

Generation Z Information Search Patterns Through Social Media (case study among Kakao Webtoon fans)

Pola Pencarian Informasi Generasi Z Melalui Media Sosial (studi kasus di kalangan penggemar Kakao Webtoon)

Nurjumiati¹, Yona Primadesi¹

¹ Universitas Negeri Padang

*Corresponding author, e-mail: mianurjumiati@gmail.com

Abstract

This research aims to describe generation Z's information seeking patterns via social media among Kakao Webtoon fans. This research is qualitative research with a case study method. Determining informants in this research was carried out using a purposive sampling method. Data collection was carried out using interviews, observation and documentation methods. Validation of data was carried out by triangulating sources and analyzing through data reduction, data presentation and drawing conclusions. The results of this research show that in the initiation stage, generation Z feels the need for information due to encouragement or certain moments. In the selection stage, generation Z chooses social media and accounts that are considered relevant. Generation Z's exploration stage formulates the information they will seek and suits their needs, such as specific and interesting information. This information can be seen from the caption, official account, as well as seeing other people's responses to the post. In the collection stage, generation Z stores the information obtained using the bookmark, like, save and share links to save. The information that has been obtained is also shared via send DM, retweet, quote tweet, story and share link, which is found on social media. The presentation stage uses information for one's own benefit which is used for mutual discussion between fellow fans.

Keywords: information search, generation Z, social media, Kakao Webtoon, Kuhlthau



This is an open access article distributed under the Creative Commons 4.0 Attribution License, which permits unrestricted use, distribution, and reproduction in any medium, provided the original work is properly cited. ©20xx by author.

Introduction

Ledakan informasi disebabkan oleh perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang berkembang pesat pada saat ini, telah banyak mengubah aspek-aspek kehidupan manusia. Salah satunya, cara mendapatkan informasi yang dibutuhkan. Kebutuhan informasi setiap orang berbeda-beda tergantung dari cara mereka memperolehnya. Salah satunya kebutuhan akan hiburan, pendidikan, dan sosial. Kebutuhan inilah yang membuat seseorang terus berupaya dalam mendapatkan informasi.

Generasi Z merupakan generasi yang lahir antara 1995-an hingga 2010-an yang disebut juga dengan generasi teknologi. Generasi Z tumbuh bersama kemajuan teknologi informasi dan komunikasi, sehingga dalam pemanfaatan atau penggunaan media sosial telah menjadi bagian dalam kehidupan sehari-hari (Wahyuni, Amelia, & Latiar, 2020). Kemajuan teknologi ini dapat mengatur informasi yang disajikan menjadi lebih beragam dan menarik perhatian. Dapat dilihat dari cara generasi Z dalam mengakses, menyebarkan, dan juga berinteraksi dengan informasi yang ada di media sosial seperti informasi seputar konten hiburan.

Menurut data dari databoks, Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) melakukan survei pada Desember 2023-Januari 2024, dengan melibatkan sebanyak 8.720 responden yang dipilih secara acak dan proporsional dari 38 provinsi yang ada di Indonesia, dimana Generasi Z mengakses media sosial favorit yakni, Instagram sebanyak 51,9 %, Facebook sebanyak 51,64 %, TikTok sebanyak 46,84%, YouTube sebanyak 38, 63%, X (Twitter) sebanyak 1,98 %, LinkedIn sebanyak 0,67%, Tidak tahu sebanyak 0,67 %, dan lain-lainnya sebanyak 1,22 % (Lintang, 2024).

Hal tersebut membuktikan bahwa media sosial memiliki peran penting dalam kehidupan sehari-hari generasi Z, tidak hanya sebagai media hiburan, namun juga sebagai media untuk mencari dan mengakses informasi yang diperlukan. Alasan generasi Z memilih media sosial dikarenakan kemampuan menyediakan informasi yang secara cepat, interaktif, dan dengan format yang lebih mudah dicerna atau di pahami. Selain itu, karena sifat media sosial

yang informasi, arsip, interaksi, konten, dan penyebaran (Azha & Winduwati, 2020). Untuk penelitian ini media sosial yang digunakan adalah media sosial Instagram dan Twitter karena media sosial tersebut yang sering digunakan untuk mencari informasi seputar *webtoon*.

Webtoon sebutan untuk cerita bergambar yang di populerkan oleh negara Korea. Sebagaimana yang telah di jelaskan oleh (Jobst, 2024) bahwa pengguna *webtoon* secara global sebanyak 85, 6 juta. *Webtoon* mulai banyak digemari sejak awal mula diluncurkannya Line Webtoon Indoensia pada tahun 2015 yang terus meningkat setiap tahunnya (Agnes, 2017). *Webtoon* atau yang lebih sering dikenal sebagai komik daring, yang pada saat ini tengah diminati oleh berbagai kalangan penikmat komik. Sifat *webtoon* yang praktis, kreatif, dan menghibur sehingga menjadi alasan memiliki banyak penggemar (Asfar, Purwanto, & Nirmala, 2023).

