

ANALISIS LITERASI DIGITAL TERHADAP PERILAKU PENELUSURAN INFORMASI MAHASISWA SAINS KOMUNIKASI UNIDA MENGENAI PEMILU 2024 DI INSTAGRAM

Eliza Nur Fauziah Mustopa¹, Gadizka Azzahra Endah Khamila², Muthiara Sjahrani

Umam³, Nadiya Anggraeni⁴, Salsabilla Princess Hermanto⁵

¹Sains Komunikasi, Universitas Djuanda, efauziah165@gmail.com

²Sains Komunikasi, Universitas Djuanda, gadizka25azzahra@gmail.com

³Sains Komunikasi, Universitas Djuanda, umammuti@gmail.com

⁴Sains Komunikasi, Universitas Djuanda, nadiyaanggaraeni5@gmail.com

⁵Sains Komunikasi, Universitas, Djuanda, salsapeha@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini mengenai penggunaan Instagram sebagai media komunikasi dalam perilaku penelusuran informasi mahasiswa Sains Komunikasi Unida yang berkaitan dengan aktivitas Pemilu 2024. Studi ini menggunakan Teori Literasi Digital dengan pendekatan kualitatif deskriptif. Teknik pengumpulan data sendiri dilakukan dengan melaksanakan observasi, kuesioner, dan studi pustaka. Hasil penelitian menunjukkan bahwa mahasiswa Sains Komunikasi Unida lebih menyukai mencari informasi mengenai Pemilu 2024 melalui situs pencari seperti *Google*, dan media sosial lain seperti Tiktok, Twitter, dan Youtube, tapi Instagram menjadi sumber pencari informasi mengenai Pemilu 2024 di kalangan mahasiswa. Hasil analisis pun menunjukkan bahwa tingkat literasi digital mahasiswa Sains Komunikasi Universitas Djuanda sudah baik sesuai dengan 4 indikator literasi digital yang digunakan: Akses, Seleksi, Paham, dan Distribusi. Telah terbukti juga bahwa mahasiswa Sains Komunikasi Unida sudah cukup mumpuni dalam mengakses informasi di Instagram, menyeleksi informasi yang akan diserap, memahami isi pesan dan tujuan informasi, tapi masih kurang cukup dalam mendistribusikan informasi yang telah didapat mengenai Pemilu 2024 pada orang-orang sekitar. Penelitian ini berkesimpulan bahwa media sosial, khususnya Instagram memiliki peran yang signifikan untuk memengaruhi perilaku mahasiswa Sains Komunikasi Unida dalam menelusuri informasi seputar Pemilu 2024.

Kata Kunci: Literasi Digital, Perilaku Penelusuran Informasi, Instagram

PENDAHULUAN

Perkembangan teknologi informasi di Indonesia akan selalu meningkat seiring berjalannya tahun. Hal ini berjalan seiringan dengan pesatnya tingkat perkembangan teknologi yang dipakai oleh manusia. Kehadiran internet adalah bukti kemajuan teknologi di masa kini, yang mana kehadirannya dianggap mampu memudahkan pekerjaan sehari-hari masyarakat. Alasan di balik perkembangan internet ini ialah kehadiran media sosial dan perkembangan gawai yang mampu melonjakkan jumlah pengguna internet setiap harinya, dikarenakan pengaksesan internet tergolong mudah terjangkau bagi berbagai kalangan, baik untuk kaula muda maupun tua dan kalangan ekonomi atas maupun menengah ke bawah (Ameliola & Nugraha, 2013 *dalam* Adittyanto, et al, 2021).

Berdasarkan survei yang dilakukan oleh *We Are Social dalam* Riyanto (2023), pengguna media sosial aktif di Indonesia selama 2023 berjumlah hingga 167 juta orang atau sekitar 60,4% dari total populasi dengan sekitar 83,2% pengguna internet mengaku menggunakan internet sebagai sumber dalam mencari informasi. Peningkatan penggunaan media sosial yang terus meningkat jelas berdampak untuk membantu aktivitas manusia dalam mengkonsumsi segala informasi. Seperti saat ini, menjelang Pemilihan Umum (Pemilu) Tahun 2024, masyarakat Indonesia membutuhkan lebih banyak informasi seputar calon-calon wakil rakyat yang akan mereka pilih. Seluruh informasi terkait Pemilu 2024 tersebar luas di berbagai media sosial, salah satunya Instagram. Menurut Albarran (2013) *dalam* Armayani, et al (2021), Instagram merupakan situs jejaring sosial yang digunakan oleh penggunanya untuk mengambil foto, mengedit foto, lalu mengunggah foto untuk berbagi ke sesama pengguna.

