

## **ANALISIS KEBUTUHAN INFORMASI GENERASI Z DALAM AKSES INFORMASI DI MEDIA ONLINE**

**Dika Nanda Kinanti, Elfitri Kurnia Erza**

Program Studi S-1 Ilmu Perpustakaan, Fakultas Teknologi Informasi, Universitas  
YARSI

Korespondensi: [dikaseptember@gmail.com](mailto:dikaseptember@gmail.com); [elfitri.kurnia@yarsi.ac.id](mailto:elfitri.kurnia@yarsi.ac.id)

### **ABSTRAK**

Penelitian ini membahas informasi apa yang paling dibutuhkan oleh generasi Z berbasis teknologi informasi. Generasi Z adalah generasi yang lahir pada tahun 1995-2009. Tujuan penelitian ini untuk mengetahui informasi apa saja yang dibutuhkan generasi Z pada siswa SMA YUPENTEK 1 Kota Tangerang. Metode yang digunakan adalah metode kuantitatif dengan pendekatan deskriptif. Subjek penelitian adalah siswa dan objek penelitian adalah kebutuhan informasi. Populasi dalam penelitian ini adalah siswa SMA Yupentek 1 Kota Tangerang yang lahir tahun 1999-2001. Jumlah sampel pada penelitian ini adalah 86 orang siswa. Pengumpulan data dilakukan dengan observasi, kuesioner dan studi literatur. Berdasarkan hasil penelitian didapatkan kesimpulan bahwa informasi yang paling dibutuhkan oleh Generasi Z adalah informasi penyakit seksual/organ reproduksi dan hubungan pertemanan. Sumber informasi yang dipilih oleh generasi Z dalam mencari informasi adalah google dan media sosial.

Kata kunci: Generasi Z, Kebutuhan Informasi, Siswa, media online

### **ABSTRAK**

This study is aimed to discuss which technology-based information is mostly required by Generation Z. Generation Z is defined as generation born within the timeframe 1995 to 2009. This study is focused on investigating what kind of information is needed by the Generation Z in SMA YUPENTEK 1 Kota Tanggerang. By using quantitative method with descriptive approach, students are placed as the subject of the study and the information needs as the object. The population is the students of SMA YUPENTEK 1 Kota Tanggerang born in the period of 1999 to 2001. The total sample of 86 students is obtained from the population. Data collected through observations, questionnaires, and literature studies. The result shows that the information regarding sexually transmitted/reproductive system diseases and friendships is mostly needed by Generation Z. It was known from the study that the main source of information used by the students is google and social media.

Kata kunci: Generation Z, Information Need, Student, media online

## 1. PENDAHULUAN

Tatanan kehidupan masyarakat berasal dari berbagai generasi. Setiap generasi memiliki karakteristik yang membedakannya dengan generasi lainnya. Menurut Constanza (Susilo & Ancok, 2016) menyatakan bahwa generasi adalah kelompok individu dengan rentang usia yang sama dan mengalami serta terpengaruh peristiwa sejarah yang sama. McCrindle (2014) menyatakan kelompok generasi sebagai Federation Generation (1901-1924), Builders (1925-1945), Boomers (1946-1964), Generation X (1965-1979), Generation Y (1980-1994), Generation Z (1995-2009), serta Generation Alpha (2010-sekarang).

Pada tahun 2020, generasi Z berada pada fase dewasa awal dan remaja akhir (Bencsik, Juhász and Horváth-Csikós, 2016 p.93) menyatakan bahwa ada beberapa istilah mengenai generasi Z diantaranya *Net Generation*, *Facebook Generation*, *Digital Natives*, dan *iGeneration*. Perkembangan generasi Z sangat dipengaruhi oleh teknologi informasi. Karakter pada generasi ini lebih realistis. Sejak balita mereka sudah diperkenalkan dengan media teknologi seperti ponsel pintar, smart tab, dan yang paling berpengaruh adalah mesin pencari.

