

Indeks Literasi Digital Muslim Milenial di Indonesia

Novianto Puji Raharjo¹ – nopy.pr@gmail.com

Bahru Rozi² – bahru_rozi@yahoo.com

Roisul Burhani³ – samirrois83@gmail.com

Moch. Khafidz Fuad Raya⁴ – hafidzraya@yahoo.co.id

Abstract: This article reports on a quantitative explanatory research conducted with nationwide survey 1000 of millennial Muslim generations in five major cities in Indonesia regarding the digital literacy. The results have found that the level of millennial Muslim's digital literacy in Indonesia is quite good. Although the majority learn the internet independently, they denote quick response in adapting to cyber culture. Unfortunately, the duration of internet access has remained high that is likely to open up opportunities for negative effects of the internet. In addition, this study argues that several generations of millennial Muslims unwittingly have contributed to spreading hoax because they mostly do not check or validate information to authoritative sources.

Keywords: Muslim millennial, hoax news, digital literacy.

Abstrak: Artikel ini merupakan hasil penelitian kuantitatif eksplanatif, yang membahas indeks literasi digital generasi Muslim milenial di lima kota besar di Indonesia. Hasil penelitian menunjukkan bahwa tingkat literasi digital *santri* milenial sudah cukup baik. Meski mayoritas mereka belajar internet secara mandiri, namun mereka cepat beradaptasi dengan budaya digital. Sayangnya, durasi mereka dalam mengakses internet masih cukup tinggi, sehingga membuka peluang untuk munculnya efek negatif internet. Beberapa Muslim milenial juga ditemukan turut berkontribusi dalam menyebarluaskan berita hoaks meskipun tanpa unsur kesengajaan. Hal ini terjadi karena mereka cenderung tidak melakukan pengecekan atau validasi informasi kepada sumber yang otoritatif.

¹ Dosen Institut Agama Islam Darullughah Wadda'wah Pasuruan.

² Dosen Institut Agama Islam Darullughah Wadda'wah Pasuruan.

³ Dosen Institut Agama Islam Darullughah Wadda'wah Pasuruan.

⁴ Dosen Institut Agama Islam Darullughah Wadda'wah Pasuruan.

Pendahuluan

Perkembangan teknologi membawa dampak bagi perkembangan informasi secara langsung. Teknologi yang mempunyai kelebihan *futuristik* dan dikembangkan berdasarkan perkembangan ilmu pengetahuan (Abrahams, 2011; Efthymiopoulos, 2016; Gupta, 2016) berpengaruh terhadap kemajuan media sebagai sarana menyampaikan informasi. Di zaman ini, informasi tidak harus selalu cetak melainkan dengan cara digital (Davis & Neitzel, 2012; Gupta, 2016).

Data laporan dari *Indonesia Digital Landscape* 2018, penggunaan internet oleh masyarakat di Indonesia telah mencapai angka 79% dengan jumlah total *user* sebanyak 143 juta. Penggunaan *Smartphone* sebagai alat menggunakan internet memiliki jumlah penggunaan yang sangat tinggi daripada media lain seperti laptop, PC, dan lain-lain. Lebih dari 90% *user* mengakses internet melalui *smartphone* dengan berbagai aplikasi yang didukung. Penetrasi Internet semakin tinggi didukung oleh adanya *platform* media yang konvergen (GDP Venture, 2018).

Internet merupakan sarana yang efisien untuk komunikasi dengan berbagai kemudahan yang disambungan dengan berbagai aplikasi. *Website*, *email*, media sosial, dan lain-lain merupakan aplikasi bawaan yang didukung pada semua teknologi seperti smartphone, laptop, tablet, dan lain-lain. Masyarakat menggunakan internet hampir setiap hari, seluruh aktivitas dalam kehidupan mulai bekerja, belajar, berolahraga, dan kegiatan lainnya menggunakan internet. Alasannya internet dapat memberikan segala apa saja yang dibutuhkan oleh masyarakat seperti informasi, berkomunikasi, dan bahkan membantu aktivitas manusia. Segala apapun internet selalu jadi andalan manusia dalam beraktivitas, inilah yang kemudian menjadi problem besar di era milenial dengan semakin ketergantungannya manusia pada internet melebihi batas perannya (Ahmad et al., 2018; Roberts & Foehr, 2008).

Problematika lain yang mengiringi internet ialah informasi yang tersebar berbagai macam dan dari berbagai sumber yang dipercaya maupun tidak. Mulai dari informasi yang faktual maupun fiktif. Informasi yang datang dari internet mengalir dengan deras, cepat dan sulit dihentikan. *User* yang tidak memiliki kemampuan dalam memilih

informasi dan memilahnya secara kritis aliran informasi yang datang dari internet, dapat dipastikan akan terjebak pada kondisi yang disebut sebagai “*information overload*” yaitu sebuah kondisi dimana *user* sulit memahami isu yang berada dalam informasi tersebut yang berakibat fatal pada pengambilan keputusan personal yang tidak sesuai atau tidak benar. Dampak dari ketidakcakapan merespon dan mengelola informasi dengan kondisi *information overload* pada era digital ini, masyarakat terjebak dalam kebingungan *cyberswamp*. Jebakan *cyberswamp* membuat masyarakat lumpuh melawan derasnya arus informasi dan tidak mampu merespon serta mengabaikan segala informasi yang masuk di dalamnya (Anonymous, 2008; Himma, 2007; Memmi, 2014).

Informasi yang overload tersebut disebabkan oleh sebuah konten ketidakbenaran informasi yang saat ini merebak yakni Hoaks. Menurut Branscum, (1999) hoaks menyebabkan orang terjebak dalam informasi palsu yang tidak dapat dipertanggungjawabkan sehingga membodohi masyarakat. Berdasarkan hasil penelitian Downes (2007) bahwa sebagian kecil orang menyalahgunakan internet untuk kegiatan yang tidak baik seperti menyebarkan virus, hoaks dan iklan sampah (spam), dan lebih memprihatinkan lagi informasi tersebut dikonsumsi dan dicerna oleh masyarakat secara massal (Franklin, 2012a) yang disebut masyarakat informasi.

Masyarakat informasi (*information society*) digambarkan sebagai masyarakat yang sebagian besar aktivitasnya dan profesinya di bidang informasi dan informasi (Berleur et al., 2010; Brunnstein, 2010; Hilty, 2002). Bahkan saking pentingnya bagi kehidupan, informasi disebut sebagai sebuah komoditas. Sebagai komoditas, informasi dapat dijual, diberikan, digandakan, diciptakan disalahartikan, didistorsikan bahkan diambil alih. Informasi merupakan salah satu dari tiga sumber daya dasar yang dibutuhkan oleh manusia (*basic resources*) selain kebutuhan material dan energi. Informasi mempunyai daya fleksibilitas yang dinamis dalam menciptakan berbagai macam kebutuhan teknologi yang dibutuhkan manusia. Kreasi konten yang dibuat oleh informasi menjadi daya tarik dari teknologi untuk memberikan berbagai kemudahan kepada manusia, walaupun konten tersebut juga harus

dilakukan evaluasi dan *screening* agar informasi yang masuk tidak menyesatkan (Abrahams, 2011; Memmi, 2014; Pouloudi & O'Keefe, 2006; Sudár et al., 2004; van Rooy, 2008). Infromasi yang menyesatkan menjadi sebuah komoditi yang sengaja dikreasikan (“Announcing a Trilogy,” 2003; Deer & Håkansson, 2005; Longet, 2005; Nanya, 2007).

Apalagi di zaman yang semakin pesat kemajuan dan perkembangan teknologi, masyarakat informasi didominasi oleh generasi milenial. Generasi ini dianggap sebagai generasi baru yang indikatornya sangat *friendly* dengan dunia komunikasi dan teknologi digital. Aktivitas mereka menggunakan teknologi dan informasi hampir di berbagai sektor seperti pendidikan, politik, dan ekonomi. (Ng et al., 2010). Generasi milenial dianggap sebagai generasi yang “belum matang” dan siap menghadapi masa Resesi Besar (*The Great Recession*) yang mengakibatkan menurunnya motivasi dan keberbahanaan hidup mereka sehingga berakibat pada tingkat pengangguran yang tinggi di kalangan anak muda (Boz & Tesar, 2018a, 2018b).

Fenomena generasi milenial selanjutnya ialah *cyberswamp* (Lyall, 2003) dan disinformasi yang merupakan bagian dari ketidakcakapan generasi ini dalam memaknai teknologi itu sendiri (Considine et al., 2009; Montenery et al., 2013). Pada tanggal 20 Mei 2013 sebuah majalah berita terbesar di dunia, *TIME* menampilkan *view* generasi millennial sebagai sampul utama. Menurut majalah *TIME*, generasi milenial adalah generasi aktif di internet, segala aktivitasnya dilakukan dengan internet sehingga memiliki tingkat narsisme yang tinggi, kecanduan teknologi pada berbagai aspek yang mereka jalani, serta memiliki “nafsu” ingin selalu cepat dna mudah dibandingkan dengan generasi lain. Generasi ini gemar mengunggah foto diri, keluarga, pasanga; foto melakukan kegiatan traveling, berbelanja dan liburan, dna suka memfoto makanan (*TIME Magazine Cover*, n.d.). Menurut Ng et al., (2010), ciri paling menonjol dari generasi ini ialah pemakaian media sosial yang vulgar pada setiap sendi kehidupannya. Tidak heran jika sat ini media sosial seperti *Facebook*, *Instagram*, *Twitter*, *You Tube* dibanjiri oleh para generasi milenial yang kerap kali

berbagi foto dan video di setiap kegiatan mereka sehari-hari, apalagi sekarang informasi dan teknologi juga dikonsumsi dan digunakan oleh muslim, terutama anak-anak muslim yang pasarnya lebih besar dari kelompok masyarakat lain.

