

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **A. Latar Belakang Permasalahan**

Dewasa ini, tak bisa dipungkiri lagi bahwa kehidupan manusia tidak terlepas dari gawai dan internet. Internet dalam era ini telah menempatkan dirinya sebagai salah satu pusat informasi yang dapat diakses dari berbagai tempat tanpa dibatasi oleh ruang dan waktu, sehingga internet sering disebut sebagai pusat informasi bebas hambatan karena dapat menghubungkan satu situs informasi ke situs informasi lainnya dalam waktu yang singkat (Novianto, 2013). Orang-orang bebas menggunakan internet untuk mengakses segala macam hal yang ingin diketahuinya tentang perkembangan dunia, bersosialisasi, membangun jaringan, sebagai hobi baru, dan memperoleh informasi tentang banyak hal bisa dibilang bahwa secara tidak langsung internet telah banyak membantu kehidupan manusia (Chalim, 2018). Tawaran kemudahan dan kecepatan pencarian informasi tak ayal membuat internet menjadi kebutuhan yang tidak bisa dilepaskan dari manusia modern.

Pemanfaatan internet yang paling besar di era saat ini adalah pemanfaatan aplikasi media sosial. Sejak pertama kali media sosial muncul di awal tahun 2000-an, masyarakat Indonesia ikut berbondong-bondong membuat akun media sosial dan menggunakannya, hal ini dibuktikan melalui hasil survei Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia (APJII) tahun 2017 yang menyebutkan bahwa 87,13% pengguna internet Indonesia mengakses internet untuk media sosial

setiap harinya (Kominfo, 2017). Aplikasi media sosial awalnya hanya dipakai untuk berhubungan dengan orang lain menggunakan surat elektronik (*e-mail*), atau mengunggah dan mengunduh perangkat lunak menggunakan saluran telepon, saat ini media sosial berkembang menjadi media berbagi informasi, berinteraksi, berkolaborasi, hingga menjadi tempat untuk meningkatkan aktualisasi diri dan menciptakan *personal branding* (Cross, 2014).

Media sosial adalah sebuah aplikasi berbasis internet yang memungkinkan pengguna untuk menciptakan profil dan berinteraksi, dan berkolaborasi satu dengan lain dengan menciptakan konten informasi dalam berbagai format teks, video, musik, dan foto, lalu membagikannya kepada pengguna lain sehingga pengguna dapat menerima respon dan juga menerima informasi dari pengguna lain (Banyumurti, 2018). Dijelaskan lebih lanjut bahwa terdapat banyak macam media sosial yang beredar dan digunakan masyarakat saat ini, antara lain; Facebook, Instagram, Twitter, LinkedIn, Youtube, Pinterest, Wordpress, dan lain-lain. Dari berbagai macam media sosial, instagram menjadi salah satu media sosial dengan paling banyak pengguna di Indonesia.

Instagram adalah sebuah aplikasi berbagi foto dan video yang memungkinkan pengguna untuk mengambil foto dan video dalam berbagai dimensi ukuran, melakukan suntingan terhadap foto dan video dengan menerapkan filter digital dan pemotongan durasi video, menulis keterangan foto/video yang kemudian dapat dibagikan kepada pengguna lain atau yang biasa disebut dengan *followers*. Fitur-fitur yang ditawarkan oleh instagram pun cukup banyak, seperti *Instastories* yang memungkinkan foto atau video yang pengguna unggah di profil akun yang akan

bertahan selama 24 jam. Adapun, *IGTV* merupakan sebuah fitur untuk mengunggah video yang lebih panjang, serta fitur lain seperti *direct message* (DM) yang memungkinkan pengguna dapat mengobrol dengan pengguna lainnya secara pribadi (Banyumurti, 2018).

Instagram memegang peran penting sebagai media sosial dengan pengguna terbanyak kedua di Indonesia yaitu sebesar 19,9 juta pengguna (APJII, 2016). Hasil penelitian pada tahun yang sama menunjukkan 59% dari pengguna instagram di Indonesia adalah berusia 18-24 tahun (Mailanto, 2016), lebih lanjut dijelaskan bahwa pengguna instagram atau yang biasa disebut dengan *instagramers* mayoritas adalah anak muda, terdidik, dan mapan. Umumnya di Indonesia seseorang yang berusia 18-24 tahun sedang menempuh pendidikan di perguruan tinggi, atau yang biasa disebut sebagai mahasiswa.