Ada berbagai macam pilihan jenis platform yang menyediakan beragam bacaan *webtoon*, mulai dari Manga Plus, Comixology, Marvel, Shonen Jump, Line, dan Kakao Webtoon. Dari banyaknya ragam aplikasi tersebut Peneliti, tertarik memilih aplikasi Kakao Webtoon. Kakao Webtoon merupakan aplikasi yang menyediakan *webtoon* atau komik yang menarik dengan pilihan genre fantasi, romansa fantasi, drama, dan aksi yang dapat menghibur pembaca atau penggemar. Bagi penggemar Kakao Webtoon khususnya generasi Z dengan membaca *webtoon* dapat mengisi waktu luang dan sebagai media hiburan disela aktivitas sehari-hari. Oleh karena itu, mereka akan mencari sumber informasi terkait bacaan mereka seperti, keberlanjutan cerita tersebut seperti apa melalui media sosial. Hal ini dapat di lihat dari hasil penelitian (Erlianti, 2020), dimana generasi Z lebih sering menggunakan media elektronik dari pada media cetak sebagai sumber pencarian informasi karena informasi yang didapatkan lebih cepat dan mudah sehingga, menghemat waktu dan tenaga.

Kakao Webtoon telah menciptakan komunitas pembaca yang besar dan setia, yang secara aktif berinteraksi dengan cerita yang mereka baca. Generasi Z sebagai pengguna aktif media sosial sering kali mendiskusikan cerita-cerita yang mereka baca melalui media sosial Instagram dan Twitter, baik itu untuk berbagi teori, membahas plot *twist*, maupun sekedar mengekspresikan antusiasnya terhadap karakter favorit, membuat *fan art*, hingga mengikuti berita dan informasi terbaru mengenai cerita yang mereka ikuti. Media sosial Instagram dan Twitter menjadi ruang interaksi di mana penggemar Kakao Webtoon dapat berbagi pandangan dan informasi. Selain itu, juga memberikan akses informasi dengan format video pendek, ilustrasi, dan infografis.

Generasi Z cenderung mencari informasi melalui media sosial karena beberapa alasan yaitu pertama, karena akses informasi yang cepat, informasi seperti jadwal rilis episode terbaru, *spoiler*, dan pembaruan dari penulis atau *platform* Kakao Webtoon, lebih dulu di posting di media sosial baru ke web ataupun aplikasinya, kedua kualitas terjemahan di aplikasi resmi terkadang tidak selalu memadai, terutama terjemahan tersebut dilakukan secara cepat-cepat mengejar jam tayang tanpa memperhatikan budaya dan bahasa, sehingga pembaca kehilangan nuansa dari cerita yang mereka baca, ketiga kesulitan menemukan situs resmi/legal karena tidak semua penggemar tahu di mana mengaksesnya terlebih *platform* tersebut belum populer di negara tertentu, keempat akses lokasi geografis di mana beberapa *webtoon* dapat di akses hanya di negara atau wilayah tersebut saja, kelima algoritma rekomendasi yang tidak tepat, hal ini terjadi karena *author/artis* tidak mendapatkan rekomendasi promosi yang cukup dari aplikasi sehingga, sulit ditemukan oleh pembaca, keenam, kebingungan harus mulai membaca *webtoon* karena banyaknya pilihan judul yang tersedia, ketujuh penentuan sumber dari *platform* hal ini terjadi karena adanya perubahan lisensi atau perjanjian yang membuat sebuah *webtoon* pindah lokasi, sehingga mungkin kesulitan untuk melacak di mana judul tersebut tersedianya. Maka, dapat dilihat bahwa hal tersebutlah yang membuat Generasi Z melakukan pencarian informasi di media sosial.

Pola pencarian informasi di kalangan penggemar Kakao Webtoon melalui media sosial, mereka menggunakan *hashtag*, fitur pencarian, dan rekomendasi dari teman atau akun yang mereka ikuti untuk mendapatkan *update* terbaru, *spoiler*, berbagi teori, membahas plot *twist*, maupun sekedar mengekspresikan antusiasnya terhadap karakter favorit, membuat *fan art*, hingga mengikuti berita dan informasi terbaru mengenai cerita yang mereka ikuti. Media sosial menyajikan informasi yang beragam kredibilitas yang bervariasi, sehingga membuat proses pencarian informasi menjadi lebih kompleks. Membuat generasi Z merasa kewalahan dengan banyaknya informasi yang terdapat di media sosial, sehingga membuat generasi Z harus memilih-milih informasi yang mana mau digunakan.