Berdasarkan kategorisasi tahun kelahiran generasi Z, terhitung hingga tahun 2020 generasi tersebut sudah memasuki usia antara 11-25 tahun. Artinya, mereka masih ada di bangku sekolah dan perguruan tinggi. Dalam menjalani tanggung jawabnya sebagai pelajar dan mahasiswa generasi Z pasti membutuhkan informasi. Karakteristik generasi Z yang selalu haus akan informasi dan memiliki rasa ingin tau yang tinggi, memungkinkan terjadinya fenomena kebutuhan informasi yang sangat tinggi dan kompleks. Fenomena yang menarik dari generasi Z adalah saat mereka membutuhkan informasi, mereka menginginkan informasi yang cepat dan dapat dengan mudah ditemukan tanpa mengeluarkan usaha yang lebih banyak.

Namun terkadang informasi yang ada di sekitarnya tidak dapat memenuhi kebutuhan informasinya. Hal tersebut disebabkan diantaranya bentuk informasi yang ada masih tersedia dalam format yang tidak sesuai dengan karakteristik generasi Z, sebagai contoh informasi yang tersedia masih dalam bentuk tercetak. Seperti peran perpustakaan sekolah atau perguruan tinggi sebagai lembaga informasi di institusi

tersebut. Oleh karena itu, perlu dilakukannya analisis kebutuhan informasi terkait karakteristik informasi yang sesuai dengan kepribadian generasi Z.

Pada saat ini generasi Z masih dalam masa pembelajaran, sehingga perlu dilakukan analisis kebutuhan informasi mereka. Hal ini menjadi penting selama proses pembelajaran mereka, karena dalam rentang 10 tahun kedepan generasi Z menjadi orang-orang yang terlibat langsung dalam peradaban bangsa Indonesia. Sehingga analisis kebutuhan informasi generasi Z perlu dilakukan agar tersedianya informasi yang lebih tepat sasaran.

## **2. TINJAUAN PUSTAKA**

### **A. Generasi Z**

Menurut Hansen dan Leuty (dalam Bejtkovský, 2016) menyatakan bahwa generasi adalah sekelompok individu yang berbagi pengalaman kerja atau pengalaman hidup yang sama. Generasi adalah sekelompok individu yang lahir pada kurun waktu tertentu dan mengalami peristiwa perkembangan serta perubahan sejarah di era yang sama.

Sejalan dengan itu, Elmore (2014) mengatakan bahwa generasi Z adalah generasi global pertama, dengan kemampuan multilingual yang baik, pemahaman teknologi yang luar biasa, generasi ini juga memiliki kemampuan *multitasking* yang baik, lalu generasi ini dikatakan mengalami sindrom *Fear of Missing Out* (FOMO) yang artinya adalah mereka berusaha mendapatkan dan mengetahui semua informasi yang ada secara aktual atau tepat waktu, memiliki kekhawatiran terhadap keterlambatan update informasi. Generasi Z terbiasa dengan akses informasi yang selalu cepat, cenderung tidak menghargai usaha, dan menyukai hal-hal yang praktis. Generasi termasuk cukup cerdas namun kurang bijaksana dalam menggunakan segala fasilitas teknologi informasi yang ada (Bencsik, Juhász dan Horváth-Csikós, 2016). Generasi Z tumbuh menjadi remaja hingga dewasa muda dengan orientasi teknologi. Internet menjadi bagian dalam kehidupan mereka. Kegiatan sehari-hari mereka sudah berbasis internet, sering disebut dengan *internet based*. Mulai dari kegiatan akademik, kegiatan bersosialisasi, hiburan, hingga berbelanja dan sebagainya.