Internet bagaikan rimba belantara informasi, dapat dibayangkan betapa banyaknya informasi yang beredar di internet dan segala informasi itu dapat dengan mudah dijangkau hanya dalam satu kali klik (Banowo & Praditty, 2010). Begitupun media sosial, internet dan media sosial adalah media yang terus tumbuh, karena terlalu mudahnya pengguna mengunggah informasi bahkan segala informasi yang pernah diunggah dalam internet tidak akan pernah hilang, sekali pun sudah dihapus dari akun pengguna, hal ini mengakibatkan terjadinya *information overload* (Schmitt, Debbelt, & Schneider, 2018). Eppler (dalam Schmitt, dkk 2018) mengatakan bahwa *information overload* adalah situasi ketika seseorang mengalami kesulitan dalam memiliki pemahaman masalah dan membuat keputusan yang dapat disebabkan oleh adanya informasi yang terlalu banyak. Kesulitan ini

kemudian diperparah dengan adanya bias konfirmasi dan bias popularitas (Datta, 2017).

Datta (2017) kemudian menjelaskan lebih lanjut tentang bias konfirmasi dan bias popularitas. Bias konfirmasi didefinisikan sebagai keadaan yang memungkinkan pengguna langsung menerima informasi jika informasi itu sesuai dengan keyakinan diri sendiri, hal ini dikarenakan informasi tersebut bersifat bombastis atau sensasional sehingga membuat pembaca harus segera menyebarkan informasi tersebut tanpa bertanya-tanya. Kemudian, bias popularitas adalah keadaan dimana pengguna melihat sesuatu yang berkualitas tinggi karena sering dibagikan, sehingga tidak lain menyebabkan pengguna mau tidak mau akan membaca informasi tersebut. Sebagai media sosial dengan pengguna terbanyak kedua di Indonesia (APJII, 2016), instagram menjadi media bertukar informasi yang sangat ramai dan kompleks. Buryan (2018) menulis dalam artikelnya bahwa terdapat beberapa informasi yang biasa beredar di instagram antara lain; *fashion*, kecantikan, *e-commerce*, otomotif, retail, dan lain-lain. Lebih lanjut, dalam kategori lain-lain (*others*) memuat banyak informasi yang misalnya dapat berkaitan dengan *life hacks*, pengetahuan umum, berita terkini, termasuk juga hoaks. Beragamnya informasi di media sosial menuntut pengguna untuk dapat menentukan mana informasi yang akurat dan mana informasi yang tidak akurat. Ketika berhadapan dengan pesan media maka setiap individu harus mampu menganalisis dan menentukan keakuratan informasi serta dapat membandingkan pesan yang sama dari media satu dan media lainnya. Agar tidak salah menentukan pilihan dalam

menyeleksi informasi dari media sosial, maka harus dimiliki keterampilan literasi informasi (Kurnia, 2018).

*Australian and New Zealand Institute for Information Literacy* (2004) menjelaskan bahwa literasi informasi mencakup pengetahuan tentang masalah dan kebutuhan informasi seseorang, dan kemampuan untuk mengidentifikasi, menemukan, mengevaluasi, mengatur, dan secara efektif membuat, menggunakan, dan mengkomunikasikan informasi untuk mengatasi isu atau masalah yang dihadapi. Lebih lanjut dijelaskan bahwa literasi informasi adalah prasyarat untuk berpartisipasi secara efektif dalam Masyarakat Informasi, dan merupakan bagian dari hak asasi manusia yakni belajar sepanjang hayat. Sejalan dengan itu, *American Library Association* (2000) mengemukakan bahwa literasi informasi adalah serangkaian kemampuan yang dibutuhkan seseorang untuk mengenali kapan informasi dibutuhkan dan memiliki kemampuan untuk menemukan, mengevaluasi, dan menggunakan informasi yang dibutuhkan secara efektif.

