

Pengaruh algoritma media sosial terhadap pola konsumsi informasi di kalangan gen z di Universitas Hang Tuah Pekanbaru

¹Rudi Rahman, Abdullah Mitrin, Putri Azizah, ²Vita Amelia, ³Risa Amalia

^{1,3}Program Studi Ilmu Komunikasi, Universitas Hang Tuah Pekanbaru, Indonesia

²Program Studi Ilmu Perpustakaan, Universitas Lancang Kuning Pekanbaru, Indonesia

Email: vita.amelia@unilak.ac.id

Naskah diterima: 24 Oktober 2025, direvisi: 29 November 2025, diterima: 26 Desember 2025

ABSTRACT

This research is motivated by significant changes in information consumption among Generation Z (Gen Z), which are heavily influenced by the development of social media and the algorithms used by these platforms. However, the way information is presented by social media algorithms tends to be tailored to individual preferences, potentially influencing the information consumption patterns received by users. The purpose of this study is to analyze the influence of social media algorithms on information consumption patterns among Gen Z, specifically among students at Hang Tuah University Pekanbaru. This study also aims to identify the types of information most consumed and the factors that influence these consumption patterns. This study used a quantitative approach with a survey as a data collection method. The respondents involved were Gen Z students living in Hang Tuah University Pekanbaru, with a sample size of 40 students. Data collection was carried out through a questionnaire containing questions regarding social media usage habits, the types of information frequently consumed, and the influence of social media algorithms on their information consumption patterns. The results of the study indicate that social media algorithms influence the information consumption patterns of Gen Z at Hang Tuah University Pekanbaru. The results of a simple linear regression analysis further indicate that social media algorithms have a significant influence on students' information consumption patterns ($\beta = 0.62$, $t = 5.22$, $p < 0.01$). This regression model explains 38% of the variability in students' information consumption patterns ($R^2 = 0.38$). Consumption patterns tend to consume information that is personal and relevant to their interests, such as entertainment, trends, and visual content.

Keywords: gen z; information consumption patterns; social media algorithms

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh perubahan signifikan dalam cara konsumsi informasi di kalangan generasi Z (Gen Z) yang banyak dipengaruhi oleh perkembangan media sosial dan algoritma yang digunakan platform-platform tersebut. Namun, cara informasi disajikan oleh algoritma media sosial cenderung disesuaikan dengan preferensi individu, yang berpotensi mempengaruhi pola konsumsi informasi yang diterima oleh pengguna. Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh algoritma media sosial terhadap pola konsumsi informasi di kalangan Gen Z, khususnya di mahasiswa Universitas Hang Tuah Pekanbaru. Penelitian ini juga bertujuan untuk mengidentifikasi jenis informasi yang paling banyak dikonsumsi serta faktor-faktor yang mempengaruhi pola konsumsi tersebut. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan survei sebagai metode pengumpulan data. Responden yang terlibat adalah Gen Z yang tinggal di mahasiswa Universitas Hang Tuah Pekanbaru, dengan jumlah sampel 40 orang mahasiswa. Pengumpulan data dilakukan melalui kuesioner yang berisi pertanyaan mengenai kebiasaan menggunakan media sosial, jenis informasi yang sering dikonsumsi, serta pengaruh algoritma media sosial terhadap pola konsumsi informasi mereka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa algoritma media sosial berpengaruh pada pola konsumsi informasi gen Z di Universitas Hang Tuah Pekanbaru. Hasil analisis regresi linier sederhana lebih lanjut menunjukkan bahwa algoritma media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap pola konsumsi informasi mahasiswa ($\beta = 0,62$, $t =$

5,22, $p < 0,01$). Model regresi ini menjelaskan 38% variabilitas dalam pola konsumsi informasi mahasiswa ($R^2 = 0,38$). Pola konsumsi cenderung mengkonsumsi informasi yang bersifat personal dan relevan dengan minat mereka, seperti hiburan, tren, dan konten visual.

Kata Kunci: algoritma media sosial, gen z; pola konsumsi informasi

1. PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi yang pesat dalam dua dekade terakhir telah mengubah cara manusia dalam mengakses, menyebarkan, dan mengonsumsi informasi. Media sosial, sebagai bagian dari ekosistem digital, menjadi salah satu kanal utama bagi generasi muda, khususnya Generasi Z (Gen Z), dalam memperoleh informasi sehari-hari. Gen Z, yang lahir antara pertengahan 1990-an hingga awal 2010-an, dikenal sebagai digital native yang sangat tergantung pada teknologi dan internet dalam aktivitas sehari-hari, termasuk dalam hal memperoleh berita dan informasi (Turner, 2015).

