

## Literasi Media Sosial Instagram Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro dalam Menentukan Informasi yang dipercaya

Riani Khusna Ari Shandy<sup>\*)</sup>, Gani Nur Pramudyo

<sup>1,2</sup>Program Studi Ilmu Perpustakaan, Fakultas Ilmu Budaya, Universitas Diponegoro,  
Jl. Prof. Soedarto, SH, Kampus Undip Tembalang, Semarang, Indonesia)

<sup>\*)</sup> Korespondensi: khusnaariani@gmail.com

### Abstract

*The era of globalization has created an unlimited world, including in the field of information, which makes access from various media easier. The development of information technology has also had an impact on the increasingly rapid development of social media, one of which is the social media Instagram. The ease of access to information on Instagram often results in the circulation of hoaxes, fake news, and so on. This situation must be balanced with media literacy skills. The subjects of this research were Library Science students at Diponegoro University. This research aims to determine the media literacy of Diponegoro University Library Science students in determining the information they trust on Instagram. This research uses qualitative research methods with interview, observation and documentation data collection techniques. The informant recruitment technique was carried out using a purposive sampling technique. Meanwhile, for data analysis techniques, this research uses the Miles and Huberman model. The research results show that students realize that the information on Instagram social media is not completely valid. In dealing with this, students are able to apply media literacy skills. When receiving information from Instagram, students read and observe in detail the contents of the message, doublecheck with the trustor, and check the source of the information attached to the message on Instagram. Students also compare information on Instagram with information on other platforms with the aim of getting validation from the information they receive. This research also discusses the factors between trustor, trustee, and product that influence Diponegoro University Library Science students' trust in information circulating on Instagram..*

**Keywords:** media literacy; student; information trust; instagram

### Abstrak

Era globalisasi telah menciptakan dunia yang tidak terbatas termasuk dalam bidang informasi yang memudahkan akses dari berbagai media. Perkembangan teknologi informasi juga telah memberi dampak dalam perkembangan media sosial yang semakin pesat salah satunya di media sosial instagram. Kemudahan akses informasi di instagram tidak jarang membuat beredarnya hoax, fake news, dan sebagainya. Keadaan ini harus diimbangi dengan kemampuan literasi media. Subjek penelitian ini adalah mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro. Penelitian ini bertujuan untuk mengetahui literasi media mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro dalam menentukan informasi yang mereka percaya di instagram. Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif dengan teknik pengambilan data wawancara, observasi, dan dokumentasi. Teknik rekrutmen informan dilakukan dengan teknik purposive sampling. Sedangkan untuk teknik analisis data, penelitian ini menggunakan model Miles dan Huberman. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa menyadari bahwa informasi yang ada di media sosial instagram tidak sepenuhnya valid. Dalam menghadapi hal tersebut, mahasiswa mampu menerapkan keterampilan literasi media. Saat menerima informasi dari instagram mahasiswa membaca dan mengamati secara detail isi pesan, melakukan pengecekan ulang pada *trustor*, serta melakukan pengecekan pada sumber informasi yang dilampirkan pada pesan di instagram. Mahasiswa juga melakukan perbandingan terhadap informasi di instagram dengan informasi di platform lain dengan tujuan untuk mendapatkan validasi dari informasi yang ia terima. Dalam penelitian ini juga membahas faktor-faktor antara *trustor*, *trustee*, dan produk yang mempengaruhi kepercayaan mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro terhadap informasi yang beredar di instagram.

**Kata kunci:** instagram; kepercayaan informasi; literasi media; mahasiswa

## 1. Pendahuluan

Era globalisasi telah menciptakan dunia yang tak terbatas tak terkecuali dalam bidang informasi. Dengan perkembangan teknologi informasi yang semakin canggih memungkinkan penyebaran informasi tanpa filter yang menyebar dengan cepat di masyarakat khususnya dikalangan mahasiswa. Hal tersebut berdampak pada masuknya informasi yang terlalu banyak atau juga disebut dengan information overload. Keadaan ini akan semakin parah jika tidak diimbangi dengan kemampuan literasi informasi. Undang-undang Nomor 3 Tahun 2017 tentang Sistem Perbukuan, mengartikan literasi sebagai kemampuan untuk memaknai informasi secara kritis sehingga setiap orang dapat mengakses ilmu pengetahuan dan teknologi sebagai upaya dalam meningkatkan kualitas hidupnya. UNESCO dalam Information for All Programme (2008) mengemukakan bahwa literasi merupakan kecakapan seseorang untuk menyadari kebutuhan informasi, menemukan dan mengevaluasi kualitas informasi yang didapatkan, menyimpan dan menemukan kembali, membuat dan menggunakan informasi secara etis dan efektif, serta mengomunikasikannya (UNESCO, 2013). Informasi-informasi yang beredar dikemas dalam berbagai media agar dapat tersampaikan kepada pembaca. Maka dari itu, literasi media juga memiliki kaitan yang cukup erat dengan literasi informasi dan memiliki peran yang penting agar pembaca dapat menerima informasi yang valid dari berbagai media.

Menurut Devito (2008) literasi media merupakan kemampuan untuk memahami, menganalisis, mengakses dan memproduksi pesan komunikasi massa, serta merupakan bentuk pemberdayaan (empowerment) agar konsumen bisa menggunakan media lebih cerdas, sehat dan aman. Dalam Undang-undang Nomor 32 tahun 2003 pasal 52 tentang Penyiaran, literasi media dimaknai sebagai kegiatan pembelajaran untuk meningkatkan sikap kritis masyarakat. Literasi media dianggap penting mengingat sekarang ini terdapat banyak sekali media digital yang digunakan untuk mengakses informasi terlebih dengan adanya media sosial. Perkembangan teknologi informasi juga telah memberi dampak dalam perkembangan media sosial yang semakin pesat. Media sosial sendiri dianggap sebagaisarana yang cukup efektif dan efisien dalam menyampaikan suatu informasi kepada pihak lain. Carr & Hayes (2015) juga mengemukakan pendapatnya mengenai definisi media sosial, menurutnya media sosial adalah media berbasis internet yang memungkinkan pengguna berkesempatan untuk berinteraksi dan mempresentasikan diri, baik secara seketika ataupun tertunda, dengan khalayak luas maupun tidak yang mendorong nilai dari user-generated content dan persepsi interaksi dengan orang lain.

Dengan adanya media sosial, masyarakat dapat dengan sangat mudah memperoleh akses informasi tanpa memerhatikan informasi tersebut valid atau tidak. Sehingga tidak terelakkan lagi hal ini akan menimbulkan penyebaran hoax. Pada kenyataannya, hal tersebut memang benar adanya. Salah satu platform media sosial yang sekarang ini marak digunakan mahasiswa adalah instagram. Instagram merupakan sebuah aplikasi yang dapat mengambil, menyaring, dan mengunggah foto dan video yang memungkinkan penggunanya berbagi melalui jejaring sosial. Namun, seiring berjalannya waktu instagram juga digunakan sebagai media berbagi informasi yang dikemas dalam bentuk konten

baik infografis maupun videografis. Pemilihan instagram pada penelitian ini karena instagram memiliki karakteristik unik dalam memaparkan informasi dibanding platformplatform yang lain dan kebanyakan pengguna instagram berasal dari kelompok mahasiswa dan merupakan kelompok anak muda yang berusia 18-29 tahun. Selain itu, berita online sering ditemukan pada media sosial instagram dibanding dengan platform lainnya.