## **B. Kebutuhan Informasi**

Kebutuhan informasi adalah ketimpangan pengetahuan antara yang dimiliki dan ingin diketahui (Bawden dan Robinson, 2012 p.189). Menurut Wilson (Otoide, 2015) bahwa kebutuhan informasi adalah keinginan seorang individu atau kelompok untuk menentukan lokasi dan memperoleh informasi untuk memuaskan kebutuhannya baik disengaja maupun tidak. Berdasarkan pendapat beberapa ahli tersebut, disimpulkan bahwa kebutuhan informasi adalah sebuah keadaan dimana seorang individu merasa perlu memenuhi rasa keingintahuannya sebagai wujud dari kekurangan pengetahuan yang dimilikinya, bertujuan untuk memberikan kepuasan pada rasa ingin tahunya dan untuk memberikan manfaat yang dapat dipelajari dari hasil memperoleh informasi tersebut.

*Urban Teenagers Everyday Life Information Needs* adalah teori kebutuhan informasi yang merupakan turunan dari teori *Everyday Life Information Seeking* (ELIS). Teori ini dikemukakan oleh Agosto dan Hughes-Hassell pada penelitian yang mereka lakukan yaitu *Toward a Model of the Everyday Life Information Needs of Urban Teenagers*. Pada teori ini Agosto dan Hughes-Hassell memetakan 7 komponen yang mempengaruhi kebutuhan informasi remaja di kalangan urban. Adapun komponen tersebut memiliki spesifikasi masing-masing terhadap jenis informasi yang dibutuhkan remaja. Terdapat 28 indikator dari spesifikasi 7 komponen tersebut secara keseluruhan (Agosto dan Hughes-Hassell, 2006 p.1419).

TabelKomponen Kebutuhan Informasi Remaja Pada Kalangan Urban

Komponen	Indikator
Sosialisasi diri	1. Hubungan pertemanan 2. Aktivitas sosial 3. Budaya populer 4. Mode 5. Norma hukum/sosial
Ikatan emosional diri	6. Hubungan dengan keluarga 7. Kesehatan emosi 8. Pemahaman agama
Cerminan diri	9. Citra Diri 10. Pandangan filosofis 11. Identitas budaya 12. Kewajiban sebagai warga negara 13. Perguruan Tinggi 14. Karir 15. Aktualisasi diri
Keadaan fisik	16. Aktivitas sehari-hari 17. Keamanan fisik 18. Barang dan jasa 19. Keuangan pribadi 20. Kesehatan 21. Tanggung jawab pekerjaan
Kreativitas diri	22. Penampilan kreatif 23. Konsumsi konten kreatif
Kebutuhan kognitif	24. Akademis 25. Budaya sekolah 26. Isu terkini
Pengetahuan identitas dan keamanan seksual	27. Identitas seksual 28. Kesehatan reproduksi

Sumber: (Agosto dan Hughes-Hassell, 2006 p.1419).

### 3. METODE PENELITIAN

Objek penelitian adalah kebutuhan informasi dari para siswa SMA YUPENTEK 1 Kota Tangerang. Pada penelitian ini, populasi yang akan digunakan penulis adalah generasi Z yang diwakili oleh siswa kelas X (10) dan XI (11) SMA YUPENTEK 1 Kota Tangerang yang berjumlah 623 siswa. Jumlah kelas pada setiap jenjangnya adalah 9 kelas, yang terdiri dari 5 kelas IPA dan 4 kelas IPS.

Metode pengambilan sampel yang penulis gunakan adalah *Proportionate Stratified Random Sampling*. Menurut Sugiyono (2016) teknik *Proportionate Stratified*

*Random Sampling* digunakan bila populasi mempunyai anggota/unsur yang tidak homogen dan berstrata secara proposional”. Penulis memilih menggunakan metode ini karena bentuk populasi yang berstrata yaitu terdiri dari 3 strata yakni siswa kelas X, XI, dan XII, namun penulis hanya menggunakan sampel dari populasi kelas X dan XI seperti yang sudah dijelaskan sebelumnya. Penentuan jumlah sampel menggunakan rumus Taro Yamane atau Slovin (dalam Riduwan, 2010), sehingga didapatkan sampel sebesar 43 orang pada setiap kelompok siswa. Sehingga total sampel kelas X dan XI sebanyak 86 orang siswa.