Penelitian yang dilakukan oleh Abaas Yunas, et., al. pada tahun 2017 *project* dari Tabah Foundation di Abu Dhabi menyatakan bahwa peran generasi muslim milenial pada negara-negara Arab sudah meluas dan sifatnya massal, karena populasi muslim di dunia 87% didominasi oleh generasi muslim milenial. Survey ini dilakukan untuk mengetahui pandangan keragaman sikap keagamaan generasi muda muslim di Arab melalui informasi dan pengetahuan yang didapatkan melalui media massa, yang dilakukan di sepuluh negara Arab yakni Algeria, Iraq, Lebanon, Libya, Mauritania, Oman, Qatar, Sudan, Tunisia, dan Yaman. Jajak pendapat kepada warga Muslim Arab ini dilakukan antara usia 15-33 tahun, sebanyak 6.862 wawancara tatap muka yang dilakukan selama Februari dan Maret 2017 (Abaas Yunas et al., 2017, pp. 8–10).

Generasi muda pada sebuah negara atau bangsa menjadi sebuah pijakan (milestone) bagi perkembangan, kemajuan, bahkan kemunduran suatu negara atau bangsa (Nixon, 2017). Kekuatan generasi muda menjadi tolak ukur ketahana suatu bangsa atau negara, jika generasi mudanya baik maka negara tersebut baik segi sistem, ideologi, maupun sumber dayanya. Begitu juga sebaliknya jika generasi mudanya suatu bangsa atau negara buruk, maka akan buruk juga sistem, ideologi, dan sumber dayanya, bahkan akan merambah juga pada masalah moral dan agamanya (You et al., 2015).

Peran generasi muda melalui literasi bukan saja untuk masa saat ini, melainkan jauh sebelumnya di masa lampau generasi muda merupakan kata kunci utama kemajuan dan kemunduran sebuah bangsa. Pada abad 18 misalnya, Napoleon Bonaparte ketika perang Salib berhasil mengalahkan pasukan muslim kuncinya adalah “perang pemikiran” terhadap kaum mudanya (Dwyer, 2010; Pain, 2005; Spink & Currier, 2006). Begitu juga dengan lemahnya Islam dan runtuhnya Kekhalifahan Islam di berbagai negara ada dua faktor, yakni nilai pemahaman pemuda Islam terhadap konsep Keislaman dan

memudarnya nilai-nilai penerapan nilai keislaman yang diwariskan kepada pemuda Islam. Inilah titik kehancuran fondasi Islam dan terbukanya pintu untuk negara barat memasuki dan memengaruhi pemuda Islam dengan ideologi yang mereka bawa (Bayhom-Daou, 2008; Gordon & Bennison, 2011; Ibrahim, 1994; Tor, 2017).

Persoalan hoaks yang melanda negeri-negeri mayoritas muslim menjadi sorotan berbagai peneliti dan pegiat media, apalagi yang menjadi korban dan yang menjadi pelaku hoaks adalah pemuda muslim yang notabene mempunyai pengaruh yang sangat besar. Mengetahui sejauh mana indeks literasi generasi muslim milineal menggunakan media merupakan hal yang menarik untuk diteliti, terlebih lagi informasi yang beredar saat ini informasi banyak yang mengandung unsur SARA, ujaran kebencian, dan informasi sampah (spam).

Dari uraian latar belakang di atas, peneliti pada tahapan ini terlebih dahulu akan menjelaskan identifikasi masalah penelitian. Identifikasi tersebut bertujuan mendeskripsikan problem yang menjadi kajian kemudian dipilih dan dipilah, kemudian mengevaluasinya atas aliran informasi palsu (hoaks) yang mengalir deras di dunia maya terhadap generasi muslim milenial sebagai korban dan pelaku hoaks tersebut. Identifikasi tersebut sebagaimana tertuang dalam beberapa poin antara lain: (1) derasnya arus informasi di dunia maya dapat mengakibatkan kondisi *“Information overload”* suatu kondisi dimana user sulit membedakan antara isu yang benar maupun yang salah yang kemudian berakibat pada pengambilan keputusan yang kurang tepat dikarenakan *“justifikasi”* secara terburu-buru atas isu yang terjadi; (2) Ketidakcakapan menerima dan mengelola informasi yang datang dari internet yang dapat mengakibatkan generasi muslim milenial masuk dalam jebakan *cyberswamp* sehingga ada dua kemungkinan yakni generasi muslim sebagai korban atau sebagai pelaku informasi hoaks tersebut; (3) Generasi muslim milenial yang masih eksklusif dan tidak mempelajari sepenuhnya ilmu pengetahuan yang berkembang sehingga tidak mampu melakukan filter informasi yang menyebabkan sebagaimana disebutkan seperti point di atas.

Literasi Digital

Sebelum penulis menguraikan kajian tentang literasi digital, terlebih dahulu dijelaskan dominasi media dalam perkembangan teknologi. Terminologi literasi berasal dari istilah *melek huruf* yang dipahami sebagai kemampuan individu membaca melalui media. Wisnu Martha Adiputra (2016) memberikan penjelasan mengenai literasi media:

“Literasi media dapat dibagi dalam tiga kategori, yaitu: *the umbrella definition*, the process definition, and the purpose definition. Definisi payung menganalogikan literasi media sebagai pelindung individu ketika individu terkena hujan informasi sewaktu berhadapan dengan media. Definisi proses menunjukkan bahwa literasi media adalah sebuah kecakapan yang berfungsi ketika individu mengakses media massa. Sedangkan definisi tujuan menganalogikan literasi media sebagai sebuah hasil akhir dari konstruksi yang dibangun dalam pikiran individu sehingga individu tersebut memiliki kontrol yang lebih besar atas pesan media yang ia terima”(Adiputra, 2008).

Dalam perkembangan selanjutnya, konsep literasi digital muncul beriringan dengan dominasi media di tengah kehidupan masyarakat yang mentransfer sejumlah data dan informasi untuk keperluan manusia dalam berkomunikasi dna berteknologi. Potter menegaskan awal konsep media literasi didefinisikan sebagai; *The ability to access and process information from any form of transmission*. Definisi tersebut kemudian tertuju pada “*The ability to access, analyse, evaluate, and create messages across a variety of contexts* (Livingstone, 2003).

Terminologi tersebut lebih dimaknai sebagai pendekatan “*Life skills*”. Pendekatan *life skills* sendiri bisa diukur dengan kemampuan seseorang menggunakan dan memanfaatkan media dalam aktivitasnya. Ukuran literasi media dilihat dari *Individual Competence Framework*, seperti yang pakai dalam pengukuran di *Final Report Study on Assesment Criteria for Media Literacy Levels* (2009) yang dikerjakan oleh peneliti Paolo Celot sebagai berikut; Pertama, *Personal competence* terdiri dari; *Pertama, technical skills* hubungannya dengan kemampuan menggunakan alat teknologi dan internet, serta aktif menggunakan

media sosial. Kedua, *Critical understandings* hubungannya dengan kemampuan mengaplikasikan konten dan fungsi media, memiliki pengetahuan tentang penggunaan media dan regulasinya dalam berperilaku sehari-hari. Ketiga, *Social competence* yang terdiri dari *Communication skills*. Berkaitan dengan kemampuan *user* berkomunikasi dan membangun relasi sosial melalui media digital, kemampuan berpartisipasi dengan oranglain melalui media, serta mampu menciptakan dan mengkreasikan konten media yang edukatif.

Namun perkembangan media dan internet ternyata tidak cukup hanya pada permasalahan *life skills* saja, tetapi bagaimana konten media dapat ditafsirkan secara bijak makna pesan yang terkandung di dalamnya, sehingga Potter mengembangkan media literacy sebagai; *a set of perspective that we actively use to expose ourselves to the media and interpret the meaning of the message we encounter. It's multidimensional and a continuum* (Christ & Potter, 1998; Potter, 2004, 2010; Potter & Christ, 2007).

Di abad milenium baru (abad 21), media baru (*new media*) hadir sebagai kontinuitas yang disebutkan Potter yang merupakan sebuah era dimana *life skills teknikal* tidak cukup untuk menghadapi media. *New Media* tidak hanya bicara soal konten, internet, *world wide web* (WWW), dan lompatan perkembangan lainnya, tetapi bagaimana media baru ini dimaknai sebagai proses sosial yang multi dimensional sehingga teknologi dianggap sebagai aspek digitalisasi dan konvergensi, aspek interaktivitas, dan *network* dan *networking*. Artinya literasi media membutuhkan pendekatan baru jika dikaitkan dengan generasi milenial Muslim. Munculnya konsep mengenai literasi digital merupakan jawaban sementara bahwa dibutuhkan kearifan dalam menggunakan media dan teknologi. Paul Gilster pada tahun 1997 dalam buku berjudul *Digital Literacy*. Gilster mendefinisikan literasi digital sebagai kemampuan untuk meahami dan menggunakan informasi melalui berbagai sumber digital (Gilster & Glister, 1997).