*Australian and New Zealand Institute for Information Literacy* (2004) juga menjelaskan individu yang melek (*literate*) informasi adalah yang memenuhi 6 standar inti yaitu; (1) mengakui kebutuhan akan informasi dan menentukan sifat dan tingkat informasi yang dibutuhkan, (2) menemukan informasi yang dibutuhkan secara efektif dan efisien, (3) secara peka dan teliti mengevaluasi informasi dan proses pencarian informasi, (4) mengelola informasi yang dikumpulkan atau dihasilkan, (5) menerapkan informasi awal dan baru untuk membangun konsep baru atau menciptakan pemahaman baru (6) menggunakan informasi dengan memahami

dan mengakui masalah budaya, etika, ekonomi, hukum, dan sosial seputar penggunaan informasi.

Kecepatan pergerakan informasi di internet saat ini ternyata belum sepadan dengan literasi informasi. Rendahnya keahlian literasi di Indonesia sendiri diungkapkan oleh Ketua Umum Masyarakat Telematika Indonesia (Mastel) dalam keterangan resminya yang disampaikan di Kementerian Komunikasi dan Informatika (Kemkominfo) pada 10 Januari 2017 (Jamaludin, 2017). Hal senada juga disampaikan oleh Masyarakat Anti Fitnah Indonesia (MAFINDO) yang melihat pertumbuhan pengguna internet Indonesia yang mencapai setengah penduduk Indonesia namun sayangnya pertumbuhan itu tidak diikuti oleh melek bermedia sosial (Latief, 2017).

Jeffrey, Hegarty, Kelly, Penman, Coburn, dan McDonald (2011) menemukan sejumlah peneliti yang berpendapat bahwa mahasiswa memiliki tingkat kepercayaan yang tinggi dalam keterampilan digital namun sering tidak menyadari atau tidak mengakui pentingnya kemampuan mengevaluasi kualitas informasi, sebagai aspek penting literasi informasi. Lebih lanjut, bagi individu yang berusia di bawah 30 tahun mungkin menganggap diri mahir secara teknis, namun terdapat bukti bahwa keterampilan literasi informasi terkait penemuan dan evaluasi masih kurang memadai. Bahkan mahasiswa dengan keterampilan yang buruk dalam penelitian yang ditemukan oleh Jensen dalam Jeffrey, dkk (2011) sangat yakin akan kemampuan pencarian (*searching*) di internet. Keahlian literasi informasi ini secara luas diakui sebagai sebuah kemampuan yang penting untuk kinerja akademik dan

kemampuan kerja, serta sangat penting dalam konteks digital di mana informasi yang berlebihan adalah masalah.

Pemanfaatan media sosial utamanya instagram di Indonesia saat ini berkembang sangat pesat. Keberadaan internet dan media sosial membuat informasi sangat mudah, murah, dan cepat untuk diterima bahkan hanya dalam hitungan detik sebuah informasi bisa langsung tersebar dan diakses oleh para pengguna media sosial (Juliswara, 2017). Lebih lanjut dikatakan bahwa keadaan tersebut membuat di satu sisi menjadi potensi yang sangat menguntungkan namun di sisi lain merupakan ancaman yang memberikan dampak negatif. Hal ini dikarenakan keberadaan media sosial ini juga dapat membuat informasi yang belum terverifikasi kebenarannya juga akan tersebar dengan cepat. Informasi yang belum terverifikasi kebenarannya ini lebih dikenal dengan sebutan hoaks.

Hoaks (*hoax*), dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (2016) adalah berita bohong. Sejalan dengan itu, menurut Kamus Cambridge (McIntosh, 2013) diartikan sebagai rencana untuk menipu seseorang. Sebagai contoh, yaitu memberi tahu polisi ada bom di suatu tempat padahal tidak ada. Sejalan dengan itu, Allcott dan Gentzkow (2017) mendefinisikan hoaks adalah berita bohong yang menjadi artikel berita yang secara sengaja dan bisa dibuktikan salah dan dapat menyesatkan para pembaca. Tahun 2018 Masyarakat Telematika Indonesia (MASTEL) melakukan survei terkait hoaks di Indonesia. Hasilnya menyatakan bahwa saluran penyebaran hoaks paling besar adalah dari media sosial, dan aplikasi *chatting* (Banyumurti, 2018). Survei yang ditunjukkan oleh *dailysocial.id* (2018) juga mengungkap hal yang sama. Hasil survey yang dilakukan kepada 2032 orang dari seluruh Indonesia

