terhadap wacana pada media sosial. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, dan Pengajarannya*, 6(3), 681—696. <https://doi.org/10.30872/diglosia.v6i3.698>



A. Pendahuluan

Analisis wacana kritis (AWK) kini semakin mengambil peranan penting dalam ilmu humaniora, ilmu sosial-budaya dan teknologi, istilah AWK digunakan secara luas untuk menunjukkan pendekatan yang dapat dikenali untuk studi bahasa yang dimanifestasikan di berbagai keilmuan yang berbeda. Beberapa para ahli bahkan mengatakan analisis wacana kritis telah menjadi sebuah ortodoksi intelektual (Billig, 2002), artinya, yaitu sebuah disiplin ilmu yang dibentuk dengan paradigmanya sendiri, konsep sendiri, asumsi kritis, dan bahkan struktur kekuasaannya sendiri. AWK sekarang menjadi bagian dari pandangan intelektual, terdapat kecenderungan tertentu untuk selalu melihat dari sudut pandang positif dan kebenaran serta diterima sebagai cara berpikir kritis dan penelitian yang valid yang pada akhirnya bermuara pada temuan-temuan baru dan kredibel. Analisis wacana kritis tentunya juga menganalisis substansi wacana secara menyeluruh dan juga menganalisis bagaimana sebuah kebahasaan diaplikasikan dalam sebuah karya ilmiah oleh sang pembuat karya (Sariasih et al., 2023).

Analisis wacana kritis (AWK) awalnya digunakan untuk menginvestigasi dengan tajam tentang ketidaksetaraan sosial yang diungkapkan dalam pola penerapan bahasa wacana yang kritis juga (Weiss & Wodak, 2003). Analisis wacana kritis memandang sebuah teks sebagai alih tutur, dengan demikian, analisis wacana kritis berdampak pada penggunaan dari suatu bahasa dan bagaimana sebuah makna dapat terbentuk serta bagaimana implikasinya di luar konteks. Berlandaskan pada cabang keilmuan linguistic pragmatik, maka sebuah alih tutur yang bersifat langsung sangat mengedepankan kajian hubungan di antara konteks dan bahasa yang memiliki ketatabahasaan dalam bentuk sebuah ujaran (Mailawati, 2023). Sifat multidisipliner yang sudah melekat pada analisis wacana kritis bersinggungan dengan penggunaan AWK untuk bermacam fungsi dalam teori dan metode penelitian (Weiss & Wodak, 2003).

Keberadaan AWK menjadi sangat penting bagi para ahli bahasa, pengamat sosial dan penggiat media sosial dalam mengamati secara mendalam keseimbangan sebuah teks dilihat dari sudut pandang teori-teori ilmiah yang diciptakan oleh para pakar dibidang analisis wacana kritis. Tujuan terdepan AWK adalah menelaah penggunaan bahasa dalam menghasilkan keunggulan dan ketidakseimbangan sehingga indikatornya pada analisis wacana adalah memperhatikan bahasa sebagai sebuah bentuk kegiatan sosial (Pardede et al., 2023). Analisis Wacana Kritis (AWK) dipandang sebagai sebuah teori analisis yang terilhami oleh teori Marxisme dalam mengamati bagian-bagian kebudayaan yang hidup dalam bidang sosial, yaitu ketika adanya dominan dan eksploitasi yang dipegang teguh menggunakan kultur dan ideologi (Wetherell, 2001). Pemikiran berkaitan dengan studi *critical* ini telah seiring sejalan dengan pandangan dari perspektif hegemoni Gramsci yang memiliki pengaruh signifikan pada AWK. Hal ini karena lewat bahasa akan dideskripsikan tentang kekuasaan dan pengabdian serta perjuangan yang mendominasi pada pola koersi yang artinya bentuk struktur konsensus yang merupakan sub-ordinasi kesadaran budaya dan intelektual (Harjito, 2014), yang dalam konteks AWK landasannya adalah analisis teks.

Penerapan Analisis dapat ditinjau dari dua hal, yaitu dari sifat analisis dan juga praktik subjek. AWK bersifat analisis artinya adalah peran AWK yang digunakan oleh pengguna bahasa dalam menganalisis ketidakseimbangan sebuah teks yang tentu memiliki dampak sosial, politik dan budaya. Keberpahaman sebuah teks akan sangat terasa

apabila dipandang dari sisi-sisi teori-teori AWK. Teori-teori AWK menguasai hampir dari segala aspek keilmuan dan menyediakan wadah untuk berpikir kritis pada suatu teks. Kemudian AWK bersifat praktik artinya AWK menjadi metode dan cara untuk mengatasi keraguan dan ketidakpastian pada suatu teks. Tahapan awal adalah pembaca teks atau pengguna media dapat mengetahui bagaimana menggunakan AWK untuk mengkritisi sebuah teks agar terhindar dari *fake news* atau berita palsu yang hari ini sangat masif terjadi. Setelah memahami teori AWK dengan baik maka pembaca dapat mempraktikkannya dalam banyak teks mulai dari iklan, teks singkat, *caption*, hingga teks panjang dari segala macam aspek keilmuan. Seperti yang dikatakan (van Dijk, 1993) Objek penelitian AWK adalah data sumber di antaranya teks/wacana, iklan, diskusi ilmiah, *speech*, objek politik-sosial, pamflet, *caption*, mural, gambar bergerak dan risalah umum.

Analisis wacana kritis (AWK) seperti dikatakan sebelumnya menjadi senjata utama dalam menghadapi *fake news* atau berita bohong atau biasa dikenal dengan istilah hoaks. Hoaks sendiri menyebar seperti angin dan sulit untuk dikendalikan namun dapat dipatahkan dengan pemahaman dan literasi kritis dari para pembaca khususnya pada konten media sosial. *Fake news* atau hoaks menyebar masif di media sosial tanpa terkendali terutama didukung adanya fitur *share* dalam media sosial. Hoaks adalah kebenaran suatu berita yang masih dipertanyakan (Pennycook & Rand, 2017).

Usaha di dalam mengkritisi sebuah teks dapat dilakukan dari latar belakang dalam analisis wacana kritis (AWK) sebagai literasi cerdas di mana dapat juga mengubah perspektif terhadap suatu teks dan informasi yang terdapat di media sosial *Instagram dan Facebook*. Pada penelitian sebelumnya pernah dilakukan oleh (Chambers & Radbourne, 2015) penelitian ini berkaitan dengan kajian-kajian teks secara kritis dan menyampaikan bahwa teks tidak hanya berdiri sebagai sebuah makna semata namun harus dilihat juga efek dan konteks dari sebuah teks terhadap bidang kajian yang lain.