Literasi media merupakan kemampuan yang sangat penting untuk dimiliki oleh mahasiswa mengingat saat ini hampir semua informasi diakses melalui media sosial. Peneliti juga telah melakukan pra penelitian dengan melakukan wawancara terhadap salah satu mahasiswi Ilmu Perpustakaan yang merupakan anggota dari Lembaga Pers Mahasiswa (LPM Manunggal) Universitas Diponegoro. Menurutnya, media sudah seharusnya menjadi wadah untuk memberikan informasi yang valid. Untuk mengatasi informasi yang beredar di media sosial, perlu memiliki pemahaman terlebih dahulu mengenai literasi informasi. Setelah itu, dapat dilakukan analisis terkait nilai dari informasi dalam media tersebut. Pihaknya juga menyebutkan bahwa literasi media dapat menjadi counter terkait isu, hoax, dan fake news. Berdasarkan latar belakang tersebut, penelitian ini bertujuan untuk mengidentifikasi bagaimana literasi media mahasiswa di media sosial instagram dalam menerima informasi. Sehingga nantinya dapat diperoleh keterampilan yang muncul dari literasi media dan faktor apa saja yang mempengaruhi kepercayaan mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro terhadap informasi yang ada di instagram.

## 2. Landasan Teori

### 2.1 Konsep Literasi Media

Menurut Center for Media Literacy dalam Aspen Media Literacy Leadership Institute (1992), literasi media memiliki arti sebagai berikut :

*“Media Literacy is a 21st century approach to education. It provides a framework to access, analyze, evaluate, create and participate with messages in a variety of forms — from print to video to the Internet. Media literacy builds an understanding of the role of media in society as well as essential skills of inquiry and self-expression necessary for citizens of a democracy.”*

Literasi media memiliki pendekatan pada pendidikan. Literasi media membangun sebuah kerangka kerja untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, menciptakan, dan berpartisipasi dalam pesan berbagai bentuk. Lebih lanjut, literasi media merupakan kemampuan untuk mengakses, menganalisis, mengevaluasi, dan menciptakan media dalam berbagai bentuk. Potter (2013) mendefinisikan literasi media sebagai seperangkat perspektif yang secara aktif digunakan dalam memaparkan cara pandang kita terhadap media massa untuk menginterpretasikan makna pesan yang kita jumpai. Tamburaka (dalam Purwaningtyas, 2018) juga mengutarakan pendapatnya bahwa literasi media merujuk pada kemampuan khalayak yang melek terhadap media dan pesan media massa dalam konteks komunikasi massa. Sehingga dapat disimpulkan bahwa literasi media merupakan suatu proses untuk menginterpretasikan makna pesan media melalui kegiatan mengakses, menganalisis, dan mengevaluasi agar individu menjadi sadar tentang cara media dibuat dan diakses. Dalam literasi media

terdapat 7 kemampuan yang diupayakan muncul dari kegiatan literasi media. Potter (2013) menyebutkan ketujuh kemampuan tersebut antara lain :

1) Menganalisa pesan media

Kemampuan dalam menganalisa struktur pesan yang dikemas dalam media dengan mendayagunakan konsep dasar pengetahuan untuk memahami konteks pesan pada media tertentu.

2) Menilai pesan media

Setelah menganalisa pesan maka akan muncul penilaian dari pesan tersebut atau yang disebut dengan evaluasi informasi.

3) Pengelompokkan pesan media

Pengelompokkan dilakukan dengan menentukan setiap unsur yang sama atau berbeda dengan beberapa cara.

4) Analisis Induksi

Analisis induksi dapat digunakan dalam mengambil dan menyimpulkan suatu pola di set kecil elemen dalam pesan media.

5) Analisis Deduksi

Pola generalisasi untuk semua elemen dalam himpunan pesan-pesan yang akan diliterasi tersebut akan terlihat dengan jelas maksud dan makna dari pesan tersebut.

6) Sintesi kesimpulan

Setelah mempelajari berbagai pesan-pesan media yang muncul maka unsur-unsur penting dapat dirakit kembali menjadi struktur yang baru.

7) Membuat abstrak

Menciptakan uraian singkat, jelas, dan gambaran tepat menangkap esensi dari pesan dalam sejumlah kecil kata-kata dari pada pesan itu sendiri.

## 2.2 Kepercayaan (*trust*)

Menurut Rousseau dkk (dalam Gunawan & Ayuningtyas, 2018) kepercayaan adalah wilayah psikologis yang merupakan perhatian untuk menerima apa adanya berdasarkan harapan terhadap perilaku yang baik dari orang lain. Rotter (dalam Wang 2004), mendefinisikan kepercayaan sebagai harapan yang dipegang oleh individu atau kelompok bahwa kata, janji, pernyataan lisan, atau tertulis dari orang lain dapat diandalkan. *Trust* terbentuk karena adanya hubungan antara trustee dan trustor. Dimana trustor adalah pihak yang dipercaya, sementara trustee adalah pihak yang memutuskan untuk percaya kepada trustor (Blöbaum, 2016). Kepercayaan tidak hanya terbatas pada sebuah hubungan interpersonal namun juga pada aktivitas media massa. Menurut Kohring (2007) , dari perspektif masyarakat yang lebih luas ketidakpercayaan terhadap media massa dapat merusak kemampuan media untuk menginformasikan kepada publik, dan akibatnya konsumen mungkin tidak menyadari isu ataupun perspektif alternatif lain di luar jaringan pribadi mereka. Berdasarkan pernyataan diatas dapat disimpulkan bahwa kepercayaan atau trust merupakan sebuah perasaan yang timbul pada individu atas dasar apa yang ia terima dari orang lain.

Kepercayaan menurut Mayer, Davis, & Schoorman (1995) terbentuk dari 3 buah aspek yaitu *ability*, *benevolence*, dan *integrity* :

a. Kemampuan (*Ability*)

Aspek kemampuan mengacu pada kompetensi dan sifat-sifat yang dimiliki oleh seorang individu, kelompok, ataupun organisasi dalam hal meyakinkan orang lain untuk percaya.

b. Kebaikan hati (*Benevolence*)

Kebaikan hati merupakan kesediaan individu, kelompok, maupun organisasi dalam memberikan perhatian dan kepuasan pada orang lain.

c. Integritas (*Integrity*)

Dimensi integritas dimanifestasikan sebagai suatu perilaku yang terus menerus dan selalu ditampilkan oleh individu, kelompok, maupun organisasi kepada orang lain. Perilaku ini mencerminkan apakah informasi yang disampaikan oleh individu, kelompok, atau organisasi benar, sesuai fakta atau tidak.