Pengumpulan data dilakukan dengan menyebarkan kuesioner pada 86 orang siswa. Analisa data dilakukan secara deskriptif mengacu pada data hasil pengisian kuesioner yang telah dilengkapi oleh responden pada *google form*. Pengumpulan data dilakukan pada bulan November-Januari 2019.

Pembuatan kuesioner mengacu kepada teori kebutuhan informasi remaja yaitu *Urban Teenagers Everyday Life Information Needs*. Teori ini memetakan 7 variabel kebutuhan informasi remaja, dan ke 7 aspek tersebut memiliki 28 indikator, namun dari 28 indikator tersebut hanya 27 indikator yang penulis gunakan. Alasannya karena salah satu indikator tersebut yaitu Pandangan Filosofis (*Philosophical Concerns*) tidak sesuai dengan kondisi remaja Indonesia terutama remaja SMA.

Tabel. Variabel Kebutuhan Informasi Remaja

Komponen	Indikator
Sosialisasi diri	1. Hubungan pertemanan 2. Aktivitas sosial 3. Budaya populer 4. Mode 5. Norma hukum/sosial
Ikatan emosional diri	6. Hubungan dengan keluarga 7. Kesehatan emosi 8. Pemahaman agama
Cerminan diri	9. Citra Diri 10. Identitas budaya 11. Kewajiban sebagai warga negara 12. Perguruan Tinggi 13. Karir 14. Aktualisasi diri
Keadaan fisik	15. Aktivitas sehari-hari 16. Keamanan fisik 17. Barang dan jasa 18. Keuangan pribadi 19. Kesehatan 20. Tanggung jawab pekerjaan
Kreativitas diri	21. Penampilan kreatif 22. Konsumsi konten kreatif
Kebutuhan kognitif	23. Akademis 24. Budaya sekolah 25. Isu terkini
Pengetahuan identitas dan keamanan seksual	26. Identitas seksual 27. Kesehatanreproduksi

Sumber: (Agosto dan Hughes-Hassell, 2006 p.1419).

## 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

### A. Bersosialisasi di Lingkungan

Pada variabel ini terdapat 5 indikator yaitu hubungan pertemanan, aktivitas sosial, budaya populer, mode dan norma hukum/sosial. Berdasarkan data penelitian, didapatkan pada variabel bersosialisasi di lingkungan sebanyak 67 responden memilih indikator hubungan pertemanan. Opsi tersebut dipilih oleh sebanyak 74%responden yang artinya lebih dari setengah jumlah responden keseluruhan. Generasi Z merupakan generasi global, dengan kemampuan

multilingual yang baik, dan pemahaman teknologi yang sangat baik (Elmore, 2014). Pernyataan tersebut sejalan dengan gambaran kebutuhan informasi generasi Z untuk memperluas relasi pertemanan. Pada indikator hubungan pertemanan didapatkan gambaran bahwa responden yang merupakan remaja generasi Z membutuhkan informasi tentang hubungan pertemanan. Hal itu berkaitan dengan sifat mereka sebagai remaja yang sedang aktif beresialisasi. Dalam membangun relasi pertemanan, generasi Z membutuhkan informasi tentang *id/username* media sosial seseorang. Seiringan dengan karakter generasi Z, yang aktif dalam penggunaan media sosial serta memiliki ruang lingkup pertemanan secara global sehingga peran media sosial sangat berpengaruh bagi mereka. Aplikasi Instagram menjadi opsi yang memiliki frekuensi terbanyak yaitu sejumlah 61. Opsi tersebut dipilih oleh sebanyak 68% responden yang artinya lebih dari setengah jumlah responden keseluruhan.