Model ISP (*information search proses*) yang diusulkan oleh Khulthau, menggambarkan pencarian informasi tidak selalu harus memandang kedalam diri seseorang saja, tetapi melihat hal yang dilalui atau proses yang lebih tampak diamati. Bahwa proses pencarian informasi merupakan sesuatu langkah, cara, proses yang diawali dari mencari sesuatu yang belum jelas hingga sampai pada tahap yang menemukan titik terangnya, proses tersebut digambarkan melalui tahapan yaitu: (1) inisiasi ialah tahapan generasi Z merasa perlu untuk mendapatkan informasi dengan media sosial sebagai sumber informasi utama; (2) seleksi ialah tahap saat generasi Z umunya

berhasil menemukan informasi yang mereka butuhkan dan tertarik untuk mencari jenis informasi lainnya; (3) eksplorasi ialah tahap mulai mencari informasi yang spesifik yang mereka butuhkan atau inginkan; (4) perumusan (formulation) ialah tahap dimana mayoritas generasi Z telah memahami informasi; (6) pengumpulan (collection) ialah tahap dimana sebagian besar individu generasi Z yakin bahwa informasi yang diperoleh sudah akurat; dan (6) presentasi ialah tahap merasa puas dengan informasi yang mereka peroleh (Devi, et al., 2024).

Peneliti memilih Kakao Webtoon sebagai objek penelitian ini karena Kakao Webtoon merupakan aplikasi/*platform* yang digunakan oleh banyak orang untuk media hiburan di sela-sela aktivitas yang padat dan sibuk, termasuk generasi Z yang lahir di era *digital* dengan membaca *webtoon* merupakan suatu hiburan tersendiri. Sehingga, untuk mendapatkan informasi terbaru seputar *webtoon* yang mereka baca, mereka mencarinya di media sosial. Adapun media sosial yang mereka gunakan Instagram dan Twitter karena media sosial tersebut dapat membantu mereka dalam menemukan informasi yang belum mereka ketahui sebelumnya.

Berdasarkan uraian latar belakang masalah yang telah dijabarkan sebelumnya, peneliti tertarik untuk melakukan penelitian dengan judul, "Pola Pencarian Informasi Generasi Z Melalui Media Sosial (Studi Kasus di Kalangan Penggemar Kakao Webtoon)".

Method

Penelitian ini menggunakan jenis penelitian kualitatif. Penelitian kualitatif adalah penelitian yang bermaksud untuk memahami fenomena tentang apa yang dialami oleh subjek penelitian misalnya perilaku, persepsi, motivasi, tindakan, dan lain-lainnya. Secara holistic, dan cara deskripsi dalam bentuk kata-kata dan bahasa, pada suatu konteks khusus yang alamiah dan dengan memanfaatkan berbagai metode alamiah (Moleong, 2017). Penelitian ini dimaksud untuk memperoleh data yang lebih rinci berdasarkan pengalaman informan dalam menggunakan informasi di media sosial. Metode penelitian ini menggunakan metode studi kasus. Metode studi kasus adalah penelitian yang mendalam tentang individu, kelompok, organisasi, program kegiatan, dan sebagainya dalam waktu tertentu dengan tujuan untuk memperoleh deskripsi yang utuh dan mendalam dari sebuah entitas dengan menghasilkan data yang selanjutnya dianalisis untuk menghasilkan teori (Abdussamad, 2021). Penelitian ini menggunakan metode *purposive sampling* untuk pengambilan data, dengan menetapkan kriteria yang telah ditentukan yaitu, merupakan penggemar Kakao Webtoon yang tergabung dalam *group* WhatsApp kakaovers, merupakan Generasi Z yang lahir pada tahun 1995-2010, dan menggunakan salah satu media sosial Instagram dan Twitter sebagai sarana informasi sebanyak 3 kali dalam sehari. Teknik yang digunakan dalam pengumpulan data pada penelitian ini adalah wawancara, observasi, dan dokumentasi. Pengabsahan data menggunakan triangulasi sumber, dengan membandingkan data dari informan dengan triangulator. Teknik analisis data dalam penelitian ini menggunakan model analisis data kualitatif menurut Miles dan Huberman (Sugiyono, 2023), yaitu reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

Results and Discussion

1. Tahap Inisiasi yang dilakukan dalam Pola Pencarian Informasi Generasi Z Melalui Media Sosial di Kalangan Penggemar Kakao Webtoon

Pada tahap ini, informan mulai menyadari adanya kebutuhan untuk mendapatkan informasi. Hal ini sesuai dengan (Erza, 2020). Kebutuhan informasi adalah keadaan dimana seseorang merasa perlu untuk memuaskan rasa keingintahuannya sebagai bentuk wujud dari kekurangan pengetahuan yang dimilikinya, dengan tujuan untuk memuaskan rasa keingintahuan dan memberikan manfaat yang diperoleh dari hasil memperoleh informasi tersebut.

