



Peran Media Sosial terhadap Pembentukan Opini Publik Generasi Z: *Systematic Literature Review* tentang Literasi Digital, Polarisasi, dan Disinformasi

Neng Dewi Kartika

Ilmu Komunikasi, Universitas Terbuka, Indonesia

Email Korespondensi: 049439692@ecampus.ut.ac.id

Article received: 01 Januari 2026, Review process: 12 Januari 2026

Article Accepted: 22 Maret 2026, Article published: 02 Mei 2026

ABSTRACT

This study aims to analyze the role of social media in shaping Generation Z public opinion through the perspectives of digital literacy, polarization, and disinformation. The method used was a Systematic Literature Review (SLR) guided by PRISMA 2020. The literature search was conducted through Google Scholar, Scopus, DOAJ, and SINTA for publications from 2020 to 2026. Of the 125 identified articles, 13 met the inclusion criteria and were analyzed using thematic synthesis. The findings show that social media shapes Generation Z public opinion through four main mechanisms: rapid information dissemination, the influence of platform content, narrative construction by digital actors such as buzzers and influencers, and users' cognitive predispositions. This relationship is moderated by the level of digital literacy, platform characteristics, and the context of the issues being consumed. The phenomena of filter bubble, echo chamber, and disinformation have been proven to threaten the quality of public opinion by encouraging polarization, limiting diversity of perspectives, and increasing vulnerability to information manipulation. This study concludes that social media is an active ecosystem that significantly influences how Generation Z understands social reality. Strengthening digital literacy, algorithm transparency, and healthy platform governance are necessary to maintain the quality of the digital public sphere.

Keywords: Disinformation, digital literacy, Generation Z, polarization, public opinion, social media.

ABSTRAK

Penelitian ini bertujuan menganalisis peran media sosial terhadap pembentukan opini publik Generasi Z melalui perspektif literasi digital, polarisasi, dan disinformasi. Metode yang digunakan adalah Systematic Literature Review (SLR) dengan pedoman PRISMA 2020. Pencarian literatur dilakukan pada Google Scholar, Scopus, DOAJ, dan SINTA untuk publikasi tahun 2020 hingga 2026. Dari 125 artikel yang teridentifikasi, sebanyak 13 artikel memenuhi kriteria inklusi dan dianalisis menggunakan thematic synthesis. Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial membentuk opini publik Generasi Z melalui empat mekanisme utama, yaitu penyebaran informasi yang cepat, pengaruh konten platform, konstruksi narasi oleh aktor digital seperti buzzer dan influencer, serta predisposisi kognitif pengguna. Hubungan tersebut dimoderasi oleh tingkat literasi digital, karakteristik platform, dan konteks isu yang dikonsumsi. Fenomena filter bubble, echo chamber, dan disinformasi terbukti menjadi ancaman terhadap kualitas opini publik karena mendorong polarisasi, membatasi keberagaman perspektif, serta meningkatkan kerentanan terhadap

manipulasi informasi. Penelitian ini menyimpulkan bahwa media sosial merupakan ekosistem aktif yang berpengaruh terhadap cara Generasi Z memahami realitas sosial. Penguatan literasi digital, transparansi algoritma, dan pengelolaan platform yang sehat diperlukan untuk menjaga kualitas ruang publik digital.

Kata Kunci: *Disinformasi, Generasi Z, literasi digital, media sosial, opini publik, polarisasi.*

PENDAHULUAN

Kemajuan teknologi informasi dan komunikasi pada dekade terakhir telah melahirkan ekosistem digital yang secara fundamental mengubah cara manusia memperoleh, memproses, dan menyebarkan informasi. Di tengah transformasi tersebut, media sosial menjelma sebagai ruang publik baru yang tidak sekadar memfasilitasi interaksi sosial, melainkan juga berperan aktif dalam membentuk persepsi kolektif masyarakat terhadap berbagai isu. Fenomena ini menjadi semakin relevan seiring dengan laporan We Are Social dan Meltwater yang mencatat jumlah pengguna aktif media sosial di Indonesia mencapai 167 juta orang per Januari 2023, sebuah angka yang mencerminkan betapa dalamnya penetrasi platform digital dalam kehidupan sehari-hari (DataReportal, 2023). Kehadiran media sosial tidak lagi bersifat netral; Tetapi telah berevolusi menjadi kekuatan yang secara aktif menentukan apa yang dianggap penting, relevan, dan benar oleh publik, terutama di kalangan kelompok demografis yang paling intens menggunakannya.

Generasi Z yakni mereka yang lahir antara tahun 1997 hingga 2012, merupakan generasi pertama yang tumbuh dan berkembang sepenuhnya dalam ekosistem digital. Berbeda dengan generasi sebelumnya, Generasi Z tidak mengalami transisi dari dunia analog ke digital, melainkan langsung mengenal realitas sosial melalui layar gawai. Firamadhina dan Krisnani (2021) menegaskan bahwa Generasi Z memanfaatkan TikTok tidak hanya sebagai sarana hiburan, tetapi juga sebagai media edukasi dan platform *aktivisme* yang mampu meningkatkan kesadaran politik serta menyediakan ruang bagi diskusi sosial yang lebih luas. Kondisi ini menunjukkan bahwa batas antara konsumsi konten dan pembentukan opini pada generasi ini menjadi semakin kabur, di mana setiap konten yang dikonsumsi berpotensi menjadi referensi dalam konstruksi pandangan dunia mereka.