Lebih lanjut terdapat sebuah penelitian yang berkaitan dengan perspektif kritis terhadap wacana, yaitu penelitian yang dilakukan oleh (Chayadi S. et al., 2021) penelitian menunjukkan bahwa mayoritas mahasiswa/i STEI ITB 2018 sering mengikuti berita politik yang terjadi di Indonesia melalui media sosial. Mereka juga tidak setuju amandemen UUD NRI 1945 Kelima dilakukan serta dari berbagai responden, mereka berharap, bila amandemen dilakukan, untuk mengoptimalkan alur kerja lembaga pemerintahan tanpa mengubah sistem pemerintahan di Indonesia

Generasi Z disebut generasi *influencer* yang dikatakan sebagai warga asli dari era digitalisasi seperti sekarang ini. (Utomo & Probosini, 2020) Hal ini tidak bisa dipungkiri karena mereka sejak lahir hingga saat ini telah hidup bersama dengan kemajuan teknologi, yaitu internet dan perkembangan media sosial yang sangat masif. Ciri-ciri dari Generasi Z, merujuk pada (Grail Research, 2011), yaitu generasi awal yang sesungguhnya adalah generasi kemajuan dunia digitalisasi. Berdasarkan dari Hasil Sensus Penduduk Tahun 2020 yang telah Badan Pusat Statistik (BPS) rilis pada Januari lalu, dan memaparkan data demografi di Indonesia yang telah melewati banyak pergeseran dari hasil data sensus terakhir di tahun 2010. Sesuai dengan estimasi dan analisa berbagai kalangan, Negara Indonesia telah sampai pada masa yang disebut sebagai Bonus Demografi. Uniknya, hasil dari data sensus tahun 2020 menampilkan hasil dari perpaduan penduduk Indonesia yang setengahnya merupakan Generasi Z (27,94%), yaitu mereka yang dilahirkan antara tahun 1997 sampai dengan 2012.

Tapscott (2013) mengatakan bahwa jika kamu dapat mengerti tentang Generasi Z, maka kamu akan melihat masa depan. Generasi Z sangat erat dengan kemajuan teknologi informasi jadi sangat mungkin informasi yang bersifat *fake news* atau hoaks mereka dapatkan dari berbagai sumber informasi khususnya dari media sosial Instagram. Media sosial Instagram telah berkembang menjadi aplikasi yang sangat besar dan telah diakuisisi oleh Facebook sehingga penyebaran informasi yang berkaitan dengan sosial dan politik sangat cepat terjadi. Hasil penelitian yang dilaksanakan (Mustika, 2018), disampaikan bahwa sekitar 46,8% partisipan, yang mana partisipan dari study ini adalah Mahasiswa, ditemukan bahwa mereka mempercayai berita yang tersebar dari *Instagram*. Begitu pula dengan *research* yang dilaksanakan oleh (Shuqair & Cragg, 2017) mengatakan bahwa Instagram, seperti gambar bergerak, grafik, teks, meme, dan foto dinyatakan sangat mampu untuk mengubah perspektif pelaku *Instagram*.

Generasi Z sebagai generasi yang telah terbiasa dengan aplikasi *Instagram*, ternyata memiliki sisi gelap. Seperti yang dikatakan oleh (Tapscott, 2013) mengenai sisi gelap dari Generasi Z, di antaranya adalah kurangnya etika yang positif, sehingga menjadi generasi yang terlihat kurang pengetahuan dan moral dari pada generasi yang hidup sebelum mereka pada usia yang sama, banyak dari Generasi Z yang kurang memiliki kepekaan sosial dan lebih suka dengan *bullying* dan bersifat individualis. Bahkan ada di antara mereka yang sengaja membuat akun *fake* untuk menyebarkan berita hoaks dengan menyudutkan orang lain atau lembaga atau mereka menciptakan citra yang baik pada pihak tertentu.

Generasi Z adalah generasi yang sangat peka dengan teknologi informasi karena mereka hidup sangat berdampingan dengan perkembangannya. Sangat wajar apabila mereka yang lahir era 1996-2010 artinya umur mereka saat ini interval 10-25 Tahun dekat dengan perkembangan bermacam teknologi beserta dengan perangkat atau aplikasi di dalamnya. Merujuk pada hasil pendalaman survei yang dijalankan oleh Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) (APJII, 2016) menyampaikan hasil survei mereka dan menunjukkan hasil bahwa di tahun 2016 peningkatan pengguna internet mencapai 144,26 Juta pengguna dengan sebaran 58,08% di daerah kota/kabupaten 72,41% wilayah urban, 49,50% wilayah rural-urban dan 48,20% di wilayah rural. Dari hasil survei tersebut menunjukkan bahwa dengan sebaran pengguna internet yang sangat banyak maka persebaran Informasi juga sangat masif terjadi salah satunya melalui media sosial Instagram yang mana menurut survei (APJII, 2018) menunjukkan angka Generasi Z pengguna Instagram mencapai 77,60%. Dengan total pelaku dan tingkat frekuensi akses ini yang menciptakan media sosial Instagram menjadi wadah *mainstream* terhadap persebaran berita bohong/hoaks.

Di dalam penelitiannya Lewison et al. (2002) menawarkan empat dimensi perspektif, pada dimensi ini, lebih mengarah pada bagaimana seorang pembaca dapat meneliti atau memahami bahasa dalam teks sehingga dapat memahami suatu peristiwa yang terjadi melalui perspektif baru yang berbeda dari biasanya, yaitu *disrupting the commonplace* (mengubah perspektif), *interrogating multiple viewpoints* (kemampuan melihat sudut pandang), *focusing on issues* (fokus pada isu yang berkembang), *taking action and promoting social justice* (mengambil tindakan dan mempromosikan keadilan sosial).

Literasi kritis dan literasi cerdas menjadi barometer utama bagi pembaca agar tidak terpengaruh oleh berita hoaks yang sangat masif terjadi hari ini. Menurut penelitian yang dilakukan oleh Lie et al. (2011) menunjukkan bahwa literasi bukanlah sebuah otonom

semata melainkan harus sesuai dengan situasi dan konteksnya. AWK sebagai media literasi cerdas dan kritis mampu untuk menangkal hoaks yang sangat masif tersebar. AWK tidak hanya mengkritisi dan analisa pemikiran orang pribadi saja tetapi juga dampaknya pada kehidupan sosial-budaya.

Generasi Z dipersiapkan dimasa yang akan datang sebagai orang-orang yang kritis terhadap perkembangan teknologi dan peran mereka sebagai *agent of change* harus terus dikuatkan dengan literasi cerdas yang harus mereka dapatkan. Generasi Z diharapkan mampu memahami teks dengan baik secara terstruktur dan menjaga speech act ditengah masyarakat. Generasi Z mampu menyaring dan men-sharing erita yang benar sesuai dengan fakta yang sebenarnya. Untuk lebih jauh dunia pendidikan perlu memberikan pelatihan terhadap Generasi Z tentang literasi kritis dengan konsep AWK agar mereka di sekolah atau di universitas telah terbiasa dalam bertindak dan berpikir sesuai dengan konsep AWK.

