

**INFORMATION BEHAVIOR OF STUDENTS OF MUHAMMADIYAH  
 SIDOARJO UNIVERSITY ON SOCIAL MEDIA**
*PERILAKU INFORMASI MAHASISWA UNIVERSITAS  
 MUHAMMADIYAH SIDOARJO DI MEDIA SOSIAL*

Nurhayati

Perpustakaan Universitas Muhammadiyah Sidoarjo

**ABSTRACT**

*Social media is an integral part of student life, given its enormous use as a source of information. This study examines student behavior in interacting with information using the Wilson (2000) behavioral model. This research was conducted at Universitas Muhammadiyah Sidoarjo by using a descriptive qualitative method, namely by explaining the student information behavior at Universitas Muhammadiyah Sidoarjo. Analysis of information behavior begins with an analysis of information needs. The main drivers for the creation of information needs are personal motives, namely cognitive and affective, as well as relational motives. In cognitive-based motivation, social media is used to increase knowledge which can improve self persona, both appearance and skills. The affective-based motivation is the need for sources of entertainment. Social media becoming a tool for students to express and establish their social relationship, to build an image, connecting themselves and to be a part of a group. The search for information is active, because social media provides a variety of interconnected platforms, so that information can be displayed in detail and clearly. The behavior of information utilization by students of Universitas Muhammadiyah Sidoarjo also shows their awareness of the information quality, so that a verification process is implemented to test the information accuracy.*

**ABSTRAK**

Manajemen pembinaan budaya baca dimulai dari kegiatan membaca – berpikir – menulis. Penggunaan website dapat dimanfaatkan pustakawan untuk mendorong minat baca dan menulis bagi user. Tugas pustakawan sebagai penggerak melakukan kolaborasi inovasi kreasi literasi dalam pemanfaatan perpustakaan dalam bentuk gerakan gemar membaca. Artikel ini bertujuan untuk mendeskripsikan fungsi manajemen budaya baca melalui promosi media website dan katalog digital perpustakaan IPDN. Metode yang digunakan dalam penelitian ini adalah metode kualitatif dengan studi literatur dan observasi langsung. Menggunakan pendekatan interdisipliner keilmuan. Hasil penelitian ditemukan bahwa pustakawan sebagai penggerak literasi dan perpustakaan perguruan tinggi yang memfasilitasi gerakan gemar membaca sangat berperan dalam mendukung budaya baca praja/pemustaka dalam memaksimalkan pemanfaatan perpustakaan dengan promosi melalui website menampilkan tampilan website yang menarik portal jurnal online, tampilan aplikasi kubuku, dan ebsco digunakan untuk menarik pemustaka agar tertarik membaca.

**Research Study**  
*Studi Penelitian*
**INFO ARTICLE**
 Received:  
 14 October 2022  
 Accepted:  
 28 December 2022  
 Published:  
 1 June 2023

 Correspondence:  
 Nurhayati  
 Email:  
 nurhayati@umsida.ac.id

**Keywords:**  
*Information Behavior;  
 Information Needs;  
 Information Search;  
 Information Discovery;  
 Social Media*
**Kata Kunci:**  
*Perilaku Informasi;  
 Kebutuhan Informasi;  
 Pencarian Informasi;  
 Penemuan Informasi;  
 Media Sosial*

## PENDAHULUAN

Informasi menjadi sebuah kebutuhan primer bagi manusia modern untuk menjalankan beragam aktivitasnya, mulai dari belajar, bekerja, bepergian hingga bersenang-senang. Dalam kajian LIS (*Library Information Science*), interaksi antara manusia dengan informasi disebut dengan perilaku informasi, yaitu bagaimana kita membutuhkan, menemukan, mengolah dan menggunakan/memanfaatkan informasi, dan tiap orang memiliki cara yang berbeda ketika menyikapi hal tersebut (Ford, 2017).

Media sosial menjadi bagian tak terpisahkan dari kehidupan anak muda perkotaan dalam berbagai hal, termasuk dalam memenuhi kebutuhan informasi, yang keberadaannya semakin populer semasa pandemi (Newman et al., 2021). Berdasarkan data yang dirilis dari APJII (Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia) pada tahun 2022, tingkat penetrasi internet di Indonesia mencapai 77,02%, dan 25,68% kontributornya adalah usia muda rentang 19-34 tahun, dengan tingkat penetrasi 99,26% pada pelajar dan mahasiswa. Lebih lanjut penelitian itu juga menjelaskan bahwa sebesar 98,02% memanfaatkan internet untuk mengakses media sosial, dengan dua media sosial yang paling sering diakses, yaitu *Facebook* dan *Youtube* (APJII, 2022).