pada awal tahun 2018 ini menemukan bahwa informasi hoaks paling banyak ditemukan di platform facebook (82,25%), whatsapp (56,55%), dan instagram (29,48%), disusul media sosial lain (dailysocial.id, 2018). Walaupun instagram menempati kedudukan ketiga, namun penyebarannya sangat masif terutama di kalangan berusia 18-24 tahun atau setara mahasiswa sebagai pengguna aktif instagram (Mailanto, 2016).

Literasi informasi yang rendah menyebabkan mahasiswa akan kesulitan untuk mengenali kebutuhan akan informasi, tidak dapat menemukan informasi yang dibutuhkan secara efektif dan efisien, tidak dapat melakukan pengklasifikasian informasi, sulit membedakan informasi fakta dan fiksi, mengabaikan pencarian informasi dari sumber lain, tidak mengetahui hukum-hukum yang berlaku (ANZIIL, 2004). Berdasarkan wawancara yang dilakukan peneliti kepada 5 orang mahasiswa pada 22 November 2016 di sebuah kafe di daerah Gejayan, Yogyakarta, didapat bahwa setelah berselancar di instagram seringkali tidak mendapat informasi apa-apa, dikarenakan terlalu banyak informasi yang tersaji ke hadapan responden. Hal ini membuat responden tidak dapat memahami batasan informasi yang dijabarkan dan sulit memahami ide pokok informasi yang datang, sehingga menjadi kebingungan untuk memahami tujuan suatu informasi dirilis dan apa tujuan utama pengunggah informasi. Seorang responden menceritakan bahwa dirinya sudah memfilter diri dengan mengikuti akun-akun yang dikenal dan yang menjadi minatnya namun pada kenyataannya responden tidak bisa lepas dari paparan konten hoaks. Dalam aktivitasnya di media sosial instagram, responden juga menjelaskan seringkali terprovokasi oleh

postingan akun-akun lain yang muncul di beranda atau di menu *explore* dari hanya ikut memberi komentar sampai akhirnya ikut menyebarkan melalui akun pribadi.

Hasil wawancara juga mengungkap bahwa responden sulit menemukan informasi yang dibutuhkan secara efektif dan efisien, hal ini terungkap ketika responden menceritakan bahwa responden enggan menelusuri informasi yang didapat untuk memastikan kebenaran informasi. Kasus video kopi dalam kemasan yang dapat terbakar sempat viral sekitar bulan September 2018, misalnya. Tiga orang responden mengaku terburu-buru langsung mempercayai informasi tersebut karena informasi yang disajikan sudah dalam format video sehingga sulit dimanipulasi, akibatnya responden ikut menyebarkan informasi tersebut dengan *re-post* video tersebut di *instagram stories*-nya. Saat ditanya tujuan penyebaran informasi tersebut, responden mengatakan bahwa hanya untuk berbagi informasi. Dalam hal ini juga, ternyata responden hanya melakukan *repost* video tanpa penjelasan (*caption*) tertulis tentang apa yang terjadi tanpa melakukan pencarian kembali pada media lain atau bertanya kepada ahli, dimana kejadiannya, dan maksud video tersebut sesuai dengan pemahamannya. Padahal beberapa jam kemudian, BPOM RI mengeluarkan keterangan resmi bahwa kopi instan tersebut layak dikonsumsi. Terlihat jelas pula bahwa selain responden enggan menelusuri informasi yang sebenarnya, responden juga tidak melakukan proses evaluasi, yang diperlihatkan dari pengakuan responden yang sama sekali langsung mempercayai informasi yang didapatkan.