Perubahan pola konsumsi informasi Gen Z tidak dapat dilepaskan dari peran algoritma media sosial yang bekerja berdasarkan preferensi dan rekam jejak digital penggunanya. Dalam konteks Indonesia, Wulandari, Rullyana, dan Ardiansyah (2022) menjelaskan bahwa algoritma media sosial berfungsi sebagai *gatekeeper* baru yang secara otomatis menyaring dan menampilkan informasi sesuai minat pengguna, menggantikan peran kurasi manusia yang lazim ditemukan pada media tradisional. Hal ini mengakibatkan pengguna, termasuk mahasiswa, lebih sering terpapar konten yang relevan dengan ketertarikan sebelumnya, sehingga membentuk pola konsumsi informasi yang bersifat personal, cepat, dan bersifat *on demand*. Dengan demikian, akses informasi bagi Gen Z tidak lagi ditentukan oleh agenda media, tetapi oleh struktur algoritmik yang mengatur arus informasi secara real time.

Selain itu, penelitian Sinambela (2022) menekankan bahwa rendahnya kesadaran pengguna terhadap mekanisme kerja algoritma membuat mereka rentan terhadap fenomena *filter bubble* dan *echo chamber*. Kedua fenomena ini menyebabkan pengguna hanya berada dalam ruang informasi yang sempit dan homogen, sehingga berdampak pada berkurangnya keberagaman perspektif yang diterima. Bagi Gen Z yang aktif di media sosial, kondisi ini dapat memengaruhi kualitas literasi informasi mereka, terutama dalam membedakan antara informasi kredibel dan konten yang bersifat manipulatif atau sensasional. Teori ini semakin relevan digunakan saat menganalisis bagaimana mahasiswa di perguruan tinggi menjalankan aktivitas pencarian informasi akademik maupun non-akademik melalui platform yang dikendalikan oleh algoritma.

Di balik kemudahan akses informasi di media sosial, terdapat sistem algoritma yang bekerja di balik layar untuk menyaring dan merekomendasikan konten berdasarkan preferensi pengguna. Algoritma ini, seperti yang digunakan oleh platform seperti Instagram, TikTok, Twitter (kini X), dan Facebook, berfungsi untuk meningkatkan keterlibatan pengguna dengan menampilkan konten yang dianggap relevan (Bucher, 2018). Namun, sistem ini juga memunculkan fenomena *filter bubble* dan *echo chamber*, yaitu kondisi ketika seseorang hanya terpapar pada informasi yang sesuai dengan pandangannya saja, sehingga mengurangi keberagaman informasi yang dikonsumsi.

Algoritma media sosial merupakan seperangkat sistem pemrograman berbasis logika matematika yang berfungsi untuk menyaring, mengurutkan, dan merekomendasikan konten kepada pengguna berdasarkan preferensi dan perilaku mereka. Algoritma ini secara otomatis mempelajari aktivitas pengguna—seperti klik, suka, komentar, hingga waktu tonton—untuk menentukan jenis konten yang paling sesuai dan berpotensi menghasilkan interaksi lebih lanjut. Dengan kata lain, algoritma berperan penting dalam membentuk linimasa (timeline) dan pengalaman personal setiap pengguna media sosial (Suryani dan Prasetyo, 2021).

Teori media sosial yang dikemukakan oleh Nasrullah (2020) menegaskan bahwa platform digital tidak hanya menyediakan ruang interaksi, tetapi juga membentuk perilaku pengguna melalui aspek-aspek teknologis seperti desain platform dan algoritma. Perspektif ini memperkuat

pandangan bahwa algoritma bukanlah sekadar alat teknis, melainkan bagian dari struktur sosial yang memengaruhi bagaimana informasi diproduksi, diedarkan, dan diterima oleh pengguna. Dalam konteks ini, algoritma memiliki fungsi kontrol yang secara berkala mengatur eksposur informasi sehingga pengguna tidak menerima konten secara acak, melainkan hasil seleksi sistematis yang disesuaikan dengan pola perilaku digital mereka. Dengan demikian, algoritma berperan sebagai aktor kunci dalam pembentukan pengalaman digital yang bersifat personal sekaligus terarah.