Generasi Z yang berkualitas perlu diciptakan dengan menjadi *agen of change* khususnya Generasi Z yang terlibat aktif dalam organisasi kepemudaan, maka yang diperlukan adalah sebuah kontrol di dalam mendeteksi informasi yang benar dalam aplikasi *Instagram dan Facebook*. Informasi yang beredar tentu memiliki tendensiusme atau keberpihakan oleh karena itu sifat kritis harus ditanamkan. Analisis Wacana Kritis (AWK) sebagai wadah kontrol terhadap penyebaran teks khususnya teks yang berkaitan dengan sosial dan politik yang berbeda dengan kenyataan di Instagram akan menjadi kewajiban bagi Generasi Z yang sangat mengenal dunia internet. Seperti contoh yang terdapat pada *narasi room info* yang merupakan ruang berita sosial-politik terdapat di Instagram dan terdapat reaksi beragam dari berbagai kalangan serta perlu diteliti dari sisi Wacana kritis sehingga pembaca tidak terjebak pada berita hoaks. Penelitian ini bertujuan untuk melihat perspektif Generasi Z dalam memahami wacana yang terdapat pada media sosial. Perspektif yang dimaksud adalah Kemampuan mengubah perspektif Generasi Z dalam memahami teks di media sosial, kemampuan dalam melihat sudut pandang, memfokuskan pada suatu isu yang berkembang dan mendeskripsikan cara mengambil tindakan setelah memahami sebuah wacana.

B. Metode

Metode Penelitian yang akan digunakan adalah kuantitatif berupa angket terhadap mahasiswa Generasi Z. Teknik sampling yang digunakan berupa *purposive sampling*, teknik pengambilan sampel berdasarkan syarat-syarat tertentu dan ketentuannya (Sugiyono, 2018). Penelitian ini dilakukan dengan menyebarkan formulir angket secara daring Google Form ke grup atau pesan pribadi kepada Gen Z. Pada tahap awal penelitian, yaitu pemilihan subjek, dalam kasus ini mahasiswa yang terlibat aktif pada kegiatan organisasi kepemudaan (OKP) yang terdapat di Kota Bengkulu. Kemudian melakukan kontak secara langsung untuk meminta izin pada masing-masing ketua Organisasi kemudian selanjutnya melakukan kontak melalui media WhatsApp untuk menyebarkan formulir. Untuk membantu menjawab angket tersebut tentu peneliti terlebih dahulu memberikan kesempatan pada responden untuk membuka akun berita sosial dan politik yang terdapat pada media sosial mereka masing-masing sesuai dengan akun yang mereka sudah ikuti (*followed*). Proses ini menghasilkan data kuantitatif berupa data angket

yang kemudian dihitung dan dianalisis untuk melihat presentasi respons positif dan negatif dari setiap pertanyaan angket yang tersedia.

Pengisian formulir angket berisi data identitas seperti nama, tanggal lahir, organisasi dan jabatan dalam organisasi. Hal ini dilakukan untuk validasi data yang diterima. Kemudian mereka diarahkan pada bagian pertanyaan yang berjumlah 40 pertanyaan dan terbagi empat bagian, yaitu *disrupting the commonplace* (mengubah perspektif) terdapat 7 pertanyaan (1–7), *interrogating multiple viewpoints* (kemampuan melihat sudut pandang) terdapat 17 pertanyaan (8–24), *focusing on issues* (fokus pada isu yang berkembang) terdapat 6 pertanyaan (25–30), *taking action and promoting social justice* (mengambil tindakan dan mempromosikan keadilan sosial) terdapat 10 pertanyaan (31–40).

C. Pembahasan

Pada tahapan awal peneliti telah menentukan sampel pada penelitian ini melalui observasi awal pada organisasi kepemudaan di kota Bengkulu kemudian mengidentifikasi sampel dengan melihat keterlibatan mereka pada media sosial khususnya pada pemberitaan atau *caption* tentang berita sosial dan politik. Peneliti menggunakan grand teori dari (Lewison et al., 2002) tentang cara melihat perspektif pembaca dalam menganalisis sebuah wacana dalam media sosial. Terdapat empat dimensi cara mengetahui dan mengelaborasi kemampuan Generasi Z dalam menganalisis sebuah wacana yang terdapat pada media sosial, yaitu kemampuan mengubah perspektif Generasi Z dalam memahami teks di media sosial (*disrupting the commonplace*), kemampuan dalam melihat sudut pandang (*interrogating multiple viewpoints*), memfokuskan pada suatu isu yang berkembang (*focusing on issues*), dan mendeskripsikan cara mengambil tindakan setelah memahami wacana (*taking action and promoting social justice*).

Tabel 1 menunjukkan tahap awal studi ini, yaitu dengan memperhatikan dengan seksama frekuensi dalam membaca berita terbaru dari bermacam penyedia Informasi, hal ini sangat penting untuk mendapatkan informasi tentang perspektif yang berbeda dari biasanya dengan membaca lebih banyak sumber, memperhatikan frekuensi membaca responden. Diketahui bahwa dalam mencari informasi baru ternyata Generasi Z banyak menggunakan Instagram, yaitu dengan persentase 65% berbanding 35% menggunakan Facebook. Banyaknya Generasi Z mencari informasi baru dari Instagram menunjukkan bahwa persebaran informasi baru lebih banyak terdapat pada media sosial Instagram. Dari intensitas menggunakan media sosial Instagram dan Facebook tersebut menunjukkan adanya usaha dari Generasi Z dalam menciptakan sebuah perspektif atau sudut pandang baru. Hal ini senada dengan apa yang disampaikan oleh (Kuo, 2013) bahwa salah satu cara untuk memberi penilaian terhadap suatu fenomena yang biasa dengan sebuah perspektif baru dapat dilakukan dengan cara menciptakan sebuah ide yang baru. Ide yang baru tersebut dapat diciptakan melalui berbagai penyedia informasi.