Dalam perkembangannya, *digital literacies* didefinisikan sebagai '*practices of communicating, relating, thinking and 'being' associated with digital media*' (R. H. Jones et al., 2015). Arti ini bersumber dari konsep perkembangan media digital sebagai pola fenomena sosial baru yang

berdampak pada ekonomi, sosial dan politik. Kebutuhan akan media semakin deras sehingga pemanfaatannya lebih massif digunakan untuk kebutuhan manusia. Karena ‘*practices*’ dalam definisi Jones di atas mengisyaratkan bahwa literasi digital mencakup segala kebutuhan yang “melek” terhadap informasi yang masuk (R. H. Jones & Hafner, 2012).

Dengan pemaknaan tersebut di atas, literasi digital adalah sebuah konsep yang diartikan sebagai mediasi antara teknologi dengan *user* untuk mempraktikkan teknologi digital secara bijak. Hague, et., al. (2009 & 2011) mengatakan bahwa literasi digital adalah kemampuan *user* memproduksi dan berbagi informasi dan kontennya dalam model yang berbeda; *user* lebih dilibatkan dalam berkolaborasi dan berinteraksi secara efektif dan kapan menggunakan teknologi digital yang baik dan benar. Dengan demikian, dapat disimpulkan bahwa karakteristik literasi digital tidak hanya mengacu pada keterampilan operasi secara teknikal dalam menggunakan berbagai perangkat teknologi, tetapi lebih pada proses “membaca”, “memahami” dan “memilah” sajian konten media dan perangkat teknologi kemudian mampu memproduksinya kembali menjadi sebuah pengetahuan baru (Hague & Payton, 2011; Hague & Williamson, 2009).

Dalam *Digital Literacy Across the Curriculum* (Hague & Payton, 2011) ada delapan komponen literasi digital:

- a. *Functional skill and beyond.* Komponen ini berkaitan dengan operasional teknologi. Berkaitan dengan kemampuan *ICT-Skills* seseorang dan relasinya dengan konten dari berbagai media. Kemudian penggunaan operasional dari teknologi juga berkaitan dengan familiaritas terhadap teknologi, keterjangkauan alat teknologi, penggunaan teknologi dan menghasilkan data, kesadaran mengenai copyright dan mampu menghasilkan produk akhir dari teknologi.
- b. *Creativity.* Komponen creativity berkaitan dengan bagaimana cara kita berpikir dan membangun serta membagikan pengetahuan dalam berbagai macam ide dengan memanfaatkan teknologi digital. Dalam hal ini creativity disebut mencakup ; (1) kreasi produk atau keluaran dalam berbagai format dan model dengan

- memanfaatkan teknologi digital. (2) kemampuan berpikir kreatif dan imajinatif meliputi perencanaan, merajut konten, mengeksplorasi ide ide dan mengkontrol proses kreatifnya.
- c. *Collaboration.* Komponen Collaboration didasarkan pada sifat teknologi digital itu sendiri. Teknologi digital menyediakan peluang peluang untuk bekerjasama dalam tim. Dan teknologi digital juga membuka proses partisipasi yang kemudian membuka dukungan untuk kolaborasi. Komponen ini menekankan partisipasi individu dalam proses dialog, diskusi dan membangun gagasan gagasan lainnya untuk menciptakan pemahaman. Misalnya, kemampuan berpartisipasi dalam ruang digital, mampu menjelaskan dan menegosiasikan gagasan-gagasan dengan orang lain di grup.
 - d. *Communication.* Menjadi seseorang yang terliterasi digital berarti menjadi orang yang mampu berkomunikasi melalui media teknologi digital. Komunikasi yang efektif dan literasi digital erat dengan kemampuan membagikan pemikiran, gagasan dan pemahaman. Selain itu memiliki kemampuan memahami dan mengerti audiens (sehingga ketika membuat konten mereka memperkirakan kebutuhan audiens dan dampaknya)
 - e. *The ability to find and select information.* Komponen ini menitikberatkan pada kemampuan mencari dan meyeleksi informasi. Disebutkan didalam Digital Literacy Across the curriculum (2009). Kemampuan ini berkaitan dengan bagaimana berpikir hati-hati mengenai bagaimana proses pencarian informasi dan menggunakan sumber secara selektif.
 - f. *Critical thinking and evaluation.* Komponen ini menitikberatkan bahwa jangan hanya menerima informasi secara pasif saja, tapi secara aktif berkontribusi untuk menganalisis dan mereduksi informasi yang datang tersebut.
 - g. *Cultural and social understanding.* Budaya yang berkembang di dalam masyarakat sebaiknya sebagai pedoman dalam melakukan praktik literasi digital.

- h. *E-safety*. Komponen ini menekankan bahwa menggunakan literasi digital harus aman, tidak merugikan pihak lain, dan dapat bermanfaat bagi orang lain.

Generasi Muslim Milenial dan Informasi Hoaks

Konsep generasi bersumber awal dari Mannheim (1970), menjelaskan bahwa terminologi ini berarti sekelompok masyarakat pada kurun waktu tertentu yang memiliki kesamaan umur, budaya, dan aktivitas pengalaman hidup yang sama. Sedangkan menurut (Considine et al., 2009), generasi adalah agregat dari sekelompok individu yang mengalami peristiwa-peristiwa yang sama dalam kurun waktu yang sama pula. Ketika definisi generasi semakin berkembang, (Kupperschmidt, 1998, 2000, 2001) mengatakan bahwa generasi adalah sekelompok orang yang mengidentifikasi kelompoknya berdasarkan kesamaan pada tahun kelahiran, umur, lokasi, dan aktivitas dalam kehidupan mereka.

Dari penjelasan diatas dapat disimpulkan bahwa generasi merupakan sekelompok orang yang memiliki rentang tahun kelahiran dan pengalaman yang sama. Pembagian generasi juga dikemukakan oleh banyak para ahli lainnya dengan adanya perbedaan skema dan rentan waktu yang digunakan dalam penentuan generasi (Howe et al., 2008; Howe & Strauss, 1993, 2003, 2007, 2009, 2009; william Strauss & Howe, 2008; W. Strauss & Howe, 2009, 2009).

Tabel 1 ‘Pengelompokan Generasi Menurut Ahli’

Sumber		Label			
(Tapscott & Barry, 2009)	-	Baby Boom Generation (1946-1964)	Generation X (1965-1975)	Digital Generation (1976-2000)	-
(Howe & Strauss, 2009)	Silent Generation (1925-1943)	Boom Generation (1943-1960)	13th Generation (1961-1981)	Milenial Generation (1982-2000)	-

Sumber		Label			
(Zemke et al., 1999)	Veterans (1922-1943)	Baby Boomers (1943-1960)	Gen-Xers (1960-1980)	Nexters (1980-1999)	-
(Lancaster & Stillman, 2002, 2010)	Traditionalis (1900-1945)	Baby Boomers (1946-1964)	Generation Xers (1965-1980)	Generation Y (1981-1999)	-
(Martin & Tulgan, 2001, 2002, 2006; Tulgan & Martin, 2001)	Silent Generation (1925-1942)	Baby Boomers (1946-1964)	Generation X (1965-1977)	Milenials (1978-2000)	-
(Oblinger, 2003, 2004; Oblinger et al., 2005; Oblinger & Oblinger, 2005)	Matures (<1946)	Baby Boomers (1947-1964)	Generation Xers (1965-1980)	Gen-Y/NetGen (1981-1995)	Post Milenials (1995-present)

Dari data tabel pengelompokan generasi diatas, perbedaan skema generasi tersebut masih berdekatan. Menurut Howe & Strauss, generasi milennial merupakan generasi yang lahir antara tahun 1982 hingga 2000. Martin & Tulgan menegaskan bahwa generasi ini berkisar antara tahu kelahiran 1978 hingga 2000. Sedangkan menurut Lancaster & Stillman, generasi milenial lahir antara rentang tahun 1981 hingga 1999. Dari berbagai perbedaan skema generasi, peneliti mengambil garis batas usia generasi milenial dari tahun 1980 hingga 2000 (Howe & Strauss, 2009; Lancaster & Stillman, 2002; Martin & Tulgan, 2002).

Bisa dijelaskan bahwa generasi milenial merupakan suatu kelompok orang yang lahir antara rentang tahun 1980 hingga 2000.

Generasi milenial sering juga disebut sebagai generasi Y dengan rentang usia 19-40 tahun hingga tahun 2021 ini. Berbeda dengan generasi sebelumnya, generasi milenial dilahirkan dan dibesarkan seiring dengan berbagai kejadian serta munculnya media massa, teknologi komunikasi, serta lahirnya internet membuat generasi ini tumbuh pada era *internet booming*. Hal tersebut membuat generasi milenial berbeda dengan generasi lain yang cenderung menghabiskan waktunya dalam lingkup digital.

Generasi mileneal memiliki beberapa karakteristik, yaitu: lebih mengarah ke *user generated content* (UGC) daripada informasi searah, lebih memilih ponsel dibanding TV, seluruhnya mempunyai media sosial dna aktif di dalamnya, tidak menyukai membaca non-digital, lebih mengetahui teknologi daripada orang tuanya, cenderung tidak loyal, karena transparansi dan keadilan sosial, namun bekerja efektif, dan mulai banyak melakukan transaksi secara *cashless*.