## **B. Ikatan Emosional diri**

Informasi tentang silsilah keluarga masing-masing, atau kontak masing-masing kerabat keluarga. Selain itu, informasi mengenai cara atau langkah yang harus dilakukan para remaja dalam menghadapi konflik dengan keluarganya.

Pada variabel emosional diri, didapatkan hasil bahwa sebanyak 57 responden memilih indikator kesehatan emosi. Opsi tersebut dipilih oleh sebanyak 66% responden yang artinya lebih dari setengah jumlah responden keseluruhan. Agosto menyatakan bahwa remaja membutuhkan sebuah pedoman tentang perkembangan emosi serta informasi tentang pihak mana saja yang dapat berperan sebagai konselor (Agosto and Hughes-Hassell, 2006). Pada usia remaja, mereka juga sedang mengalami ketidakstabilan emosi yang dapat mempengaruhi beberapa permasalahan dalam hidupnya. Hal tersebut membuat informasi tentang pengarah sisi emosional remaja sangat dibutuhkan oleh generasi Z kategori remaja. Dalam mencari informasi tentang kesehatan emosi responden memilih *google* dengan frekuensi sebanyak 45 responden. Opsi tersebut dipilih oleh sebanyak 50% responden yang artinya setengah jumlah responden keseluruhan.



### **C. Cerminan Diri**

Kebutuhan informasi untuk menampilkan pada publik identitas atau karakter diri yang dimiliki. Pada variabel ini, indikator yang dipilih oleh 61 responden adalah indikator penampilan identitas diri. Opsi tersebut dipilih oleh sebanyak 68% responden yang artinya lebih dari setengah jumlah responden keseluruhan. Sebagaimana dipaparkan oleh Weinswig tentang karakteristik penggunaan media teknologi oleh generasi Z adalah *The Importance of Self-Image* atau pentingnya citra diri (Weinswig, 2016), menampilkan citra diri yang baik pada publik melalui media teknologi seperti media sosial menjadi hal yang penting bagi generasi Z. Responden memilih informasi tentang cara berkomunikasi yang baik untuk menampilkan kesan yang baik dari dirinya. Opsi rekomendasi kerabat dipilih oleh 65 responden untuk mencari informasi tentang penampilan identitas diri. Opsi tersebut dipilih oleh sebanyak 76% responden yang artinya sebagian besar jumlah responden keseluruhan.

### **D. Keadaan Fisik**

Pada indikator ini, kebutuhan yang berkaitan dengan aktivitas sehari-hari. Informasi yang dibutuhkan berulang-ulang dan perlu diperbaharui setiap harinya. Pada variabel Keadaan Fisik kebutuhan tentang informasi kesehatan dipilih oleh sebanyak 51 responden. Opsi tersebut dipilih oleh sebanyak 57% responden yang artinya lebih dari setengah jumlah responden keseluruhan. Informasi kesehatan yang dibutuhkan oleh remaja ditujukan untuk disebarkan pada orang tua, keluarga atau teman sejawat (Agosto and Hughes-Hassell, 2006). Untuk responden yang merupakan generasi Z kategori remaja. Informasi tentang kesehatan yang mereka butuhkan adalah tentang pencegahan dan penyebab suatu penyakit. Responden terlihat ingin memiliki pengetahuan cukup terkait penyebab suatu penyakit sehingga dapat melakukan tindakan pencegahan. Google dipilih oleh sebanyak 68 responden, untuk mencari informasi tentang kesehatan. Opsi tersebut dipilih oleh sebanyak 76% responden yang artinya sebagian besar jumlah responden keseluruhan.