Tabel 1. Perspektif Generasi Z dalam Memahami Teks di Media sosial

No.	Indikator	Respons				Total
		SS	S	TS	STS	
1.	Instagram menjadi media sosial utama di dalam mencari informasi/teks	65%	9%	20%	6%	100%
2.	Facebook menjadi media sosial utama di dalam mencari informasi/teks	35%	23%	25%	17%	100%
3.	Dari media sosial tersebut saya memastikan kebenaran dari sebuah berita/informasi yang beredar dengan membaca lebih dari satu sumber informasi	43%	15%	20%	22%	100%
4.	Dari media sosial saya meyakini berita atau informasi yang beredar hanya dari sudut pandang penulis	13%	20%	42%	25%	100%
5.	Saya memahami sebuah berita dengan cara mencari tahu kebenaran dari suatu peristiwa dan mencari tahu pula siapa saja yang terkait dari berita tersebut	11%	24%	44%	21%	100%
6.	Saya memastikan kebenaran dari sebuah informasi yang tidak dimanipulasi dan mengetahui tujuan-tujuan yang akan dibuat dikemudian hari	7%	66%	18%	9%	100%
7.	Saya hanya sekedar membaca sebuah teks tanpa mencari detail-detail berita tersebut	11%	29%	21%	39%	100%
Total		185	186	190	135	
Rata-Rata (mean)		26%	27%	27%	20%	
Total Respons Positif		53%				
Total Respons Negatif		47%				

Di lain sisi sifat kritis harus dimiliki oleh Generasi Z dengan memastikan dengan seksama kebenaran dari sebuah berita atau informasi yang beredar. Hal ini penting dilakukan oleh Generasi Z agar tidak terjebak pada berita hoaks dan menyudutkan salah satu pihak. Senada apa yang disampaikan oleh Lee (2012) teks harus diuji kebenarannya jangan sampai tidak berimbang dalam menyebarkan sebuah berita apalagi dengan sengaja menjatuhkan pihak-pihak tertentu. Dari hasil penelitian ini ditemukan beberapa data kaitannya dengan literasi kritis dan Generasi Z dalam menyikapi sebuah teks. Terdapat 58% Generasi Z memastikan kebenaran dari sebuah berita yang beredar dengan membaca lebih dari satu sumber informasi dan terdapat hanya 33% saja meyakini berita atau informasi yang beredar hanya dari sudut pandang penulis.

Setiap teks yang beredar di media sosial Instagram dan FB tentu memiliki sebuah tujuan tertentu dalam narasi yang dibuat, meski tidak semua memiliki tujuan khusus tersebut. Apa yang dimaksud dengan tujuan khusus tersebut adalah adanya kecenderungan membela pada pihak tertentu dan tidak berimbang di dalam memberitakan suatu informasi. Literasi kritis hari ini sangat diperlukan oleh setiap Generasi Z seperti apa yang disampaikan oleh Dutro (2010), yaitu sifat kritis artinya adalah seseorang memiliki kemampuan dasar yang mumpuni dalam hal berbicara, mendengar, menulis dan juga membaca.

Dari hasil penelitian ini ditemukan bahwa intensitas Generasi Z dalam memahami sebuah berita dengan cara mencari tahu kebenaran dari suatu peristiwa dan mencari tahu pula siapa saja yang terkait dari berita tersebut sebanyak 35% akan tetapi sifat kritis lebih jauh dapat ditumbuhkan dengan cara “membuka jendela dunia” lebih kritis dari mengetahui kebenaran dan pihak yang terkait saja akan tetapi dilengkapi apa rencana yang dilakukan dari penyebaran berita tersebut. Dari data yang ditemukan terdapat 73% yang “membuka jendela dunia”. Hal ini sejalan dengan apa yang disampaikan oleh

McLaughlin & DeVoogd (2004) pembaca harus mampu melakukan “membuka jendela dunia” agar dapat memastikan kebenaran dari sebuah informasi yang tidak dimanipulasi dan mengetahui tujuan-tujuan yang akan dibuat dikemudian hari. Kemudian dari data juga menunjukkan sebanyak 40% Generasi Z di kota Bengkulu hanya sekedar membaca sebuah teks tanpa mencari detail-detail berita tersebut. Hal ini juga menunjukan bahwa masih banyak Generasi Z hari ini yang kurang memiliki sifat kritis dalam penyebaran sebuah Informasi.

Pada Tabel 2 menunjukkan tahapan seperti yang disampaikan oleh Lewison et al. (2002), bahwa Generasi Z yang memiliki kemampuan dalam analisis wacana kritis adalah mereka yang mampu melihat dan memahami sebuah teks dari berbagai sudut pandang. Senada apa yang disampaikan oleh Kuo (2013), bahwa seseorang yang memiliki kemampuan dalam membandingkan berbagai sudut pandang sebuah Informasi maka ia adalah orang yang sangat mampu dalam membaca dunia sangat dalam bahkan lebih dalam dari melihat dirinya sendiri. Di dalam media sosial banyak akun yang sengaja dibuat untuk menyebarkan informasi dan berita bagi pembaca (dalam hal ini responden penelitian) harus bisa membuat klasifikasi informasi sehingga mempermudah melihat informasi yang benar.

Sebaran informasi yang terdapat pada media sosial Instagram dan Facebook dinarasikan dengan cara yang berbeda-beda. Hal ini menuntut Generasi Z harus mampu dalam mengeksplorasi berita tersebut di antaranya adalah membedakan informasi dengan mencari kontradiksi Informasi yang ditulis dari satu akun ke akun yang lainnya atau hanya sebatas membaca berita tersebut tanpa membandingkannya. Akun yang dimaksud adalah akun dari media informasi (kanal berita) dan akun pribadi.

Dari hasil penelitian ditemukan bahwa sebanyak 47% Generasi Z melakukan perbandingan Informasi dari satu akun ke akun yang lainnya. Di sisi lain terdapat pula Generasi Z 44% yang membaca sebuah teks hanya karena tidak sengaja mendapatkan teks tersebut di beranda media sosial mereka dan tidak menindaklanjuti maksud dan tujuan dari teks tersebut. Dari sisi yang berbeda masih terdapat responden yang tertarik untuk menelaah sebuah teks lebih mendalam, hal ini terlihat dari 36% responden mencoba mendapatkan informasi lain tanpa melakukan perbandingan berita, terdapat pula responden sebanyak 48% mencari akun yang berbeda pandangan. Selanjutnya dalam memahami suatu informasi responden dapat melihat dari dua sudut pandang, yaitu objek 49% dan juga sudut pandang penulis 39%. Sudut pandang objek artinya pembaca lebih melihat bahwa objek lebih dominan dirugikan dalam sebuah narasi berita sementara dari sudut pandang penulis responden atau pembaca lebih memahami atau menyetujui apa yang diinginkan oleh penulis.

Pada tahap berikutnya terdapat hal-hal kompleks yang perlu diidentifikasi secara mendalam oleh seorang pembaca agar tidak terjebak dalam tendensius berita salah satunya dengan melihat sudut pandang secara komprehensif. Menurut teori Jäger & Maier (2009) terdapat beberapa cara untuk bisa memahami sebuah teks secara komprehensif, yaitu dengan melihat Konteks, Luaran Teks, Sarana Retorika, Isu dan pernyataan Ideologis, dan Untuk apa pesan utama artikel tersebut. Di dalam memahami konteks responden sebanyak 58% mengetahui dalam rangka apa artikel tersebut diterbitkan dan 45% responden mengetahui di bagian mana dari Koran, artikel ini diterbitkan.