Secara lebih khusus, media sosial telah menghadirkan fenomena *filter bubble* dan *echo chamber* yang secara signifikan memengaruhi kualitas opini yang terbentuk di kalangan Generasi Z. Aryantini et al. (2024) menemukan bahwa platform seperti TikTok, Instagram, dan YouTube menjadi instrumen utama penyampaian pesan publik, namun fenomena *filter bubble* justru memperparah polarisasi di antara penggunanya. Algoritma yang bekerja di balik layar secara otomatis menyaring dan menyajikan informasi berdasarkan preferensi pengguna, sehingga individu hanya terpapar pada sudut pandang yang selaras dengan keyakinan yang telah ada sebelumnya. Konsekuensinya, opini yang terbentuk bukan merupakan hasil dari proses deliberasi informasi yang beragam, melainkan produk dari lingkungan informasi yang telah dikurasi secara algoritmik. Armanda et al. (2025) mengonfirmasi bahwa *filter bubble* dan *echo chamber* memengaruhi pola konsumsi

informasi secara signifikan, membentuk cara pandang mereka terhadap isu-isu tertentu sekaligus melemahkan kapasitas berpikir kritis.

Di sisi lain, persoalan disinformasi turut memperumit lanskap informasi yang dihadapi Generasi Z. Komara dan Widjaya (2024) mengungkapkan bahwa dinamika media sosial menciptakan tekanan pada Generasi Z untuk memperoleh informasi secara instan dan meresponsnya dengan cepat, sehingga kecepatan alur informasi kerap mengakibatkan kurangnya waktu untuk refleksi dan verifikasi. Tanpa disadari, Generasi Z dapat menjadi agen penyebaran disinformasi bukan karena niat jahat, melainkan karena keterbatasan dalam menerapkan analisis kritis terhadap konten yang mereka terima dan teruskan. Kondisi ini semakin diperparah oleh minimnya program literasi digital yang secara khusus menyasar kelompok usia ini dengan pendekatan yang kontekstual dan relevan. Alpayed et al. (2025) menyoroti bahwa kemampuan literasi digital mahasiswa dalam menghadapi derasnya informasi di media sosial masih belum memadai, terutama dalam hal memverifikasi keakuratan sumber.

Meskipun penelitian tentang media sosial dan Generasi Z telah berkembang pesat, terdapat *gap* penelitian yang signifikan dan belum terisi secara memadai. Mayoritas kajian yang ada cenderung berfokus pada salah satu aspek secara terisolasi, seperti perilaku penggunaan platform tertentu, pengaruh terhadap partisipasi politik, atau dampak terhadap kesehatan mental, tanpa mengintegrasikan dimensi-dimensi tersebut secara holistik dalam kerangka pembentukan opini publik. Selain itu, kajian yang menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) untuk memetakan secara komprehensif bagaimana media sosial membentuk opini publik di kalangan Generasi Z secara lintas platform dan lintas isu masih sangat terbatas. Vanosha et al. (2026) menunjukkan bahwa peran influencer dalam membentuk opini publik di kalangan Generasi Z memerlukan kajian yang lebih mendalam dan multidimensi, mengingat kompleksitas mekanisme pengaruh yang terjadi. Sementara itu, kajian oleh Gaspersz et al. (2025) yang mengulas peran influencer melalui pendekatan SLR pada studi kasus di Indonesia juga mengindikasikan perlunya sintesis literatur yang lebih menyeluruh dengan cakupan yang melampaui aspek ketokohan semata.

Kebaharuan penelitian ini terletak pada upaya sintesis komprehensif menggunakan metode SLR untuk mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengintegrasikan bukti-bukti empiris dari berbagai studi tentang peran media sosial dalam pembentukan opini publik di kalangan Generasi Z secara menyeluruh. Penelitian ini tidak hanya memetakan pola dan mekanisme pengaruh media sosial terhadap opini Generasi Z, tetapi juga menganalisis faktor-faktor moderasi seperti tingkat literasi digital, jenis platform, dan konteks isu yang dibahas, sehingga menghasilkan kerangka konseptual terintegrasi yang belum tersedia dalam literatur yang ada.

Berdasarkan latar belakang yang telah dipaparkan, rumusan masalah dalam penelitian ini adalah sebagai berikut: (1) Bagaimana pola dan mekanisme peran media sosial dalam proses pembentukan opini publik di kalangan Generasi Z berdasarkan sintesis literatur yang tersedia?. (2) Faktor-faktor apa saja yang memoderasi hubungan antara penggunaan media sosial dan pembentukan opini

publik di kalangan Generasi Z?. (3) Apa saja tantangan dan implikasi yang ditimbulkan dari fenomena *filter bubble*, *echo chamber*, dan disinformasi terhadap kualitas opini publik yang terbentuk di kalangan Generasi Z?

Sejalan dengan rumusan masalah yang telah ditetapkan, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi dan menganalisis pola serta mekanisme peran media sosial dalam pembentukan opini publik di kalangan Generasi Z melalui sintesis sistematis terhadap literatur yang relevan. Mendeskripsikan faktor-faktor yang memoderasi hubungan antara penggunaan media sosial dan pembentukan opini publik di kalangan Generasi Z, meliputi dimensi literasi digital, karakteristik platform, dan konteks isu yang dikaji. Menganalisis tantangan dan implikasi yang ditimbulkan oleh fenomena *filter bubble*, *echo chamber*, dan disinformasi terhadap kualitas opini publik Generasi Z, serta merumuskan kerangka konseptual integratif sebagai kontribusi bagi pengembangan kajian komunikasi digital.

