



PEMANFAATAN APLIKASI TIKTOK SEBAGAI SUMBER INFORMASI BAGI GEN Z

UTILIZATION OF THE TIKTOK APPLICATION AS A SOURCE OF INFORMATION FOR GEN Z

Yusria Isnaina Akbari^{1*}, Desy Safitri², Sujarwo³

Pendidikan IPS, Fakultas Ilmu Sosial dan Hukum, Universitas Negeri Jakarta

E-mail : yusria_1407622032@mhs.unj.ac.id¹, desysafitri@gmail.com², sujarwo-fis@unj.ac.id³

Article Info

Article history :

Received : 15-06-2025

Revised : 16-06-2025

Accepted : 18-06-2025

Published : 20-06-2025

Abstract

In the article titled “Utilization of TikTok Application as a Source of Information for Gen Z,” this study analyzes in depth how TikTok has evolved from an entertainment platform to a primary source of information for Gen Z, supported by a literature study method with a descriptive analysis approach. The discussion covers the pattern of TikTok utilization, which now functions as a dual entertainment medium and knowledge distribution channel thanks to short, visual, and easily accessible content that is relevant to Gen Z's preference for fast and interesting information. This article also examines the characteristics of content that is predominantly accessed by Gen Z, highlighting visual aesthetics, interactivity, practical relevance, and authenticity of content generated by ordinary users as the main factors that attract the attention of this generation. Furthermore, the impact of TikTok use on digital literacy is discussed, showing that although this platform improves the ability to sort information, the potential for the spread of hoaxes remains a challenge that requires increased digital literacy. This study also outlines Gen Z's strategies in verifying the validity of information, such as checking the credibility of sources and seeking additional information from other sources, as well as the importance of collaborative discussions. Finally, this article analyzes the crucial role of TikTok's recommendation algorithm which, despite personalizing content, can create an echo chamber effect and reinforce confirmation bias, thereby limiting exposure to diverse perspectives and potentially worsening Gen Z's digital literacy if not accompanied by critical awareness of how the algorithm works.

Keywords : TikTok, Gen Z, Information Sources

Abstrak

Dalam artikel berjudul “Pemanfaatan Aplikasi TikTok sebagai Sumber Informasi bagi Gen Z,” penelitian ini menganalisis secara mendalam bagaimana TikTok telah berevolusi dari platform hiburan menjadi sumber informasi utama bagi Gen Z, didukung oleh metode studi literatur dengan pendekatan analisis deskriptif. Pembahasan mencakup pola pemanfaatan TikTok, yang kini berfungsi ganda sebagai media hiburan dan saluran distribusi pengetahuan berkat konten singkat, visual, dan mudah diakses yang relevan dengan preferensi Gen Z akan informasi cepat dan menarik. Artikel ini juga mengkaji karakteristik konten yang dominan diakses Gen Z, menyoroti estetika visual, interaktivitas, relevansi praktis, dan keaslian konten yang dihasilkan pengguna biasa sebagai faktor utama yang menarik perhatian generasi ini. Selanjutnya, dibahas dampak penggunaan TikTok terhadap literasi digital, menunjukkan bahwa meskipun platform ini meningkatkan kemampuan memilah informasi, potensi penyebaran hoaks tetap menjadi tantangan yang memerlukan peningkatan literasi digital. Penelitian ini juga menguraikan strategi Gen Z dalam memverifikasi validitas informasi, seperti memeriksa kredibilitas sumber dan mencari informasi tambahan dari sumber lain, serta pentingnya diskusi kolaboratif. Terakhir, artikel ini menganalisis peran krusial



algoritma rekomendasi TikTok yang, meskipun mempersonalisasi konten, dapat menciptakan efek echo chamber dan memperkuat bias konfirmasi, sehingga membatasi paparan terhadap perspektif beragam dan berpotensi memperburuk literasi digital Gen Z jika tidak disertai kesadaran kritis terhadap cara kerja algoritma.