## 2.3 Informasi

Informasi merupakan sebuah kata yang diambil dari Bahasa Latin, yaitu “*informationem*” yang memiliki arti “konsep, ide, garis besar”. Menurut Davis (1998) informasi adalah data yang telah diproses menjadi suatu bentuk yang berarti bagi penerimanya dan bermanfaat bagi pengambilan keputusan saat ini atau mendatang. Sementara itu, informasi juga diartikan sebagai data yang diolah sehingga dapat dijadikan dasar untuk mengambil keputusan yang tepat (George, 1993). Informasi juga digunakan sebagai pengambilan keputusan yang didasari pada pengolahan data. Dari pernyataan para ahli mengenai informasi di atas, dapat disimpulkan bahwa informasi merupakan suatu data yang telah diproses sedemikian rupa yang menghasilkan sebuah arti bagi penerimanya yang selanjutnya menjadi pengetahuan dan membantu untuk pengambilan keputusan.

Informasi dan teknologi merupakan dua hal yang tak terpisahkan. Perkembangan teknologi yang semakin canggih membawa manusia pada kemudahan akses informasi. Namun, dampak negatif dari teknologi khususnya di bidang informasi adalah informasi yang berbeda-beda sangat mudah masuk dan mudah diakses. Hal ini mengakibatkan ledakan informasi tidak dapat dibendung lagi. Fenomena *information overload* digambarkan pada kondisi seseorang yang memiliki banyak informasi. Kondisi tersebut menyebabkan informasi menjadi tidak efektif lagi untuk digunakan sebagai penunjang kebutuhan. Akibat yang ditimbulkan dari *information overload* salah satunya adalah banyaknya berita *hoax*. *Hoax*, menurut Rahadi (2017) adalah suatu tipuan yang digunakan untuk mempercayai sesuatu yang salah dan seringkali tidak masuk akal yang melalui media online. Rahadi (2017), menyebutkan jenis-jenis berita *hoax* antara lain :

1. *Fake news* atau Berita bohong

Berita yang menggantikan berita asli. *Fake news* bertujuan untuk memasukkan kebohongan dalam suatu berita. Pembuat berita bohong biasanya menambahkan hal-hal yang tidak sesuai fakta dan teori persengkokolan, bisamakin aneh atau makin baik.

## 2. *Clickbait* atau Tautan jebakan

Tautan yang diletakkan di dalam suatu situs dengan tujuan untuk menarik orang masuk ke situs lainnya. Judul dalam biasanya memang sesuai dengan konten namun dibuat berlebihan untuk menarik minat pembaca.

## 3. *Misinformation*

Ketidakakuratan sebuah informasi atau kesalahan informasi, terutama yang ditujukan untuk menipu.

### 3. Metode Penelitian

Penelitian ini menggunakan metode penelitian kualitatif. Sugiyono (2017) juga menyatakan pendekatan kualitatif adalah metode penelitian digunakan untuk meneliti kondisi obyek yang alamiah, instrumen utama dalam penelitian adalah peneliti, teknik pengumpulan data dilakukan secara triangulasi, analisis data bersifat induktif, dan hasil penelitian kualitatif lebih menekankan makna dari pada generalisasi. Metode ini bertujuan untuk memahami esensi dari pengalaman. Dalam penentuan informan penelitian ini menggunakan teknik *purposive sampling*. Informan yang dipilih adalah orang Mahasiswa aktif Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro yang telah menempuh mata kuliah literasi informasi serta aktif menggunakan instagram.

Penelitian ini menggunakan wawancara *semi-terstruktur*, observasi *non-partisipan*, dan dokumentasi. Wawancara *semi-terstruktur* digunakan untuk memperoleh jawaban yang lebih mendalam mengenai pengalaman informan. Observasi *non-partisipan* digunakan untuk mendapatkan gambaran langsung aktivitas yang dilakukan oleh informan dalam menumbuhkan minat baca anaknya. Sementara dokumentasi digunakan untuk memperkuat hasil penelitian. Data yang telah diperoleh nantinya diolah menggunakan analisis Miles & Huberman (1994). Prosesnya meliputi pengumpulan data, reduksi data, penyajian data, dan penarikan kesimpulan.

### 4. Hasil dan Pembahasan

#### 4.1 Literasi Media Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro

Literasi media menunjukkan kemampuan dalam menyaring informasi yang ada di media dengan tujuan untuk kebermanfaatannya bagi penggunaannya. Pemanfaatan media sosial yang sehat dimulai dengan literasi media sosial dari pengguna media sosial (Safira, 2020). Literasi media terutama di media sosial menjadi penting dengan maraknya informasi *hoax*, *fake news*, dan sebagainya. Hal tersebut juga menunjukkan bahwa kemampuan menyaring informasi perlu dimiliki oleh setiap orang terlebih pada mahasiswa yang notabene merupakan generasi penerus bangsa. Langkah pertama untuk menerapkan literasi media adalah memahami terlebih dahulu apa yang dimaksud dengan literasi media itu sendiri.

Berdasarkan hasil wawancara dapat digambarkan bahwa mahasiswa memahami literasi media sebagai sebuah kemampuan dalam menggunakan media secara bijak. Kemampuan tersebut direalisasikan melalui kegiatan menganalisis, menyeleksi, dan berhati-hati dalam mempercayai informasi yang ada di media. Sejalan dengan definisi literasi media menurut Potter (2013), literasi

media sebagai seperangkat perspektif yang secara aktif digunakan dalam memaparkan cara pandang terhadap media massa untuk menginterpretasikan makna pesan yang dijumpai. Sehingga dapat digambarkan bahwa menganalisis dan menyeleksi informasi merupakan rangkaian proses untuk menginterpretasikan makna pesan di media sosial instagram. Literasi media juga merupakan sebuah langkah untuk menghindari terjadinya misinformasi serta tidak mudah terprovokasi oleh hoax yang ada di media. Hal tersebut juga dinyatakan oleh Yogiswari dan Suadnyana (2019), bahwa literasi media memiliki tujuan untuk melindungi media dari pengaruh negatif media massa.