Karena kemudahan dan efisiensinya, pengguna Instagram diketahui terus meningkat setiap saat. Dalam survei sama oleh *We Are Social dalam* Riyanto (2023), pengguna media sosial Instagram terhitung naik 1,7% menjadi 86,5% dari tahun sebelumnya dan menempati posisi media sosial kedua yang paling banyak digunakan

masyarakat Indonesia pada 2023. Penggunaan media digital sebagai bentuk literasi digital sangat dipengaruhi oleh faktor kebutuhann informasi. Kemampuan untuk memahami literasi seseorang dapat meningkat berdasarkan jumlah pengalaman mereka dalam berkomunikasi di dunia maya. Hal ini ditambah pula dengan adanya perkembangan internet yang menyediakan segala jenis informasi, entah itu edukasi atau hiburan. Oleh karenanya, dapat dikatakan jika intensitas membaca seseorang juga bergantung pada perangkat digital. Penjelasan yang telah diuraikan tersebut, maka penelitian ini didasarkan dari pertanyaan peneliti, yaitu seperti apa perkembangan literasi digital mahasiswa Universitas Djuanda serta kendala-kendala yang dihadapi dalam menelusuri informasi Pemilu 2024 di Instagram.

METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif sebagai pendekatan penelitian, tujuannya adalah untuk memahami secara menyeluruh fenomena yang dialami oleh subjek penelitian. Pendekatan ini melibatkan pengumpulan data deskriptif yang dimuat dalam bentuk kata-kata atau lisan (Moeloeng, 2010, *dalam* Pranita et al, 2018). Partisipan dalam penelitian ini berjumlah 24 orang yang semuanya merupakan mahasiswa aktif Sains Komunikasi Universitas Djuanda. Selanjutnya, data yang terkumpul akan dianalisis dengan merujuk pada observasi berbagai temuan di lapangan.

Adapun teknik pengumpulan data dalam penelitian ini dilakukan dengan cara:

1. Observasi: Observasi merupakan pengamatan secara langsung mengenai suatu objek dalam lingkungan yang ditinggalinya. Dalam penelitian ini, penulis melakukan observasi terhadap mahasiswa Sains Komunikasi Universitas Djuanda yang memiliki kecenderungan menggunakan media sosial Instagram.
2. Kuesioner: Penulis menggunakan instrumen penelitian yang terdiri atas rangkaian pertanyaan untuk diisi. Instrumen ini dirancang demi mendapatkan informasi yang sesuai keinginan dari responden yang dijadikan sasaran

penelitian. Kuesioner sendiri dapat dianggap sebagai teknik wawancara tertulis dalam mencari responden dalam pengajuan pertanyaan.

3. Studi Pustaka: Penulis melaksanakan penelitian literatur dengan membaca sumber-sumber informasi secara yang relevan dengan topik yang dibahas melalui pencarian *online*, kemudian menuliskan informasi-informasi yang sudah diperoleh sebagai bahan dasar teoritis untuk acuan dalam penulisan artikel ini.

HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian melalui proses pengumpulan data yang dilakukan menunjukkan bahwa media sosial memiliki peran dalam mengembangkan literasi digital mahasiswa Sains Komunikasi Universitas Djuanda sebagai sarana penyedia informasi Pemilu 2024. Hal ini dibuktikan dengan data yang berhasil dianalisis dari beberapa indikator temuan penelitian di bawah ini:

1. Akses

Dalam indikator ini, ditemukan jika kompetensi mahasiswa Sains Komunikasi Unida dalam mengakses informasi melalui teknologi sudah cukup baik. Hal ini menunjukkan bahwa mahasiswa Sains Komunikasi Unida sudah mampu memanfaatkan penggunaan perangkat digital mereka sebagai alat pencarian informasi, mulai dari informasi secara *general* maupun mengenai Pemilu 2024. Para informan juga diketahui sudah terbiasa menggunakan mesin pencari seperti *Google* serta media sosial seperti Instagram, Twitter, TikTok, Youtube, Facebook maupun media sosial untuk berkomunikasi seperti WhatsApp dan Line dalam mencari informasi. Para informan menyatakan bahwa generasi muda terutama mahasiswa saat ini sangat bergantung pada media sosial dalam kehidupan mereka. Tak bisa dipungkiri bahwa peran media sosial dalam mempengaruhi masyarakat mengenai preferensi politik ataupun pilihan kandidat-kandidat wakil rakyat mereka sangat besar. Adanya diversitas dalam