Karakteristik generasi milenial yang sangat bergantung kepada teknologi dan Internet membuat generasi ini seakan-akan hidup dalam Internet itu sendiri. Tabel di atas menunjukkan bahwa generasi dilihat berdasarkan tahun kelahirannya. Term “milenial” telah lama disematkan pada kelompok populasi tertentu yang lahir dalam kurun waktu tertentu di zaman modern.

Sementara generasi milenial Muslim ialah generasi milenial yang beragama Islam dan tendensi kehidupannya terikat oleh nilai-nilai keislaman serta modernitas yang berjalan beriringan (Zakarison, 2016). Generasi Muslim milenial disebut juga dengan “Gen M” merujuk pada generasi Muslim di Indonesia yang lahir pada tahun 1989-1993. Gen M atau generasi Muslim milenial memiliki karakteristik yang lebih religius, spiritualistik namun modern, yang selalu terhubung dengan internet dalam melakukan kegiatan sehari-hari, mereka lebih konsumtif daripada produktif menciptakan hal-hal baru, lebih humanis dan inklusif. Gen M atau generasi Muslim milenial diistilahkan sebagai “the new cool” yaitu sebuah gaya hidup yang merujuk pada kehalalan, terbuka terhadap *ziswaf* (zakat, infak, sedekah, dan wakaf), berwirausaha, dan mempromosikan Islam melalui digital (Janmohamed, 2016).

Dalam konteks Indonesia, Generasi M ini diwakili oleh kaum pesantren yang notabene respek terhadap perkembangan teknologi dan moderat dalam bersikap, seperti yang diungkapkan oleh Wekke dan Hamid serta Azizah (Azizah, 2020; Wekke & Hamid, 2013). Walaupun pesantren sudah eksis keberadaannya sejak abad ketiga belas sebelum masa Wali Songo di tanah Jawa (Raya, 2018). Santri (sebutan untuk peserta didik di pesantren) telah mengalami perubahan orientasi, paradigma, dan gaya hidup dari tradisional menuju santri yang lebih transformatif (Hanif & Inayatussahara, 2018). Seperti santri yang menggunakan teknologi sebagai sarana mereka dalam membantu menghafal Al-Qur'an (Laila et al., 2020). Bahkan ada sebuah jargon untuk santri yang disebut "jihad milenial" dalam memperjuangkan Islam di era milenial dengan menggunakan teknologi sebagai "senjata" mereka dalam berdakwah (Syahputra, 2020).

Seiring dengan berkembangnya teknologi digital, informasi hoaks juga pesat didengar. Hoaks adalah kepalsuan yang sengaja dibuat untuk menyamar sebagai kebenaran atau atau mengakali pembaca/pendengarnya untuk mempercayai sesuatu yang sesuatu tersebut palsu dan tidak dapat dipertanggungjawabkan (MacDougall, 1958). Hoaks mengarah pada membuat dan menggiring opini publik kemudian membentuk persepsi sehingga masyarakat benar-benar percaya terhadap informasi yang disampaikan tersebut (Franklin, 2012b). Hoaks juga bertujuan untuk kesenangan dan menguji kecerdasan dan kecermatan pengguna internet dan media sosial (Weinberg, 1996).

Tujuan penyebaran hoaks sangat beragam dengan model yang berubah-ubah tiap waktu, tapi pada umumnya hoaks disebarluaskan sebagai bahan lelucon atau sekedar iseng (Manning, n.d.), menjatuhkan pesaing (*black campaign*) (Anonymous, 2009), promosi dengan penipuan (Clor-proell et al., 2015), ataupun ajakan untuk berbuat amalan-amalan baik atau aktivitas bermanfaat yang sebenarnya belum ada dalil yang jelas di dalamnya (Harris, 2012). Namun justru hal ini menyebabkan banyak penerima hoaks terpancing untuk segera menyebarkan kepada rekan sejawatnya sehingga akhirnya hoaks ini dengan cepat tersebar luas.

Jenis-jenis Informasi Hoaks antara lain:

- a. *Fake News* (berita bohong) yaitu berita yang berusaha memalsukan atau memasukkan suatu berita yang tidak benar dan tidak dapat dipertanggungjawabkan (Anonymous, 2017; Cardell & Maguire, 2015; Chen, 2017; Flamiano & Ostermiller, 2017; Frank, 2015; McLaughlin, 2018; *News Literacy*, 2018).
- b. *Clickbait*. Ialah tautan jebakan yang diletakkan dalam suatu situs dengan tujuan untuk menarik orang masuk ke situs lainnya. Kontennya sengaja dipasang sesuai fakta namun judulnya dibuat berlebihan atau dipasang gambar yang menarik untuk memancing pembaca (McBain, 2017).
- c. *Confirmation bias*. Ialah kecenderungan untuk menginterpretasikan peristiwa yang baru saja terjadi untuk menjustifikasi kejadian yang lama, tetapi sebenarnya peristiwa tersebut tidak ada kaitannya (Allahverdyan & Galstyan, 2014; Balsamo et al., 2018; Bowditch, 2011; Del Vicario et al., 2017; M. Jones & Sugden, 2001; Kerstholt et al., 2010; Kozlov et al., 2014; Palminteri et al., 2017; Wilgenburg & Elgar, 2013).
- d. *Misinformation*. Informasi yang salah atau tidak akurat, yang bertujuan untuk menipu masyarakat (Battenfeld, 2002; Flamiano & Ostermiller, 2017; Frost-Arnold, 2014; Tambuscio et al., 2018).
- e. *Satire*. Ialah tulisan yang sifatnya humor, ironi, mengada-ngada, hal yang dibesar-besarkan untuk mengomentari kejadian yang sedang hangat-hangatnya terjadi (Forbes, 2008; Frank, 2015; Griffin & Ball, 1997; Keane, 2007; Matz, 2006; Moodie, 2012; Stefanija, 2011).
- f. *Post-truth*, yakni pascakebenaran dari sebuah kejadian dimana emosi pihak-pihak yang ikut terlibat lebih berperan daripada fakta untuk membentuk opini publik yang sifatnya *massive* (Butler-Adam, 2017; Close, 2017; Gumilar, n.d.; Hart, 2004; Higgins, 2016; Horton, 2017; Lawrence, 2017; Levy, 2017; Marmot, 2017; McIntyre, 2018; Poole, 2017; Rosen, 2017; Tait, 2017; Tsipursky, 2017).

- g. *Propaganda*. Ialah kegiatan menyebar luaskan informasi, fakta, argumen, gosip, setengah-kebenaran, atau bahkan kebohongan untuk mempengaruhi opini publik (Chen, 2017; Dawood, 2015a, 2015b; Gambrill & Reiman, 2011; Montgomery, 2013; Parry-Giles, 1996; Rosen, 2017; Welch, 1999).

Metodologi

Studi ini menggunakan paradigma kuantitatif positivistik. Anis Chariri membuat pengertian paradigma positivisme secara lebih sederhana berdasarkan pendapat Neuman (2003), yaitu suatu pendekatan yang diadopsi dari ilmu alam yang menekankan pada kombinasi antara angka dan logika deduktif dan penggunaan alat-alat kuantitatif dalam menginterpretasikan suatu fenomena secara “objektif”. Pada penelitian ini paradigma positivistik dipakai karena ingin melihat indeks literasi digital pada generasi milenial di Jawa Barat.

Seturut dengan paradigm tersebut, maka metode penelitian yang digunakan adalah kuantitatif eksplanatif. Desain eksplanatif dimaksud untuk menjelaskan suatu fenomena secara generalisasi dimana sampel diambil dari jumlah populasi secara representatif (Bungin, 2009, hlm. 46). Subjek penelitian ini adalah generasi milenial di Kota Bandung, Kota Jakarta, Kota Semarang, Kota Surabaya, Kota Medan, Kota Makasar, Kota Denpasar dan Kota Pontianak. Sampel penelitian sebanyak 200 orang pada setiap kota dengan kriteria yang telah ditentukan (lihat table 2).

Tabel 2 ‘Kriteria Responden Penelitian’

Kriteria Responden		Alasan
Usia	13– 20 tahun	Data <i>Indonesia Digital Landscape</i> 2018 menampilkan bahwa penetrasi pengguna internet sebanyak 79 % dengan jumlah total pengguna Internet 171 juta
Wilayah	Urban di INDONESIA	Penelitian ini mengambil responden yang tinggal 5 kota besar di Indonesia meliputi: Kota Bandung, Kota Jakarta, Kota Surabaya, Kota Medan, dan Kota Makassar.
Jenis Kelamin	Perempuan atau Laki-laki	Data APJII hampir berimbang antara laki-laki dan perempuan
Pendidikan	SMP / Sederajat – Perguruan Tinggi /sederajat di semester awal	Martin & Tulgan (2002) mengelompokkan generasi <i>millennial</i> merupakan kelahiran tahun 1978 hingga 2000. Sedangkan menurut Lancaster & Stillman (2002), generasi <i>millennial</i> lahir pada rentang tahun 1981 hingga 1999. Generasi milenial terakhir menurut Martin dan Tulgan, terlahir di tahun 2000. Maka di tahun 2018 generasi milenial yang terlahir terakhir berusia 18 tahun, di masa remaja mereka di akhir usia sekolah menengah.