Lebih jauh lagi, Yusuf dan Rahma (2022) melalui teori Kurasi Algoritmik menjelaskan bahwa mekanisme rekomendasi yang dijalankan platform digital dapat mempengaruhi perilaku informasi pengguna, termasuk kecenderungan untuk hanya mengonsumsi jenis konten tertentu secara berulang. Proses kurasi berbasis algoritma ini berpotensi mempersempit cakrawala informasi pengguna karena mereka cenderung diarahkan pada konten yang sesuai dengan preferensi awalnya. Dalam konteks mahasiswa Gen Z, situasi ini dapat memperkuat terbentuknya *filter bubble* dan *echo chamber*, yaitu keadaan ketika informasi yang diterima sangat homogen dan berasal dari perspektif yang sama. Akibatnya, kemampuan berpikir kritis dan keberagaman referensi informasi dapat terganggu, terutama dalam proses pembelajaran dan pemahaman isu sosial.

Sementara itu, Putri (2022) dan Sari (2023) menambahkan bahwa algoritma media sosial juga berperan dalam membentuk pola konsumsi informasi generasi muda melalui pola interaksi digital yang terus dipantau oleh sistem. Putri (2022) menjelaskan bahwa interaksi pengguna terhadap konten tertentu, baik berupa likes, komentar, ataupun durasi tontonan, dipersepsikan oleh algoritma sebagai sinyal minat yang kemudian diperkuat melalui penyajian konten serupa secara berulang. Dalam perspektif konsumsi informasi, Sari (2023) menegaskan bahwa generasi Z mengalami pergeseran orientasi dari konsumsi informasi yang bersifat komprehensif menuju pola konsumsi yang bersifat cepat, fragmentaris, dan visual. Ketergantungan pada algoritma ini pada akhirnya membentuk kebiasaan baru dalam mengakses informasi, yaitu mengandalkan rekomendasi sistem ketimbang pencarian aktif, yang secara perlahan memengaruhi kualitas dan keragaman pengetahuan mereka.

Keberadaan algoritma ini membuat setiap individu menerima informasi yang berbeda, meskipun menggunakan platform yang sama. Hal ini dikenal sebagai personalisasi konten. Meskipun memberikan kenyamanan dan efisiensi, algoritma juga dapat menimbulkan efek negatif seperti *filter bubble* dan *echo chamber*, di mana pengguna hanya terpapar pada informasi yang sesuai dengan sudut pandangnya saja dan tidak mendapatkan keberagaman perspektif informasi (Safitri, 2020). Dalam konteks media sosial seperti Instagram, TikTok, dan YouTube, algoritma didesain untuk mendahulukan konten yang memiliki potensi keterlibatan tinggi, bukan semata-mata konten yang informatif atau akurat. Akibatnya, informasi viral cenderung lebih mudah tersebar dibandingkan informasi yang benar namun kurang menarik secara emosional. Bagi generasi muda, khususnya Generasi Z yang sangat aktif di media sosial, algoritma berpotensi memengaruhi cara mereka mengonsumsi informasi, membentuk opini, dan bahkan pengambilan keputusan dalam kehidupan sehari-hari (Pertiwi, 2022).

Algoritma ini sangat erat kaitannya dengan pola konsumsi informasi di kalangan pengguna media sosial. Pola konsumsi informasi merujuk pada cara, kebiasaan, serta preferensi individu dalam mencari, memilih, menerima, dan menginterpretasikan informasi dari berbagai sumber. Dalam era digital, pola konsumsi informasi mengalami pergeseran signifikan, dari yang sebelumnya bersifat linier dan berbasis media tradisional, kini bergeser menjadi dinamis, interaktif, dan sangat dipengaruhi oleh teknologi digital, terutama media sosial. Menurut Putra (2023), algoritma media sosial membentuk *alur paparan informasi* melalui proses personalisasi dan seleksi konten, sehingga pengguna cenderung mengakses informasi yang serupa dengan minat dan riwayat interaksi mereka. Pergeseran ini juga ditegaskan oleh Sari (2023), yang menyatakan bahwa pola konsumsi informasi generasi muda kini sangat dipengaruhi oleh sistem rekomendasi digital yang mengarahkan perhatian pengguna pada konten tertentu, sehingga

algoritma berperan sebagai *kurator utama* dalam menentukan jenis dan intensitas informasi yang diterima. Menurut Effendy konsumsi informasi tidak hanya berkaitan dengan kegiatan menerima pesan, tetapi juga melibatkan proses kognitif dalam memahami dan menyaring pesan yang diterima.