Berdasarkan hasil wawancara, informan melakukan pencarian informasi karena adanya momen khusus yang membuat mereka membutuhkan informasi dan harus mencari informasi tersebut dapat dilihat dari terjadinya perubahan nama Kakaopage menjadi Kakao Webtoon yang mana pada saat itu membuat hati penggemar *webtoon* dalam persaan khawatir tentang keberlanjutan *webtoon* yang mereka baca akan seperti apa jika, aplikasi tersebut tutup. Namun, setelah mereka mendapatkan informasi yang lebih jelas bahwa aplikasi tersebut tidak tutup namun, hanya berganti nama dengan kualitas aplikasi yang menarik dan memudahkan mereka dalam membaca *webtoon*. Selain itu, ada juga momen lain yang membuat mereka membutuhkan informasi *webtoon* yakni untuk mendapatkan judul baru, sinopsis cerita, event-event berhadiah, *topup coin*, dan pemberitahuan *comeback season*.

Media sosial merupakan jembatan penghubung yang menghubungkan antar individu satu dengan yang lainnya, sehingga saling berbagi kebutuhan hidup. Penggunaan media sosial bisa menjadi penyimak maupun pembuat informasi yang nantinya akan disebarluaskan kemudian dimanfaatkan oleh pengguna lainnya (Maruhuwa, 2023).

Dapat dilihat bahwa informan menggunakan Instagram dan Twitter sebagai media sosial untuk mendapatkan informasi, karena media sosial tersebut dapat menghubungkan mereka dengan pengguna lain saling berbagi informasi dan tempat hiburan dari kejenuhan kegiatan sehari-hari yang tiada hentinya, selain itu akses yang mudah digunakan menjadi alasan utama dalam proses pencarian informasi.

Banyaknya informasi yang tersebar di media sosial membuat orang-orang merasa cemas, ragu, takut, dan optimis dalam memulai pencarian informasi. Hal itu membuat perasaan antara ragu dan yakin dengan informasi yang didapatkan nantinya. Apa sesuai dengan yang diinginkan atau tidak karena informasi yang beragam yang tersebar di media sosial ditambah nanti adanya informasi baru yang membuat bingung dan penasaran secara bersamaan.

2. Tahap Seleksi yang dilakukan dalam Pola Pencarian Informasi Generasi Z Melalui Media Sosial di Kalangan Penggemar Kakao Webtoon

Pada tahap ini, informan memilih *platform* media sosial yang dianggap paling sesuai dengan kebutuhan. Berdasarkan hasil wawancara informan menggunakan media sosial Instagram dan Twitter sebagai tempat untuk pencarian informasi. Instagram merupakan *platform* media sosial yang populer dan digunakan oleh banyak orang, termasuk generasi Z. Platform ini menawarkan berbagai fitur yang membantu pengguna mendistribusikan konten, berinteraksi dengan teman, dan membuat jejaring media sosial (Sikumbang, et al., 2024).

Menurut informan memilih menggunakan Instagram karena media sosial tersebut menjadi salah satu aplikasi yang ada di *smartphone* yang dimilikinya, informasi yang ada disana mudah dicari dan tidak acak dengan informasi lain jika menggunakan aplikasi lain.

Twitter adalah layanan yang memungkinkan seseorang untuk berkomunikasi dan tetap terhubung melalui pertukaran informasi yang cepat. Pengguna juga dapat mengunggah berbagai jenis postingan, seperti *tweet* berisi teks, foto, video, GIF, dan tautan (Azzahra & Dewi, 2023). Menurut informan Twitter merupakan aplikasi yang sering digunakan dan informasi yang ada di sana lebih update, interaktif, diskusi yang dilakukannya secara terbuka, informasi yang dicari cepat ditemukan melalui fitur trending topik dan *hashtag* yang lebih lengkap daripada Instagram.

Dari kedua media sosial tersebut Informan menggunakan akun resmi untuk mencari informasi yang relevan atau informasi yang terbukti kebenaran beritanya. Namun ada juga yang menggunakan fitur *hashtag* dan rekomendasi dari teman untuk mendapatkan informasi yang lebih spesifik dengan yang dibutuhkan. Hal tersebut sesuai dengan pendapat Fitriani, (2021) di media sosial interaksi sesama pengguna memungkinkan pengguna saling berinteraksi melalui fitur suka dan komentar, sehingga mereka dapat memastikan akun tersebut dapat dipercaya melalui siapa saja yang di ikuti atau di sukai oleh akun resmi tersebut. Jika informasi yang di temukan kurang jelas informasinya atau abal-abal yang biasanya menjatuhkan suatu pihak untuk keuntungan pribadi dan juga pemilihan bahasa yang tidak sesuai atau terkesan kasar, informan biasanya mengabaikan akun tersebut karena informasi yang mereka posting pastinya sudah di rubah atau dimodifikasi untuk mendapatkan *like* dan komentar dari para penggemar. Dari hal tersebut, dapat dilihat bahwa informan melakukan pertimbangan atau menyeleksi akun atau postingan yang akan di ikuti untuk menjadi sumber informasi yang relevan.