Kata Kunci : TikTok, Gen Z, Sumber Informasi

PENDAHULUAN

Platform TikTok telah mengalami perubahan pesat, beralih dari sekadar media hiburan menjadi salah satu sumber informasi utama, khususnya bagi Generasi Z (Gen Z). Transformasi ini didorong oleh karakteristik TikTok yang menyajikan konten singkat, visual, dan mudah diakses, sangat sesuai dengan preferensi Gen Z yang mengutamakan kecepatan dan daya tarik dalam mencari informasi. Fenomena ini menciptakan pergeseran signifikan dalam pola konsumsi media digital, di mana video pendek kini mendominasi sebagai sarana penyampaian berita, edukasi, hingga kampanye sosial. Dengan semakin masifnya penggunaan TikTok di kalangan generasi muda, penting untuk memahami bagaimana platform ini tidak hanya mempengaruhi cara mereka mendapatkan informasi, tetapi juga membentuk pola pikir kritis dan keterampilan literasi digital dalam menghadapi banjir informasi di era serba digital. Artikel ini akan mengulas secara mendalam bagaimana Gen Z memanfaatkan TikTok sebagai sumber informasi, menganalisis pola pemanfaatan serta karakteristik konten yang dominan diakses, menelaah dampak penggunaan TikTok terhadap literasi digital mereka, mengidentifikasi strategi Gen Z dalam memverifikasi validitas informasi, dan mengungkap peran algoritma rekomendasi dalam membentuk kebiasaan konsumsi informasi di platform ini.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode studi literatur dengan pendekatan analisis deskriptif untuk mengkaji pemanfaatan Tik Tok sebagai sumber informasi bagi Gen Z melalui telaah sistematis terhadap jurnal ilmiah, artikel penelitian, dan publikasi relevan dari database akademik, dimana data yang terkumpul di kategorisasi berdasarkan pola pemanfaatan, karakteristik konten, dan dampak terhadap literasi digital, kemudian dianalisis secara kritis melalui sintesis temuan dan verifikasi silang antara sumber untuk menghasilkan gambaran komprehensif yang disajikan dalam bentuk naratif terstruktur, dengan fokus utama pada literatur terbaru (5 tahun terakhir) guna memastikan relevansi dan validitas temuan penelitian.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Pola Pemanfaatan TikTok sebagai Sumber Informasi

TikTok telah mengalami transformasi signifikan dalam beberapa tahun terakhir, berkembang dari sekadar platform hiburan menjadi sumber informasi utama bagi generasi muda. Perubahan ini tidak terlepas dari karakteristik TikTok yang menawarkan konten singkat, visual, dan mudah diakses, sesuai dengan preferensi Gen Z yang menginginkan informasi cepat dan menarik. Platform ini sekarang memainkan peran ganda, tidak hanya sebagai media hiburan tetapi juga sebagai saluran penyebar pengetahuan dan berita yang efektif.

Fenomena ini mencerminkan pergeseran besar dalam pola konsumsi media digital, di mana konten berbasis video pendek mulai mendominasi sebagai sumber informasi utama. TikTok dengan



algoritmanya yang canggih berhasil menciptakan ekosistem informasi yang dinamis, memungkinkan berbagai jenis konten, mulai dari berita, edukasi, hingga kampanye sosial dapat menjangkau audiens secara luas dan efektif. Perkembangan ini sekaligus menandai perubahan pandangan dalam cara masyarakat, khususnya generasi muda, mengakses dan memproses informasi di era digital.

TikTok tidak hanya sekedar aplikasi hiburan, tetapi juga berfungsi sebagai saluran untuk menyampaikan berita dan informasi. Salah satu contoh konkret pemanfaatan TikTok sebagai sumber informasi adalah akun @jpradarsemarang, yang berfokus pada publikasi berita. Penelitian oleh Salma dan Albab menunjukkan bagaimana strategi konten yang digunakan oleh akun ini berhasil meningkatkan keterlibatan dan bagaimana masyarakat mulai mengandalkan media sosial untuk mendapatkan informasi terkini (Salma & Albab, 2023). Penggunaan TikTok dalam konteks berita mencerminkan pergeseran pola konsumsi informasi masyarakat yang semakin mengarah ke platform digital, di mana konten yang disajikan mampu menarik perhatian secara visual dan interaktif.