Penelitian ini diharapkan memberikan manfaat yang mencakup dua dimensi utama, yakni manfaat teoretis dan manfaat praktis. Secara teoretis, penelitian ini berkontribusi pada pengembangan ilmu komunikasi, khususnya kajian komunikasi digital dan opini publik, dengan menyediakan sintesis literatur yang komprehensif tentang relasi antara media sosial dan pembentukan opini di kalangan Generasi Z. Kerangka konseptual integratif yang dihasilkan diharapkan dapat menjadi pijakan teoritis bagi penelitian selanjutnya, sekaligus memperkaya diskursus akademik mengenai dinamika ruang publik digital. Secara praktis, temuan penelitian ini diharapkan bermanfaat bagi: (1) *pemerintah dan pembuat kebijakan*, sebagai dasar perumusan regulasi yang mendorong transparansi algoritma dan penguatan ekosistem informasi yang sehat; (2) *lembaga pendidikan*, sebagai landasan perancangan kurikulum literasi digital yang kontekstual dan efektif bagi Generasi Z; (3) *pengelola platform media sosial*, sebagai bahan evaluasi atas dampak sistem *recommendation algorithm* terhadap kualitas wacana publik; serta (4) *masyarakat luas*, khususnya Generasi Z itu sendiri, agar mampu menjadi konsumen dan produsen informasi yang kritis, bertanggung jawab, dan berkontribusi positif bagi kesehatan demokrasi digital.

METODE

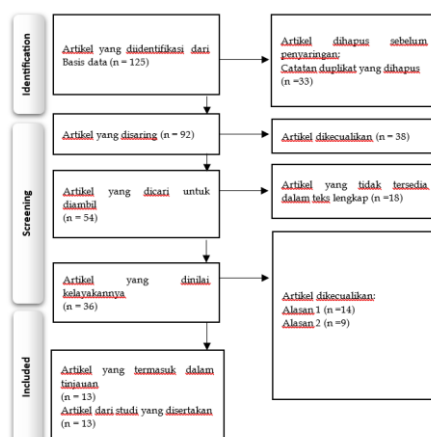
Penelitian ini menggunakan pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR), yaitu suatu metode yang secara sistematis mengidentifikasi, mengevaluasi, dan mengintegrasikan seluruh bukti empiris yang relevan dari studi-studi terdahulu guna menjawab pertanyaan penelitian yang telah ditetapkan secara eksplisit. Berbeda dengan tinjauan literatur naratif yang bersifat subjektif, SLR menuntut prosedur yang terstandarisasi, transparan, dan dapat direplikasi, sehingga tingkat objektivitas dan kredibilitas temuan yang dihasilkan dapat dipertanggungjawabkan secara ilmiah (Snyder, 2019). Dalam pelaksanaannya, penelitian ini mengadopsi panduan *Preferred Reporting Items for Systematic Reviews and Meta-Analyses* (PRISMA) 2020 sebagai kerangka kerja pelaporan (Page et al., 2021). Proses pencarian literatur dilakukan secara sistematis melalui beberapa pangkalan data akademik bereputasi, meliputi Google Scholar, DOAJ, SINTA dan Scopus. Kata kunci yang digunakan disusun dalam bentuk kombinasi logika *Boolean*, antara lain: "media sosial", "opini

publik", "Generasi Z", "pembentukan opini", "*filter bubble*", "*echo chamber*", "literasi digital", serta padanan kata kuncinya dalam bahasa Inggris seperti "*social media*", "*public opinion*", dan "*Generation Z*". Kombinasi kata kunci tersebut diterapkan secara konsisten di seluruh pangkalan data yang digunakan agar cakupan literatur yang diperoleh dapat semaksimal mungkin merepresentasikan perkembangan kajian mutakhir. Rentang waktu publikasi artikel dibatasi antara tahun 2020 hingga 2026 untuk memastikan relevansi dan kemutakhiran data yang dianalisis.

Seleksi artikel dilakukan melalui dua tahap penyaringan yang mengacu pada kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditetapkan sebelumnya. Kriteria inklusi meliputi: (1) artikel diterbitkan dalam jurnal ilmiah terindeks bereputasi; (2) membahas secara spesifik peran media sosial terhadap opini publik atau perilaku informasi Generasi Z; (3) menggunakan metode penelitian yang jelas dan dapat ditelusuri, baik kualitatif, kuantitatif, maupun campuran; serta (4) diterbitkan dalam rentang tahun 2020 hingga 2026 dalam bahasa Indonesia maupun bahasa Inggris. Sebaliknya, kriteria eksklusi mencakup artikel yang tidak melalui proses *peer-review*, artikel berupa editorial atau opini tanpa data empiris, serta artikel yang hanya membahas media sosial secara umum tanpa keterkaitan eksplisit dengan pembentukan opini publik maupun Generasi Z. Penilaian kualitas artikel dilakukan secara independen berdasarkan aspek kejelasan tujuan penelitian, kesesuaian metode dengan pertanyaan penelitian, keandalan instrumen pengumpulan data, serta relevansi temuan terhadap fokus kajian. Artikel yang memenuhi ambang kualitas yang ditetapkan selanjutnya dimasukkan ke dalam matriks ekstraksi data yang memuat informasi mengenai identitas penulis, tahun terbit, metode penelitian, subjek kajian, temuan utama, dan implikasi teoretis. Analisis data dalam penelitian ini dilakukan melalui pendekatan *thematic synthesis*, yakni mengidentifikasi tema-tema berulang yang muncul dari berbagai studi untuk kemudian disintesis menjadi kerangka konseptual yang mampu menjelaskan secara komprehensif peran media sosial dalam pembentukan opini publik di kalangan Generasi Z.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Proses seleksi literatur dalam penelitian ini dilaksanakan secara sistematis mengacu pada panduan PRISMA 2020. Dari proses identifikasi awal, diperoleh sebanyak 125 artikel dari berbagai basis data yang kemudian menjadi bahan seleksi tahap berikutnya. Pada tahap *identification*, sebanyak 33 artikel dihapus karena merupakan duplikat atau tidak memenuhi kriteria basis data, sehingga tersisa 92 artikel untuk disaring lebih lanjut. Pada tahap *screening*, sebanyak 38 artikel dikecualikan berdasarkan judul dan abstrak yang tidak relevan, menghasilkan 54 artikel yang kemudian diambil teks lengkapnya. Dari jumlah tersebut, 18 artikel tidak dapat diakses atau tidak memenuhi kelayakan awal, sehingga 36 artikel lainnya dinilai kelayakannya secara menyeluruh. Pada tahap *eligibility*, artikel kembali diseleksi berdasarkan kriteria inklusi dan eksklusi yang telah ditetapkan, di mana 14 artikel dikecualikan karena tidak membahas variabel Media Sosial Terhadap Pembentukan Opini Publik Gen Z secara keseluruhan dan 9 artikel dikecualikan karena metodologi kurang jelas. Sebanyak 13 artikel memenuhi seluruh kriteria dan dimasukkan ke dalam tinjauan akhir.