Mahasiswa merupakan salah satu kelompok masyarakat yang sangat tergantung pada keberadaan media sosial, karena media sosial tidak sekadar sebagai alat tukar pesan, namun sebagai medium untuk aktualisasi diri, pertukaran informasi akademik hingga menumbuhkan jiwa wirausaha dikalangan mahasiswa. Namun ketergantungan yang begitu besar pada media sosial menimbulkan efek negatif, mulai dari rasa cemas ketika tidak bisa mengakses media sosial, depresi karena perisakan, hingga mengubah mahasiswa menjadi agen penyebar hoaks (Azka et al., 2018).

Perilaku informasi di media sosial merupakan salah satu kajian yang selalu

menarik untuk diulas, karena menghasilkan sisi baru dari perilaku manusia ketika berinteraksi dengan informasi dan teknologi yang selalu berkembang dan bagian ini akan memaparkan sejumlah penelitian terdahulu mengenai perilaku informasi mahasiswa di media sosial. Yang pertama adalah penelitian Januarti-Drakel yang meneliti perilaku mahasiswa Fispol Unsrat dalam memanfaatkan media sosial (Januarti et al., 2018). Yang menjadi pembeda antara penelitian Januarti (2018) dan penelitian ini adalah penelitian Januarti (2018) berfokus pada perilaku mahasiswa ketika berinteraksi dengan media sosial yang berpengaruh dalam membentuk perilaku dalam proses pembelajaran pada mahasiswa, pemenuhan kebutuhan berekreasi dan mengekspresikan diri pada mahasiswa serta cara berkomunikasi antar mahasiswa maupun antara mahasiswa dan dosen (Januarti et al., 2018). Sedangkan fokus penelitian ini adalah pada perilaku mahasiswa ketika berinteraksi dengan informasi pada media sosial.

Penelitian yang kedua dilakukan Nurrahmi (Nurrahmi & Syam, 2020) pada 14 mahasiswa Universitas Syiah Kuala dengan fokus penelitian pada proses interaksi mahasiswa dengan berita hoaks di media sosial. Titik perbedaan penelitian Nurrahmi (Nurrahmi & Syam, 2020) dengan penelitian ini pada muatan informasi di media sosial. Nurrahmi (Nurrahmi & Syam, 2020) membatasi pada konten hoaks, sedangkan penelitian ini tidak melakukan pembatasan, sehingga didapatkan berbagai sudut pandang dalam menganalisis perilaku informasi pada mahasiswa.

Penelitian ketiga yaitu perilaku pencarian informasi mahasiswa di *Youtube channel beauty vlogger* (Anjani & Yanto, 2019). Penelitian tersebut, berfokus pada proses pencarian informasi dengan muatan informasi yang terbatas pada konten kecantikan, sehingga sudut pandang dalam menganalisis perilaku informasi menjadi terbatas pada proses pencarian dengan konten terbatas yang

memuat informasi kecantikan saja. Sedangkan pada penelitian ini proses analisa diambil dari berbagai sudut pandang dengan menggunakan teori Wilson (2000), sehingga analisa menjadi bersifat luas.

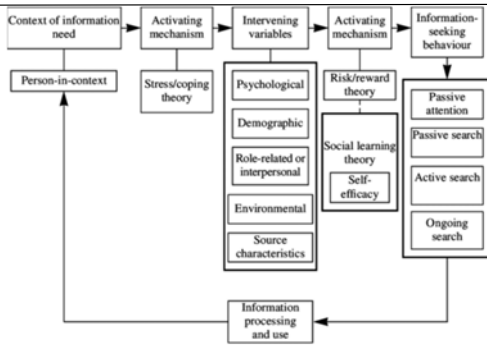
Penelitian ini dibutuhkan untuk menelaah lebih jauh perilaku mahasiswa dalam berinteraksi dengan informasi di media sosial mengingat media sosial menjadi bagian kehidupan mahasiswa dalam berkomunikasi maupun berbagi informasi, sehingga didapatkan gambaran tepat mengenai kemampuan mahasiswa dalam menganalisis informasi dan bagaimana informasi dimanfaatkan dalam kehidupan sehari-hari. Kedepannya, hasil penelitian ini dapat dipergunakan sebagai pijakan dalam perancangan kebijakan maupun program dalam meningkatkan kemampuan literasi mahasiswa, terutama dalam proses mencari, menelusur, menemukan dan memanfaatkan informasi di media sosial.