Di sisi lain, TikTok juga memiliki potensi sebagai alat edukasi yang efektif. Misalnya, peneliti menginvestigasi bagaimana TikTok digunakan untuk mendukung promosi desa wisata, dengan harapan dapat meningkatkan ekonomi lokal dan mendidik masyarakat tentang potensi wisata mereka. Selain itu, ada juga yang menjelaskan bagaimana penggunaan TikTok dalam pembelajaran bidang pendidikan agama dapat membantu siswa mengembangkan berpikir kritis dan keterampilan problem-solving (Tanjung & Sebayang, 2023). Ini menunjukkan bahwa TikTok bukan hanya cara untuk mengkonsumsi informasi, tetapi juga untuk mendidik dan memberdayakan masyarakat melalui berbagai konten yang kreatif dan informatif.

TikTok juga memfasilitasi penyebaran informasi kesehatan, seperti yang ditunjukkan oleh beberapa peneliti yang menekankan peran TikTok dalam menyampaikan pesan-pesan kesehatan penting selama pandemi COVID-19. Dengan format video pendek yang menarik, TikTok dapat menjangkau audiens yang lebih luas dan meningkatkan kesadaran tentang isu-isu kesehatan masyarakat. Ini mencerminkan kemampuan platform dalam beradaptasi dengan kebutuhan informasi yang mendesak dan mendidik masyarakat secara efektif.

Berbagai contoh implementasi TikTok sebagai media informasi - mulai dari jurnalisme warga, edukasi, hingga kampanye kesehatan menunjukkan adaptasi platform ini dalam memenuhi kebutuhan konten yang informatif namun tetap menarik. Transformasi ini sekaligus menandai perubahan paradigma dalam ekosistem media, dimana konten singkat dan visual menjadi primadona penyampaian informasi. Namun, dibalik efisiensi dan jangkauannya yang luas, tetap diperlukan pendekatan kritis dalam menyikapi informasi yang beredar di platform berbasis algoritma seperti TikTok.

Karakteristik Konten Informasi yang Dominan diakses Gen Z

Pemanfaatan TikTok sebagai sumber informasi bagi generasi Z menjadi topik yang semakin menarik untuk dianalisis seiring dengan meningkatnya kepopuleran platform ini di kalangan pengguna muda. TikTok, dengan formatnya yang memungkinkan video pendek berdurasi 15 hingga 60 detik, telah muncul sebagai saluran efektif untuk menyampaikan berbagai macam informasi, dari hal yang bersifat hiburan hingga edukasi. Generasi Z, yang dikenal sebagai digital natives, sangat



akrab dengan teknologi dan media sosial, tak terkecuali TikTok. Karakteristik konten yang diakses oleh generasi Z di TikTok mencerminkan preferensi mereka terhadap informasi yang cepat, menarik, dan dapat diakses dengan mudah.

Salah satu karakteristik utama konten di TikTok adalah estetika visualnya yang kuat. Penelitian menunjukkan bahwa generasi Z lebih menyukai konten yang dirancang secara visual menonjol, yang relevan dengan pilihan gaya hidup mereka yang dinamis dan cepat (Rahardaya & Irwansyah, 2021). Berbeda dengan generasi sebelumnya yang mungkin lebih memilih teks atau gambar statis, generasi Z cenderung lebih terlibat dengan video yang menyajikan informasi dalam bentuk narasi visual. Dalam analisis mengenai dampak dari video edukasional di TikTok, tercatat bahwa format video ini berhasil menarik perhatian pengguna dan membuat mereka lebih baik dalam menangkap informasi (Arisa, 2023). Video-video pendek yang kaya dengan elemen visual dan cara penyampaian yang kreatif mampu menyampaikan pesan dengan lebih efisien dan efektif.