Gambar 1. Diagram Alur Seleksi Literatur PRISMA 2020

Ketiga belas artikel yang terpilih mencakup beragam pendekatan metodologis dan konteks geografis, mulai dari studi kualitatif, kuantitatif, eksperimental, hingga *Systematic Literature Review* (SLR) sekunder. Rincian lengkap mengenai identitas penulis, judul, metode, sampel, hasil temuan, dan relevansi masing-masing artikel dengan topik penelitian ini disajikan dalam tabel berikut:

Tabel 1. Sintesis Artikel yang Disertakan dalam *Systematic Literature Review*

N	Penulis (Tahun)	Judul	Metode	Temuan Peneliti	Relevans
1	(Stadelmann et al. 2026)	<i>Is it information predispositions? Measuring the term effect opinion form about new technologies Switzerland</i>	Survei panel gelombang (three-wave panel survey)	Opini banyak dipengaruhi predisposisi kognitif dan ideologis pembentuk kepercayaan opini awal, informasi tetap berpengaruh.	Menjelaskan faktor predisposisi kognitif dan pembentuk opini Generasi
2	(Iqbal et al. 2025)	<i>Teaching awareness in research school classroom Design, implementation of methods) der education mo pre-test dan filter bubble</i>	<i>Design-based research backward design, pendekatan campuran (m)</i>	Edukasi ten bias dan filter biliterasi di meningkatkan kesadaran kmoderasi. der remaja.	Dasar algorit pentingnya di sebagai fa kesadaran kmoderasi.
3	(Armutcu et al. 2023)	<i>Tourist behavior The role of di</i>	Kuantitatif dengan Least Squ	Konten digital	Menunjukkan interkekuatan ko media s

N	Penulis (Tahun)	Judul	Metode	Temuan Penelitiar	Relevans
		<i>marketing and media</i>	Structural Equation Modelling (SEM)	memengaruh perilaku pengguna.	membentuk sopini.
4	(Peng 2026)	et <i>Key factors of gener Z's reside energy behav Insights from gamified investigation fo energy transitio</i>	Pendekatan gamification-based investigation, metode campuran interdisipline	Generasi Z l-responsif konten interaktif, berbasis skenario.	Menjelaskan pengaruh karakteristik platform terhadap opi
5	(Sinha 2025)	et <i>Multi-year su data on p tahun opinion on drive vehicles in Aust and New Zealan</i>	Survei tahunan putaran round multi-survey)	Opini berubah (f mengikuti peristiwa eksternal.	Menunjukkan opini Genera bersifat dina
6	(Sonny 2026)	et <i>Beyond chambers: network homo and algorit recommendation shape polarization an young Indian vc</i>	Kuantitatif dengan Structural Equation Modelling (SmartPLS)	Homophily jaringan rekomendasi algoritma meningkatkan polarisasi po pemilih muda	Bukti peng <i>echo chamber</i>
7	(Hajar & Sya 2024)	<i>Efektivitas Str Komunikasi di Memengaruhi C Publik</i>	Kualitatif der pendekatan s kasus; pengumpulan data wawancara dokumentasi	Kredibilitas sumber, dan media s komunikasi memengaruh hancaman opini disinformasi	Menjelaskan mekanisme komunikasi
8	(Viona & Ri 2024)	<i>Pendekatan Kuantitatif di Memahami Dar Konten Tik Tok Brand Image: Kasus Skintific</i>	Kuantitatif; kuesioner dengan regresi sederhana, dan PLS	Konten Tik Tok berpengaruh positif terhadap li persepsi publi	Bukti dom Tik Tok signifik membentuk opini peng muda.
9	(Suhendra Pratiwi, 2024)	<i>Peran Komun Digital</i>	Kualitatif der metode s	Media s membentuk	Menjelaskan mekanisme