## TINJAUAN PUSTAKA

Perilaku Informasi merupakan salah satu kajian penting dalam Ilmu Informasi dan Perpustakaan yang dibutuhkan untuk mengungkap interaksi antara manusia dan informasi itu sendiri. Wilson (2000) menjelaskan perilaku informasi adalah totalitas perilaku manusia dalam kaitannya dengan sumber dan saluran informasi, termasuk pencarian informasi aktif dan pasif, dan penggunaan informasi. Dengan demikian, hal tersebut termasuk komunikasi tatap muka dengan orang lain, serta penerimaan informasi secara pasif seperti, misalnya, menonton iklan TV, tanpa adanya niatan untuk bertindak berdasarkan informasi yang diberikan. Dalam hal ini yang membedakan informasi aktif dan pasif adalah kesengajaan (Wilson, 2000b). Pada informasi aktif, individu dengan sengaja mencari informasi, maka pada pencarian pasif,

individu mendapatkan informasi secara tidak sengaja, misalnya ketika menonton *Youtube* kemudian muncul iklan yang produknya kemudian dibutuhkan, atau ketika sedang membaca laman pada *Instagram* atau *Twitter* lalu terselip iklan yang kemudian kita simpan dan kita pakai di lain waktu.

Perilaku pencarian informasi yang dilakukan secara aktif maupun pasif, tidak muncul secara tiba-tiba, tetapi didorong oleh kebutuhan terhadap informasi itu sendiri. menurut Wilson (Wilson, 1994) kebutuhan informasi bersifat subyektif yang terdiri dari tiga aspek yang mendorong motivasi seseorang untuk mencari informasi, yaitu: 1) Integrasi Personal, yang meliputi 3 aspek, yaitu: fisiologis, kognitif dan afektif; 2) *Role related*, yaitu kebutuhan informasi yang berasal dari tuntutan kerja, tuntutan sekolah maupun tuntutan peran dalam masyarakat; 3) Lingkungan, merupakan kebutuhan yang timbul dari lingkungan tempat tinggal (politik, ekonomi, teknologi, dan lain-lain) di mana dia tinggal dan bekerja. Selain kebutuhan terdapat faktor lain yang mendorong seseorang untuk mencari informasi, Wilson (Wilson, 2000a) menjelaskannya sebagai mekanisme pengaktifan yang terbagi dalam dua tahapan waktu, tahapan pertama merupakan teori *stress/ coping* sebagai suatu sebab akibat suatu informasi dibutuhkan dan perlu dipenuhi, kemudian tahapan kedua merupakan teori *risk and reward* sebagai penjelasan mengenai motivasi diperlukan untuk melaksanakan kegiatan pencarian informasi. Kebutuhan informasi, mekanisme pengaktifan dan variabel berpengaruh seperti kondisi psikologi; demografi; peran sosial; lingkungan dan karakteristik sumber merupakan faktor-faktor yang berpengaruh dalam mendorong suatu tindakan pencarian informasi. Proses perilaku informasi dapat dijelaskan dalam sebuah siklus yang digambarkan sebagai berikut ini:



Gambar 1. Model Perilaku Informasi TD. Wilson (2000)

Model yang diperkenalkan oleh Wilson (2000) ini menggambarkan siklus perilaku informasi yang dialami oleh tiap individu dalam kehidupannya. Dimulai dengan kebutuhan informasi pada tiap individu dapat mendorong mekanisme pengaktifan dalam melakukan pencarian informasi. Ada banyak hal yang dapat menjadi pemicu, yang pertama adalah teori stres dan adaptasi. Pada tahap ini, tiap individu melewati fase kritis pertama, dimana dorongan kebutuhan dengan realitas pengetahuan yang dimiliki dapat menimbulkan jurang informasi yang berujung pada terciptanya kondisi stress yang harus mampu diatasi untuk menuju fase berikut. Terdapat beberapa variabel yang mempengaruhi kebijakan seseorang untuk mengambil keputusan dalam proses pencarian informasi, diantaranya adalah psikologi, demografi, peran sosial, lingkungan dan karakteristik sumber informasi. Pada fase kedua mekanisme pengaktifan, tiap keputusan dalam pemenuhan kebutuhan informasi didorong oleh faktor resiko dan timbalan balik, yang dipengaruhi oleh kemampuan dan keyakinan diri dalam melaksanakan tindakan. Pada proses pencarian informasi terbagi dalam empat kategori, yaitu atensi pasif, pencarian pasif, pencarian aktif dan pencarian lanjutan. Tindakan selanjutnya adalah proses pengolahan dan pemanfaatan informasi yang berujung pada kemampuan seseorang untuk mereproduksi suatu

pengetahuan baru dari informasi yang diterima untuk kemudian dipergunakan dalam kehidupan pribadi maupun sosialnya.