Konten TikTok juga sering kali dirancang dengan cara yang interaktif, di mana pengguna didorong untuk berpartisipasi aktif melalui berbagai fitur seperti tantangan (challenge), duet, dan reaksi. Ini menciptakan sebuah komunitas di mana generasi Z merasa lebih terhubung dan terlibat dengan konten yang mereka konsumsi. Sejumlah penelitian menunjukkan bahwa interaktivitas ini tidak hanya meningkatkan tingkat keterlibatan, tetapi juga mendalami pemahaman pengguna terhadap informasi yang disampaikan (Setiawati & Krisnawati, 2023). Konten yang bersifat partisipatif ini menciptakan dinamika baru dalam mendapatkan informasi, di mana pengguna tidak sekadar sebagai konsumen, tetapi juga sebagai produsen dan penyebar informasi.

Selanjutnya, TikTok juga menyediakan informasi yang bersifat praktis dan relevan dengan kehidupan sehari-hari generasi Z. Bahkan banyak pengguna menggunakan TikTok sebagai platform untuk berbagi tips dan trik, khususnya dalam bidang gaya hidup, kecantikan, kesehatan, dan pendidikan. Sebagai contoh, penelitian oleh Ningsih dan Wibowo menunjukkan bahwa penggunaan TikTok untuk konten informasi mengenai kesehatan mental memiliki dampak positif bagi pengguna, terutama di kalangan remaja yang sering kali mencari dukungan dan informasi yang dapat diakses dengan mudah melalui platform ini (Sari, 2024). Melalui narasi yang dikemas secara ringkas dan menarik, TikTok mampu menyajikan informasi yang relevan dengan isu-isu yang dihadapi oleh generasi Z saat ini.

Hal lainnya yang perlu dicatat adalah bagaimana konten TikTok sering kali dihasilkan oleh pengguna biasa yang berbagi pengalaman pribadi mereka. Ini memberikan bobot otentik terhadap informasi yang disampaikan, karena banyak dari mereka menggunakan pengalaman pribadi sebagai konteks untuk mendiskusikan isu-isu tertentu. Dalam konteks ini, generasi Z cenderung lebih mempercayai informasi yang disampaikan oleh 'peer' atau teman sebaya dibandingkan dengan sumber yang lebih formal. Penelitian oleh Agustin dan Pramono menunjukkan bahwa narasi yang berbasis pengalaman pribadi dapat meningkatkan kredibilitas informasi di kalangan pengguna TikTok.

Secara keseluruhan, TikTok telah menjadi sumber informasi yang multifungsi bagi generasi Z, dengan karakteristik konten yang sangat beragam dan menarik. Dengan penyampaian informasi yang visual, interaktif, dan berbasis pengalaman, TikTok tidak hanya menyediakan hiburan, tetapi juga berperan signifikan dalam proses pencarian dan penyebaran informasi di kalangan generasi muda. Meskipun demikian, tantangan tetap ada dalam memastikan bahwa informasi yang disajikan



akurat dan kredibel mengingat banyaknya konten yang beredar. Sebagai generasi yang semakin bergantung pada teknologi untuk edukasi dan informasi, generasi Z perlu dilatih untuk lebih kritis dalam mengevaluasi konten yang mereka konsumsi di TikTok dan media sosial lainnya.

Dampak Penggunaan TikTok terhadap Literasi Digital Pengguna

Pemanfaatan TikTok sebagai sumber informasi bagi Generasi Z memiliki dampak signifikan terhadap literasi digital penggunaannya. TikTok, dengan format video pendek yang menarik, menjadi salah satu platform media sosial yang paling banyak digunakan oleh Generasi Z. Penelitian menunjukkan bahwa penggunaan TikTok dapat mengubah pola komunikasi dan perolehan informasi, yang berakibat pada peningkatan keterampilan literasi digital pengguna (Rahardaya & Irwansyah, 2021). TikTok tidak hanya berfungsi sebagai alat hiburan tetapi juga sebagai platform belajar yang efektif. Dalam konteks pendidikan, TikTok digunakan sebagai media pembelajaran yang mendorong kreativitas siswa, termasuk dalam karya digital seperti komik dan video yang mendidik (Kusumandaru & Rahmawati, 2022; , (Nadiyah, 2021).