Tabel 3 ‘10 Dimensi dan Indikator Literasi Digital’

Dimensi	Indikator	Skala
Mengakses	Kemampuan ICT Skills	Ordinal
Menyeleksi	Kemampuan mencari dan menyeleksi informasi	Ordinal
Memahami	Kemampuan menafsirkan makna dalam bentuk pendek baru atau <i>emoticon</i>	Ordinal

Dimensi	Indikator	Skala
Menganalisis	Kemampuan individu untuk mendekonstruksi konten di media baru	Ordinal
Memverifikasi	Kemampuan individu untuk mengkombinasikan konten di media baru dengan mengintegrasikan sudut pandang mereka sendiri dan untuk merekonstruksi pesan media	Ordinal
Mengevaluasi	Kemampuan individu untuk mempertanyakan, mengkritik, dan menguji kredibilitas konten di media baru	Ordinal
Mendistribusikan	Kemampuan individu untuk menyebarkan informasi yang ada di tangan mereka	Ordinal
Memproduksi	Kemampuan untuk membuat, menduplikasi (sebagian atau seluruhnya) konten	Ordinal
Berpartisipasi	Kemampuan untuk terlibat secara interaktif dan kritis dalam lingkungan media baru.	Ordinal
Berkolaborasi	<ol style="list-style-type: none"> 1. Kemampuan berpartisipasi dalam ranah digital 2. Mampu menjelaskan gagasannya dengan orang lain di grup 	Ordinal

Rasional dan Lokasi Mengakses Internet

Indeks literasi digital generasi Muslim milenial pesantren di kota dapat mengalahkan yang ada di Jakarta, hal ini ternyata dari hasil penelitian ditemukan dua hal yang berpengaruh terhadap hal tersebut yaitu: *pertama*, dari segi alasan akses internet, untuk Kota Surabaya sekitar 24% yang mengakses internet untuk belajar sedangkan Jakarta

Hasil dan
Pembahasan

yang mengakses internet untuk belajar sekitar 12%. Indeks Surabaya lebih tinggi dikarenakan internet yg digunakan untuk hal yg lebih produktif sehingga mampu memanfaatkan media terkini dengan lebih baik.

Kedua, di Surabaya sekitar 17,5% santri mengakses di sekolah sehingga lebih banyak pertukaran informasi antar siswa dibanding Jakarta hanya 1,5%. Dalam hal berkolaborasi, di semua kota menunjukkan nilai paling rendah terkait literasi digital, hal ini dapat artikan bahwa santri milenial di kalangan pesantren masih cukup rendah dalam mempunyai inisiatif dari masing-masing individu untuk bersinergi dengan pihak lain dalam membuat konten di media baru, terutama berkaitan dengan pemahaman kritis yang mengacu pada nilai-nilai sosial budaya dan masalah ideology, dan hal ini nampak dalam fakta yang ada bahwa banyaknya konten di media online terkait khasanah keislaman, dibuat secara individual baik dari insitusi masing-masing atau pribadi santri, belum nampak adanya konten yang dibuat secara kolaboratif melibatkan antar santri atau antar pesantren, terkait penyebabnya mengapa, hal ini perlu diadakan penelitian lebih lanjut untuk dapat menemukan penyebabnya rendahnya kolaborasi tersebut.

Dari Kuisioner yang dibagikan pada para santri milenial di 5 kota, terdapat 3 hal yang menjadi kebiasaan mereka dalam berinteraksi dengan media internet yang menjadi catatan dan perhatian khusus. Mengapa ini mesti mendapatkan perhatian khusus, hal ini dikarenakan akan ada dampak yang tidak baik apabila tidak mendapatkan pendampingan dan pengawasan dengan benar. Beberapa hal tersebut yang tersaji dari hasil penelitian yang kami buat meliputi:

Durasi Santri Mengakses Internet

Dari data yang ada, rata rata perhari saat berkoneksi dengan internet, para santri milenial ini menghabiskan waktu setiap harinya lebih dari 4 jam, atau dengan kata lain, setiap hari mereka akan terhubung dengan berbagai macam informasi yang ada di internet. Kecenderungan generasi milenial yang seringkali ingin mendapatkan informasi lebih tentang banyak hal, dan rasa ingin tahu yang besar, akan sangat rentan apabila tidak mendapat pendampingan atau

diberikan pemahaman terlebih dahulu tentang bagaimana semestinya saat mengakses internet. Dengan adanya pendampingan dan pemahaman ini, maka diharakan akan dapat memanfaatkannya dengan cerdas, kreatif dan produktif, sehingga yang dilakukan adalah hal untuk membawa kemaslahatan, bukan justru sebaliknya.

Gambar 1 ‘Waktu lama akses Internet setiap hari’



Perlu dipahami bahwa arus informasi yang ada di internet pada dasarnya adalah sangat bebas, banyak konten beredar, baik itu positif maupun negatif diproduksi orang di seluruh belahan dunia selama mereka terkoneksi internet. Tanpa pemahaman yang benar bagaimana seseorang berinteraksi dengan media internet, dapat dipastikan besar kemungkinan akan tersesat, sehingga menggunakan internet untuk hal yang tidak membawa manfaat, bahkan justru hal yang merugikan, baik dirinya ataupun orang lain.

Mayoritas Santri Belajar Internet Mandiri

Dari hasil riset yang kita lakukan kepada kalangan santri milenial didapatkan bahwa di semua kota mayoritas mereka belajar memahami internet secara mandiri, tanpa ada orang lain yang mengajari mereka tentang bagaimana mengakses internet yang baik dan benar. Hal ini sangat rentan, karena para generasi milenial tanpa ada yang memberikan edukasi dapat tersesat untuk mengarah pada akses internet yang justru lebih banyak hal negatifnya.

Dapat dibayangkan bagaimana seseorang yang belajar tanpa guru yang benar, maka gurunya adalah setan, sehingga akan mengarahkan pada hal yang sesat. Hal sesat dapat mempermudah cepatnya penyebaran konten negatif, faham radikal yang merebak di masyarakat dengan sarana media internet. Sering dijumpai seorang generasi milenial yang terpapar hal radikal kemudian dalam kehidupannya juga akan menjalani aktivitas radikal tersebut. Apabila hal itu dibiarkan akan menyebabkan banyak aktivitasnya merugikan dirinya dan masyarakat secara umum.

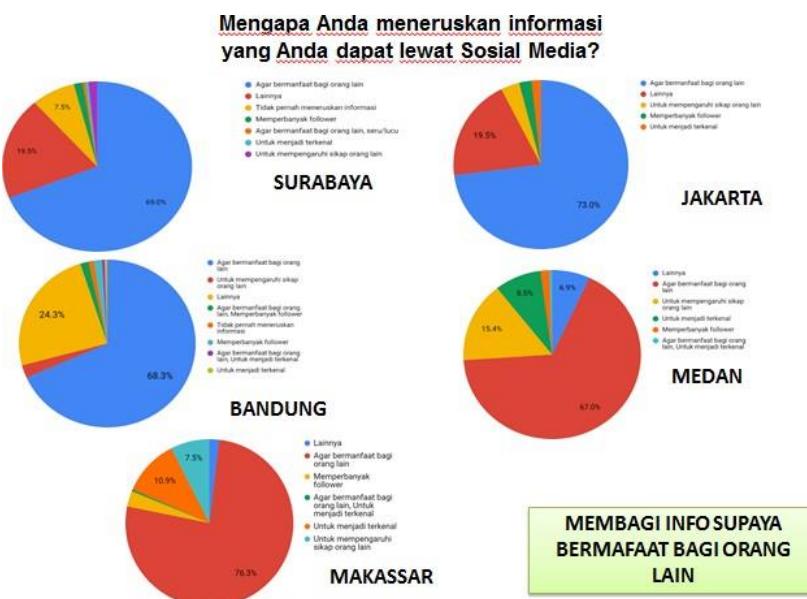
Gambar 2 ‘Sumber Belajar Internet para Santri’



Alasan Santri Menyebarluaskan Informasi di Media Sosial

Hal menarik yang ditemukan dalam riset ini adalah, bagaimana niat berbagi kalangan santri sebagai hasil didikan dunia pesantren ternyata juga menjawab santri tersebut saat beraktivitas di internet. Banyak informasi yang mereka dapatkan tersebut, dan menurut mereka hal bermanfaat, dengan mudahnya terlihat di semua kota cenderung meneruskan informasi tersebut kepada orang lain. Hal ini dilakukan supaya orang tersebut juga dapat mendapatkan manfaat dari informasi itu. Fenomena ini adalah hal yang sangat baik bagi kebutuhan untuk percepatan penyebaran informasi yang bermanfaat bagi orang lain, tetapi juga dipahami bahwa hal ini merupakan sesuatu yang perlu diwaspadai, jika karena kurang pahamnya mereka tentang informasi tersebut membawa manfaat atau tidak, dan menurut mereka info itu bermanfaat sehingga dengan mudahnya disebarluaskan begitu saja, apa yang terjadi pasti dapat kita prediksi bagaimananya.

Gambar 2 ‘Alasan Membagi Informasi di Media Sosial’



Pentingnya pemahaman yang benar dari informasi yang para generasi santri milenial ini merupakan sebuah tanggungjawab bersama untuk memberikan edukasi bagaimana memahami informasi yang maslahat atau tidak; informasi hoaks atau benar.