Dalam konteks media massa, individu akan memilih informasi berdasarkan kebutuhan, minat, dan kepercayaannya. Hal ini selaras dengan teori uses and gratifications, di mana individu dianggap aktif dalam memilih media dan informasi yang mereka anggap bermanfaat untuk memenuhi kebutuhannya. Lebih lanjut, Cangara menyatakan bahwa konsumsi informasi sangat dipengaruhi oleh faktor internal seperti usia, tingkat pendidikan, dan latar belakang budaya, serta faktor eksternal seperti akses teknologi, lingkungan sosial, dan kecenderungan algoritma media digital (Cangara, 2013). Dalam konteks generasi muda seperti Generasi Z, pola konsumsi informasi cenderung cepat, visual, dan berbasis media sosial, yang memungkinkan akses informasi secara instan namun sering kali tanpa proses verifikasi.

Dalam penelitian oleh Puspitasari dan Kusumawati, ditemukan bahwa mahasiswa cenderung lebih sering mengakses informasi melalui media sosial seperti Instagram dan Twitter daripada melalui portal berita resmi atau sumber ilmiah. Ini menunjukkan bahwa pola konsumsi informasi pada era digital tidak hanya ditentukan oleh kebutuhan informasi, tetapi juga oleh kenyamanan akses, bentuk penyajian informasi (visual, ringkas), dan pengaruh algoritma platform (Puspitasari dan Kusumawati, 2020).

Fenomena ini menjadi semakin penting untuk diteliti dalam konteks dunia pendidikan, terutama di kalangan mahasiswa, yang secara intelektual diharapkan dapat mengakses informasi secara kritis dan berimbang. Di Universitas Hang Tuah Pekanbaru, sebagai institusi pendidikan tinggi, mahasiswa Gen Z menjadi kelompok yang sangat aktif dalam penggunaan media sosial. Kecenderungan konsumsi informasi mereka sangat dipengaruhi oleh algoritma yang membentuk feed atau linimasa mereka. Hal ini menimbulkan pertanyaan penting mengenai sejauh mana algoritma media sosial memengaruhi cara mahasiswa mengonsumsi informasi. Penelitian ini penting dilakukan untuk mengetahui dampak nyata dari algoritma media sosial terhadap pola konsumsi informasi Gen Z yang focus pada, informasi hiburan (video pendek, meme, konten viral), informasi tren dan gaya hidup (fashion, kuliner, traveling), informasi visual (gambar, video reels, TikTok, Instagram), informasi ringan dan instan, bukan bersifat mendalam atau akademik.

Hasil dari penelitian ini diharapkan dapat memberikan wawasan baru bagi institusi pendidikan dalam merancang literasi digital yang efektif dan relevan dengan tantangan zaman, serta menjadi bahan evaluasi untuk kebijakan kampus dalam membentuk karakter mahasiswa yang kritis dan melek informasi. Penelitian ini bertujuan untuk menganalisis pengaruh algoritma media sosial terhadap pola konsumsi informasi Gen Z, serta mengidentifikasi dampak positif maupun negatif yang ditimbulkan. Hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi dalam meningkatkan literasi digital mahasiswa dan mendorong penggunaan media sosial yang lebih kritis dan sadar akan pengaruh algoritma.

Dengan memahami pengaruh algoritma terhadap konsumsi informasi, penelitian ini juga bertujuan untuk membuka ruang diskusi yang lebih luas mengenai etika penggunaan media sosial, tanggung jawab platform digital, serta perlunya pendidikan literasi digital yang tidak hanya teknis, tetapi juga kritis.

Adapun pendekatan pemecahan masalah dalam penelitian ini dilakukan melalui pendekatan kuantitatif deskriptif-asosiatif yang bertujuan untuk menggambarkan bagaimana algoritma media sosial memengaruhi pola konsumsi informasi mahasiswa Gen Z di Universitas Hang Tuah Pekanbaru. Data diperoleh melalui kuesioner berbasis skala Likert untuk mengukur persepsi mahasiswa terhadap personalisasi konten, mekanisme rekomendasi, serta tingkat ketergantungan mereka terhadap feed yang dikurasi algoritma. Analisis data dilakukan melalui uji validitas, reliabilitas, korelasi, dan regresi untuk melihat seberapa kuat hubungan antara algoritma dan pola konsumsi informasi. Pendekatan ini membantu mengidentifikasi masalah utama, yaitu apakah mahasiswa menyadari pengaruh algoritma dalam menentukan informasi yang mereka terima dan

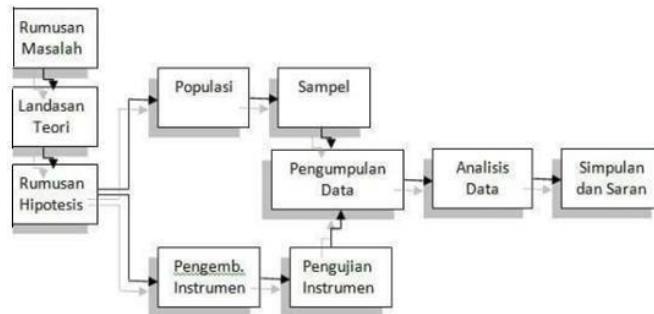
bagaimana hal tersebut membentuk preferensi serta kualitas pemahaman mereka terhadap suatu isu.