penggunaan media sosial ini menunjukkan jika era digitalisasi telah berkembang begitu pesat, sehingga informasi apa saja mampu tersebar dalam berbagai media sosial di saat bersamaan. Media sosial yang awalnya menjadi sebuah jejaring komunikasi untuk bertukar kabar dapat berubah menjadi lahan pertukaran dan penyerapan informasi mengenai politik, serta ajakan untuk segera menentukan wakil rakyat pilihan mereka.

Ada beberapa pendapat yang menyatakan bahwa pencarian informasi Pemilu 2024 mudah ditelusuri, apalagi karena semakin dekatnya waktu pelaksanaan Pemilu 2024 yang akan dilaksanakan Februari 2024 nanti, sehingga banyak akun-akun di media sosial yang menyebarkan berita terkini, sehingga informasi tentang Pemilu 2024 mudah didapatkan. Namun, masih ada juga yang beranggapan bahwa penelusuran informasi Pemilu 2024 masih cukup sulit, tapi bukan dikarenakan segi teknologinya, melainkan dari media penyebar informasi yang tidak netral pada semua pasangan calon (paslon) dan berpihak, sehingga informasi yang didapatkan cenderung merupakan informasi tentang kampanye.

2. Seleksi

Analisis data penelitian menunjukkan bahwa dalam penyeleksian jenis informasi tentang Pemilu 2024, banyak informan yang mengaku lebih tertarik untuk mengetahui visi-misi dari para pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden (Capres dan Cawapres), tujuan, program kerja, maupun gagasan mereka ke depannya dalam memimpin negara Indonesia. Tidak sedikit pula ada yang menyertakan secara spesifik bidang apa saja yang mereka ingin tahu dari para Capres dan Cawapres ini, yakni di bidang infrastruktur dan perekonomian, serta pembangunan IKN yang sedang berjalan. Adapula pendapat lain yang menyatakan bahwa mereka ingin mengetahui *track record* atau latar belakang masing-masing paslon dan pencapaian yang sudah mereka raih selama berkarir

di bidang politik. Hal ini menunjukkan bahwa literasi digital mahasiswa Sains Komunikasi Unida sudah tinggi untuk selalu melakukan *background check* dalam menentukan pilihan mereka, bukannya asal memilih atau memilih secara asal-asalan. Selain itu, muncul juga tanggapan yang ingin mengetahui hasil debat Capres dan Cawapres yang telah dilaksanakan untuk menegaskan pilihan mereka serta informasi mengenai sistem pemilu nanti, mulai dari tata pelaksanaan, cara penghitungan, dan lain-lainnya.

Dalam penyeleksian informasi-informasi Pemilu 2024 yang mereka telusuri di Instagram, kerap kali ditemukan adanya informasi-informasi mencurigakan yang belum pasti kebenarannya. Dalam usaha mencegah terjadinya penyebaran hoax yang meluas, para informan banyak mengaku bahwa mereka tidak terlalu membebankan pencarian informasi Pemilu 2024 di satu media maupun dalam media sosial Instagram saja. Hal ini dikarenakan wawasan luas para informan mengenai maraknya penyebaran informasi hoax mengenai Pemilu 2024 bersebaran di mana-mana, serta sebagai tindakan preventif mereka dalam menjadi korban termakan hoax. Mereka tidak hanya semata-mata membaca judul berita saja, tapi juga membaca seluruh isi berita secara komprehensif. Pengkajian informasi lebih dalam juga dilakukan pada setiap berita yang mereka temui dan segalanya ditelusuri secara objektif. Pemilahan informasi ini dilakukan demi mendapatkan informasi Pemilu 2024 yang aktual dan faktual. Salah satu caranya dalam menerapkan sikap ini dengan hanya membaca dari sumber terpercaya dan kredibel, bukan dari sembarang *website* atau media. Sehingga, ketika pada akhirnya mereka menemukan sebuah informasi yang tergolong hoax atau menyimpang, para informan melaporkan berita bersangkutan agar tidak kembali beredar di internet dan bersikap tak acuh pada informasi bohong tersebut. Karena mereka sebelumnya telah mengetahui informasi yang benar, pikiran para

informan tidak bisa disetir oleh berita yang dibuat hanya untuk menjatuhkan pasangan calon lain.