Simpulan

Dari hasil studi ini, indeks literasi santri milenial di lima kota besar di Indonesia dapat disimpulkan bahwa tingkat pemahaman mereka terhadap dunia digital atau yang akrab disebut literasi digital tampak sudah cukup baik. Meski mayoritas mereka belajar internet secara mandiri, namun sebagai generasi milenial mereka cukup cepat beradaptasi dengan budaya dunia maya. Sayangnya, durasi akses internet generasi Muslim milenial saat ini masih cukup tinggi, sehingga hal tersebut dikhawatirkan membuka peluang terjadinya efek negative dari internet. Selain itu, beberapa generasi Muslim milenial turut berkontribusi dalam menyebarluaskan berita hoaks meski tanpa ada unsur kesengajaan. Hal ini terjadi karena mereka cenderung tidak melakukan pengecekan atau validasi informasi kepada pihak dan sumber yang otoritatif.

Referensi

- Abaas Y, Ahmed H, John S, & Al-Jifri, O. (2017). *Muslim Millennial Attitudes on Religion and Religious Leadership II (Algeria, Iraq, Lebanon, Libya, Mauritania, Oman, Qatar, Sudan, Tunisia, Yemen)*. Tabah Foundation.
- Abrahams, L. (2011). South Africa's e-Development Still a Futuristic Task. *Journal of the Knowledge Economy*, 2(1), 145–171. <https://doi.org/10.1007/s13132-010-0022-7>
- Adiputra, W. M. (2008). Literasi Media dan Interpretasi atas Bencana. *Jurnal Ilmu Sosial dan Ilmu Politik*, 11(3), 357–378.

Advances in Digital Technologies: Proceedings of the 7th International Conference on Applications of Digital Information and Web Technologies 2016. (3). Retrieved from <https://search.proquest.com/docview/1805573467/abstract/5AA7CA7C11F74662PQ/7>

Ahmad, N., Hussain, S., & Munir, N. (2018). Social Networking and Depression among University Students. *Pakistan Journal of Medical Research; Islamabad*, 57(2), 77–82.

Allahverdyan, A. E., & Galstyan, A. (2014). Opinion Dynamics with Confirmation Bias. *PLoS One; San Francisco*, 9(7), e99557. <http://dx.doi.org/10.1371/journal.pone.0099557>

Announcing a Trilogy: Environmental Assessment in the Information Society. (2003). *The International Journal of Life Cycle Assessment*, 8(4), 190–190. <https://doi.org/10.1007/BF02978469>

Anonymous. (2008, July 29). Information Overload Research Group; Information Overload Research Group Launches with Conference in New York. *Life Science Weekly; Atlanta*, 3165.

Anonymous. (2009). Small Black Room Develops Poster Campaign. *Design Week; London*, 24(29), 4.

Anonymous. (2017). Fake News Threatens a Climate Literate World. *Nature Communications; London*, 8, 15460. <http://dx.doi.org/10.1038/ncomms15460>

Azizah, L. (2020). Portraits of Religious Moderation in the Salaf Pesantren Education System in Indonesia. *Jurnal Pendidikan Islam*, 10(1), 18–32. <https://doi.org/10.38073/jpi.v10i1.354>

Balsamo, B., Geil, M. D., Ellis, R., & Wu, J. (2018). Confirmation Bias Affects User Perception of Knee Braces. *Journal of*

- Biomechanics; Kidlington, 75, 164–170.*
<http://dx.doi.org/10.1016/j.jbiomech.2018.04.028>
- Battenfeld, R. L. (2002). Web of Deception: Misinformation on the Internet. *Library Journal; New York, 127*(13), 156.
- Bayhom-Daou, T. (2008). Al-Ma'mun's Alleged Apocalyptic Beliefs: a Reconsideration of the Evidence. *Bulletin of the School of Oriental and African Studies. University of London; Cambridge, 71*(1), 1–24. <http://dx.doi.org/10.1017/S0041977X08000013>
- Berleur, J., Hercheui, M. D., & Hilty, L. M. (2010). What Kind of Information Society? Introduction to the HCC9 Conference Proceedings. In J. Berleur, M. D. Hercheui, & L. M. Hilty (Eds.), *What Kind of Information Society? Governance, Virtuality, Surveillance, Sustainability, Resilience* (pp. 3–9). Springer Berlin Heidelberg.
- Bowditch, P. (2011, May). Confirmation Bias, Denialism and Morton's Demon. *Australasian Science; Hawksburn, 32*(4), 44.
- Boz, E., & Tesar, L. (2018a). Macroeconomics After the Great Recession. *IMF Economic Review, 66*(1), 1–4.
<https://doi.org/10.1057/s41308-018-0050-z>
- Boz, E., & Tesar, L. (2018b). Macroeconomics After the Great Recession, II. *IMF Economic Review, 66*(2), 223–225.
<https://doi.org/10.1057/s41308-018-0057-5>
- Branscum, D. (1999, March 8). Why Do People Keep Falling for Cyberhoaxes?; Go on, Break the Chain: [Atlantic Edition]. *Newsweek, International Ed.; New York, 58*.
- Brunnstein, K. (2010). Trends of Privacy and Surveillance in the Information Society. In J. Berleur, M. D. Hercheui, & L. M. Hilty (Eds.), *What Kind of Information Society? Governance,*

- Virtuality, Surveillance, Sustainability, Resilience* (pp. 178–179). Springer Berlin Heidelberg.
- Bungin, B. (2009). Metodologi Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya. *Jakarta. Kencana Prenada Media Group.*
- Butler-Adam, J. (2017). What Could Scientists Do about “Post-Truth”? *South African Journal of Science; Pretoria*, 113(1/2), 1. <http://dx.doi.org/10.17159/sajs.2017/a0195>
- Cardell, K., & Maguire, E. (2015). Hoaks Politics: Blogging, Betrayal, and the Intimate Public of a Gay Girl in Damascus. *Biography; Honolulu*, 38(2), 205-I,321-322.
- Chen, A. (2017, September 4). The Fake-News Fallacy. *The New Yorker; New York*, 93(26), 78.
- Christ, W. G., & Potter, W. J. (1998). Media Literacy, Media Education, and the Academy. *Journal of Communication*, 48(1), 5–15.
- Clor-proell, S. M., Kaplan, S. E., & Proell, C. A. (2015). The Impact of Budget Goal Difficulty and Promotion Availability on Employee Fraud. *Journal of Business Ethics: JBE; Dordrecht*, 131(4), 773–790. <http://dx.doi.org/10.1007/s10551-013-2021-7>
- Close, R. (2017, October). Videos for Post-Truth Times. *Art and AsiaPacific; New York*, 105, 65-66,19.
- Considine, D., Horton, J., & Moorman, G. (2009). Teaching and Reading the Millennial Generation through Media Literacy. *Journal of Adolescent & Adult Literacy; Hoboken*, 52(6), 471–481.

- Davis, D. S., & Neitzel, C. (2012). Collaborative Sense-Making in Print and Digital Text Environments. *Reading and Writing*, 25(4), 831–856. <https://doi.org/10.1007/s11145-011-9302-2>
- Dawood, S. (2015a, February 2). A selection of Napoleon Bonaparte Propaganda Prints. *Design Week (Online); London*. <https://search.proquest.com/docview/1650248189/abstract/6CC06C72F8D44B7EPQ/10>
- Dawood, S. (2015b, May 7). World War Two Propaganda Posters— from Art Form to Psychological Science. *Design Week (Online); London*. <https://search.proquest.com/docview/1679284148/abstract/6CC06C72F8D44B7EPQ/15>
- Deer, K., & Håkansson, A.-K. (2005). Towards an Indigenous Vision for the Information Society. In T. J. van Weert (Ed.), *Education and the Knowledge Society* (pp. 67–80). Springer US.
- Del Vicario, M., Scala, A., Caldarelli, G., Stanley, H. E., & Quattrociocchi, W. (2017). Modeling Confirmation Bias and Polarization. *Scientific Reports (Nature Publisher Group); London*, 7, 40391. <http://dx.doi.org/10.1038/srep40391>
- Downes, P. K. (2007). Safe and Efficient Use of the Internet. *British Dental Journal; London*, 203(1), 11–22. <http://dx.doi.org/10.1038/bdj.2007.587>
- Dwyer, P. G. (2010). Napoleon and the Foundation of the Empire. *The Historical Journal; Cambridge*, 53(2), 339–358. <http://dx.doi.org/10.1017/S0018246X1000004X>
- Efthymiopoulos, M.-P. (2016). Cyber-Security in Smart Cities: the Case of Dubai. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 5(1), 11. <https://doi.org/10.1186/s13731-016-0036-x>

- Flamiano, D., & Ostermiller, H. (2017). May Symposium: Media Literacy Highlights. *Afterimage; Rochester*, 45(2/3), 2–3.
- Forbes, A. W. (2008). The Lithographic Conspiracy: How Satire Framed Liberal Political Debate in Nineteenth-Century France1. *French Politics, Culture & Society; New York*, 26(2), 16-50,152.
- Frank, R. (2015). Caveat Lector: Fake News as Folklore. *Journal of American Folklore; Columbus*, 128(509), 315-332,370.
- Franklin, A. (2012a). Alan Sokal: Beyond the Hoaks: Science, Philosophy and Culture. *Science & Education*, 21(3), 441–445. <https://doi.org/10.1007/s11191-011-9371-2>
- Franklin, A. (2012b). Alan Sokal: Beyond the Hoaks: Science, Philosophy and Culture. *Science & Education*, 21(3), 441–445. <https://doi.org/10.1007/s11191-011-9371-2>
- Frost-Arnold, K. (2014). Trustworthiness and Truth: The Epistemic Pitfalls of Internet Accountability. *Episteme; Cambridge*, 11(1), 63–81. <http://dx.doi.org/10.1017/epi.2013.43>
- Gambrill, E., & Reiman, A. (2011). A Propaganda Index for Reviewing Problem Framing in Articles and Manuscripts: An Exploratory Study. *PLoS One; San Francisco*, 6(5), e19516. <http://dx.doi.org/10.1371/journal.pone.0019516>
- GDP Venture. (2018). *Indonesia Digital Landscape 2018*. GDP Venture.
- Generasi Milenial dan Karakteristiknya*. (n.d.). CNN Indonesia. Retrieved September 12, 2018, from <https://student.cnnindonesia.com/edukasi/20160823145217-445-153268/generasi-milenial-dan-karakteristiknya/>