Tabel 2. Kemampuan dalam Melihat Sudut Pandang

No.	Indikator	Respons				Total
		SS	S	TS	STS	
8.	Saya melakukan perbandingan Informasi yang didapat dari satu akun ke akun yang lainnya	10%	37%	34%	19%	100%
9.	Saya membaca sebuah teks hanya karena tidak sengaja mendapatkan teks tersebut di beranda media sosial mereka dan tidak menindaklanjuti maksud dan tujuan dari teks tersebut	13%	31%	44%	12%	100%
10.	Setelah membaca sebuah teks lebih mendalam, saya mencoba mendapatkan informasi lain tanpa melakukan perbandingan berita	2%	34%	49%	15%	100%
11.	Saya membandingkan akun yang berbeda pandangan agar lebih seimbang	16%	32%	36%	16%	100%
12.	Saya menelaah sebuah objek yang lebih dominan dirugikan dalam sebuah narasi berita	12%	37%	39%	12%	100%
13.	Saya lebih memahami atau menyetujui apa yang diinginkan oleh penulis.	9%	30%	42%	19%	100%
14.	Saya mengetahui dalam rangka apa sebuah artikel diterbitkan	13%	45%	37%	5%	100%
15.	Saya mengetahui di bagian mana dari Koran, artikel ini diterbitkan	11%	34%	47%	8%	100%
16.	Saya mampu melihat keberpihakan penulis pada suatu teks yang ia buat melalui sajian gambar, foto atau video	8%	60%	23%	9%	100%
17.	Saya mencari teks-teks lain dengan pembahasan yang sama tetapi dari berbagai pihak yang berbeda dan dikaitkan dengan peristiwa yang sebenarnya terjadi	11%	35%	33%	21%	100%
18.	Saya memahami argumentasi dalam sebuah teks dengan baik	4%	29%	47%	20%	100%
19.	Saya memahami sudut pandang dari suatu teks dengan menelaah idiom-idiom, frasa dan style penulisan yang pakai penulis dalam menarasikan sebuah berita	2%	57%	24%	17%	100%
20.	Saya mengetahui implikasi yang bertujuan untuk menjebak pikiran pembaca agar menyetujui narasi	17%	55%	15%	13%	100%
21.	Saya mengetahui secara baik konsep objek/individu yang digambarkan pada teks/berita	9%	53%	22%	16%	100%
22.	Dari konsep-konsep tersebut saya mengetahui pesan utama teks	10%	44%	25%	21%	100%
23.	Untuk keselarasan informasi, yaitu saya menunggu klarifikasi dari sumber informasi yang resmi	12%	40%	33%	15%	100%
24.	Untuk Keselarasan informasi saya melihat penulis yang paling banyak pengikut	9%	39%	42%	10%	100%
Total		168	692	592	241	
Rata-Rata (Mean)		10%	41%	35%	14%	
Rata-Rata Respons Positif		51%				
Rata-Rata Respons Negatif		49%				

Pada bagian luaran teks ditemukan beberapa poin, yaitu kemampuan responden di dalam melihat keberpihakan penulis pada suatu teks yang ia buat melalui sajian gambar, foto atau video yang dimunculkan dalam berita di mana untuk persoalan tersebut terdapat 68% responden mengetahuinya. Literasi kritis mampu membuat responden mengubah

cara pandang suatu informasi yang bersifat individual ke pemahaman yang lebih penting secara umum (Mulcahy, 2008). Hal ini menjadi penting untuk ditanamkan bagi para responden dalam memahami sebuah teks. Usaha yang dilakukan oleh responden atau pembaca dalam mencari tahu cakupan masalah pada suatu teks yakni mencari teks-teks lain dengan pembahasan yang sama tetapi dari berbagai pihak yang berbeda dan dikaitkan dengan peristiwa yang sebenarnya terjadi sebanyak 46%.

Selanjutnya cara dalam bersifat kritis masih dengan teori Jäger & Maier (2009), yaitu mampu memahami sarana retorika yang dihadirkan dalam suatu teks. Terdapat argumentasi yang dibangun dalam sebuah teks sebanyak 33% responden memahami argumentasi dalam sebuah teks dengan baik. Cara memahami sudut pandang dari suatu teks dapat pula dilakukan dengan menelaah idiom-idiom, frasa dan gaya penulisan yang pakai penulis dalam menarasikan sebuah berita. Hal ini dilakukan sebanyak 59% responden. Kesulitan dalam memahami idiom dan gaya masih menjadi kendala responden dalam mendalami sebuah teks. Teks juga mengandung sebuah implikasi yang bertujuan untuk menjebak pikiran pembaca bahkan lebih jauh membuat sindirian dalam bentuk tersirat ada sekitar 72% responden memahami hal tersebut. Sifat tendensius masih menjadi pola penting yang dilakukan oleh penulis sehingga menghasilkan sebuah *leading steatment* pada sebuah teks yang berdampak pada pola penyimpulan sebuah narasi. Untuk itu penting bagi pembaca untuk mengetahui arah berpikir dari sebuah teks.

Lebih jauh lagi isi dan pernyataan ideologis juga bagian penting dalam melihat sudut pandang sebuah informasi. Isi dan pernyataan ideologi ini berkaitan dengan pengetahuan pembaca dalam memahami konsep dari sebuah objek yang digambarkan dalam teks seperti konsep individu/masyarakat macam apa yang disampaikan oleh artikel tersebut 62%. Dengan menganalisis secara mendalam tentu dapat disimpulkan bahwa sudut pandang dilihat dalam teks harus benar-benar ditelaah secara mendalam oleh responden sehingga dapat mengetahui pesan utama dari teks tersebut 54%.

Tujuan dari melihat dari berbagai sudut pandang ini adalah bagian dari literasi kritis yang harus dimiliki oleh Generasi Z pada saat perkembangan teknologi informasi yang begitu pesat saat ini. Cara yang dilakukan responden untuk menentukan keselarasan antara fakta dan narasi berita. Ada dua cara dalam melihat keselarasan informasi, yaitu menunggu klarifikasi dari sumber informasi yang resmi sebanyak 52%, dan melihat sudut pandang dari akun yang dianggap penulis paling banyak pengikut sebanyak 48%.

Tabel 3 merupakan teori yang juga dikembangkan oleh Lewison et al. (2002) dalam membahas perspektif kritis pembaca wacana salah satunya berfokus pada suatu isu yang berkembang. Isu yang dimaksud adalah memahami sosial, bentuk, dan tatanan yang terjadi dalam suatu teks. Kemampuan seorang pembaca dalam memahami suatu teks terlihat ketika dia menanggapi suatu teks apakah hanya sebatas membaca atau mengkritisi sebuah teks tersebut secara mendalam.