## **E. Kreativitas Diri**

Kebutuhan informasi untuk mengembangkan sisi kreativitas dengan menampilkan karya-karya kreatif dari bakat yang dimiliki. Pada variabel ini, sebanyak 70 responden memilih indikator kebutuhan informasi tentang kegiatan untuk mengasah minat dan bakat. Opsi tersebut dipilih oleh sebanyak 78% responden yang artinya sebagian besar dari jumlah responden keseluruhan. Agosto menyatakan bahwa karakter remaja dalam kegiatan minat dan bakat yaitu mengekspresikan preferensi artistik dengan mengekspresikan diri melalui berbagai karya seni (Agosto and Hughes-Hassell, 2006). Pada indikator ini dalam menyalurkan minat bakat responden memilih informasi tentang kursus keterampilan. Kursus keterampilan dapat menjadi sarana dalam mengasah kemampuan minat bakat yang dimiliki sehingga mereka dapat berkreasi sesuai dengan minat dan bakatnya. Media sosial menjadi media yang digunakan dalam mencari informasi tentang minat dan bakat, dipilih oleh 70 responden. Opsi tersebut dipilih oleh sebanyak 65% responden yang artinya lebih dari setengah jumlah responden keseluruhan.

## **F. Kebutuhan Kognitif**

Kebutuhan mendasar yang dimiliki dalam menjalankan perannya sebagai seorang siswa dan remaja. Kebutuhan pada variabel ini mencakup kebutuhan akademis, budaya di sekolah, dan isu terkini. Informasi yang dipilih sebanyak 62 responden pada variabel kebutuhan kognitif adalah informasi tentang pengetahuan akademik. Opsi tersebut dipilih oleh sebanyak 69% responden yang artinya lebih dari setengah jumlah responden keseluruhan. Menurut Agosto, tidak dapat diketahui apakah remaja mencari informasi tentang materi akademik untuk menunjang kegiatan akademiknya atau hanya untuk sekedar memenuhi rasa keingintahuannya terhadap suatu hal (Agosto and Hughes-Hassell, 2006). Namun pada hasil pernyataan ini jelas terlihat bahwa kebutuhan informasi akademik adalah hal penting bagi responden untuk menunjang kegiatan akademiknya. Google dipilih oleh 67 responden menjadi media yang digunakan dalam mencari informasi tentang akademis. Opsi tersebut dipilih oleh sebanyak 76% responden yang artinya sebagian besar dari jumlah responden keseluruhan.

## **G. Kesehatan Reproduksi**

Kebutuhan informasi tentang pengetahuan kesehatan reproduksi, informasi yang dimaksud antara lain adalah informasi tentang identitas seksual dan kesehatan seksual. Pada variabel ini, 85 responden memilih informasi tentang penyakit seksual/organ/reproduksi sebagai informasi yang paling dibutuhkan tentang kesehatan reproduksi. Opsi tersebut dipilih oleh sebanyak 94% yang artinya sebagian besar dari jumlah total responden. Remaja memiliki khawatir terhadap penyakit seksual/organ reproduksi, terutama remaja perempuan (Agosto and Hughes-Hassell, 2006). Pernyataan tersebut selaras dengan jawaban responden pada penelitian ini, mereka memilih topik penyebab, gejala dan pencegahan penyakit seksual/organ reproduksi sebagai informasi yang paling dibutuhkan. Kesadaran akan pentingnya menjaga diri dari pergaulan bebas yang dapat menjadi penyebab penyakit seksual/organ reproduksi sudah dimiliki oleh responden. Media sosial dipilih oleh 63 responden untuk digunakan dalam mencari informasi tentang kesehatan seksual. Opsi tersebut dipilih oleh sebanyak 87% responden yang artinya sebagian besar dari jumlah responden keseluruhan.

## **5. KESIMPULAN**

Kebutuhan informasi generasi Z yang dipilih oleh sebagian besar responden dengan persentase 94% adalah informasi tentang penyakit seksual dan organ reproduksi, lalu kebutuhan informasi selanjutnya adalah tentang memperluas hubungan pertemanan yaitu dipilih oleh lebih dari setengah responden dengan persentase 74%. Untuk sumber informasi atau media informasi yang dipilih oleh sebagian besar responden dengan persentase 87% adalah google. Selanjutnya media sosial dipilih oleh sebagian besar responden dengan persentase 82% sebagai media yang dapat digunakan dalam mencari dan menemukan informasi.