Kehati-hatian dalam mengelola dan melakukan verifikasi terhadap informasi yang datang menjadi salah satu bentuk literasi informasi yang tinggi. Responden

mengaku proses verifikasi yang dilakukan hanya sekedar membaca kolom komentar. Tanpa verifikasi, orang dapat disesatkan dengan pendapat. Idealnya verifikasi informasi adalah langkah penting yang harus dilakukan oleh semua orang (dailysocial.id, 2018). Kepala Editor Trans Media mengatakan bahwa orang pintar pun dapat ikut mempercayai dan menyebarkan hoaks karena tidak hati-hati dan kurang teliti yang disebabkan oleh tidak melakukan verifikasi berita yang dibaca, dan langsung menyebarkan begitu saja (Debora, 2017).

Belum lagi permasalahan etika menggunggah, menggunduh, dan *repost* konten yang bukan hasil karya atau tangkapan sendiri. Seluruh responden menyatakan bahwa responden tidak pernah membaca ketentuan umum dan khusus pengguna media sosial instagram, termasuk pernyataan mengenai hak cipta dan hak kekayaan intelektual yang dijelaskan instagram dalam ketentuannya dengan alasan hal itu tidak terlalu penting. Seluruh responden juga merasa bahwa tidak ada salahnya *me-repost* konten milik orang lain untuk membuatnya menjadi viral tanpa mencantumkan sumber pertama apalagi meminta izin kepada pemilik konten, padahal hal tersebut sangat jelas melanggar ketentuan instagram. Instagram menyatakan bahwa pengguna hanya dapat membagikan konten yang diambil atau diproduksi sendiri atau yang berhak membagikannya, tidak dibenarkan untuk menggunggah konten yang menyerang SARA, disabilitas, penyakit, jenis kelamin orientasi seksual, pornografi, diskriminasi, terorisme, dan lain-lain. Instagram memberi sanksi tegas kepada pelanggar dengan melakukan *hidden*, *take-down*, non-aktif akun, bahkan penghapusan akun.

Berdasarkan pemaparan fakta di atas dapat disimpulkan bahwa literasi informasi pengguna media sosial masih tergolong rendah, khususnya bagi pengguna yang berstatus mahasiswa. Secara keseluruhan, masih terdapat mahasiswa yang masih tidak mengetahui tujuan berbagi informasi di media sosial, hanya menerima informasi mentah tanpa mengetahui kebenarannya, tidak melakukan evaluasi terhadap informasi yang diterima, melakukan *repost* hanya untuk sekedar ikut-ikutan tanpa alasan lain, melakukan *repost* tanpa disertai dengan penjelasan maksud konten, dan tidak mengetahui ketentuan penggunaan media sosial instagram. Oleh karena itu peneliti yakin bahwa masalah utama mahasiswa dalam menghadapi berita hoaks di media sosial instagram adalah rendahnya literasi informasi karena apa yang dikatakan sesuai dengan aspek literasi informasi yang dikemukakan oleh *Australia and New Zealand Institute for Information Literacy* (2004).

Menteri Komunikasi dan Informatika pernah mengatakan bahwa hoaks dan media sosial seperti lingkaran setan, penyebar berita hoaks mendapat untung, sedang banyak pihak lain mengalami kerugian (Yusuf, 2017). Mahasiswa dengan literasi informasi yang rendah akan mudah mengedepankan prasangka alih-alih fakta dalam membuat sebuah keputusan (Asmitapurba, 2018) akibatnya adalah menyebarkan informasi bohong yang dibuktikan oleh sering kali pihak kepolisian menangkap pelaku penyebar hoaks yang ternyata masih berusia muda dan berstatus mahasiswa, seperti kasus BK, mahasiswa STIMIK yang ditangkap pihak Siber Bareskrim Polri, Jakarta pada Maret 2018 (koran jakarta, 2018). Dengan rendahnya tingkat literasi informasi mahasiswa dalam menghadapi berita hoaks di media sosial

instagram, maka semakin besar kerugian yang akan didapatkan. Mulai dari kehilangan waktu produktif dan minat untuk belajar dan mengerjakan hobi yang positif, kehilangan kesempatan mengembangkan potensi diri untuk mempersiapkan masa depan, menunda pekerjaan semua karena kehilangan fokus (Aji, 2017), biaya internet yang mahal (SANS Institute, 2000), hingga memicu unjuk rasa yang berujung pada kekerasan (Sumandoyo, 2017). Pada akhirnya, ketika mahasiswa dihadapkan dengan informasi atau berita bohong, mahasiswa sebagai pengguna aktif instagram dapat memilah informasi yang akurat dan tidak akurat, yang perlu disebar atau tidak, dan menghentikan penyebaran hoaks di media sosial instagram. Atas dasar itulah, pengguna sosial media instagram harus membekali diri dengan literasi informasi.