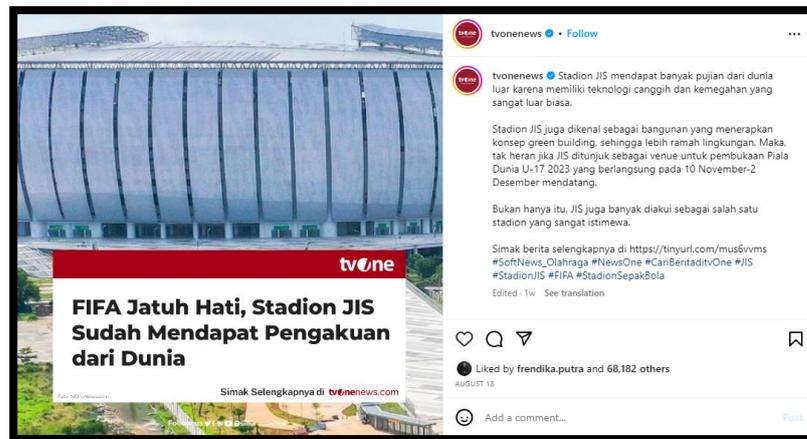
Literasi media mendorong pengguna untuk dapat berpikir kritis dalam menyeleksi informasi yang ada di media untuk membedakan antara informasi yang nyata dan bohong, baik dan berbahaya, serta yang dapat dipercaya maupun yang diragukan (Yogiswari & Suadnyana, 2019). Seleksi informasi juga diperlukan pada media sosial mengingat saat ini internet dapat diakses kapan saja dan dimana saja yang membuat informasi di media sosial terus bertambah tanpa batas. Berdasarkan hasil penelitian, mahasiswa menyadari bahwa seleksi informasi dalam literasi media merupakan hal yang penting karena informasi yang diterima dapat membangun persepsi pada diri sendiri. Hal ini menjadi penting jika dikaitkan dengan maraknya hoax di media sosial karena persepsi inilah yang melandasi tindakan yang akan dilakukan. Jika persepsi tersebut tidak didasari dengan pemikiran yang kritis, maka tidak menutup kemungkinan bahwa penyebaran hoax akan terus bertambah. Pernyataan tersebut sejalan dengan Mustika (2018) yang menyatakan bahwa apa saja yang diterima di media sosial instagram dapat mempengaruhi seseorang dalam bertindak dan berperilaku secara langsung maupun tidak langsung. Maka dari itu, kemampuan berpikir kritis menjadi hal penting dalam menganalisis dan mengevaluasi pesan agar mahasiswa dapat menggunakan media sosial secara bijak dan terhindar dari dampak negatif informasi hoax di media sosial instagram.

#### **4.2 Faktor-faktor yang Mempengaruhi Kepercayaan Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro terhadap Informasi di Instagram**

Berkembangnya teknologi dan semakin maraknya penggunaan media sosial, maka ruang untuk berpendapat juga semakin luas (Yogiswari, 2019). Mudahnya akses media sosial menjadikan instagram sebagai wadah untuk penyebaran informasi. Siapapun dapat menjadi distributor informasi melalui foto atau video yang diunggahnya, mulai dari informasi kesehatan, gaya hidup, edukasi, hingga informasi hiburan atau yang kerap disebut infotainment. Namun dibalik kemudahan akses media sosial juga timbul permasalahan yang perlu dihadapi oleh penggunanya. Permasalahan yang timbul dari penggunaan media sosial saat ini adalah banyaknya hoax yang menyebar luas (Rahadi, 2017). Hoax atau berita bohong menjadi permasalahan yang marak terjadi di dunia media sosial terutama di instagram. Hoax terjadi karena penyebaran informasi yang terjadi tidak melalui proses seleksi dan tidak dipilah. Sehingga perlu kesadaran pengguna instagram untuk menerima informasi yang ada di media sosial instagram agar tidak terjerumus pada berita bohong atau informasi yang tidak valid.

Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro menyadari bahwa informasi yang ada di media sosial instagram tidak seluruhnya valid. Beberapa mahasiswa tidak percaya pada informasi

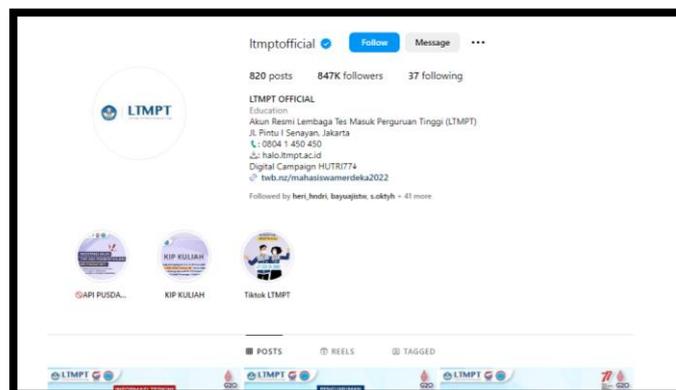
yang terkesan dilebih-lebihkan dan judul berita tidak sesuai dengan isinya atau yang disebut dengan *clickbait*.

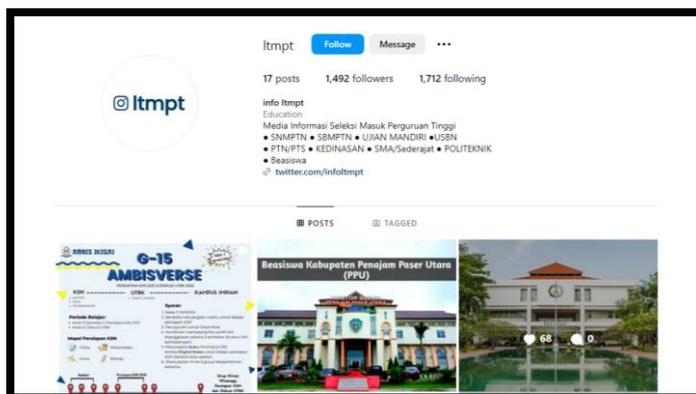


**Gambar.1** Contoh berita *clickbait* (Sumber: dokumentasi peneliti)

*Clickbait* merupakan tautan jebakan. Strategi ini biasanya digunakan content creator atau portal berita agar pembaca tertarik membuka tautan tersebut karena rasa penasaran. Seperti contoh di atas, judul berita terkesan dilebih-lebihkan sedangkan isi berita tidak sama seperti judulnya. Dalam menerima informasi di instagram mahasiswa tidak secara langsung mempercayai validitas informasi yang disajikan. Hal ini ditentukan oleh *trustor* yaitu akun instagram yang menjadi sumber informasi, produk yaitu informasi yang disampaikan, dan *trustee* yaitu mahasiswa penerima informasi di instagram.

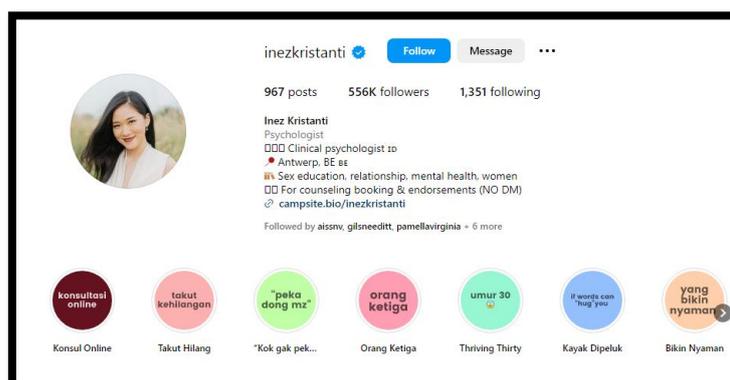
Salah satu mahasiswa menyebutkan bahwa ia lebih percaya pada *trustor* yang merupakan akun resmi.