- Gilster, P., & Glister, P. (1997). *Digital Literacy*. Wiley Computer Pub. New York.
- Gordon, M. S., & Bennison, A. K. (2011). The Great Caliphs: the Golden Age of the Abbasid Empire. *International Journal of Middle East Studies*; Cambridge, 43(3), 572–573.
<http://dx.doi.org/10.1017/S0020743811000791>
- Griffin, D., & Ball, J. C. (1997). [Satire: a Critical Reintroduction]. *University of Toronto Quarterly; North York*, 66(2), 476–479.
- Gumilar, G. (n.d.). *Literasi Media: Cerdas Menggunakan Media Sosial dalam Menanggulangi Berita Palsu (Hoaks) oleh Siswa SMA*. 6.
- Gupta, P. D. (2016). Nanopore Technology: a Simple, Inexpensive, Futuristic Technology for DNA Sequencing. *Indian Journal of Clinical Biochemistry*, 31(4), 359–360.
<https://doi.org/10.1007/s12291-016-0593-6>
- Hague, C., & Payton, S. (2011). Digital Literacy Across the Curriculum. *Curriculum Leadership*, 9(10).
- Hague, C., & Williamson, B. (2009). *Digital Participation, Digital Literacy, and School Subjects: a Review of the Policies, Literature and Evidence*. Futurelab.
- Hanif, M. A., & Inayatussahara, N. A. (2018). Transformation of Santri Challenging the Millennial Era: a Case Study of AIS Nusantara Community. *Ushuluddin International Conference (USICON)*, 2.
<http://conference.uinsuka.ac.id/index.php/USICON/article/view/338>
- Harris, J. (2012). What it's Like to Be Good. *Cambridge Quarterly of Healthcare Ethics: CQ*; New York, 21(3), 293–305.
<http://dx.doi.org/10.1017/S0963180111000867>

- Hart, G. (2004, October 10). The Post-Truth Presidency. *New York Times Book Review; New York*, 7.25.
- Higgins, K. (2016). Post-Truth: a Guide for the Perplexed. *Nature; London*, 540(7631), 9.
- Hilty, L. M. (2002). Sustainable Development and the Information Society. In K. Brunnstein & J. Berleur (Eds.), *Human Choice and Computers: Issues of Choice and Quality of Life in the Information Society* (pp. 305–315). Springer US. https://doi.org/10.1007/978-0-387-35609-9_26
- Himma, K. E. (2007). The Concept of Information Overload: a Preliminary Step in Understanding the Nature of a Harmful Information-Related Condition. *Ethics and Information Technology; Dordrecht*, 9(4), 259–272. <http://dx.doi.org/10.1007/s10676-007-9140-8>
- Horton, R. (2017). Offline: Difficult Truths about a Post-Truth World. *The Lancet; London*, 389(10076), 1282. [http://dx.doi.org/10.1016/S0140-6736\(17\)30878-4](http://dx.doi.org/10.1016/S0140-6736(17)30878-4)
- Howe, N., & Strauss, W. (1993). *13th Gen: Abort, Retry, Ignore, Fail?* Vintage Books New York.
- Howe, N., & Strauss, W. (2003). *Millennials Go to College: Strategies for a New Generation on Campus: Recruiting and Admissions, Campus Life, and the Classroom*. American Association of Collegiate Registrars and Admissions Officers Washington, DC.
- Howe, N., & Strauss, W. (2007). The Next 20 Years. *Harvard Business Review*, 85(7–8), 41–52.
- Howe, N., & Strauss, W. (2009). *Millennials Rising: The Next Great Generation*. Vintage.

- Howe, N., Strauss, W., & Nadler, R. (2008). *Millennials & K-12 Schools: Educational Strategies for a New Generation*. LifeCourse Associates.
- Ibrahim, M. (1994). Religious Inquisition as Social Policy: the Persecution of the Zanadiqa in the Early Abbasid Caliphate. *Arab Studies Quarterly; London*, 16(2), 53.
- Janmohamed, S. (2016). *Generation M: Young Muslims Changing the World*. Bloomsbury Publishing.
- Jones, M., & Sugden, R. (2001). Positive Confirmation Bias in the Acquisition of Information. *Theory and Decision; Dordrecht*, 50(1), 59.
- Jones, R. H., Chik, A., & Hafner, C. A. (2015). *Discourse and Digital Practices: Doing Discourse Analysis in the Digital Age*. Routledge.
- Jones, R. H., & Hafner, C. A. (2012). *Understanding Digital Literacies: a Practical Introduction*. Routledge.
- Keane, C. (2007). Philosophy into Satire: the Program of Juvenal's Fifth Book. *American Journal of Philology; Baltimore*, 128(1), 27–57.
- Kerstholt, J., Eikelboom, A., Dijkman, T., Stoel, R., Hermsen, R., & van Leuven, B. (2010). Does Suggestive Information Cause a Confirmation Bias in Bullet Comparisons? *Forensic Science International (Online); Amsterdam*, 198(1), 138–142. <http://dx.doi.org/10.1016/j.forsciint.2010.02.007>
- Kozlov, M. V., Zverev, V., & Zvereva, E. L. (2014). Confirmation Bias Leads to Overestimation of Losses of Woody Plant Foliage to Insect Herbivores in Tropical Regions. *PeerJ; San Diego*. <http://dx.doi.org/10.7717/peerj.709>

- Kupperschmidt, B. R. (1998). Understanding Generation X Employees. *Journal of Nursing Administration*, 28(12), 36–43.
- Kupperschmidt, B. R. (2000). Multigeneration Employees: Strategies for Effective Management. *The Health Care Manager*, 19(1), 65–76.
- Kupperschmidt, B. R. (2001). Understanding Net Generation Employees. *Journal of Nursing Administration*, 31(12), 570–574.
- Laila, A. N., Darnoto, Rahmawati, A., Surjono, H. D., & Muhtadi, A. (2020). *The Readiness of Santri in Using Technology to Support Memorizing of the Qur'an in Millennial Era*. 925–929. <https://doi.org/10.2991/assehr.k.200129.114>
- Lancaster, L. C., & Stillman, D. (2002). *When Generations Collide: Who They are, Why They Clash, How to Solve the Generational Puzzle at Work*. HarperCollins New York.
- Lancaster, L. C., & Stillman, D. (2010). *The M-factor: How the Millennial Generation is Rocking the Workplace*. HarperBusiness New York, NY.
- Lawrence, M. A. (2017, December 3). The Commissar of Post-Truth Politics. *New York Times Book Review*; New York, 19.
- Levy, N. (2017). Nudges in a Post-Truth World. *Journal of Medical Ethics*; London, 43(8), 495. <http://dx.doi.org/10.1136/medethics-2017-104153>
- Longer, R. (2005). Sustainable Development and the Information Society. In T. J. van Weert (Ed.), *Education and the Knowledge Society* (pp. 157–165). Springer US.
- Lyall, S. (2003). Browser. *The Architectural Review*; London, 214(1280), 33.
- MacDougall, C. D. (1958). *Hoakses* (Vol. 465). Dover Pubns.

- Mannheim, K. (1970). The Problem of Generations. *Psychoanalytic Review*, 57(3), 378–404.
- Manning, M. G. (n.d.). *A Tale of Three Hoaxes: When Literature Offends the Law*. 30.
- Marmot, M. (2017). Post-Truth and Science. *The Lancet; London*, 389(10068), 497–498. [http://dx.doi.org/10.1016/S0140-6736\(17\)30207-6](http://dx.doi.org/10.1016/S0140-6736(17)30207-6)
- Martin, C. A., & Tulgan, B. (2001). Managing Generation Y. *Amherst, MA: HR*.
- Martin, C. A., & Tulgan, B. (2002). *Managing the Generation Mix: from Collision to Collaboration*. Human Resource Development.
- Martin, C. A., & Tulgan, B. (2006). *Managing the Generation Mix: from Urgency to Opportunity*. Human Resource Development.
- Matz, A. (2006). Terminal Satire and Jude the Obscure. *ELH; Baltimore*, 73(2), 519–547.
- McBain, S. (2017, March 3). Taking the clickbait. *New Statesman; London*, 146(5356), 44–45.
- McIntyre, L. (2018, April). Fighting Post-Truth. *The Humanist; Washington, D.C.*, 78(2), 20–22.
- McLaughlin, A. (2018, February 21). The Online Game Acting as a “Vaccine” Against Fake News. *Design Week (Online); London*. <https://search.proquest.com/docview/2006917432/abstract/64E F6E3648CB4A12PQ/12>
- Memmi, D. (2014). Information Overload and Virtual Institutions. *AI & SOCIETY*, 29(1), 75–83. <https://doi.org/10.1007/s00146-012-0428-9>