3. Tahap Eksplorasi yang dilakukan dalam Pola Pencarian Informasi Generasi Z Melalui Media Sosial di Kalangan Penggemar Kakao Webtoon

Pada tahap ini, informan mulai melakukan pencarian informasi secara mendalam dalam mengumpulkan informasi yang beragam dan bisa membuat keraguan terhadap informasi yang didapatkan. Berdasarkan hasil wawancara, informan saat melakukan kegiatan penelusuran informasi di media sosial mereka merasa puas dengan apa yang mereka dapatkan, ada juga yang merasa penasaran dengan informasi yang baru didapatkan karena tidak sesuai dengan harapan awal saat melakukan pencarian informasi. Perilaku pencarian informasi adalah upaya seseorang untuk mencari informasi yang dibutuhkannya, yang nanti akan menimbulkan perilaku yang disebut dengan perilaku pencarian informasi. Perilaku pencarian informasi dimulai ketika seseorang merasa pengetahuan yang dimilikinya masih kurang (Aeni, Indah, & Syam, 2021).

Pada saat informan mendapatkan informasi yang bertentangan dengan apa yang mereka cari di sebuah postingan, informan tidak mempercayai akan tersebut lagi karena informasi yang dibagikan merupakan berita

hoaks yang digunakan untuk menarik perhatian penggemar untuk mendapatkan sejumlah *like* dan pengikut yang banyak, sehingga membuat penggemar merasa kewalahan dalam menyaring informasi yang benar dan valid informasinya. Hal ini sesuai dengan pendapat (Rahmadhany, Safitri, & Irwansyah, 2021), informasi yang terdapat di media sosial di buat oleh siapa saja oleh sebab itu, semua pengguna bisa menyebarkan informasi sesuai dengan keinginan mereka tanpa memikirkan dampak atau akibat dari postingan yang di *upload* dan dibagikan.

Namun, ada juga penggemar yang merasa biasa saja dengan banyaknya informasi yang terdapat di media sosial karena menurut informan informasi yang mereka cari sangat jarang orang yang mencarinya dan juga informasi yang mereka cari tidak banyak, hanya satu atau dua saja yang menurut informan menarik dan berguna untuknya. Banyaknya informasi yang tersebar tentu ada cara yang digunakan untuk menghadapi kondisi informasi yang tidak jelas mulai dari melihat tanggapan atau respon orang melalui fitur komentar, memilih informasi berdasarkan genre yang di baca, jika informasi masih kurang memuaskan informan melakukan pencarian lain menggunakan fitur google lens dalam mencari gambar atau judul dari cerita yang baru saja di dapatkan. Bertanya melalui komunitas karena banyaknya orang yang memahami atau mungkin mengetahui informasi yang sedang di cari. Jika masih belum juga menemukan informasi yang dicari maka melakukan pencarian melalui media sosial lainnya seperti Facebook dan YouTube. Namun ada juga informan memberikan rentang waktu untuk memastikan informasi yang didapatkan benar-benar valid. Hal ini sesuai dengan pendapat (Hendrik, Latuperissa, & Narendra, 2023), pengguna mulai menentukan sumber informasi yang dianggap relevan atau sesuai dengan cara membaca dan memeriksa sumber informasi yang didapatkan.

4. Tahap Formulasi yang dilakukan dalam Pola Pencarian Informasi Generasi Z Melalui Media Sosial di Kalangan Penggemar Kakao Webtoon

Pada tahap ini, informan mulai mengelompokkan informasi yang didapatkan sebelumnya sesuai dengan kebutuhan. Berdasarkan hasil wawancara informan, mulai memahami informasi tergantung dari apa yang di cari melalui media sosial, ada dengan cara berdiskusi dengan teman untuk memastikan informasi tersebut benar-benar valid. Berdiskusi dengan teman dapat membantu dalam menggali informasi yang di cari, teman yang di ajak berdiskusi biasanya sudah melakukan pencarian informasi terlebih dahulu, namun ada juga teman yang di ajak berdiskusi belum mengetahui apa-apa sehingga membuat informan menggali lagi informasi yang di cari. Informasi yang digali informan dapat di percayai apabila memberikan informasi yang jelas seperti judul dan tanggal *webtoon* tersebut akan di rilis atau diterbitkan nantinya. Postingan yang menarik juga dapat menarik perhatian penggemar dalam membaca cerita sehingga hal tersebut menjadi momen yang sangat penting untuk penggemar mulai memahami informasi yang di cari.