Argumentasi penelitian ini berangkat dari asumsi bahwa algoritma media sosial berperan besar dalam mengatur arus informasi yang diterima pengguna, termasuk mahasiswa Gen Z yang merupakan kelompok paling aktif menggunakan media sosial sebagai sumber utama pengetahuan. Algoritma bekerja dengan cara memprioritaskan konten yang relevan dengan riwayat interaksi pengguna, sehingga mahasiswa lebih sering menerima konten yang populer dan menghibur daripada informasi ilmiah atau kredibel. Di lingkungan akademik, kondisi ini dapat menjadi masalah karena dapat menurunkan kualitas konsumsi informasi mahasiswa dan melemahkan kemampuan berpikir kritis. Oleh karena itu, penelitian ini penting untuk memahami sejauh mana algoritma benar-benar membentuk pola konsumsi informasi mahasiswa, sejauh mana mereka menyadari bias algoritma, serta bagaimana kampus dapat meningkatkan literasi digital sebagai bentuk mitigasi.

Potensi temuan penelitian ini mencakup beberapa aspek penting. Pertama, penelitian mungkin menemukan bahwa algoritma memiliki pengaruh yang signifikan terhadap pola konsumsi informasi mahasiswa, di mana mereka lebih sering menerima informasi secara pasif melalui fitur rekomendasi dibanding mencari informasi secara mandiri. Kedua, penelitian berpotensi menemukan adanya fenomena filter bubble dan echo chamber, di mana mahasiswa hanya terekspos pada konten yang sesuai dengan preferensi mereka sehingga wawasan informasi menjadi terbatas. Ketiga, pola konsumsi informasi yang diarahkan oleh algoritma dapat menurunkan minat mahasiswa pada informasi yang bersifat mendalam atau ilmiah dan mendorong preferensi pada konten singkat, viral, dan mudah dikonsumsi. Keempat, penelitian dapat menunjukkan bahwa platform tertentu seperti TikTok dan Instagram lebih dominan memengaruhi konsumsi informasi dibanding platform lainnya. Selain itu, penelitian juga mungkin mengungkap kurangnya literasi digital mahasiswa terkait cara kerja algoritma sehingga diperlukan upaya kampus untuk meningkatkan kesadaran dan kemampuan evaluasi informasi.

2. METODE PENELITIAN

Metode penelitian yang digunakan untuk mencapai tujuan penelitian ini adalah deskriptif kuantitatif. Metode penelitian ini adalah suatu metode yang bertujuan untuk membuat gambar atau deskriptif tentang suatu keadaan secara objektif yang menggunakan angka, mulai dari pengumpulan data, penafsiran terhadap data tersebut serta penampilan dan hasilnya (Arikunto, 2014). Teknik pengumpulan data dalam penelitian ini menggunakan angket (kuesioner) yang disebarluaskan kepada mahasiswa sebagai responden. Kuesioner disusun dalam bentuk pernyataan tertutup dengan menggunakan skala Likert, yang bertujuan untuk mengukur persepsi dan kebiasaan responden terhadap penggunaan media sosial dan pola konsumsi informasi. Data yang telah terkumpul dianalisis menggunakan analisis statistik deskriptif dan inferensial. Analisis deskriptif digunakan untuk menggambarkan karakteristik responden dan pola konsumsi informasi mahasiswa. Selanjutnya, analisis inferensial dilakukan menggunakan regresi linier sederhana untuk mengetahui pengaruh algoritma media sosial terhadap pola konsumsi informasi mahasiswa Generasi Z. Adapun prosedur dalam penelitian ini yaitu;