**Gambar 2.** Contoh akun resmi dan tidak resmi (Sumber: dokumentasi peneliti)

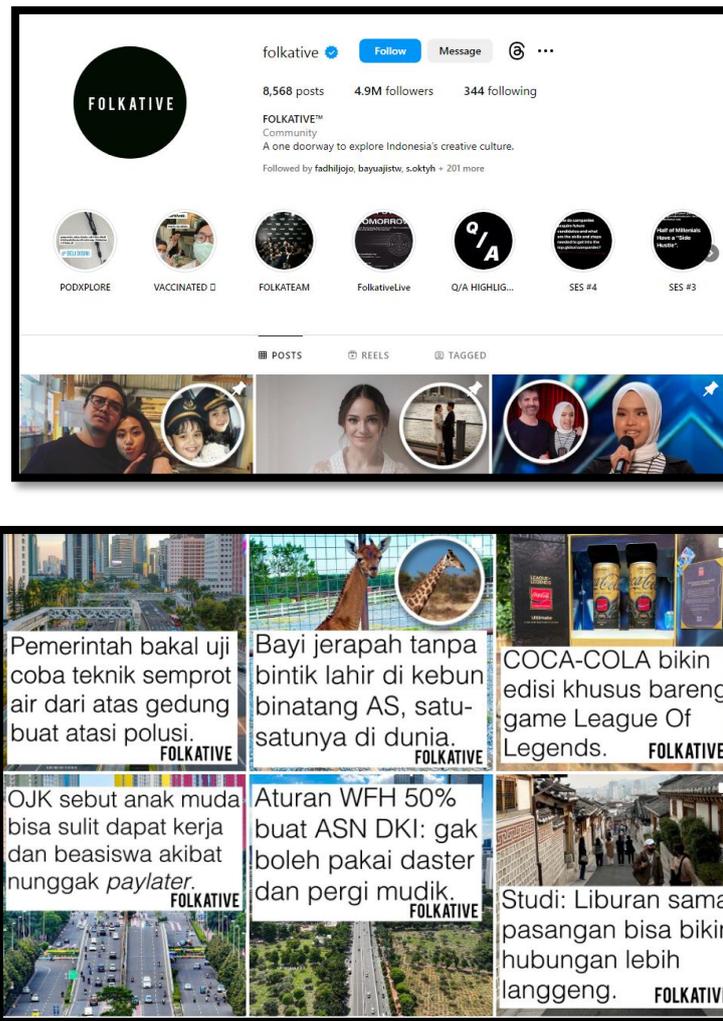
Akun resmi atau disebut juga official account memiliki verifikasi dari Instagram. Selain itu, pada keterangan bio juga dicantumkan bahwa akun tersebut merupakan akun resmi dari lembaga tersebut. Meskipun menyajikan informasi yang hampir sama, namun akun resmi dianggap lebih valid dalam memberikan informasi. Selain itu, mahasiswa juga lebih percaya pada *trustor* resmi yang ahli dalam bidangnya. Hal tersebut menunjukkan bahwa *trustor* tersebut mampu memberikan informasi yang dapat dipercaya berdasarkan pada latar belakang dan pengetahuan *trustor*.



**Gambar 3.** *Trustor* yang mencantumkan latar belakang

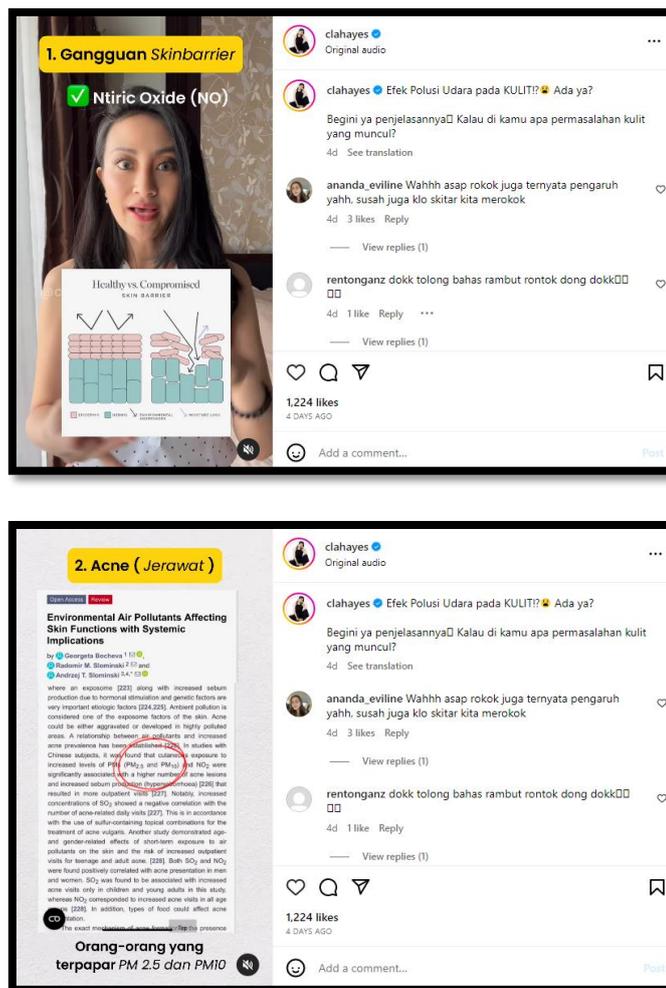
Contoh akun dengan nama @inezkristanti yang mencantumkan latar belakangnya sebagai psikologi dan merupakan spesialis kesehatan mental. Sehingga informasi yang disampaikan akan lebih dipercaya karena akun tersebut telah menempuh pendidikan sesuai dengan bidang yang menjadi topik informasi.

Kemampuan dalam menuliskan produk berita juga menjadi aspek penentu kepercayaan mahasiswa terhadap informasi di media sosial Instagram. Salah satu mahasiswa mengatakan bahwa kemampuan sebuah sumber informasi dalam mengelola desain dan *feeds* dapat mempengaruhi kepercayaan informan terhadap produk yang dihasilkan oleh akun tersebut. Informan Nitzah memberikan contoh akun @folkative yang memiliki desain *feeds* dalam menyampaikan informasi secara konsisten.



**Gambar 4.** Akun @folkative

Selain itu, jumlah pengikut juga dinilai sebagai kemampuan sumber informasi dalam memperoleh dan mempertahankan *audience* dengan menyajikan informasi yang dapat dipertanggungjawabkan. Mahasiswa juga memiliki kriteria terhadap informasi yang dianggap benar dan dapat dipercaya. Jika informasi tersebut merupakan berita, mahasiswa percaya pada informasi yang menyertakan bukti dan menjelaskan kronologi secara rinci. Jika informasi tersebut merupakan konten informatif yang bertujuan untuk berbagi pengetahuan, mahasiswa percaya pada informasi yang mencantumkan sumber terlebih sumber kredibel seperti jurnal.