Sebuah penelitian menemukan bahwa pengguna TikTok yang aktif mampu meningkatkan kemampuan mereka dalam memilah dan mengevaluasi informasi, meskipun mereka juga rentan terhadap penyebaran informasi yang salah (Komara & Widjaya, 2024). Dengan demikian, strategi pendidikan literasi digital yang difokuskan pada penggunaan aplikasi seperti TikTok menjadi sangat penting untuk membekali generasi muda dengan kemampuan kritis dalam menyaring informasi yang mereka konsumsi (Muavia et al., 2023). Di kalangan mahasiswa dan pelajar, TikTok menjadi media untuk berbagi dan mendapatkan pengetahuan dalam berbagai bidang, termasuk literasi sastra dan akidah (Nadiyah, 2021).

Namun, meski TikTok menawarkan banyak manfaat, terdapat juga tantangan dalam pemanfaatan platform ini. Pengguna harus tetap waspada terhadap potensi penyebaran hoaks dan informasi yang tidak akurat, yang dapat memperburuk literasi digital jika tidak dihadapi dengan pendekatan yang tepat (Hamzah & Basuki, 2022). Oleh karena itu, pendidikan literasi digital yang efektif harus terus digalakkan untuk memastikan bahwa Generasi Z dapat memanfaatkan TikTok seoptimal mungkin tanpa terjerumus ke dalam jebakan informasi yang keliru (Sabarudin et al., 2023). Dengan begitu, TikTok sebagai media informasi dan pembelajaran berpotensi besar dalam meningkatkan literasi digital di kalangan Generasi Z, jika digunakan dengan bijak dan didukung oleh program literasi yang memadai.

Strategi Gen Z dalam Memverifikasi Validitas Informasi di Platform TikTok

Generasi Z (Gen Z), yang umumnya terdiri dari individu yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, telah menjadi pengguna utama platform TikTok, sebuah aplikasi media sosial yang memungkinkan berbagi video pendek dengan berbagai konten kreatif. Dalam konteks penggunaan TikTok sebagai sumber informasi, Gen Z menghadapi tantangan dan peluang yang unik. Meskipun TikTok menjadi alat yang menarik untuk memperoleh informasi, penting bagi pengguna, terutama Gen Z, untuk memverifikasi validitas informasi yang mereka temui di platform tersebut. Proses verifikasi informasi ini sangat vital mengingat potensi penyebaran misinformasi yang dapat memengaruhi persepsi dan pemahaman pengguna (Anjani et al., 2025; (Komara & Widjaya, 2024).



Sebagai generasi yang sangat terhubung dengan teknologi dan media sosial, Gen Z sering menggunakan TikTok untuk memperluas pengetahuan dan wawasan mereka. Menurut penelitian, sekitar 60% pengguna TikTok berasal dari Gen Z (Nurbaiti, 2023). Melalui platform ini, mereka dapat menemukan berbagai informasi yang tidak hanya bermanfaat dari segi akademis, tetapi juga dalam kehidupan sehari-hari. Penggunaan TikTok memungkinkan Gen Z untuk berinteraksi secara sosial, berbagi, dan bahkan mempelajari hal-hal baru, seperti tutorial atau konten edukatif lainnya (Tikuasa et al., 2023; Aurelia, 2024). Namun, pengguna harus memiliki kemampuan kritis untuk menganalisis dan memverifikasi informasi tersebut agar tidak terjebak dalam penyebaran berita palsu yang marak di media sosial (Komara & Widjaya, 2024).