Informan memiliki cara dalam menentukan informasi yang dianggap relevan atau sesuai dengan kebutuhan mereka. Mulai dari melihat tanggapan orang lain terhadap postingan sebuah akun di media sosial. Melalui pendapat orang lain penggemar merasa bahwa informasi yang dibagikan itu benar-benar valid. Ada juga dari mereka yang melihat *caption* postingan, dimana bahasa dalam penulisan *caption* sangat penting karena, informasi bukan hanya dapat dilihat dari gambar saja tapi, dari cara menulis dan mengajak pembaca untuk ikut atau ingin tahu lebih tentang *webtoon*. Terkadang informasi yang masih kurang mereka memastikan kembali lewat akun resmi yang digunakan oleh aplikasi yang di baca.

Generasi Z sangat menyukai hal detail dimana mereka mencermati suatu permasalahan secara kritis dan detail, dikarenakan mereka mudah mencari informasi menggunakan internet (Astuti, 2021). Hal ini dapat di lihat dari cara melakukan verifikasi ulang terhadap informasi yang didapatkan di media sosial. Ini dilakukan untuk memastikan kembali informasi yang di dapatkan benar-benar valid. Dapat dilihat dari hasil wawancara dengan informan. Mereka melakukan verifikasi informasi sebanyak dua sampai tiga kali, untuk memastikan kembali informasi yang didapatkan. Setelah berdiskusi dengan orang lain sehingga ada sedikit keraguan di dalam hati dan untuk menghindari berita hoaks yang terdapat di media sosial. Mereka membutuhkan waktu untuk memverifikasi kerelevanan informasi yang terdapat di media sosial dengan mengecek kebenaran informasi melalui membandingkan informasi yang didapatkan dengan informasi yang lainnya (Nurrahmi & Syam, 2020).

Sesuai dengan sifat generasi Z, *diy (do it yourself)*, sebagai generasi di dunia teknologi, mereka tumbuh dengan jejaring media sosial, termasuk YouTube. Dengan cara ini mereka dapat memperoleh banyak informasi tentang berbagai cara untuk melakukan apapun (Nisa, Viratama, & Hidayanti, 2020). Informan, merasa puas, lega, dan senang setelah memahami informasi yang didapatkan di media sosial setelah melakukan verifikasi terhadap informasi yang didapatkan, sehingga mereka merasa percaya diri dengan informasi yang didapatkan, dan mulai memilih dan menyusun secara cepat untuk memperkuat pemahaman mereka terhadap informasi yang di cari dan informasi yang diperoleh.

5. Tahap Koleksi yang dilakukan dalam Pola Pencarian Informasi Generasi Z Melalui Media Sosial di Kalangan Penggemar Kakao Webtoon

Pada tahap ini, informan mulai mengumpulkan informasi yang sudah didapatkan dan melakukan evaluasi terkait informasi yang diperoleh, sehingga informasi tersebut perlu di simpan. Dalam melakukan penyimpanan informasi informan memiliki cara yang berbeda dengan yang lainnya. Ada yang menyimpan postingan atau informasi yang didapatkan melalui fitur *bookmark*, *like*, *save*, dan membagikan *link* untuk di simpan. fitur *bookmark* memudahkan informan dalam menemukan informasi yang terdapat pada Instagram dan Twitter, sehingga mudah menemukan informasi yang dicari. Fitur *like* dan *save* dapat digunakan setelah memberikan reaksi suka pada salah satu postingan yang dianggap valid. Menurut (Hendrik, Latuperissa, & Narendra, 2023), informasi disimpan menggunakan folder yang telah dikumpulkan dengan kebutuhan informasi yang telah dicocokkan dengan kebutuhan pengguna dalam memudahkan akses di masa depan.

Ada juga dari beberapa informan menyimpan informasi yang didapatkan dengan men-screenshot postingan informasi yang mereka dapatkan dan juga cukup dengan mengingat informasi yang didapatkan sebelumnya. Hal ini sesuai dengan pendapat (Rahmawati, 2016), pengumpulan informasi dilakukan dengan cara mencatat, memfoto, mengingat, dan mencetak informasi yang telah di dapatkan.

Hal ini terjadi setelah informan mengumpulkan informasi dari beberapa sumber lain untuk mendapatkan kepuasan informasi yang didapatkan sebelumnya. Biasanya informasi yang dikumpulkan itu sebanyak tiga sampai lima buah informasi, namun ada juga informan tidak mengumpulkan informasi dari beberapa sumber karena menurut mereka informasi yang didapatkan di akun resmi sudah cukup atau sudah yakin dengan informasi yang diberikan.