N	Penulis (Tahun)	Judul	Metode	Temuan Penelitiar	Relevans
		<i>Pembentukan Publik: Studi Media Sosial</i>	Ckasus; observasi mendalam, analisis konten	opini terutama penyebaran komentar digital. dan penga tokoh publik.	
10	(Safitri et al, 2024)	<i>Joget Prabowo Filter Tinjauan Respon Masyarakat Pasca Pemilu YouTube Indonesia</i>	Kualitatif; wawancara mendalam analisis media sosial	Algoritma memperkuat paparan dan polarisasi kontra.	Bukti nyata <i>bubble</i> Indonesia. mer
11	(Ahmad et al, 2024)	<i>Pengaruh Sosial terhadap Komunikasi Hubungan dalam Kalid Generasi Z</i>	Systematic Literature Review (SLR); literatur dari DOAJ, dan Scholar tahun 2014-2024	Media ber dampak positif-negatif pada komunikasi dan perZ. Generasi Z.	sdMenjelaskan kompleksitas dampak m sosial pada Z.
12	(Faulina et al, 2020)	<i>Peran Buzzer Konstruksi Viral dalam Pembentukan Publik di Media</i>	Kualitatif pendekatan kasus	der Buzzer narasi mengubah publik.	maMenjelaskan peran digital da konstruksi o publik.
13	(Hobolt et al, 2024)	<i>The Effect of Echo Chambers</i>	PolariEksperimen lapangan berskala (large-scale registered the-field experiment)	Kelompok diskusi homogen meningkatkan polarisasi kebijakan afektif.	Memperkuat argumen bal <i>echo chamber</i> .

Pola dan Mekanisme Peran Media Sosial dalam Pembentukan Opini Publik di Kalangan Generasi Z

Sintesis terhadap ketiga belas artikel yang dikaji mengungkapkan bahwa peran media sosial dalam membentuk opini publik di kalangan Generasi Z tidak berlangsung melalui satu jalur tunggal, melainkan melalui sejumlah mekanisme yang saling berkaitan dan bekerja secara simultan. Mekanisme pertama adalah penyebaran informasi yang berlangsung dengan kecepatan tinggi dan jangkauan yang sangat luas. Platform digital seperti Facebook, Twitter, dan Instagram

memungkinkan informasi menyebar melampaui batas geografis dalam hitungan detik, sehingga secara signifikan memengaruhi sudut pandang dan sikap pengguna terhadap berbagai isu (Suhendra & Pratiwi, 2024). Kecepatan arus informasi ini menciptakan tekanan bagi Generasi Z untuk merespons dengan cepat, sebelum sempat melakukan verifikasi yang memadai.

Mekanisme kedua yang teridentifikasi adalah pembentukan opini melalui konten platform. Temuan Viona dan Rusdi (2024) membuktikan bahwa setiap peningkatan variabel konten media sosial di TikTok menghasilkan peningkatan yang secara langsung menunjukkan betapa kuat pengaruh konten digital terhadap opini pengguna. Ini berarti bahwa Generasi Z tidak sekadar mengonsumsi informasi secara pasif, melainkan secara aktif membangun pandangan dan penilaian mereka berdasarkan kualitas dan intensitas konten yang mereka temui di platform tersebut.

Mekanisme ketiga adalah konstruksi narasi melalui aktor-aktor digital. Faulina et al. (2020) mengungkapkan bahwa *buzzer* sebagai aktor strategis di *new media* mampu merancang konstruksi pesan yang secara terencana mengubah arah opini publik terhadap suatu isu atau narasi tertentu. Fenomena ini menjadi sangat relevan bagi Generasi Z karena mereka merupakan kelompok yang paling intensif terpapar pada ruang digital, sehingga paling rentan terhadap pengaruh konstruksi pesan yang terorganisasi. Di sisi lain, Hajar dan Syaesti (2024) menegaskan bahwa efektivitas komunikasi dalam membentuk opini publik ditentukan oleh pemahaman audiens, konsistensi pesan, dan kredibilitas sumber. Artinya, kualitas dan kejujuran sumber informasi menjadi faktor determinan dalam membentuk opini yang sehat di kalangan Generasi Z.

Mekanisme keempat berkaitan dengan predisposisi kognitif yang mendahului paparan informasi. Stadelmann-Steffen et al. (2026) menemukan bahwa walaupun informasi faktual berbasis video mampu meningkatkan persepsi positif, pembentukan opini secara keseluruhan lebih banyak didorong oleh predisposisi ideologis dan tingkat kepercayaan terhadap sains yang telah terbentuk sebelumnya. Temuan ini mengindikasikan bahwa Generasi Z yang datang ke media sosial dengan keyakinan awal yang kuat akan cenderung menyaring informasi baru melalui lensa keyakinan tersebut, sehingga paparan informasi tidak serta-merta mengubah opini yang sudah mengakar. Kondisi ini diperkuat oleh temuan Ahmad et al. (2024) yang menunjukkan bahwa media sosial pada Generasi Z mendorong penggunaan bahasa yang lebih singkat dan berkurangnya keterampilan komunikasi langsung, yang secara tidak langsung berdampak pada kedalaman pemrosesan informasi dalam pembentukan opini mereka.

Faktor-Faktor yang Memoderasi Hubungan antara Penggunaan Media Sosial dan Pembentukan Opini Publik di Kalangan Generasi Z

Sintesis literatur mengidentifikasi setidaknya tiga kelompok faktor moderasi yang menentukan kualitas dan arah opini publik yang terbentuk di kalangan Generasi Z melalui media sosial, yakni literasi digital, karakteristik platform, dan konteks isu yang dikonsumsi. Dalam hal literasi digital, Iqbal et al. (2025) menyatakan bahwa remaja yang mendapat intervensi edukasi terstruktur tentang *algorithmic bias* dan *filter bubble* mampu menunjukkan peningkatan kesadaran kritis

yang substansial. Ini menegaskan bahwa tingkat literasi digital bukan faktor bawaan, melainkan kompetensi yang dapat ditingkatkan melalui intervensi yang tepat sasaran. Generasi Z yang memiliki literasi digital tinggi mampu mengenali mekanisme manipulasi algoritmik dan memproses informasi dengan lebih kritis sebelum membentuk opini. Sebaliknya, mereka yang literasi digitalnya rendah cenderung menjadi objek pembentukan opini yang pasif dan mudah diarahkan.