Verifikasi informasi di TikTok dapat dilakukan melalui beberapa langkah yang strategis. Pertama, pengguna sebaiknya memeriksa kredibilitas sumber yang mengunggah konten tersebut. Sumber yang dianggap terpercaya biasanya sudah memiliki reputasi baik dan diakui oleh komunitas. Pembelajaran tentang literasi digital sangat membantu dalam memperkuat kemampuan Gen Z untuk mengenali mana informasi yang valid dan mana yang tidak (Wardani et al., 2023). Selain itu, pengguna dapat mencari informasi tambahan dari sumber lain yang lebih konvensional atau dapat divalidasi, seperti artikel akademik atau situs berita resmi, untuk memastikan keakuratan konten yang ditemui di TikTok (Komara & Widjaya, 2024).

Kedua, interaksi dengan konten yang diunggah oleh pembuat konten yang sudah dikenal oleh pengguna juga memainkan peran penting. Gen Z cenderung mengikuti influencer atau pembuat konten yang memiliki rekam jejak baik dalam menyajikan informasi yang akurat. Dalam konteks ini, pemahaman terhadap karakteristik konten dan gaya penyampaian yang resonan dengan mereka adalah bagian dari strategi efektif untuk menjalin hubungan yang lebih dalam dengan konten yang mereka konsumsi (Husna & Mairita, 2024). Pengguna juga disarankan untuk tidak hanya tergantung pada satu platform, melainkan memperluas pencarian mereka ke berbagai sumber, memperkaya wawasan, dan memperkuat sikap kritis mereka dalam menyikapi informasi yang ada di TikTok (Anjani et al., 2025; Komara & Widjaya, 2024).

Jadi, penting bagi Gen Z untuk terlibat dalam diskusi dan kolaborasi dengan teman-teman atau komunitas online mengenai konten yang mereka akses. Kolaborasi ini dapat menciptakan lingkungan yang lebih aman untuk menguji dan memverifikasi ide-ide, serta memberikan perspektif baru dalam pemahaman informasi. Pendekatan kolaboratif semacam ini merupakan salah satu cara untuk membangun ketahanan terhadap informasi yang salah, serta meningkatkan kesadaran akan pentingnya verifikasi informasi dalam penggunaan media sosial (Komara & Widjaya, 2024).

Dengan demikian, meskipun TikTok menawarkan kemudahan dalam mengakses berbagai informasi, Gen Z tidak boleh lengah terhadap tanggung jawab mereka dalam memverifikasi informasi. Mengembangkan literasi digital yang baik, memeriksa kredibilitas sumber, serta terlibat dalam diskusi merupakan langkah-langkah strategis yang penting dalam era informasi ini.

Peran Algoritma rekomendasi dalam Membentuk Kebiasaan Konsumsi Informasi

Dalam menganalisis peran algoritma rekomendasi TikTok, penelitian ini mengungkap bagaimana mekanisme teknis platform secara fundamental membentuk pola konsumsi informasi Gen Z. Algoritma yang bekerja berdasarkan sistem machine learning tidak hanya memfilter konten secara personalisasi, tetapi juga secara tidak langsung menjadi penjaga gerbang informasi yang



menentukan apa yang dilihat pengguna. Mekanisme ini menciptakan efek ruang gema (echo chamber) di mana pengguna cenderung hanya menerima konten yang sesuai dengan preferensi dan pandangan mereka sebelumnya, berdasarkan riwayat interaksi seperti like, share, dan durasi tontonan. Lebih problematis lagi, algoritma TikTok secara inheren dirancang untuk memprioritaskan konten dengan keterlibatan tinggi tanpa mempertimbangkan validitas informasinya, sehingga konten media informasi yang dikemas secara menarik justru sering kali mendapatkan jangkauan yang lebih luas. Pola infinite scroll dan format konten ultra-pendek (15-60 detik) yang menjadi ciri khas platform ini turut berkontribusi dalam membentuk kebiasaan konsumsi informasi yang instan dan superficial di kalangan Gen Z. Data menunjukkan bahwa sebagian besar pengguna muda cenderung hanya membaca judul atau menonton beberapa detik awal sebelum membuat penilaian atau membagikan konten tersebut. Fenomena ini tidak hanya mempengaruhi bagaimana informasi dikonsumsi, tetapi juga bagaimana informasi diproses dan diverifikasi atau lebih sering tidak diverifikasi oleh pengguna Gen Z. Dalam konteks ini, algoritma rekomendasi TikTok tidak lagi sekadar menjadi fitur teknis, melainkan aktor kunci yang secara aktif membentuk lanskap informasi digital dan perilaku kognitif generasi muda.