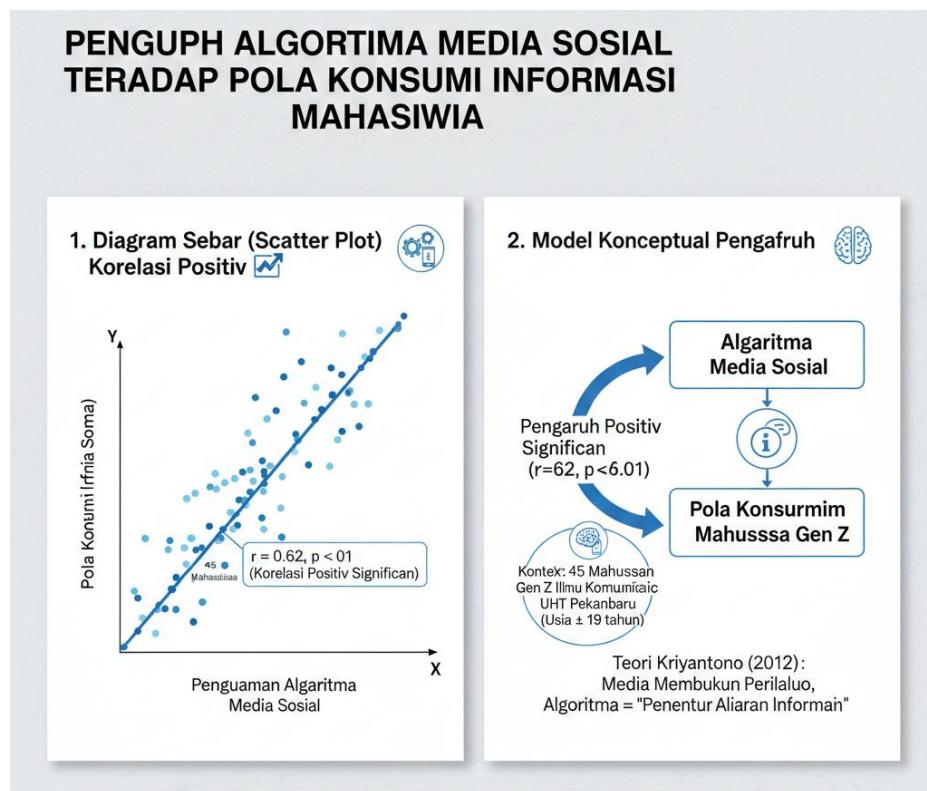
Gambar 1. Desain Rancangan Penelitian

3. HASIL

Penelitian ini melibatkan 45 gen Z di Universitas Hang Tuah Pekanbaru yang diambil dari mahasiswa jurusan Ilmu Komunikasi semester 1 dan 3. Profil responden adalah Jenis Kelamin: 60% pria (22 mahasiswa) dan 40% wanita (18 mahasiswa). Usia: Rata-rata usia responden adalah 19 tahun. Uji Validitas dan Reliabilitas Instrumen penelitian diuji validitas dan reliabilitasnya sebelum digunakan dalam analisis utama. Hasil uji validitas menunjukkan bahwa semua item pada kuesioner memiliki nilai korelasi item-total lebih dari 0,30, yang menunjukkan bahwa item-item tersebut valid.

Uji reliabilitas menggunakan Cronbach's Alpha menghasilkan nilai 0,87 untuk kuesioner komunikasi interpersonal dan 0,85 untuk kuesioner partisipasi mahasiswa, yang keduanya menunjukkan bahwa instrumen ini reliabel. Analisis Korelasi dan Regresi Linier Sederhana. Hasil analisis korelasi menunjukkan adanya hubungan positif yang signifikan antara algoritma media sosial dan pola konsumsi informasi mahasiswa ($r = 0,62$, $p < 0,01$). Hasil ini menunjukkan bahwa semakin baik muncul algoritma media social, semakin tinggi informasi yang diperoleh mahasiswa. Hasil analisis regresi linier sederhana lebih lanjut menunjukkan bahwa algoritma media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap pola konsumsi informasi mahasiswa ($\beta = 0,62$, $t = 5,22$, $p < 0,01$). Model regresi ini menjelaskan 38% variabilitas dalam konsumsi informasi mahasiswa ($R^2 = 0,38$).

Adapun data tersebut secara sederhana dapat dilihat pada gambar dibawah ini:



Gambar 2. Hasil Penelitian

4. PEMBAHASAN

Hasil penelitian terhadap 45 mahasiswa Gen Z Program Studi Ilmu Komunikasi Universitas Hang Tuah Pekanbaru menunjukkan bahwa algoritma media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap pola konsumsi informasi mahasiswa. Responden yang sebagian besar berusia 19 tahun merupakan kelompok yang aktif menggunakan media sosial sehingga relevan untuk melihat bagaimana algoritma digital membentuk perilaku konsumsi informasi mereka. Instrumen penelitian yang digunakan telah memenuhi syarat validitas dan reliabilitas, sehingga data yang diperoleh dapat dipercaya dan layak dijadikan dasar analisis.