Literasi informasi setiap orang berbeda-beda, hal ini didasari oleh faktor-faktor yang dapat mempengaruhi perkembangan literasi informasi. McGuigan (2008) dalam penelitiannya percaya bahwa literasi komputer adalah persyaratan untuk berpikir kritis dalam lingkungan informasi saat ini dan literasi informasi bergantung pada pemikiran kritis hal ini dapat diartikan bahwa faktor-faktor berpikir kritis menurut McGuigan adalah berpikir kritis dan literasi komputer (atau literasi alat). Faktor lainnya yang dapat mempengaruhi literasi informasi adalah yang dijelaskan Pedro (dalam Jeffrey, dkk., 2011) dalam penelitiannya menemukan bahwa literasi informasi dipengaruhi oleh status sosio-ekonomi termasuk di dalamnya jenis kelamin dan usia, sikap terhadap teknologi, dan efikasi diri.

Sebuah penelitian dilakukan McMullin (2018) menyatakan bahwa di tengah situasi *information overload*, masyarakat yang jenuh informasi membutuhkan

masyarakat yang melek informasi, pemikir kritis akan mempertahankan peradaban yang bergerak maju dan stabil. Mahasiswa sering disebut sebagai agen perubahan dapat dikatakan bahwa kelangsungan peradaban masyarakat juga ditentukan oleh orang-orang terdidik yakni mahasiswa, sehingga menjadi keharusan bagi mahasiswa untuk menguasai literasi informasi dan keterampilan berpikir kritis yang sangat penting dalam lingkungan informasi, terutama saat ini, berita hoaks merajalela. Hal ini menunjukkan bahwa berpikir kritis menjadi faktor penting dalam literasi informasi.

Berpikir kritis didefinisikan sebagai proses pertimbangan yang bertujuan dan reflektif untuk memutuskan apa yang harus dipercaya atau apa yang harus dilakukan (Facione, 2013). Facione (2013) juga menjelaskan bahwa pemikiran kritis adalah proses dari penilaian yang bertujuan dan mengatur diri sendiri, proses ini memberikan pertimbangan yang masuk akal terhadap bukti, konteks, konseptualisasi, metode, dan kriteria. Menurut Paul dan Elder (2007) berpikir kritis adalah cara berpikir tentang subjek, konten, atau masalah apa pun di mana pemikir dapat meningkatkan kualitas pemikirannya dengan secara terampil mengambil alih struktur yang melekat dalam pemikiran dan menerapkan standar intelektual. Sejalan dengan itu Ennis (2011) menyatakan bahwa berpikir kritis adalah berpikir secara beralasan dan reflektif dengan menekankan pada pengambilan keputusan tentang apa yang harus dipercayai atau dilakukan. Dengan kata lain, pengambilan keputusan diambil setelah dilakukan refleksi dan evaluasi pada apa yang dipercayai sejalan dengan hal tersebut.

Facione (2011) kemudian menjelaskan bahwa individu yang mampu berpikir kritis adalah individu yang memenuhi kemampuan penalaran, interpretasi, analisis, inferensi, evaluasi, eksplanasi, dan regulasi diri. Kemampuan-kemampuan dalam aspek berpikir kritis dirasa mampu meningkatkan literasi informasi mahasiswa dalam menghadapi berita hoaks di media sosial. Seperti yang dikatakan oleh Ward (2006) dalam (Wertz, dkk. 2013) bahwa kemampuan literasi informasi membutuhkan lebih dari kemampuan untuk bekerja secara analitis dengan informasi, Ward juga menuntut individu tahu bagaimana mengelola informasi dengan cara yang kreatif dan bermakna. Individu menggunakan pemikiran kritis sebagai sarana untuk memperluas kapasitas literasi informasi.