3. Paham

Pada hasil analisis selanjutnya, diketahui jika para informan mampu memahami informasi mengenai Pemilu 2024 yang tertulis pada postingan Instagram maupun teks yang muncul pada foto atau video. Informasi-informasi ini kerap kali dituliskan dalam bentuk *caption* Instagram hingga teks dalam bentuk foto maupun video. Para informan juga mengaku dapat memahami isi foto atau video yang sedang mereka lihat, serta mampu memahami tata bahasa yang digunakan, termasuk kata-kata yang jarang digunakan di kehidupan sehari-hari maupun konteks yang dimaksud dalam tulisan. Meski ada beberapa yang mengaku masih harus melakukan penelusuran di mesin pencari *Google* untuk memahami kata-kata asing dalam informasi Pemilu 2024 yang sedang beredar, diketahui pemahaman informan dalam memahami isi informasi sudah baik. Hal ini menunjukkan bahwa para mahasiswa Sains Komunikasi Unida sudah memiliki tingkat literasi digital mumpuni di mana informan mampu mengidentifikasi isi informasi beserta simbol-simbol yang digunakan (stiker, emotikon) serta menentukan dengan benar isi pesan yang dibaca. Kemampuan ini juga disokong lewat hasil analisis sebelumnya di mana informan mampu menyeleksi informasi yang mereka baca apakah termasuk informasi benar atau hoax melalui menghubungkan informasi tersebut dengan tujuan dari pembuat pesan. Informan terbukti mampu memutuskan mana informasi yang benar dan menilai kualitas suatu informasi dari isi pesan yang disampaikan, lalu dengan mudahnya mengidentifikasi informasi mana yang keliru.

Meski begitu, para informan mengaku menyangkan masih banyaknya informasi tentang Pemilu 2024 yang masuk kategori hoax dengan tingkat

keakuratannya sangat mencurigakan serta judul berita yang terkesan melebih-lebihkan. Selain itu, munculnya *buzzer-buzzer* dari tiap pasangan calon membuat para informan kewalahan karena informasi yang disebar oleh mereka masih harus dipertanyakan kebenarannya, mengingat akun-akun *buzzer* adalah akun yang sangat berpihak pada salah satu pasangan calon dan berusaha meningkatkan eksposur pasangan calon tersebut di publik. Adapula informan yang juga mengaku kesulitan mencari lebih banyak informasi Pemilu 2024 dikarenakan algoritma media sosial, terlebih Instagram yang susah ditebak, sehingga jarang muncul informasi Pemilu 2024 di laman akun Instagram sendiri.

4. Distribusi

Dalam hasil analisis mengenai pendistribusian informasi, beberapa informan kerap kali melihat forum atau komunitas *online* yang sedang membicarakan isu Pemilu 2024. Meski tidak langsung turun bergabung sebagai anggota forum yang aktif menyampaikan opini dan berargumen, diakui bahwa diskusi *online* seperti itu sangat menambah pengetahuan atau wawasan mereka, mengingat mereka dapat mengetahui pengalaman dan sudut pandang orang lain tentang suatu hal. Kendati begitu, para informan diketahui masih cukup belum berpartisipasi aktif dalam penyebaran informasi Pemilu 2024 kepada keluarga, teman, dan orang-orang terdekat. Beberapa mengaku ada yang masih membagikan informasi-informasi Pemilu 2024 pada lingkup keluarga dan orang-orang terdekat agar mereka sama-sama teredukasi. Cara-cara yang dilakukan dalam membagikan informasi itu pun beragam, ada yang secara langsung melalui tatap muka saat sedang bertemu maupun membagikannya di media sosial seperti Instagram melalui fitur *Instagram Story*. Hal ini biasa dilakukan oleh para kaula muda yang biasanya sudah ahli dalam menggunakan media sosial dan memiliki jaringan relasi luas, sehingga penyebaran informasi secara digital dipilih agar

jangkauan yang diinginkannya dalam mengetahui informasi Pemilu 2024 lebih luas. Namun, jumlah informan yang membagikan informasi tentang Pemilu 2024 ini lebih sedikit daripada yang tidak membagikannya. Hal ini selaras dengan pernyataan para informan yang juga mengaku jarang hingga tidak pernah dalam membagikan postingan atau informasi mengenai Pemilu 2024 di media sosial mereka seperti Instagram. Tanggapan kebanyakan informan biasanya dikarenakan topik Pemilu sendiri kurang menarik untuk dibagikan di akun Instagram sendiri. Ataupun kalau ingin membagikan informasi, hanya kepada keluarga saja.