Informasi yang dikumpulkan di media sosial terkadang membuat informan sesekali merasa ragu, jika informasi tersebut bukan dari akun resmi. Oleh karena itu, kemampuan untuk mengevaluasi atau memilih informasi menjadi sangat penting bagi penggemar dalam mengumpulkan informasi.

Informasi yang telah didapatkan atau di kumpulkan biasanya mereka bagikan. Kebebasan dan memiliki kepercayaan diri tinggi dimana mereka dengan bebas dalam mengutarakan pendapat, ekspresi, dan berkreasi sehingga mereka memiliki kepercayaan diri tinggi dalam bereksplorasi dalam berbagai hal (Astuti, 2021). Karena Generasi Z memiliki kepercayaan diri yang tinggi dalam mengutarakan pendapat, mereka terkadang sering membagikan informasi yang sesuai dengan kebutuhan mereka dan informasi tersebut menarik. Mereka berbagi informasi di media sosial Instagram dan Twitter dengan memanfaatkan fitur *send dm*, *retweet*, *quote tweet*, *story* dan *share link*, yang terdapat pada media sosial tersebut.

6. Tahap Presentasi yang dilakukan dalam Pola Pencarian Informasi Generasi Z Melalui Media Sosial di Kalangan Penggemar Kakao Webtoon

Pada tahap ini, informan memanfaatkan informasi yang telah didapatkan, baik dengan membagikannya atau menggunakannya untuk tujuan tertentu. Informan membagikan informasi untuk kesenangan pribadi atau pengetahuan pribadi yang nantinya dimanfaatkan untuk berpartisipasi dalam komunitas dalam berdiskusi informasi yang sama-sama diketahui atau sekedar bertukar pikiran. Hal ini sesuai dengan pendapat Hutapea, Ruslan, & Asnawi (2021) dimana informasi yang telah dikelola sedemikian rupa sehingga bermanfaat atau berguna bagi penerimanya, juga untuk memudahkan pengambilan keputusan dalam keadaan tertentu.

Generasi Z yang cenderung berkeinginan mendapat pengakuan dimana mereka ingin usaha yang mereka lakukan diberikan pengakuan berupa pujian maupun hadiah (Astuti, 2021). Berdasarkan hasil wawancara informan merasa senang dan bangga membagikan informasi karena informasi tersebut dapat membantu orang lain yang belum tahu dengan informasi terbaru dan membuat mereka merasa tertarik untuk membaca atau mencari informasi lebih lanjut. Respon yang diberikan orang lain dapat memperkuat kepercayaan terhadap informasi yang dibagikan.

Partisipasi merupakan kondisi di mana media sosial dapat mendorong seseorang untuk berkontribusi dengan menghilangkan batasan antara media sosial itu sendiri dengan penggunanya. Di dalam media sosial tentu harus adanya keterbukaan yang berupa saling memberikan umpan balik. Perbincangan di dalam media sosial terjadi secara dua arah, dimana ada salah satu pihak yang menjadi komunikator dan komunikan. Hal tersebut merupakan ciri-ciri yang terdapat di dalam media sosial (Rosmalina & Khaerunnisa, 2020). Hal ini sesuai dengan hasil wawancara, terkadang respon yang diberikan respon atau tanggapan dari teman atau pengikut media sosial terhadap informasi yang dibagikan mulai dari respon yang sangat antusias atau *excited* sehingga setiap ada informasi yang kurang diketahui mereka langsung bertanya ke informan karena di anggap sudah memahami informasi seputar *webtoon*, ada juga sekedar memberikan *like* pada postingan yang di bagikan informan. Namun

ada juga yang membagikan lewat WhatsApp dengan reaksi sama dan membernarkan bahwa informasi yang dibagikan juga mereka dapatkan saat melakukan pencarian informasi. Merasa terhubung dengan komunitas dan pengikut setelah informan membagikan informasi yang mereka peroleh sebelumnya.