Karakteristik platform menjadi faktor moderasi kedua yang tidak kalah penting. Peng et al. (2026) menemukan bahwa Generasi Z memiliki respons yang berbeda terhadap pendekatan informasi tergantung pada format dan konteks penyajian, di mana pendekatan berbasis *gamification* dan konten visual lebih efektif dalam mempengaruhi sikap mereka dibandingkan teks konvensional. Sementara itu, Armutcu et al. (2023) menegaskan bahwa kualitas konten online dan kemudahan aksesnya secara langsung memengaruhi niat perilaku pengguna, sehingga desain platform dan kualitas konten menjadi variabel moderasi yang krusial. Perbedaan arsitektur antara TikTok, Instagram, YouTube, dan Twitter menciptakan pengalaman konsumsi informasi yang berbeda-beda, yang pada gilirannya menghasilkan pola pembentukan opini yang tidak seragam.

Konteks isu merupakan faktor moderasi ketiga yang perlu diperhatikan. Sinha et al. (2025) menunjukkan bahwa opini publik bersifat dinamis dan berubah seiring perkembangan konteks, termasuk faktor-faktor eksternal seperti krisis global. Ahmad et al. (2024) mengidentifikasi bahwa pengaruh media sosial terhadap Generasi Z bersifat kompleks dan beragam tergantung pada jenis isu yang dibahas, di mana isu-isu yang menyentuh identitas sosial cenderung menghasilkan reaksi yang lebih intens dibandingkan isu-isu teknis atau kebijakan. Keberagaman isu yang beredar di media sosial menuntut Generasi Z memiliki fleksibilitas kognitif untuk menavigasi informasi dari berbagai domain secara bersamaan.

Tantangan dan Implikasi Fenomena Filter Bubble, Echo Chamber, dan Disinformasi terhadap Kualitas Opini Generasi Z

Tantangan terberat yang dihadapi Generasi Z dalam ruang digital adalah keberadaan tiga fenomena yang saling menguatkan satu sama lain, yakni *filter bubble*, *echo chamber*, dan disinformasi. Ketiga fenomena ini bukan sekadar gangguan teknis, melainkan ancaman sistemik terhadap kualitas opini publik yang terbentuk.

Fenomena *filter bubble* bekerja secara halus namun konsisten melalui algoritma yang menyaring dan mengkurasi konten berdasarkan riwayat perilaku pengguna. Safitri et al. (2024) membuktikan bahwa algoritma media sosial mengekspos pengguna secara eksklusif pada konten yang sesuai preferensi mereka, sehingga menghasilkan polarisasi opini yang nyata antara kelompok pro dan kontra. *Filter bubble* tidak hanya mempersempit cakrawala informasi Generasi Z, tetapi juga menciptakan ilusi bahwa pandangan mereka adalah pandangan mayoritas, suatu kondisi yang secara epistemologis berbahaya bagi proses pembentukan opini yang objektif.

Echo chamber mengangkat persoalan ini ke tingkat yang lebih serius karena melibatkan dinamika sosial di samping algoritmik. Hobolt et al. (2024) membuktikan bahwa diskusi dalam kelompok yang homogen secara partisan meningkatkan

polarisasi kebijakan maupun polarisasi afektif dibandingkan diskusi dalam kelompok campuran. Hasil ini memiliki implikasi langsung bagi Generasi Z di Indonesia yang aktif dalam komunitas-komunitas digital yang homogen, di mana keyakinan yang ada terus-menerus diperkuat tanpa adanya paparan terhadap perspektif alternatif. Sonny et al. (2026) memperluas temuan ini dengan membuktikan bahwa *homophily* jaringan dan kurasi algoritmik secara bersama-sama menghasilkan polarisasi politik yang semakin ekstrem, dengan mekanisme *belief reinforcement loop* yang bekerja melalui interaksi antara arsitektur platform, pengelompokan sosial, dan bias kognitif.

Disinformasi menambahkan lapisan kompleksitas yang memperparah kedua fenomena di atas. Hajar dan Syaesti (2024) menegaskan bahwa tantangan disinformasi terus meningkat seiring semakin canggihnya strategi komunikasi manipulatif di era digital, sementara Faulina et al. (2020) mengungkapkan bahwa konstruksi pesan oleh *buzzer* yang terorganisasi mampu menciptakan narasi palsu yang diterima sebagai kebenaran oleh publik luas. Bagi Generasi Z, kombinasi antara kecepatan konsumsi informasi, rendahnya toleransi terhadap konten panjang, dan paparan *filter bubble* yang terus-menerus menciptakan kondisi yang sangat kondusif bagi penyebaran dan penerimaan disinformasi tanpa proses verifikasi yang memadai.

Secara keseluruhan, sintesis dari ketiga belas artikel ini menghasilkan gambaran bahwa media sosial bukanlah instrumen yang netral dalam pembentukan opini publik Generasi Z. Ia adalah ekosistem yang aktif, kompleks, dan penuh dengan aktor serta mekanisme yang bekerja secara berlapis. Implikasinya, strategi penguatan literasi digital yang kontekstual, desain platform yang mendorong eksposur terhadap keberagaman perspektif, serta regulasi yang menuntut transparansi algoritma menjadi kebutuhan yang mendesak untuk memastikan kualitas opini publik Generasi Z dapat tumbuh secara sehat di tengah kompleksitas ekosistem informasi digital.