Gambar 5. Trustor yang mencantumkan sumber informasi

Contoh informasi yang menyertakan sumber adalah akun @clayhayes yang merupakan content creator di bidang kecantikan. Pada konten yang berjudul “Efek Polusi Udara pada Kulit” tersebut mencantumkan materi dan sumber artikel sehingga informasi dalam konten ini dapat dipercaya kredibilitasnya. Di samping itu, jika sumber informasi memiliki motif yang bersifat negatif maka mahasiswa cenderung tidak mempercayai informasi tersebut. Mustika (2018) memberikan contoh pada informasi yang memiliki kepentingan politik, tak jarang informasi yang dihasilkan bersifat subjektif, provokatif, berbau SARA yang dapat menimbulkan konflik. Menurut mahasiswa sumber informasi yang memiliki sifat negatif atau dikatakan oknum memberikan informasi yang tidak rinci secara kronologi dan bersifat provokatif dengan menggiring opini pembaca informasi pada *hoax*.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa mempercayai sebuah informasi dengan mempertimbangkan dua aspek, yaitu kemampuan sumber informasi dalam membuat produk berita dan kebenaran dari isi informasi tersebut. Aspek kemampuan merupakan aspek utama dalam menentukan kondisi kepercayaan terhadap informasi yang ada di media sosial instagram. Aspek ini merujuk pada kemampuan trustor dalam membuat sebuah produk atau berita, dan kemampuan

trustor untuk meyakinkan trustee terhadap validitas informasi yang ia produksi. Sedangkan aspek integritas ini merujuk pada kejujuran atau kebenaran dari informasi yang dibuat di media sosial instagram. Kejujuran ini berkaitan dengan motif-motif yang dimiliki oleh trustor (Mustika, 2018). Penjelasan di atas sesuai dengan teori kepercayaan Mayer, Davis, dan Schoorman (1995), bahwa ability dan integrity merupakan aspek yang membentuk sebuah kepercayaan. Good (dalam Mayer, et al., 1995) menyatakan bahwa kepercayaan didasarkan pada bagaimana orang lain berperilaku. Dalam penelitian ini, perilaku tersebut merujuk pada bagaimana *trustor* menyajikan sebuah pesan dan bagaimana kebenaran akan pesan yang disampaikan. Ditinjau dari aspek tersebut, terdapat faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan mahasiswa terhadap informasi di media sosial instagram yang disajikan dalam tabel berikut :

**Tabel 1.** Faktor-faktor yang mempengaruhi kepercayaan mahasiswa terhadap informasi di instagram

<b>Aspek</b>	<b>Percaya</b>	<b>Tidak percaya</b>
<i>Produk</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Mencantumkan bukti dan sumber</li> <li>2. Menyampaikan kronologi yang jelas</li> <li>3. Objektif</li> <li>4. Masuk akal</li> <li>5. Tampilan informasi memiliki desain yang menarik</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak menyertakan bukti dan sumber</li> <li>2. Informasi yang disampaikan hanya sepotong dan terkesan amatir</li> <li>3. Subjektif</li> <li>4. Provokatif (menggiring opini negatif)</li> <li>5. Penulisan judul terkesan <i>clickbait</i></li> </ol>
<i>Trustor</i>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Akun resmi</li> <li>2. Terverifikasi oleh instagram</li> <li>3. Memiliki banyak followers</li> <li>4. Menyertakan latar belakang keahlian</li> <li>5. Memiliki konsep desain <i>feeds</i> yang konsisten</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Tidak resmi</li> <li>2. Tidak ada latar belakang yang jelas</li> <li>3. Memiliki orientasi kepentingan</li> </ol>
<i>Trustee</i>	Mampu memilih informasi di media sosial instagram	Tidak mampu memilih informasi di media sosial instagram

Tabel di atas menunjukkan faktor-faktor dari produk, trustor, dan trustee. Dimana trustor adalah pihak yang dipercaya, sementara trustee adalah pihak yang memutuskan untuk percaya kepada trustor (Blöbaum, 2016).

### **4.3 Literasi Media Sosial Instagram Mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro dalam Menentukan Informasi yang dipercaya**

Literasi media sosial merujuk pada kemampuan individu dalam menggunakan media sosial secara bijak. Hal ini meliputi kemampuan menginterpretasikan makna pesan melalui analisis dan evaluasi. Fenomena hoax yang terjadi di media sosial dapat terjadi karena kurangnya literasi media. Seseorang yang kurang terampil dalam menggunakan media sosial akan lebih mudah terjebak dalam mempercayai berita yang tidak benar atau tidak terverifikasi serta cenderung lebih mudah terpengaruh untuk mempromosikan informasi tersebut ke orang lain. Oleh karena itu, penting bagi mahasiswa untuk menggunakan keterampilan literasi media agar dapat terhindar dari penyebaran hoax dengan menggunakan media sosial instagram secara bijak dan tepat.

Berdasarkan hasil penelitian, dapat dijelaskan bahwa mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro telah mampu menggunakan literasi media dalam menerima informasi yang ada di instagram dengan melakukan analisis dan evaluasi pesan. Analisis merupakan proses menguraikan pesan menjadi elemen yang bermakna. Pada analisis yang telah dijabarkan, mahasiswa mampu menguraikan sebuah informasi ke dalam beberapa elemen seperti isi informasi, tujuan informasi, dan sumber informasi. Dalam proses analisis mahasiswa juga mempertimbangkan faktor-faktor yang menentukan informasi dapat dipercaya. Keterampilan lain yang muncul dari proses analisis adalah analisis pesan secara induksi dan deduksi. Analisis pesan secara induksi merupakan cara pandang dari makna yang spesifik ke makna secara general. Sedangkan analisis deduksi merupakan cara pandang dari makna secara general ke makna yang lebih spesifik. Setelah melakukan analisis terhadap pesan media, akan muncul penilaian terhadap pesan atau yang disebut dengan evaluasi informasi. Evaluasi merupakan kemampuan dalam menilai *value* dalam setiap elemen. Evaluasi ini dilakukan dengan cara membandingkan elemen pesan dengan suatu standar. Dari pernyataan para mahasiswa dapat digambarkan bahwa dalam mengevaluasi pesan mahasiswa memiliki suatu standar dalam melakukan perbandingan informasi, yaitu melalui beberapa platform lain yang mereka anggap dapat memberikan informasi yang lebih akurat. Selain itu, mahasiswa juga melakukan evaluasi pesan untuk mendapatkan validasi atas persepsi terhadap informasi yang ia terima di media sosial instagram. Hal tersebut sejalan dengan teori Potter (2013) bahwa keterampilan atau *skills* yang muncul terkait literasi media meliputi analisis pesan media, evaluasi pesan media, analisis induksi, dan analisis deduksi.