Tabel 3. Memfokuskan pada Suatu Isu yang Berkembang

No.	Indikator	Respons				Total
		SS	S	TS	STS	
25	Saya mampu mengetahui adanya tendensius atau keberpihakan dari suatu teks pada objek tertentu dengan menemukan adanya penggunaan diksi yang menyiratkan sebuah keberpihakan tersebut	15%	43%	22%	20%	100%
26	Saya mampu melihat keberpihakan suatu teks dengan memperhatikan dan menganalisis dari foto atau video yang tersaji di media sosial baik Facebook atau Instagram	13%	45%	15%	27%	100%
27	Saya mampu mengidentifikasi hambatan-hambatan yang muncul di dalam menangani isu pada sebuah teks	12%	45%	17%	26%	100%
28	Saya mengerti maksud dari premis-premis yang digunakan, yaitu premis mayor dan premis minor	3%	44%	13%	40%	100%
29	Saya mencari solusi dari sebuah isu dari sudut pandang sendiri	11%	50%	28%	11%	100%
30	Saya mencari solusi dari sebuah isu melalui perbandingan dengan berbagai media yang lain agar terlihat lebih seimbang	14%	48%	11%	27%	100%
Total		68	265	106	151	
Rata-Rata (mean)		12%	44%	18%	26%	
Rata-Rata Respons Positif		56%				
Rata-Rata Respons Negatif		44%				

Penelitian ini berfokus untuk melihat kemampuan Generasi Z di dalam mendalami suatu teks yang mereka baca. Peneliti melakukan wawancara mendalam dan melalui angket yang disebar pada Generasi Z. Pada tahapan ini terdapat persoalan yang ditanyakan pada responden berkaitan dengan kemampuan dalam menguasai perbendaharaan kata dan penggunaan istilah yang terdapat dalam sebuah teks. Hal ini ditemukan sebanyak 58% responden mampu mengetahui adanya tendensius atau keberpihakan dari suatu teks pada objek tertentu dengan menemukan adanya penggunaan diksi yang menyiratkan sebuah keberpihakan tersebut. Di sisi lain juga responden 58% lebih mampu melihat keberpihakan suatu teks dengan memperhatikan dan menganalisis dari foto atau video yang tersaji di media sosial, baik Facebook atau Instagram. Hal ini senada dengan teori Lee (2012) bahwa teks dan video memiliki keterkaitan kuat terhadap suatu topik sosial dan politik. Oleh karena itu responden juga harus mengetahui apakah gambar dan *caption* di media sosial tersebut berkaitan dengan agenda politik tertentu.

Di dalam menganalisis status pada 'ketidakberesan sosial' yang terjadi dalam suatu teks responden juga harus mampu mengidentifikasi hambatan-hambatan yang muncul di dalam menangani ketidakberesan sosial tersebut hal ini dilakukan oleh responden sebanyak 57%. Untuk mengidentifikasi sebuah hambatan responden juga dapat menemukan premis-premis yang digunakan, yaitu premis mayor dan premis minor hal ini dilakukan responden sebanyak 47%. Lebih jauh lagi dalam teori yang ditawarkan oleh Fairclough menyatakan bahwa seorang pembaca kritis harus bisa menemukan setidaknya solusi dari teks yang mengandung keberpihakan pada objek tertentu, yaitu solusi yang bersifat subjektif dan solusi yang bersifat informatif. Solusi subjektif artinya solusi yang dilihat dari sudut pandang pembaca berdasarkan pengamatan yang dilakukan oleh

pembaca itu sendiri tanpa melakukan perbandingan dengan informasi dari media lain 61%. Solusi yang bersifat informatif adalah solusi yang disajikan dalam bentuk informatif melalui perbandingan dengan berbagai media yang lain agar terlihat lebih seimbang dan objektif 62%.

Tabel 4. Mendeskripsikan Cara Mengambil Tindakan Setelah Memahami Sebuah Wacana

No.	Indikator	Respons				
		SS	S	TS	STS	T
31	Saya memahami fokus diskusi yang telah dimuat dalam teks baik berupa foto, narasi atau video yang terdapat pada Facebook dan Instagram yakni dengan membaca keseluruhan isi dari teks	7%	69%	15%	9%	100%
32	Saya menyajikan sebuah pendapat di akhir sebuah teks dengan cara menyampaikan isi teks dan mengaitkannya dengan segala fakta empiris dan data	3%	65%	23%	9%	100%
33	Saya melakukan pengamatan yang mendalam dari sebuah teks melalui lebih banyak membaca dari kanal-kanal informasi yang lebih valid (REFLEKSI)	17%	62%	10%	11%	100%
34	Saya melakukan konfirmasi secara mendalam kepada ahli atau pakar yang lebih memahami Berita tersebut (AKSI)	2%	12%	54%	32%	100%
35	Saya tidak mengambil kesimpulan dari sebuah berita atau setelah menemukan berita kemudian hanya membiarkan saja berita tersebut berlalu di beranda	13%	39%	44%	24%	100%
36	Saya memberikan tanggapan/komentar dari sebuah berita yang menyebar	20%	53%	10%	17%	100%
37	Saya melanjutkan/meneruskan informasi berita tanpa memastikan berita tersebut	2%	13%	52%	33%	100%
38	Saya melakukan konfirmasi atau tindak lanjut dari berita yang tersebar melalui kanal-kanal berita yang lain setelah memastikannya baru responden atau pembaca meneruskan berita tersebut	22%	46%	14%	18%	100%
39	Saya membuat sebuah teks baru sebagai bentuk penelusuran berita yang lebih baik di mana teks tersebut dihasilkan dari konfirmasi, klarifikasi dan perbandingan berita-berita yang valid	1%	11%	55%	33%	100%
40	Saya melakukan <i>report</i> terhadap akun yang menyebarkan berita bohong	32%	55%	12%	1%	100%
Total		109	405	289	197	
Rata-Rata (Mean)		10,9%	40,5%	28,9%	19,7%	
Rata-Rata Respons Positif		51,4%				
Rata-Rata Respons Negatif		48,6%				

Tabel 4 menunjukkan sebuah kesimpulan dari sebuah teks menjadi salah satu indikator yang sangat penting sebagai manifestasi dari literasi kritis seorang pembaca. Tindakan yang diputuskan juga menjadi barometer dari kesimpulan yang dihasilkan maka dari itu seorang pembaca teks harus benar-benar seimbang dalam membuat kesimpulan meskipun hak penuh dalam menentukan sebuah kesimpulan tetapih ditangan pembaca. Dimensi yang sudah dibahas sebelumnya harus tetap menjadi acuan karena kesimpulan

yang baik tentu memiliki struktur yang baik pula (Lewison et al., 2002). Setelah melewati tiga dimensi sebelumnya maka responden pasti akan mengakhiri sebuah teks dengan sebuah kesimpulan. Cara yang dilakukan oleh responden dalam memahami fokus diskusi yang telah dimuat dalam teks baik berupa foto, narasi atau video yang terdapat pada Facebook dan Instagram yakni dengan membaca keseluruhan isi dari teks sebanyak 66%. Selain itu juga responden dapat lebih kritis terhadap sebuah teks dengan menyajikan sebuah pendapat di akhir sebuah teks dengan cara menyampaikan isi teks dan mengaitkannya dengan segala fakta empiris dan data, hal ini dilakukan oleh sebanyak 68%.