KESIMPULAN

Berdasarkan survei *We Are Social dalam Riyanto (2023)*, pengguna internet mengaku menggunakan internet sebagai sumber dalam mencari informasi. Hal itu jelas berdampak untuk membantu aktivitas manusia dalam mengkonsumsi segala informasi. Seperti saat ini, menjelang Pemilihan Umum (Pemilu) Tahun 2024, masyarakat Indonesia membutuhkan lebih banyak informasi seputar calon-calon wakil rakyat yang akan mereka pilih. Seluruh informasi terkait Pemilu 2024 tersebar luas di berbagai media sosial, salah satunya Instagram. Pencarian informasi melalui Instagram tersebut menggunakan 4 indikator, yakni akses, seleksi, paham, dan distribusi. Dalam pengaksesannya, mahasiswa Sains Komunikasi Unida sudah mampu memanfaatkan penggunaan perangkat digital mereka sebagai alat pencarian informasi, mulai dari informasi secara *general* maupun mengenai Pemilu 2024. Informasi tersebut tergolong mudah diakses dan ditemukan. Lalu dalam proses penyeleksian informasi, banyak informan yang mengaku lebih tertarik untuk mengetahui visi-misi dari para pasangan calon Presiden dan Wakil Presiden (Capres dan Cawapres), tujuan, program kerja, maupun gagasan mereka ke depannya terkait bidang infrastruktur dan perekonomian, serta *track record* atau latar belakang masing-masing paslon dan pencapaian yang sudah

mereka raih selama berkarir di bidang politik dengan menelusuri informasi secara komprehensif agar tidak termakan berita hoax yang bersifat menyimpang. Informan pun mampu memahami informasi mengenai Pemilu 2024 yang tertulis pada postingan Instagram maupun teks yang muncul pada foto atau video, serta memahami tata bahasa yang digunakan dalam tulisan. Serta dalam pendistribusian informasi, para informan diketahui masih cukup belum berpartisipasi aktif dalam penyebaran informasi Pemilu 2024 kepada keluarga, teman, dan orang-orang terdekat. Jumlah informan yang membagikan informasi tentang Pemilu 2024 ini lebih sedikit daripada yang tidak membagikannya. Kesimpulan dalam hasil penelitian ini, menunjukkan bahwa para mahasiswa Sains Komunikasi Unida sudah memiliki tingkat literasi digital mumpuni di mana informan mampu mengidentifikasi isi informasi beserta simbol-simbol yang digunakan (stiker, emotikon) serta menentukan dengan benar isi pesan yang dibaca agar tidak termakan berita hoax khususnya mengenai informasi pemilu 2024 di Instagram.

REFERENSI

- Adittyanto, Thohir, I., Putra, F., Alim, F., Suseno, M., & Yudha, S. (2021). Dampak Perkembangan Teknologi Internet dalam Pembelajaran Jarak Jauh bagi Siswa pada Masa Pandemi Covid-19. *Journal of Education and Technology*, 1(2), 93–103. <http://jurnalilmiah.org/journal/index.php/jet/article/view/65>
- Armayani, R., Tambunan, L., Siregar, R., Lubis, N., & Azahra, A. (2021). Analisis Peran Media Sosial Instagram dalam Meningkatkan Penjualan Online. *Jurnal Pendidikan Tambusai*, 5(3), 8920–8928. <https://www.jptam.org/index.php/jptam/article/view/2400/2092>
- Pranita, U., Kurniah, N. & Suprapti, A. (2018). Supervisi Klinis Kepala Sekolah Pendidikan Anak Usia Dini Islam Terpadu Auladuna Kota Bengkulu (Studi Deskriptif

Kualitatif di PAUD IT Auladuna Kota Bengkulu). *Jurnal Ilmiah Potensia*, 3(1), 54-65.

<https://doi.org/10.33369/jip.3.1.54-65>

Riyanto, A. (2023). Hootsuite (We are Social): Indonesian Digital Report 2023. *Andi.link*.

<https://andi.link/hootsuite-we-are-social-indonesian-digital-report-2023/>

<https://fahum.umsu.ac.id/pengertian-pemilu-fungsi-dan-prinsip/>