Dalam menentukan informasi yang dipercaya, mahasiswa menggunakan literasi media untuk menganalisis dan mengevaluasi pesan yang diterima. Analisis dan evaluasi ini juga didasarkan pada integritas informasi yang disajikan apakah informasi tersebut menyertakan sumber, bagaimana kronologi dari informasi tersebut, dan objektivitas dari isi informasi. Selain pada integritas informasi, mahasiswa juga melakukan analisis dan evaluasi pada kemampuan trustor yang menjadi sumber informasi dalam menyajikan sebuah pesan. Mahasiswa mempertimbangkan keresmian sumber informasi, latar belakang sumber informasi, dan pengelolaan design feeds pada instagram sumber informasi. Berdasarkan penjelasan tersebut, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro memiliki keterampilan analisis dan evaluasi yang diterapkan dalam literasi media sosial di instagram untuk menentukan informasi yang dipercaya.

## 5. Simpulan

Hasil penelitian menunjukkan bahwa media sosial instagram menjadi salah satu sumber informasi yang digunakan oleh mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro. Dalam menerima informasi di instagram, mahasiswa menyadari bahwa tidak seluruh informasi yang mereka terima adalah informasi yang valid. Mahasiswa memiliki keraguan dalam mempercayai informasi yang ada di media sosial instagram. Hal tersebut dipengaruhi oleh *trustor* yaitu akun pembuat informasi, *trustee* yaitu mahasiswa yang menerima informasi, dan produk yaitu informasi yang diterima oleh mahasiswa. Adapun aspek-aspek yang membentuk kepercayaan informasi di media sosial instagram, yaitu

kemampuan (*ability*) *trustor* dalam menghasilkan produk dan integritas (*integrity*) atau kebenaran produk yang disampaikan.

Dalam menentukan informasi yang dipercaya, mahasiswa Ilmu Perpustakaan Universitas Diponegoro menerapkan literasi media. Saat menerima informasi dari instagram mahasiswa membaca dan mengamati secara detail isi pesan, melakukan pengecekan ulang pada *trustor*, serta melakukan pengecekan pada sumber informasi yang dilampirkan pada pesan di instagram. Mahasiswa juga melakukan perbandingan terhadap informasi di instagram dengan informasi di platform lain dengan tujuan untuk mendapatkan validasi dari informasi yang ia terima. Dari kegiatan ini muncul keterampilan literasi media, yaitu analisis dan evaluasi. Analisis dan evaluasi ini juga ditentukan dari segi *trustor*, mahasiswa akan menganalisis, mengevaluasi, dan memutuskan untuk percaya pada akun resmi dengan latar belakang yang jelas, memiliki jumlah followers yang banyak, dan memiliki desain feeds yang konsisten. Sementara itu, dari segi produk mahasiswa akan menganalisis, mengevaluasi, dan percaya pada informasi yang menyertakan sumber, menyampaikan kronologi yang jelas, bersifat objektif, dan memiliki desain yang menarik. Sedangkan dari segi *trustee*, mahasiswa yang dianggap dapat dipercaya dalam menerima informasi adalah mereka yang mampu menyeleksi informasi yang diterima dengan literasi media.

## Daftar Pustaka

- Ade, H. (2018). Informan dan Pemilihan Informan Pada Penelitian Kualitatif. *Jurnal Ilmiah*.
- Agusta, I. (2003). Teknik Pengumpulan dan Analisis Data Kualitatif. *Pusat Penelitian Sosial Ekonomi. Litbang Pertanian, Bogor*, 27(10).
- Ahyar, H., Andriani, H., & Sukmana, D. J. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif & Kuantitatif*.
- Ati, S., Nurdien, K., & Taufik, A. (2014). Pengantar Konsep Informasi, Data, dan Pengetahuan. *Universitas Terbuka*, 230.
- Audina, Laksmi Wienur, and Suwarti. (2014). "Hubungan Antara Kualitas Hidup Dengan Pengambilan Keputusan Untuk Mengikuti Kegiatan Pada Lansia Dalam Kelompok Senam Prodia Purwokerto." *Psycho Idea* 12(2):48–57.
- Bungin, M. Burhan. (2007). Penelitian Kualitatif: Komunikasi, Ekonomi, Kebijakan Publik, dan Ilmu Sosial Lainnya. Jakarta: Kencana Prenada Media Group.
- Carr, C. T., & Hayes, R. A. (2015). Social media: Defining, developing, and divining. *Atlantic journal of communication*, 23(1), 46-65.
- Center Media Literacy (1997) <http://www.medialit.org/media-literacy-definition-and-more>. Diakses pada 20 November 2022
- Devito, J.A. (2008). *Essentials of Human Comonication*. Boston : Pearson Education, Inc.
- Fadli, Muhammad Rijal. (2021). Memahami Desain Metode Penelitian Kualitatif. *Humanika* 21(1):33–54. doi: 10.21831/hum.v21i1.38075.