Berdasarkan hasil analisis korelasi, terdapat hubungan positif yang signifikan antara algoritma media sosial dan pola konsumsi informasi mahasiswa ($r = 0,62$, $p < 0,01$). Temuan ini sejalan dengan teori komunikasi massa yang dikemukakan oleh Cinelli dkk (2022) yang menjelaskan bahwa media memiliki kekuatan dalam membentuk persepsi dan perilaku konsumsi informasi melalui mekanisme seleksi dan penyajian pesan. Dalam konteks media sosial, proses seleksi ini dilakukan oleh algoritma yang secara otomatis memilih konten berdasarkan interaksi dan preferensi pengguna. Artinya, algoritma berfungsi sebagai “penentu aliran informasi” sehingga mahasiswa cenderung mengonsumsi informasi yang telah dikurasi oleh sistem, bukan sepenuhnya berdasarkan pencarian mandiri.

Temuan penelitian ini juga relevan dengan teori Uses and Gratifications menurut Rakhmat (2011), yang menyatakan bahwa pengguna memanfaatkan media untuk memenuhi kebutuhan tertentu, seperti kebutuhan informasi, hiburan, dan identitas personal. Algoritma media sosial mempermudah mahasiswa dalam memenuhi kebutuhan informasinya dengan menampilkan konten yang dianggap sesuai dengan minat mereka. Ketika algoritma bekerja secara optimal, mahasiswa memperoleh gratifikasi berupa kemudahan akses, relevansi konten, dan efisiensi waktu, sehingga meningkatkan intensitas konsumsi mereka.

Lebih lanjut, hasil analisis regresi menunjukkan bahwa algoritma media sosial memiliki pengaruh signifikan terhadap pola konsumsi informasi mahasiswa ($\beta = 0,62$, $p < 0,01$), dengan kontribusi sebesar 38% terhadap variasi perilaku konsumsi informasi ($R^2 = 0,38$). Temuan ini dapat dijelaskan melalui pemikiran Morissan (2014) yang menyebutkan bahwa perkembangan teknologi komunikasi telah mengubah cara individu memperoleh informasi. Media digital, terutama yang berbasis algoritma, memberikan informasi yang bersifat terpersonalisasi sehingga membentuk pola konsumsi yang spesifik pada tiap individu. Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa Gen Z mengonsumsi informasi berdasarkan konten yang dipilihkan oleh algoritma, sehingga algoritma menjadi faktor penting yang mengarahkan bagaimana dan apa yang mereka konsumsi.

Selain itu, hasil penelitian ini dapat dikaitkan dengan penjelasan Cinelli dkk (2022) mengenai pengaruh media terhadap khalayak. Media, menurut Cinelli dkk (2022) memiliki kemampuan untuk memengaruhi pengetahuan, sikap, dan perilaku seseorang melalui intensitas dan frekuensi pesan yang diterima. Algoritma media sosial, yang mengatur intensitas kemunculan informasi tertentu, secara tidak langsung memengaruhi pola konsumsi informasi mahasiswa. Semakin sering sebuah jenis informasi muncul dalam feed mahasiswa, semakin besar kemungkinan informasi tersebut dikonsumsi dan mempengaruhi pola akses informasi mereka.

Secara keseluruhan, hasil penelitian ini menunjukkan bahwa algoritma media sosial tidak hanya menjadi mekanisme teknis dalam platform digital, tetapi juga menjadi faktor komunikatif yang berpengaruh terhadap perilaku konsumsi informasi mahasiswa Gen Z. Dengan dukungan teori-teori dari penulis Indonesia seperti Cinelli dkk, dapat disimpulkan bahwa algoritma berperan penting dalam proses seleksi, pemenuhan kebutuhan informasi, dan pembentukan pola konsumsi informasi di era digital. Penelitian ini memberikan gambaran bahwa pola konsumsi informasi mahasiswa tidak lagi hanya ditentukan oleh preferensi pribadi, tetapi juga dipengaruhi oleh sistem teknologi yang bekerja di balik media sosial.