Conclusion

Berdasarkan penelitian yang telah di uraikan sebelumnya, maka dapat di ambil kesimpulan bahwa Pola Pencarian Informasi Generasi Z Melalui Media Sosial (studi kasus di kalangan penggemar Kakao Webtoon), dilihat dari teori pencarian informasi Khultahu yaitu, (1) tahap inisiasi, generasi Z merasakan kebutuhan untuk mendapatkan informasi karena adanya dorongan atau momen tertentu yang membuat mereka mencari informasi tersebut. Informasi tersebut dicari melalui media sosial, media sosial yang digunakan yaitu media sosial Instagram dan Twitter. Pada tahap ini juga generasi Z merasa cemas dan ragu sebelum melakukan pencarian informasi karena informasi yang beragam dan tingkat keakuran informasi yang bermacam. (2) Tahap seleksi, generasi Z menunjukkan ketertarikan pada media sosial Instagram dan Twitter dalam melakukan pencarian informasi. Mereka cenderung menggunakan atau mengandalkan akun resmi karena akun tersebut sudah pasti informasinya atau informasinya sudah relevan atau valid, menggunakan fitur *hashtag* untuk mendapatkan informasi yang lebih spesifik. Jika informasi yang didapatkan terkesan menjatuhkan satu pihak, mereka mengabaikan akun tersebut. (3) Tahap eksplorasi, generasi Z mulai menyelidiki informasi secara mendalam. Generasi Z mendapatkan informasi yang memuaskan atau sesuai dengan harapan awal dan ada juga yang tidak sesuai dengan harapan awal. Karena informasi yang didapatkan beragam. Mereka membaca, mencari sumber lain, dan berdiskusi dengan penggemar untuk mendapatkan pendapat tau masukan yang berguna dalam menjawab keraguan akan informasi yang diperoleh. (4) Tahap formulasi, generasi Z mulai merumuskan informasi yang akan dicari dan sesuai dengan kebutuhan mereka, seperti informasi yang spesifik dan menarik. Informasi ini dapat dilihat dari *caption*, akun resmi, serta melihat tanggapan orang lain terhadap postingan tersebut. Verifikasi ulang dilakukan untuk memastikan informasi yang di dapatkan sudah benar-benar valid sehingga, generasi Z memiliki kepercayaan diri terhadap informasi yang di dapatkan. (5) Tahap koleksi, generasi Z mengumpulkan dan menyimpan informasi yang relevan dan terstruktur. Pada tahap ini generasi Z menyimpan informasi yang didapatkan memanfaatkan fitur *bookmark*, *like*, *save*, dan membagikan *link* untuk di simpan. Informasi yang telah didapatkan juga dibagikan lewat *send dm*, *retweet*, *quote tweet*, *story* dan *share link*, yang terdapat pada media sosial tersebut. Setelah melakukan penyaringan informasi yang sempat membuat ragu, dan (6) tahap presentasi, generasi Z menggunakan informasi atau mempresentasikan informasi yang didapatkan. Pada tahap ini generasi Z menggunakan informasi untuk kepentingan diri sendiri yang digunakan untuk saling berdiskusi antar sesama penggemar. Berbagi informasi dapat membuat generasi Z merasa puas dan terhubung dengan orang yang memiliki minat dan hobi yang sama.

References

- Aeni, L. N., Indah, R. N., & Syam, R. Z. (2021). Perilaku Pencarian Informasi Goldenness. *Nusantara Journal of Information and Library Studies (N-JILS)*, 4(1), 17-30.
- Azzahra, S. R., & Dewi, A. O. (2023). Pengalaman Informasi Pengguna Akun Autotbase Twitter @Sbmptnfess sebagai Sumber Informasi bagi Calon Mahasiswa. *Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 12(2), 109-123.
- Erza, E. K. (2020). Analisis kebutuhan informasi generasi z dalam akses informasi di media. *Shaut Al-Maktabah: Jurnal Perpustakaan, Arsip Dan Dokumentasi*, 12(1), 72-84.
- Hendrik, A., Latuperissa, R., & Narendra, A. P. (2023). Perilaku Pencarian Informasi Mahasiswa Program Studi S1 Perpustakaan dan Sains Informasi UKSM Menggunakan Model Kuhltau. *Papyrus: Sosial, Humaniora, Perpustakaan dan Informasi*, 2(4), 1-10.
- Nisa, F. K., Viratama, A. B., & Hidayanti, N. (2020). Analisis pencarian informasi remaja generasi z dalam proses pengambilan keputusan belanja online (analisis pada mahasiswa ilmu komunikasi universitas tidar). *Komunikologi: Jurnal Pengembangan Ilmu Komunikasi dan Sosial*, 4(2), 146-159.

-
- Nurrahmi, F., & Syam, H. M. (2020). Perilaku Informasi Mahasiswa dan Hoaks di Media. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 129-146.
- Rahmadhany, A., Safitri, A. A., & Irwansyah, I. (2021). Fenomena Penyebaran Hoax dan Hate Speech pada Media Sosial. *Teknologi dan Informasi Bisnis*, 3(1), 30-43.
- Rahmawati, F. A. (2016). Perilaku Penemuan Informasi (Information Seeking Behavior) Siswa SMA Dalam Persiapan Memasuki Perguruan Tinggi. *Journal Unair*, 5(3).
- Sikumbang, K., Ramadhina, W., Yani, E. R., Arika, D., Hayati, N., Hasibuan, N. A., & Permana, B. G. (2024). Peranan Media Sosial Instagram terhadap Interaksi Sosial dan Etika pada Generasi Z. *Journal on Education*, 6(2), 11029-11037.