Terdapat dua hal yang sangat penting di dalam menumbuhkan sifat kritis adalah refleksi dan aksi (Mulcahy, 2008). Di dalam membuat sebuah kesimpulan responden harus mampu serta peka terhadap kebenaran dari sebuah berita atau informasi yang di dapat dari media sosial. Ada banyak informasi yang tersebar di media sosial yang sebagiannya masih dipertanyakan kebenarannya. Salah satu cara yang dilakukan oleh responden atau pembaca, yaitu dengan melakukan pengamatan yang mendalam melalui lebih banyak membaca dari kanal-kanal informasi yang lebih valid sehingga tidak terhipnotis hanya pada satu berita apalagi hanya sekedar foto atau video yang tidak jelas sumbernya. Cara ini dilakukan sebanyak 79% responden pada penelitian ini.

Di sisi lain, yaitu sifat aksi yang harus pula tertanam dalam diri pembaca. Setelah membaca sebuah teks tentu pembaca membuat sebuah kesimpulan dari apa yang sudah ditangkapnya. Namun sifat aksi di sini dimaksudkan adalah konfirmasi secara mendalam kepada ahli atau pakar yang lebih memahami terhadap bidang tersebut melalui pertanyaan langsung kepada para ahli tersebut. Mengambil tindakan ini merupakan sesuatu yang melekat dalam konsep literasi kritis (Chambers & Radbourne, 2015). Cara ini ditemukan dilakukan oleh responden sebanyak 14%.

Sebuah keputusan untuk mengambil kesimpulan dari sebuah teks yang telah dibaca tentu berkaitan dengan komitmen dari responden untuk menyebarkan kebenaran dari berita tersebut atau hanya membiarkan berita tersebut berlalu (McLaughlin & DeVoogd, 2004). Namun ada beberapa jawaban yang cukup mengejutkan yang disampaikan oleh para responden, yaitu pertama berkaitan dengan informasi palsu atau hoaks ada 43% responden setelah menemukan berita kemudian hanya membiarkan saja berita tersebut berlalu di beranda mereka. Responden seperti ini biasanya mereka tidak tertarik membaca lebih lanjut sebuah berita hanya membaca sekilas judul dari sebuah berita lalu membiarkannya berlalu begitu saja. Kemudian dalam menyebarkan sebuah informasi yang benar biasanya responden ikut dalam memberikan tanggapan dari sebuah berita hal ini dilakukan sebanyak 73% responden.

Lebih jauh lagi pembaca atau responden sebanyak 15% melakukan tindakan dengan melanjutkan informasi berita tanpa memastikan berita tersebut. Hal ini dilakukan karena kepercayaan instan dari pembaca akan suatu berita dan juga akun tersebut menjadi akun favorit dari pembaca. Sementara itu sifat objektif juga dimiliki oleh responden 68% dengan melakukan konfirmasi atau tindak lanjut dari berita yang tersebar melalui kanal-kanal berita yang lain setelah memastikannya baru responden atau pembaca meneruskan berita tersebut. Literasi kritis yang jarang dilakukan adalah dengan membuat sebuah teks baru sebagai bentuk penelusuran berita yang lebih baik di mana teks tersebut dihasilkan dari konfirmasi, klarifikasi dan perbandingan berita-berita yang valid. Tindakan ini hanya 12% dilakukan oleh para Generasi Z sebagai responden dari penelitian ini. Untuk cara yang

lebih preventif responden dapat melakukan *report* terhadap akun yang menyebarkan konten hoaks atau berita bohong. Hal ini dilakukan untuk memutus penyebaran berita hoaks agar tidak tersebar pada khalayak banyak. Responden yang melakukan ini sebanyak 87% dari total responden. Hal ini dapat terlihat bahwa responden kurang menyetujui penyebaran berita bohong dan mereka mengambil tindakan-tindakan yang cukup ekstrim dengan *me-report* akun tersebut.

D. Penutup

Penelitian ini menghasilkan sebuah perspektif kritis terhadap sebuah wacana menjadi bagian penting dalam proses pendewasaan berpikir bagi setiap Generasi Z yang saat ini masih rentan terpapar berita bohong atau hoaks. Sebuah konsep berpikir yang harus mereka tanamkan di dalam menghadapi gelombang informasi yang begitu banyak tersebar di media sosial khususnya Instagram dan Facebook. Kedua media sosial ini dipilih karena kerap digunakan dalam interaksi dan informasi oleh Generasi Z saat ini. Setiap akun yang mereka miliki tentu ada saja akun lain yang secara otomatis muncul di beranda mereka yang kemudian mereka bisa sikapi atau dibiarkan begitu saja berlalu. Terlebih lagi informasi yang bersifat sosial dan politik cukup banyak tersebar di media sosial di mana mereka bisa saja terpengaruh atau menyikapinya dengan literasi kritis.

Dari persoalan yang muncul tersebut maka peneliti melakukan study kuantitatif untuk mengetahui sikap kritis Generasi Z, khususnya mereka yang aktif pada organisasi kepemudaan. Penelitian ini menggunakan 4 indikator pengukuran, yaitu *disrupting the commonplace* (mengubah perspektif), *interrogating multiple viewpoints* (kemampuan melihat sudut pandang), *focusing on issues* (fokus pada isu yang berkembang), *taking action and promoting social justice* (mengambil tindakan dan mempromosikan keadilan sosial). Hasil penelitian menunjukkan bahwa Gen Z telah dapat memahami teks secara lebih mendalam dan memberikan sebuah tindak lanjut akan apa yang telah mereka baca. Akan tetapi hal tersebut belum cukup, sebagaimana data yang telah diperoleh, masih ada Generasi Z yang belum membuka dirinya untuk berpikir kritis, sehingga dirasa ke depan perlu ada sebuah program untuk pelatihan mengenai perspektif kritis karena jika sekedar mengoperasikan teknologi saja belum cukup tanpa memahami isi dari sebuah informasi yang terkandung dan menyebar dalam teknologi tersebut.