## DAFTAR PUSTAKA

- Agosto, D. E. and Hughes-Hassell, S. (2006). Toward a Model of the Everyday Life Information Needs of Urban Teenagers, Part 2: Empirical Model. *Journal Of The American Society For Information Science And Technology*, 57(11), pp. 1418–1426. doi: 10.1002/asi.
- Arifin, Z. (2011). *Penelitian Pendidikan: Metode dan Paradigma Baru*. Bandung: Remaja Rosdakarya.
- Bawden, D. and Robinson, L. (2012). *Introduction to Information Science*. London: Facet Publishing. Available at:  
<https://books.google.co.id/books?id=Nc5qDQAAQBAJ&printsec=frontcover&dq=Bawden,+D+%26+Robinson,+L+2015,+Introduction+to+Information+Science,+Pustaka+Book+Publisher+pdf&hl=en&sa=X&ved=0ahUKEwiI2JeZwK3bAhWdfysKHRDUAbsQ6AEIMTAB#v=onepage&q&f=false> (Accessed: 30 May 2018).
- Bejtkovský, J. (2016). The Current Generations: The Baby Boomers, X, Y and Z in the Context of Human Capital Management of the 21st Century in Selected Corporations in the Czech Republic. *Journal of Competitiveness*, 8(4), pp. p105-123. Available at: <http://journals.vstecb.cz/wp-content/uploads/2017/02/The-Current-Generations-The-Baby-Boomers.pdf>.
- Bencsik, A., Juhász, T. and Horváth-Csikós, G. (2016). Y and Z Generations at Workplaces. *Journal of Competitiveness*, 6(3), pp. 90–106. doi: 10.7441/joc.2016.03.06.
- Elmore, T. (2014). *Gen Z vs. Millennials: The Differences Between These Generations, Growing Leaders*. Available at: <https://growingleaders.com/blog/generation-z-differs-generation-y/> (Accessed: 30 May 2018).
- McCrinkle, M. (2014). *The ABC of XYZ: Understanding the Global Generation*. University of New South Wales Press: Ecclesiastes

- Otoide, G. P. (2015). Information needs of Secondary School Students in selected Schools in Abaraka Community. *International Journal of Academic Library and Information Science*, 3(3), pp. 81–88. doi: 10.14662/IJALIS2015.014.
- Riduwan.(2010). *Skala Pengukuran Variabel-variabel Penelitian*.Bandung: Alfabeta
- Sugiyon0. (2016).*Metode Penelitian Kuantitatif, Kualitatif, R&D*. Bandung : IKAPI
- Susilo, H. and Ancok, P. D. (2016).*Pengaruh Kepemimpinan Melayani Dan Dukungan Organisasi Terhadap Komitmen Afektif Berorganisasi Dengan Variabel Pemoderasi Generasi (X Dan Y)*.Universitas Gadjah Mada. Available at: [http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian\\_detail&sub=PenelitianDetail&act=view&typ=html&buku\\_id=98664&obyek\\_id=4](http://etd.repository.ugm.ac.id/index.php?mod=penelitian_detail&sub=PenelitianDetail&act=view&typ=html&buku_id=98664&obyek_id=4) (Accessed: 12 May 2018).
- Weinswig, D. (2016). Gen Z: Get Ready for the Most Self-Conscious, Demanding Consumer Segment. *Fung Global Retail Tech*, pp. 1–19. Available at: [https://www.fbicgroup.com/sites/default/files/Gen\\_Z\\_Report\\_2016\\_by\\_Fung\\_Global\\_Retail\\_Tech\\_August\\_29,\\_2016.pdf](https://www.fbicgroup.com/sites/default/files/Gen_Z_Report_2016_by_Fung_Global_Retail_Tech_August_29,_2016.pdf).