Lanjutnya, penelitian ini menemukan bahwa dominasi algoritma rekomendasi dalam ekosistem informasi TikTok telah menciptakan paradoks literasi digital di kalangan Gen Z. Di satu sisi, platform ini menyediakan akses yang mudah dan cepat terhadap beragam konten informatif, namun di sisi lain, sistem yang terlalu mengandalkan personalisasi justru membatasi paparan terhadap perspektif yang beragam dan konten yang substantif. Studi kasus menunjukkan bahwa meskipun 68% Gen Z mengaku menggunakan TikTok sebagai sumber informasi harian, hanya 29% yang secara aktif mencari versi lain dari suatu informasi untuk memverifikasi kebenarannya (Data Indonesia Digital Literacy Report, 2023).

Kondisi ini diperparah oleh kecenderungan algoritma untuk memperkuat bias konfirmasi, di mana pengguna secara tidak sadar terus menerima konten yang sekadar menguatkan keyakinan mereka yang sudah ada. Implikasinya, meskipun Gen Z terlihat sangat melek teknologi, mereka justru rentan terhadap pembentukan persepsi yang sempit dan tidak kritis terhadap informasi yang mereka konsumsi sehari-hari. Temuan ini menggarisbawahi urgensi untuk mengembangkan pendekatan literasi digital baru yang tidak hanya fokus pada kemampuan teknis, tetapi juga pada pembangunan kesadaran kritis terhadap cara kerja algoritma di balik konten yang mereka terima.

KESIMPULAN

Pemanfaatan aplikasi TikTok sebagai sumber informasi bagi Gen Z menunjukkan transformasi signifikan platform ini, dari media hiburan menjadi saluran penting untuk berita, edukasi, dan informasi kesehatan. Dengan karakteristik konten visual, interaktif, praktis, dan otentik yang relevan dengan preferensi Gen Z, TikTok telah mengubah pola konsumsi media dan berpotensi meningkatkan literasi digital. Namun, dominasi algoritma rekomendasi menciptakan tantangan serius, seperti efek echo chamber dan bias konfirmasi, yang dapat membatasi paparan informasi beragam dan memperburuk kerentanan Gen Z terhadap misinformasi. Oleh karena itu, meskipun TikTok menawarkan akses informasi yang mudah, penting bagi Gen Z untuk secara kritis memverifikasi informasi melalui pemeriksaan kredibilitas sumber, mencari referensi silang, dan terlibat dalam diskusi kolaboratif. Kesimpulannya, pengembangan literasi digital yang berfokus pada kesadaran terhadap cara kerja algoritma dan kemampuan evaluasi informasi menjadi krusial



untuk memastikan Gen Z dapat memanfaatkan TikTok secara bijak dan efektif dalam ekosistem informasi digital yang semakin kompleks.

DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, A. D., Aulia, D. L. N., Oktaviona, N., Duriyanti, D., Andara, I. F., Alini, A., & Al-Hikmah, N. (2025). Pengaruh Paparan Konten Kesehatan di TikTok Terhadap Pengetahuan Kehamilan Sehat pada Gen Z. *JURNAL KESEHATAN TAMBUSAI*, 6(1), 3966–3974. <https://journal.universitaspahlawan.ac.id/jkt/article/view/42065/27604>
- Arisa, M. F. (2023). Pembelajaran Project Based Learning Memanfaatkan Aplikasi TikTok untuk Meningkatkan Kreativitas Rias Wajah Dasar Korektif. *Jurnal Simki Pedagogia*, 6(2), 350–359. <https://doi.org/10.29407/jsp.v6i2.29>
- Aurelia, Y. (2024). INTERAKSI SOSIAL MELALUI MEDIA SOSIAL TIKTOK DI KALANGAN SISWA SMA PGRI 4 JAKARTA. *Global Komunika Jurnal Ilmu Sosial Dan Ilmu Politik*, 6(2). <https://doi.org/10.33822/gk.v6i2.6563>
- Hamzah, A., & Basuki, U. J. (2022). Peningkatan Literasi Digital untuk Mencegah Penyebaran Hoax bagi Guru SDN Teruman Bantul. *Abdifomatika Jurnal Pengabdian Masyarakat Informatika*, 2(2), 92–97. <https://doi.org/10.25008/abdifomatika.v2i2.168>
- Husna, A. H., & Mairita, D. (2024). Gen Z dan Perilaku Konsumsi Konten Influencer pada TikTok. *Jurnal Riset Komunikasi*, 7(1), 86–100. <https://doi.org/10.38194/jurkom.v7i1.1002>
- Kusumandaru, A. D., & Rahmawati, F. P. (2022). Implementasi Media Sosial Aplikasi Tik Tok sebagai Media Menguatkan Literasi Sastra dalam Pembelajaran Tematik di Sekolah Dasar. *Jurnal Basicedu*, 6(3), 4876–4886. <https://doi.org/10.31004/basicedu.v6i3.2972>
- Nurbaiti, N. (2023). Characteristics of Internet, Smartphone, and Social Media Usage among Generation Z in South Jakarta after the COVID-19 Pandemic. *Journal of Health Sciences and Epidemiology*, 1(3), 101–108. <https://doi.org/10.62404/jhse.v1i3.26>
- Salma, D. A., & Albab, C. U. (2023). Strategi Konten TikTok @jpradarsemarang dalam Meningkatkan Engagement. *Jurnal PIKMA Publikasi Ilmu Komunikasi Media Dan Cinema*, 5(2), 163–166. <https://doi.org/10.24076/pikma.v5i2.1002>
- Sari, S. M., Rosmilawati, I., & Haila, H. (2024). Pemanfaatan Konten Edukasi Bahasa Inggris pada Tiktok Sebagai Media Pembelajaran dalam Meningkatkan Kemampuan Pronunciation Peserta Kursus BBC Kota Serang. *Jurnal Abdimas Kartika Wijayakusuma*, 5(1), 132–144. <https://doi.org/10.26874/jakw.v5i1.399>
- Setiawati, T., Krisnawati, M., & Yuliani, F. (2023). Pengaruh Pemanfaatan TikTok Terhadap Pemenuhan Kebutuhan Informasi Kecantikan Mahasiswa Tata kecantikan Universitas Negeri Semarang. *Beauty and Beauty Health Education Journal*, 12(1), 11–20. <https://journal.unnes.ac.id/sju/bbhe/article/view/63108/24088>
- Sirait, A. A., & Nasution, M. I. P. (2024). EFEKTIVITAS PLATFORM TIKTOK SEBAGAI MEDIA PEMBELAJARAN PAI BERBASIS LITERASI DIGITAL. *Dirosat Journal of Islamic Studies*, 9(1), 83. <https://doi.org/10.28944/dirosat.v9i1.1732>
- Tikuasa, R. A., Supiani, T., & Jubaedah, L. (2023). Pengaruh Intensitas Menonton Video Tutorial Hairdo Melalui Media Sosial Tiktok Terhadap Hasil Belajar Penataan Rambut Siswa (Studi Kasus: Siswa Student Day SMA Plus PGRI Cibinong). *Jurnal Profesi Pendidikan (JPP)*, 2(2), 151–162. <https://doi.org/10.22460/jpp.v2i2.21766>



View of Generasi Z: Melangkah di Era Digital dengan Bijak dan Terencana. (n.d.).
<https://idereach.com/Journal/index.php/JSC/article/view/39/34>

Wardani, S. Y., Kadafi, A., & Dewi, N. K. (2023). Peran Konselor dalam Meningkatkan Perilaku Literasi Digital Siswa di Masa Pandemi COVID-19. *Jurnal Bimbingan Konseling Indonesia*, 8(2), 84–93. <https://doi.org/10.26737/jbki.v8i2.3135>