- Montenery, S. M., Walker, M., Sorensen, E., Thompson, R., Kirklin, D., White, R., & Ross, C. (2013). Millennial Generation Student Nurses' Perceptions of the Impact of Multiple Technologies on Learning. *Nursing Education Perspectives; New York*, 34(6), 405–409.
- Montgomery, A. (2013, May 10). Propaganda. *Design Week (Online); London*.
<https://search.proquest.com/docview/1350088899/abstract/6CC06C72F8D44B7EPQ/16>
- Moodie, E. K. (2012). The Bully as Satirist in Juvenal's Third Satire. *American Journal of Philology; Baltimore*, 133(1), 93–115.
- Nanya, T. (2007). Challenges in Dependability of Networked Systems for Information Society. In K. Li, C. Jesshope, H. Jin, & J.-L. Gaudiot (Eds.), *Network and Parallel Computing* (pp. 542–542). Springer Berlin Heidelberg.
- News Literacy: The Keys to Combating Fake News* (Vol. 2018). (2018). Ringgold Inc.
<https://search.proquest.com/docview/2056815586/citation/64EF6E3648CB4A12PQ/16>
- Ng, E. S. W., Schweitzer, L., & Lyons, S. T. (2010). New Generation, Great Expectations: a Field Study of the Millennial Generation. *Journal of Business and Psychology*, 25(2), 281–292.
<https://doi.org/10.1007/s10869-010-9159-4>
- Nixon, L. (2017, Summer). Nation to Nation. *Canadian Art*, 34(2), 52–55.
- Oblinger, D. (2003). Boomers Gen-Xers Millennials. *EDUCAUSE Review*, 500(4), 37–47.
- Oblinger, D. (2004). The Next Generation of Educational Engagement. *Journal of Interactive Media in Education*, 2004(1).

- Oblinger, D., & Oblinger, J. (2005). Is it Age or IT: First Steps toward Understanding the Net Generation. *Educating the Net Generation*, 2(1–2), 20.
- Oblinger, D., Oblinger, J. L., & Lippincott, J. K. (2005). *Educating the Net Generation*. Boulder, Colo.: EDUCAUSE, c2005. 1 v.(various pagings): illustrations.
- Pain, S. (2005, July 9). Napoleon's Crazy Navy. *New Scientist; London*, 187(2507), 46–47.
- Palminteri, S., Lefebvre, G., Kilford, E. J., & Blakemore, S.-J. (2017). Confirmation Bias in Human Reinforcement Learning: Evidence from Counterfactual Feedback Processing. *PLoS Computational Biology; San Francisco*, 13(8). <http://dx.doi.org/10.1371/journal.pcbi.1005684>
- Paolo Celot. (2009). *Final Report Study on Assesment Criteria for Media Literacy Levels*. Directorate General Information Society and Media Literacy.
- Parry-Giles, S. J. (1996). "Camouflaged" Propaganda: the Truman and Eisenhower Administrations' Covert Manipulation of News. *Western Journal of Communication; Salt Lake City*, 60(2), 146.
- Poole, S. (2017, May 19). Lies, Damned Lies and Alternative Facts. *New Statesman; London*, 146(5367), 42–43.
- Potter, W. J. (2004). *Theory of Media Literacy: a Cognitive Approach*. Sage Publications.
- Potter, W. J. (2010). The State of Media Literacy. *Journal of Broadcasting & Electronic Media*, 54(4), 675–696.
- Potter, W. J., & Christ, W. G. (2007). Media Literacy. *The Blackwell Encyclopedia of Sociology*.

- Pouloudi, N., & O'Keefe, B. (2006). Organizational and Ethical Issues in the Information Society. *European Journal of Information Systems*, 15(4), 343–344. <https://doi.org/10.1057/palgrave.ejis.3000628>
- Raya, M. K. F. (2018). Sejarah Orientasi Pendidikan Islam di Indonesia (dari Masa Kolonial hingga Orde Baru). *Jurnal Pendidikan Islam*, 8(2), 228–242. <https://doi.org/10.38073/jpi.v8i2.202>
- Roberts, D. F., & Foehr, U. G. (2008). Trends in Media Use. *The Future of Children*; Princeton, 18(1). <https://search.proquest.com/docview/1519298651/abstract/50C9F7A5A31248EAPQ/4>
- Rosen, C. (2017, January). You Cant Handle the Post-Truth. *Commentary; New York*, 143(1), 4–5.
- Spink, A., & Currier, J. (2006). Towards an Evolutionary Perspective for Human Information Behavior: an Exploratory Study. *Journal of Documentation; Bradford*, 62(2), 171–193.
- Stefanija, L. (2011). Satira v glasbi. *Ars & Humanitas; Ljubljana*, 5(2), 11–47. <http://dx.doi.org/10.4312/ah.5.2.11-47>
- Strauss, william, & Howe, N. (2008). *Generations: the History of America's Future, 1584 to 2069*. William Morrow.
- Strauss, W., & Howe, N. (2009). *The Fourth Turning: What the Cycles of History Tell Us about America's Next Rendezvous with Destiny*. Three Rivers Press.
- Sudár, E., Pető, D., & Gábor, A. (2004). Modeling the Penetration of the Information Society Paradigm. In M. A. Wimmer (Ed.), *Knowledge Management in Electronic Government* (pp. 201–209). Springer Berlin Heidelberg.

- Sugiyono. (2008). *Metode Penelitian Pendidikan: (Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif Dan R & D)*. Alfabeta.
- Syahputra, M. C. (2020). Jihad Santri Millennial Melawan Radikalisme di Era Digital: Studi Gerakan Arus Informasi Santri Nusantara di Media Sosial. *Jurnal Islam Nusantara*, 4(1), 69–80. <https://doi.org/10.33852/jurnalin.v4i1.187>
- Tait, A. (2017, February 10). Out of the Ordinary. *New Statesman; London*, 146(5353), 41.
- Tambuscio, M., Oliveira, D. F. M., Ciampaglia, G. L., & Ruffo, G. (2018). Network Segregation in a Model of Misinformation and Fact-Checking. *Journal of Computational Social Science*, 1(2), 261–275. <https://doi.org/10.1007/s42001-018-0018-9>
- Tapscott, D., & Barry, B. (2009). *Grown up Digital: how the Net Generation is Changing Your World* (Vol. 200). McGraw-Hill New York.
- Technology - Digital Technology; New Findings from University of New Haven Describe Advances in Digital Technology [Experience Constructing the Artifact Genome Project (AGP): Managing the Domain's Knowledge One Artifact at a Time]. (2018, August 14). *Life Science Weekly; Atlanta*, 3004.
- The Abbasid and Carolingian Empires: Comparative Studies in Civilizational Formation* (Vol. 2017). (2017). Ringgold Inc. <https://search.proquest.com/docview/1968557323/abstract/FFD6B5CE043C46EBPQ/4>
- The Internet, Information Systems and Changing Practice. (1996). *European Journal of Information Systems*, 5(4), 221–221. <https://doi.org/10.1057/ejis.1996.27>
- Time Magazine Cover: The Me Me Me Generation - May 20, 2013*. (n.d.). TIME.Com. Retrieved September 11, 2018, from

- <http://content.time.com/time/covers/asia/0,16641,20130520,00.html>
- Tor, D. G. (2017). The Political Revival of the Abbasid Caliphate: Al-Muqtafī and the Seljuqs. *Journal of the American Oriental Society; Ann Arbor*, 137(2), 301–314.
- Tsipursky, G. (2017, April). Towards a Post-Lies Future: Fighting “Alternative Facts” and “Post-Truth” Politics. *The Humanist; Washington, D.C.*, 77(2), 12–15.
- Tulgan, B., & Martin, C. A. (2001). *Managing Generation Y: Global Citizens Born in the Late Seventies and Early Eighties*. Human Resource Development.
- van Rooy, D. (2008). Keynote Paper: Privacy and Trust in the Information Society. In E. de Leeuw, S. Fischer-Hübner, J. Tseng, & J. Borking (Eds.), *Policies and Research in Identity Management* (pp. 51–53). Springer US.
- Weinberg, S. (1996). *Sokal's hoaks*.
- Wekke, I. S., & Hamid, S. (2013). Technology on Language Teaching and Learning: a Research on Indonesian Pesantren. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 83, 585–589. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2013.06.111>
- Welch, D. (1999, August). Powers of Persuasion. *History Today; London*, 49(8), 24–26.
- Wilgenburg, E. van, & Elgar, M. A. (2013). Confirmation Bias in Studies of Nestmate Recognition: a Cautionary Note for Research into the Behaviour of Animals. *PLoS One; San Francisco*, 8(1), e53548. <http://dx.doi.org/10.1371/journal.pone.0053548>

- Worsnop, C. (1996). Screening Images: So You've Got Some Media Work from Your Class: Then What? Assessing Media Work. *Visual Media*, 8(5), 23–26.
- You, D., Hug, L., & Anthony, D. (2015). UNICEF Report Generation 2030 Africa Calls Upon Investing in and Empowering Girls and Young Women. *Reproductive Health*, 12(1), 18. <https://doi.org/10.1186/s12978-015-0007-x>
- Zakarison, L. B. (2016). “*Muslim, period. American, period*”: Millennial Muslim Identities in the Contemporary United States. Whitman College.
- Zemke, R., Raines, C., & Filipczak, B. (1999). *Generations at Work: Managing the Clash of Veterans, Boomers, Xers, and Nexters in Your Workplace*. Amacom.