- Gunawan, H., & Ayuningtiyas, K. (2018). Pengaruh Kepercayaan, Kemudahan Dan Kualitas Informasi Terhadap Keputusan Pembelian Daring Di Aplikasi Bukalapak Pada Mahasiswa Politeknik Negeri Batam. *Journal of Applied Business Administration*, 2(1), 152-165.
- Harahap, Barkah Hadamean. (2018). Poda Na Lima Sebagai Konsep Literasi Media Dalam Memfilterisasi Berita Hoax. *TAZKIR: Jurnal Penelitian Ilmu-Ilmu Sosial Dan Keislaman* 4(2):363. doi: 10.24952/tazkir.v4i2.964.
- Hardani. (2020). *Buku Metode Penelitian Kualitatif Dan Kualitatif*.
- Indiyati, Diyah, Hartin Nur Khusnia, Siti Chotijah, and Universitas Mataram. (2020). “Media vs Kepercayaan Publik Di Masa Pandemi Pendahuluan Tinjauan Pustaka.” *Journal Of Media and Communication Science* 3:38–44.
- Kietzmann, Jan H., Kristopher Hermkens, Ian P. McCarthy, and Bruno S. Silvestre. 2011. Social Media? Get Serious! Understanding the Functional Building Blocks of Social Media. *Business Horizons* 54(3):241–51. doi: 10.1016/j.bushor.2011.01.005.
- Kim, D. J., Ferrin, D. L., & Rao, H. R. (2003). *Antecedents of consumer trust in B-to-C electronic commerce*. Proceedings of ninth Americas conference on information systems, 157-167.
- Kohring, Matthias, and Jörg Matthes. (2007). Trust in News Media: Development and Validation of a Multidimensional Scale. *Communication Research* 34(2):231–52. doi: 10.1177/0093650206298071.
- Lincoln and Guba. (1985). *Qualitative Research*. Singapore. Singapore: Mc. Graw Hill Book Co.
- Matern, J. (2016). *Instagram*. ABDO.
- Mayer, Roger C., James H. Davis, and F. David Schoorman. (1995). An Integrative Model of Organizational Trust Author ( s ): Roger C . Mayer , James H . Davis and F . David Schoorman Published by : Academy of Management Stable URL : [Http://Www.Jstor.Com/Stable/258792](http://Www.Jstor.Com/Stable/258792) REFERENCES Linked References Are Available on JSTOR F. *Academy of Management Review* 20(3):709–34.
- Miles M. B., Huberman A.M. (1994). *Qualitative data analysis*. Sage Publications.
- Mustika, Viska. 2018. Kepercayaan Mahasiswa Terhadap Pemberitaan di Instagram. *Transcommunication* 53(1):1–8.
- Nizomi, K. (2019). Post Media Literacy: Suatu Upaya Pemberdayaan Hidup Ditengah Dunia yang Sesak Media. *JUPI (Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi)*, 4(1), 1- 17.
- Pendit, Putu Laxman (2013) Literasi Informasi dan Literasi Media. <https://web.facebook.com/notes/putu-laxman-pendit/literasi-informasi-literasi-media/10152169755730968> Diakses pada 21 Maret 2022, pukul 20.12 WIB
- Potter, W. James. (2013). *Media Literacy*. Sage Publications
- Purwaningtiyas, Pranindya. (2019). Literasi Informasi Dan Literasi Media. *IQRA` : Jurnal Ilmu Perpustakaan Dan Informasi (e-Journal)* 12(2):1. doi: 10.30829/iqra.v12i2.3978.
- Raco, J. (2018). Metode penelitian kualitatif : jenis, karakteristik, dan keunggulannya. <https://doi.org/10.31219/osf.io/mfzuj>
- Rahadi, Dedi Rianto. (2017). Perilaku Pengguna Dan Informasi Hoax Di Media Sosial. *Jurnal*

- Manajemen Dan Kewirausahaan* 5(1):58–70. doi: 10.26905/jmdk.v5i1.1342.
- Ramadhan, Dony, Kertahadi, and Heru Susilo. (2014). Analisis Sistem Informasi Pengambilan Keputusan Pemberian Kpr ( Kredit Pemilikan Rumah ) Dengan Menggunakan Model Herbert A. Simon. *Jurnal Administrasi Bisnis* 8(2):1–6.
- Ramayanti, R., & Sa'diyah, L. (2017). Peranan Literasi Media Digital Dalam Mencegah Penyebaran Hoaks. *Baitul'Ulum: Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi*.
- Rizaty, Ayu Monavia. (2023). Pengguna Instagram di Indonesia Capai 109,3 Juta per April 2023. dalam <https://dataindonesia.id/digital/detail/pengguna-instagram-di-indonesia-capai-1093-juta-per-april-2023> Diakses pada 1 Agustus 2023, pukul 19.06 WIB
- Republik Indonesia (2003) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 32 pasal 52 tentang Penyiaran
- Republik Indonesia (2017) Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 3 tentang Sistem Perbukuan
- Rifauddin, Machsun, and Arifin Nurm Halida. (2018). Hoax Pada Media Sosial Facebook. *Khizanah Al-Hikmah* 6(2):98–111.
- Rijali, Ahmad. (2019). Analisis Data Kualitatif. *Alhadharah: Jurnal Ilmu Dakwah* 17(33):81. doi: 10.18592/alhadharah.v17i33.2374.
- Safira, Fidan, and Indira Irawati. (2020). Hubungan Literasi Media Sosial Pustakawan Perguruan Tinggi Dengan Kualitas Pemanfaatan E-Resources Perpustakaan. *Lentera Pustaka: Jurnal Kajian Ilmu Perpustakaan, Informasi Dan Kearsipan* 6(1):1–12. doi: 10.14710/lenpust.v6i1.25325.
- Sidiq, U., Choiri, M., & Mujahidin, A. (2019). Metode penelitian kualitatif di bidang pendidikan. *Journal of Chemical Information and Modeling*, 53(9), 1-228.
- Siyoto, S., & Sodik, M. A. (2015). *Dasar metodologi penelitian*. literasi media publishing.
- Simon, H.A. (1977). The Logic of Heuristic Decision Making. In: Models of Discovery. Boston Studies in the Philosophy of Science, vol 54. Springer, Dordrecht. [https://doi-org.proxy.undip.ac.id/10.1007/978-94-010-9521-1\\_10](https://doi-org.proxy.undip.ac.id/10.1007/978-94-010-9521-1_10)
- Sterret, D., Malato, D., Benz, J., Kantor, L., Tompson, T., Rosenstiel, T., ... & Swanson, E. (2018). Who shared it?: How Americans decide what news to trust on social media. *NORC Working Paper Series WP-2018-001*.
- Sugiyono. (2017). *Metode Penelitian Kualitatif*. Bandung : Alfabeta
- Syahreza, M. Fachri, and Irwan Syari Tanjung. (2018). Motif Dan Pola Penggunaan Media Sosial Instagram Di Kalangan Mahasiswa Program Studi Pendidikan Ekonomi Unimed. *Jurnal Interaksi* 2(1):61–84.
- Walidin, W., Saifullah, & Tabrani. (2015). *Metodologi penelitian kualitatif & grounded theory*. FTK Ar-Raniry Press.
- Wang, Ye Diana & Emurian, Henry H. (2005). An Overview of Online Trust : Concepts, elements, and implications. *Computers in Human Behaviour* Volume 21, Issue 1 Pages 105-125. <https://doi.org/10.1016/j.chb.2003.11.008>.
- Wei, Lihong, Jiankun Gong, Jing Xu, Nor Eeza Zainal Abidin, and Oberiri Destiny Apuke. (2023). “Do Social Media Literacy Skills Help in Combating Fake News Spread? Modelling the Moderating

Role of Social Media Literacy Skills in the Relationship between Rational Choice Factors and Fake News Sharing Behaviour.” *Telematics and Informatics* 76(November 2022). doi: 10.1016/j.tele.2022.101910.

Widi, Silvina .(2023). Pengguna Media Sosial di Indonesia Sebanyak 167 Juta pada 2023. dalam <https://dataindonesia.id/internet/detail/pengguna-media-sosial-di-indonesia-sebanyak-167-juta-pada-2023> Diakses pada 1 Agustus 2023, pukul 19.03 WIB

Yogiswari, K. S., & Suadnyana, I. B. P. E. (2019, June). Hoax di Era Post-Truth dan Pentingnya Literasi Media. In *Seminar Nasional Filsafat (SENAFI) I* (p. 173).

Yusanto, Yoki. (2020). Ragam Pendekatan Penelitian Kualitatif. *Journal of Scientific Communication (Jsc)* 1(1):1–13. doi: 10.31506/jsc.v1i1.7764.