Hasil wawancara yang dilakukan peneliti kepada 5 orang responden pada 22 November 2018, menyatakan bahwa responden sulit untuk mengkategorikan informasi seperti apa yang merupakan fakta dan informasi seperti apa yang merupakan cerita yang belum diketahui kebenarannya. Responden juga tidak melakukan pemeriksaan informasi dari sumber pertama dan tidak dapat menemukan kontradiksi dari sebuah informasi. Inilah yang menyebabkan responden kemudian tidak mampu memahami ide pokok sebuah informasi dan tidak dapat memahami tujuan pengunggah informasi. Kondisi ini diperparah dengan responden yang juga mengaku bahwa sering tidak mempertanyakan berulang kali mengenai sebuah argumen hingga memahami dengan jelas, tidak melakukan upaya analisa yang serius sebelum membuat keputusan dan tidak dapat memberikan penilaian yang akurat terhadap sebuah informasi. Mahasiswa dengan keterampilan berpikir kritis yang tinggi akan melakukan interpretasi, analisis,

evaluasi, dan inferensi lebih mendalam terhadap konten tersebar di media sosial instagram sebelum menyebarkan informasi. Dalam menyebarkan informasi harus dengan dasar yang jelas dan dapat menunjukkan keterkaitan yang jelas atas informasi sehingga mampu menjadi *informan literate* dengan memahami maksud dan tujuan dari sebuah konten, serta mampu berpikir secara general dan spesifik terkait konten sehingga akan membuat kesimpulan dengan dasar yang jelas, bukan prasangka negatif.

Berdasarkan penjelasan di atas, terlihat bahwa terdapat hubungan antara berpikir kritis dengan literasi informasi pada mahasiswa, semakin tinggi keterampilan berpikir kritis mahasiswa maka semakin tinggi pula literasi informasi mahasiswa. Hal ini di dukung oleh penelitian yang dilakukan oleh Moradi, dkk. (2014) pada 150 mahasiswa kedokteran *Shiraz University of Medical Sciences* mengungkap bahwa ada korelasi yang signifikan antara berpikir kritis dan skor literasi informasi. Hal tersebut dapat menjelaskan bahwa semakin tinggi berpikir kritis maka semakin tinggi pula literasi informasinya. Penelitian yang sama juga menjelaskan bahwa terdapat korelasi langsung dan signifikan antara aspek-aspek berpikir kritis dengan literasi informasi. Penelitian yang dilakukan oleh Chang (dalam Rezaee, dkk., 2016) dalam hal ini juga menyatakan ada hubungan yang signifikan dan langsung antara keterampilan berpikir kritis dan literasi informasi.

Berdasarkan uraian di atas maka dapat ditarik kesimpulan bahwa terdapat hubungan antara berpikir kritis dengan literasi informasi pada mahasiswa dalam menghadapi hoaks di instagram.

## **B. Rumusan Masalah**

Berdasarkan uraian latar belakang di atas, maka peneliti tertarik mengulik apakah terdapat hubungan antara berpikir kritis dengan literasi informasi pada mahasiswa dalam menghadapi hoaks di instagram?

## **C. Tujuan dan Manfaat**

### 1. Tujuan

Berdasarkan rumusan masalah yang telah dipaparkan, penelitian ini dilakukan dengan tujuan untuk menguji secara empirik apakah terdapat hubungan antara berpikir kritis dengan literasi informasi pada mahasiswa dalam menghadapi hoaks di instagram.

### 2. Manfaat

- a. Manfaat Teoritis: Secara teoritis, penelitian ini berguna sebagai pengembangan keilmuan psikologi, menjadi referensi baru, dan penelitian ini dapat melengkapi kepustakaan bidang psikologi.
- b. Manfaat Praktis: Secara praktis, penelitian ini diharapkan mampu memberikan informasi yang secara langsung dapat dilakukan untuk meningkatkan literasi informasi melalui keterampilan berpikir kritis.