SIMPULAN

Penelitian ini berhasil menyintesis 13 artikel ilmiah melalui pendekatan *Systematic Literature Review* (SLR) berbasis panduan PRISMA 2020 untuk mengkaji peran media sosial dalam pembentukan opini publik di kalangan Generasi Z. Hasil sintesis menunjukkan bahwa media sosial membentuk opini publik Generasi Z melalui empat mekanisme utama yang saling berkelindan, yakni penyebaran informasi berkecepatan tinggi, pengaruh konten platform, konstruksi narasi oleh aktor digital seperti *buzzer*, serta predisposisi kognitif yang dimiliki individu sebelum terpapar informasi. Hubungan antara penggunaan media sosial dan pembentukan opini publik pada Generasi Z dimoderasi oleh tiga faktor moderasi, yaitu tingkat literasi digital, karakteristik arsitektur platform yang digunakan, serta konteks isu yang dikonsumsi, di mana ketiga faktor tersebut secara bersama-sama menentukan kualitas dan arah opini yang terbentuk. Fenomena *filter bubble*, *echo chamber*, dan disinformasi ancaman yang memperparah polarisasi opini publik Generasi Z, karena ketiga fenomena tersebut bekerja secara sinergis dalam menciptakan lingkungan informasi yang tertutup, homogen, dan rentan terhadap

manipulasi narasi. Dengan demikian, media sosial bukan sekadar saluran komunikasi pasif, melainkan ekosistem aktif yang secara fundamental membentuk cara Generasi Z memahami, menilai, dan merespons realitas sosial di sekitar mereka.

Berdasarkan temuan dan simpulan yang telah dirumuskan, terdapat beberapa rekomendasi yang perlu mendapat perhatian dari berbagai pemangku kepentingan. Bagi pemerintah dan regulator, perlu segera dirumuskan kebijakan yang mewajibkan transparansi algoritma platform media sosial guna meminimalkan dampak *filter bubble* dan *echo chamber* yang secara sistemik mendegradasi kualitas opini publik, khususnya di kalangan Generasi Z yang merupakan populasi pengguna terbesar. Bagi lembaga pendidikan, kurikulum literasi digital yang kontekstual, berbasis skenario nyata, dan dirancang sesuai karakteristik belajar Generasi Z perlu dikembangkan secara serius dan diintegrasikan ke dalam sistem pembelajaran formal maupun nonformal, agar Generasi Z mampu mengidentifikasi *algorithmic bias*, mendeteksi disinformasi, dan memproses informasi secara kritis sebelum membentuk opini. Bagi peneliti selanjutnya, kajian lanjutan dengan pendekatan longitudinal dan lintas platform sangat direkomendasikan untuk memetakan evolusi pola pembentukan opini Generasi Z secara lebih komprehensif, mengingat ekosistem digital terus berkembang dengan kecepatan yang melampaui kapasitas kajian sinkronik; selain itu, penelitian dengan pendekatan eksperimental yang melibatkan sampel Generasi Z Indonesia secara langsung akan sangat memperkaya kerangka konseptual yang telah dihasilkan oleh penelitian ini.

DAFTAR RUJUKAN

- Ahmad, K. R., Amir, L. S., & Hapipi, M. (2024). Pengaruh Media Sosial terhadap Pola Komunikasi dan Hubungan Sosial dalam Kalangan Generasi Z. *Sanskara Ilmu Sosial Dan Humaniora*, 1(02), 85–94. <https://doi.org/10.58812/sish.v1i02.364>
- Alpayed, D., Jabbar, A., Salsabila, A., & Mahmudin, A. (2025). Tingkat Literasi Digital Mahasiswa Generasi Z Program Studi Pendidikan Bahasa Arab dalam Mengidentifikasi dan Mengatasi Hoaks di Media Sosial. *Jurnal Literasi Digital*, 5, 86–95. <https://doi.org/10.54065/jld.5.1.2025.796>
- Armanda, D., Afaf, D., & Krisdahyanto, R. (2025). Filter Bubble dan Echo Chamber: Pengaruh Algoritma Media Sosial terhadap Pola Konsumsi Informasi Mahasiswa Universitas Lampung. *Jurnal Ilmu Komunikasi Dan Sosial Politik*, 2, 1124–1129. <https://doi.org/10.62379/jiksp.v2i4.2669>
- Armutcu, B., Tan, A., Amponsah, M., Parida, S., & Ramkissoon, H. (2023). Tourist behaviour: The role of digital marketing and social media. *Acta Psychologica*, 240(August). <https://doi.org/10.1016/j.actpsy.2023.104025>
- Aryantini, P. T., Pramana, G. I., Erviantono, T., & Duarte, E. F. B. (2024). Peran Media Sosial Dalam Pembentukan Opini Publik Politik: Studi Kasus Kampanye Pemilu 2024. *Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial*, (Vol. 5 No. 5 (2024): Triwikrama: Jurnal Ilmu Sosial), 81–90.
- DataReportal. (2023, February 9). *Digital 2023: Indonesia*. DataReportal – Global Digital Insights. <https://datareportal.com/reports/digital-2023-indonesia>