5. KESIMPULAN

Hasil penelitian ini menunjukkan bahwa algoritma media sosial memiliki peran signifikan dalam membentuk pola konsumsi informasi mahasiswa Gen Z di Universitas Hang Tuah Pekanbaru. Instrumen penelitian yang valid dan reliabel memastikan bahwa temuan yang diperoleh dapat dipercaya. Analisis korelasi menunjukkan adanya hubungan positif yang kuat antara algoritma media sosial dan pola konsumsi informasi, sedangkan hasil regresi mengonfirmasi bahwa algoritma memberikan pengaruh sebesar 38% terhadap variasi konsumsi informasi mahasiswa. Temuan ini memperkuat konsep bahwa algoritma berfungsi sebagai mekanisme seleksi informasi yang menentukan jenis konten yang diterima pengguna, sejalan

dengan teori komunikasi dari penulis Indonesia seperti Cinelli Secara keseluruhan, penelitian ini menegaskan bahwa pola konsumsi informasi mahasiswa tidak hanya ditentukan oleh kebutuhan dan preferensi pribadi, tetapi juga sangat dipengaruhi oleh sistem algoritmik yang bekerja di balik platform media sosial. Dengan demikian, penelitian ini memberikan pemahaman penting mengenai peran teknologi digital dalam membentuk perilaku informasi generasi muda.

DAFTAR PUSTAKA

- Arikunto, S. 2014. Prosedur Penelitian Suatu Pendekatan Praktis. Jakarta : Rineka Cipta
- Bucher, T. (2018). *If... Then: Algorithmic Power and Politics*. Oxford University Press.
- Cangara, H. (2013). *Pengantar Ilmu Komunikasi*. Jakarta: RajaGrafindo Persada.
- Puspitasari, D., & Kusumawati, R. (2020). Pola Konsumsi Informasi Mahasiswa di Era Digital: Studi Kasus Penggunaan Media Sosial Sebagai Sumber Informasi Akademik. *Jurnal Komunikasi Universitas Airlangga*, 14(1), 30–45.
- Cinelli, M., Morales, G. D. F., Galeazzi, A., Quattrociocchi, W., & Starnini, M. (2022). *The echo chamber effect on social media*. Nature Communications, 13(1), 1–12.
- Morissan. (2014). Teori Komunikasi Individu hingga Massa. Jakarta: Kencana.
- Nasrullah, R. (2020). *Media Sosial: Perspektif Komunikasi, Budaya, dan Sosioteknologi*. Simbiosa Rekatama Media.
- Pertiwi, R. (2022). Pengaruh Algoritma Media Sosial terhadap Literasi Digital Generasi Z. *Jurnal Kajian Media dan Komunikasi*, 10(1), 45–58.
- Putra, R. A. (2023). *Pengaruh Algoritma Media Sosial terhadap Pola Akses Informasi Pengguna di Era Digital*. Jurnal Ilmu Komunikasi Nusantara, 5(1), 45–56.
- Rakhmat, J. (2011). Psikologi Komunikasi. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Suryani, E., & Prasetyo, D. (2021). Dampak Algoritma Media Sosial terhadap Preferensi Informasi Mahasiswa di Era Digital. *Jurnal Ilmu Komunikasi*, 9(2), 101–115.
- Safitri, N. (2020). Filter Bubble dan Konsekuensinya dalam Konsumsi Informasi Digital. *Jurnal Komunikasi Digital*, 4(1), 22–30.
- Sari, M. F. (2023). *Pola Konsumsi Informasi Generasi Muda pada Platform Digital: Perspektif Kurasi Algoritma*. Jurnal Komunikasi dan Media Baru, 4(2), 112–124.
- Sari, N. P. (2023). *Pola Konsumsi Informasi Generasi Z pada Platform Media Digital*. Jurnal Komunikasi dan Media Baru, 3(1), 44–58.
- Sinambela, L. (2022). *Membongkar Algoritma: Kesadaran Pengguna terhadap Filter Bubble dan Echo Chamber*. Multiple: Journal of Global and Multidisciplinary, 1(3), 343–351.
- Turner, A. (2015). Generation Z: Technology and Social Interest. *The Journal of Individual Psychology*, 71(2), 103–113.
- Wulandari, V., Rullyana, G., & Ardiansah, A. (2022). *Pengaruh Algoritma Filter Bubble dan Echo Chamber terhadap Perilaku Penggunaan Internet*. Berkala Ilmu Perpustakaan dan Informasi, 17(1), 98–111.
- Yusuf, M., & Rahma, A. (2022). *Kurasi Algoritmik dan Perilaku Informasi Digital Generasi Muda*. Jurnal Komunikasi Digital Nusantara, 4(2), 88–102.