Daftar Pustaka

- APJII. (2016). *Infografis Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesi Survey 2016*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Riset Jasa Internet Indonesia. <https://apjii.or.id/download/filesurveipenetrasiinternet2016.pdf>
- APJII. (2018). *Infografis Penetrasi dan Perilaku Pengguna Internet Indonesia Survei 2017*. Jakarta: Asosiasi Penyelenggara Riset Jasa Internet Indonesia. <https://apjii.or.id/survei2017>
- Billig, M. (2002). Critical Discourse Analysis and the Rhetoric of Critique. In G. Weiss & R. Wodak (Eds.), *Critical Discourse Analysis: Theory and Interdisciplinarity* (pp. 25–46). Palgrave Macmillan.
- Chambers, J. M., & Radbourne, C. L. (2015). Developing Critical Literacy Skills through

- Using the Environment As Text. *Language and Literacy*, 17(1), 1–20. <https://doi.org/10.20360/G2FK58>
- Chayadi S., H., Alamsyah, M., Izzrufi, M. I., Racinta L., S., & Saepudin, E. (2021). Persepsi Mahasiswa/i terhadap Wacana Amandemen UUD NRI 1945 (Survei terhadap Mahasiswa STEI ITB Angkatan 2018). *Jurnal Kewarganegaraan*, 5(1), 13–20. <https://doi.org/10.31316/jk.v5i1.1440>
- Dutro, E. (2010). What “Hard Times” Means: Mandated Curricula, Class-Privileged Assumptions, and the Lives of Poor Children. *Research in the Teaching of English*, 44(3), 255–291. <https://www.jstor.org/stable/27784362>
- Grail Research. (2011). *Consumers of Tomorrow: Insights and Observations About Generation Z*. <https://www.slideshare.net/johnnyvo/consumers-of-tomorrowinsightsandobservationsaboutgenerationz-25226677>
- Harjito. (2014). *Hegemoni Gramsci dalam Sastra Indonesia: Student Hijo, Nasionalisme, dan Wacana Kolonial*. Upgris Press.
- Jäger, S., & Maier, F. (2009). Theoretical and Methodological Aspect of Foucauldian Critical Discourse Analysis and Dispositive Analysis. In R. Wodak & M. Meyer (Eds.), *Methods of Critical Discourse Analysis* (2nd ed., pp. 34–61). Sage Publication.
- Kuo, J. M. (2013). Implementing Critical Literacy for University Freshmen in Taiwan through Self-Discovery Texts. *The Asia-Pacific Education Researcher*, 22, 549–557. <https://link.springer.com/article/10.1007/s40299-013-0057-1>
- Lee, C. (2012). From Disrupting the Commonplace to Taking Action in Literacy Education. *Journal of Thought*, 47(2), 6–18. <https://doi.org/10.2307/jthought.47.2.6>
- Lewison, M., Flint, A. S., & Van Sluys, K. (2002). Taking on Critical Literacy: The Journey of Newcomers and Novices. *Language Arts*, 79(5), 382–392. <https://www.jstor.org/stable/41483258>
- Lie, K. Y., Fei, W. F., Ismail, K., Kee, C. P., & Yasin, M. S. M. (2011). Literasi Kritis dalam Konteks Pendidikan Tinggi: Suara dari Sebuah Bilik Darjah di Malaysia. *GEMA Online: Journal of Language Studies*, 99–119. <https://ejournal.ukm.my/gema/article/view/59>
- Mailawati. (2023). Analisis Fungsi Tindak Tutar Direktif dalam Konteks Bayar Sewa. *DIGLOSLIA: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra Dan Pengajarannya*, 6, 289–302. <https://doi.org/10.30872/diglosia.v6i2.601>
- McLaughlin, M., & DeVoogd, G. (2004). Critical Literacy as Comprehension: Expanding Reader Response. *Journal of Adolescent & Adult Literacy*, 48(1), 52–62. <https://doi.org/10.1598/jaal.48.1.5>
- Mulcahy, C. M. (2008). The Tangled Web We Weave: Critical Literacy and Critical Thinking. In L. Wallowitz (Ed.), *Critical Literacy as Resistance: Teaching for Social Justice Across the Secondary Curriculum* (pp. 15–27). Peter Lang. <https://www.jstor.org/stable/42980102>
- Mustika, V. E. (2018). *Kepercayaan Mahasiswa terhadap Pemberitaan di Instagram* [Universitas Muhammadiyah Surakarta]. <https://eprints.ums.ac.id/62341/>

- Pardede, P., Rasyid, Y., & Anwar, M. (2023). Manipulasi Linguistik sebagai Instrumen Politik dalam Animal Farm: Sebuah Analisis Wacana Kritis. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 6(2), 449–466. <https://doi.org/10.30872/diglosia.v6i2.605>
- Pennycook, G., & Rand, D. G. (2017). Who Falls for Fake News? The Roles of Analytic Thinking, Motivated Reasoning, Political Ideology, and Bullshit Receptivity. *SSRN Electronic Journal*, 24(6), 425–432. <https://doi.org/10.2139/ssrn.3023545>
- Sariasih, W., Rasyid, Y., & Anwar, M. (2023). Analisis Wacana Kritis Sara Mills dalam Cerpen Sepasang Mata Dinaya yang Terpenjara. *Diglosia: Jurnal Kajian Bahasa, Sastra, Dan Pengajarannya*, 6(2), 539–548. <https://doi.org/10.30872/diglosia.v6i2.607>
- Shuqair, S., & Cragg, P. (2017). The Immediate Impact of Instagram Posts on Changing the Viewers Perceptions Towards Travel Destinations. *Asia Pacific Journal of Advanced Business and Social Studies*, 3(2), 1–12. <https://doi.org/10.25275/apjabssv3i2bus1>
- Sugiyono. (2018). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif, dan R&D*. Alfabeta.
- Tapscott, D. (2013). *Grown Up Digital: Yang Muda Yang Mengubah Dunia*. Gramedia Pustaka Utama.
- Utomo, E. P., & Probosini, N. (2020). Pengaruh Sikap dan Norma Subjektif terhadap Intensitas Penggunaan Aplikasi Streaming pada Generasi “Z.” *Jurnal Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 9(2), 241–250. <https://doi.org/10.23887/jish-undiksha.v9i2.18581>
- van Dijk, T. A. (1993). Principles of Critical Discourse Analysis. *Discourse & Society*, 4(2), 249–283. <https://doi.org/10.1177/0957926593004002006>
- Weiss, G., & Wodak, R. (2003). Introduction: Theory, Interdisciplinarity and Critical Discourse Analysis. *Critical Discourse Analysis*, 1–32. https://doi.org/10.1057/9780230514560_1
- Wetherell, M. (2001). *Discourse as Data*. The Open University.