- Faulina, A., Chatra, E., & Sarmiati, S. (2020). Peran buzzer dan konstruksi pesan viral dalam proses pembentukan opini publik di new media. *JRTI (Jurnal Riset Tindakan Indonesia)*, 7(1), 1. <https://doi.org/10.29210/30031390000>
- Firamadhina, F. I. R., & Krisnani, H. (2021). Perilaku Generasi Z Terhadap Penggunaan Media Sosial Tiktok: Tiktok Sebagai Media Edukasi Dan Aktivisme. *Share : Social Work Journal*, 10(2), 199. <https://doi.org/10.24198/share.v10i2.31443>
- Gaspersz, R., Pelamonia, M., Izaak, D., & Yoris, J. (2025). Peran Influencer Media Sosial Dalam Membentuk Opini Publik: Systematic Literature Review Pada Studi Kasus Di Indonesia. *Jurnal BADATI Ilmu Sosial & Humaniora*, 6(2), 253–266. <https://doi.org/10.38012/jb.v6i2.1437>
- Hajar, S., & Syaesti, Y. P. (2024). Efektivitas Strategi Komunikasi Dalam Memengaruhi Opini Publik. *Jurnal Studi Interdisipliner Perspektif*, 24(1), 39–45.
- Hobolt, S. B., Lawall, K., & Tilley, J. (2024). The Polarizing Effect of Partisan Echo Chambers. *American Political Science Review*, 118(3), 1464–1479. <https://doi.org/10.1017/S0003055423001211>
- Iqbal, M., Singh, K., Khan, S., Osho, O., Sidnam-Mauch, E., Bannister, N., Caine, K., & Knijnenburg, B. (2025). Teaching AI awareness in middle school classrooms: Design, implementation and evaluation of two education modules on algorithmic bias and filter bubbles. *Computers and Education: Artificial Intelligence*, 8(December 2024), 100425. <https://doi.org/10.1016/j.caeai.2025.100425>
- Komara, D. A., & Widjaya, S. N. (2024). Memahami Perilaku Informasi Gen-Z dan Strategi Melawan Disinformasi: Sebuah Tinjauan Literatur Penggunaan Media Sosial. *Jurnal Pustaka Ilmiah*, 10(2), 155. <https://doi.org/10.20961/jpi.v10i2.85775>
- Page, M. J., McKenzie, J. E., Bossuyt, P. M., Boutron, I., Hoffmann, T. C., Mulrow, C. D., Shamseer, L., Tetzlaff, J. M., Akl, E. A., Brennan, S. E., Chou, R., Glanville, J., Grimshaw, J. M., Hróbjartsson, A., Lalu, M. M., Li, T., Loder, E. W., Mayo-Wilson, E., McDonald, S., ... Moher, D. (2021). The PRISMA 2020 statement: An updated guideline for reporting systematic reviews. *BMJ*, 372, n71. <https://doi.org/10.1136/bmj.n71>
- Peng, Y., Marchi, L., & Gaspari, J. (2026). Energy & Buildings Key influencing factors of generation Z ' s residential energy behaviour: Insights from a gamified investigation for the energy transition. *Energy & Buildings*, 361(November 2025), 117498. <https://doi.org/10.1016/j.enbuild.2026.117498>
- Safitri, D., Ramadhani, A., Tridewi, S., & Suciati, W. (2024). Joget Prabowo dan Filter Bubble: Tinjauan terhadap Respon Masyarakat Pasca Pemilu di YouTube CNN Indonesia. *Komunikasiana: Journal of Communication Studies*, 6(2), 163. <https://doi.org/10.24014/kjcs.v6i2.33856>
- Sinha, A., Wang, T., Buckley, M., Excell, R., & David, R. (2025). Multi-year survey data on public opinion on driverless vehicles in Australia and New Zealand. *Data in Brief*, 59. <https://doi.org/10.1016/j.dib.2025.111273>

- Snyder, H. (2019). Literature review as a research methodology: An overview and guidelines. *Journal of Business Research*, 104, 333–339. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2019.07.039>
- Sonny, M., Benny, V., & Lakshmi, K. (2026). Beyond echo chambers: How network homophily and algorithmic recommendations shape political polarization among young Indian voters. *Social Sciences and Humanities Open*, 13(February), 102586. <https://doi.org/10.1016/j.ssaho.2026.102586>
- Stadelmann-Steffen, I., Sträter, R., & Zumofen, G. (2026). Is it information or predispositions? Measuring the long-term effect of information on opinion formation about new energy technologies in Switzerland. *Technology in Society*, 87(November 2025). <https://doi.org/10.1016/j.techsoc.2026.103340>
- Suhendra, S., & Pratiwi, F. S. (2024). Peran Komunikasi Digital dalam Pembentukan Opini Publik: Studi Kasus Media Sosial. *Iapa Proceedings Conference*, 293–315. <https://doi.org/10.30589/proceedings.2024.1059>
- Vanosha, A. P., Azizah, A., Febrian, F., Putrinova, G., Luthfiyyah, H., Fazila, H., Triadi, J., Harahap, L. H., Ardiansah, M. R., Rafi, M., & Perawati, P. (2026). Peran Influencer Media Sosial Membentuk Opini Publik di Kalangan Mahasiswa. *Studi Administrasi Publik Dan Ilmu Komunikasi*, 3(1), 01–10. <https://doi.org/10.62383/studi.v3i1.895>
- Viona, V., & Rusdi, F. (2024). Pendekatan Kuantitatif dalam Memahami Dampak Konten TikTok pada Brand Image: Studi Kasus Skintific. *Prologia*, 8(2), 284–291. <https://doi.org/10.24912/pr.v8i2.27554>