**Media Sosial**

Media sosial yang kita lihat dan pahami saat ini adalah sebuah *platform* digital yang berfungsi sebagai sarana komunikasi dan berbagi informasi melalui konten yang berupa teks, gambar, video, audio dan lainnya, yang bersifat terbuka, interaktif dan dapat diakses oleh semua pengguna selama 24 jam penuh. Mengacu pada Brogan (dalam Iswandi Syahputra, 2019) menuturkan bahwa media sosial dapat dipahami sebagai perangkat baru untuk berkomunikasi dengan berbagai model interaksi di masyarakat. Sedangkan menurut Kaplan (2010), media sosial adalah sekelompok aplikasi berbasis internet yang dibangun atas dasar ideologi dan teknologi *Web 2.0*, yang memungkinkan terjadinya penciptaan dan pertukaran konten buatan para pengguna. Mengacu pada Gamble dan Gamble (dalam Iswandi Syahputra, 2019), media sosial mempunyai karakteristik sebagai berikut: (1) pesan yang disampaikan dari satu orang untuk semua orang; (2) penyebaran tidak melalui *gatekeeper*; (3) penyebaran pesan bersifat *real time*; (4) penerima pesan yang menentukan interaksi.

Berdasarkan riset yang dilakukan oleh APJII (2022), 89,15% pengguna internet di Indonesia mengakses media sosial dan menjadikannya sebagai konten yang paling sering diakses. Senada dengan hasil riset APJII, Reuters Institute (Newman et al., 2021) merilis hasil penelitiannya mengenai konsumsi informasi yang mengalami pergeseran dimasa pandemi, dimana 89% mengonsumsi berita secara *online* di media sosial. Media sosial dapat dibagi dalam beberapa kategori berdasarkan fungsi atau fasilitas yang ditawarkan, yaitu: 1) *Network*, yaitu media sosial yang membuat penggunanya dapat berjejaring secara virtual, contohnya adalah *Facebook, LinkedIn*, dan lain-lain; 2) *Discuss*,

yaitu media sosial yang membuat penggunaanya dapat berkomunikasi secara langsung, baik lewat text maupun suara. Contohnya: *WhatsApp, Skype, Google Talk* dan lain-lain; 3) *Share*, yaitu media sosial yang membuat penggunaanya dapat berbagi file audio, visual atau kedua-duanya. Contohnya: *Youtube, Podcast, Slideshare* dan lain-lain; 4) *Game*, yaitu media sosial yang membuat penggunaanya dapat bermain *game* secara bersama-sama, contohnya: *Legend of Legend, Mobile Legend, Saga* dan lain-lain; 5) Blog atau *Microblog*, yaitu media sosial yang membuat penggunaanya dapat berkirim pesan dalam lingkup yang terbatas, seperti: *Twitter, Instagram* dan lain-lain; 6) *Virtual conference*, yaitu media sosial yang membuat penggunaanya dapat berinteraksi secara langsung, seperti *Google Meet, Zoom* dan lain-lain.

## METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan metode kualitatif deskriptif guna mengeksplorasi perilaku informasi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dalam memenuhi kebutuhan informasinya. Penelitian kualitatif deskriptif sendiri adalah penelitian yang digunakan untuk mendapatkan pemahaman yang mendalam terhadap suatu isu/permasalahan dalam *setting* alamiahnya. Dalam penelitian ini, peneliti berusaha untuk menginterpretasikan perilaku informasi para mahasiswa dalam memanfaatkan media sosial yang dilandasi oleh kondisi psikologi, kognitif dan demografis mereka.

Data yang dipergunakan dalam penelitian ini bersumber dari dokumentasi penelitian terdahulu yang memiliki kesamaan subjek permasalahan. Data juga diperoleh dari hasil observasi dan wawancara terhadap lima narasumber, yang dipilih dengan menggunakan metode *purposive sampling* dengan memenuhi

kriteria sebagai berikut: (1) Tercatat sebagai mahasiswa aktif di Universitas Muhammadiyah Sidoarjo; (2) Rentang usia 18-24 tahun; (3) Mengakses dua atau lebih media sosial; (4) Domisili Sidoarjo. Data yang didapat dari proses studi dokumen, observasi dan wawancara akan dikelompokkan dan dikode berdasarkan konsep perilaku dari Wilson. Kode dibagi menjadi empat kategori, yaitu: (1) Kebutuhan Informasi, (2) Pencarian Informasi, (3) Evaluasi Informasi, (4) Pemanfaatan Informasi. Data yang telah mengalami proses pengkodean akan diperiksa dengan menggunakan berbagai sumber data yang berbeda (mahasiswa, akun media sosial, jurnal dan buku) untuk membangun justifikasi konsep yang diwakili oleh masing-masing kode, jika terdapat data baru dari proses triangulasi data, maka data tersebut akan ditambahkan untuk meningkatkan validitas data.

Penyajian data dilakukan secara deskriptif dengan cara mendeskripsikan *setting* dan perspektif mahasiswa pengguna media sosial yang dilandasi oleh kondisi psikologi, kognitif maupun demografi mereka. Narasi diikuti oleh kutipan wawancara untuk menunjukkan hal tersebut.

## PEMBAHASAN

### Perilaku Informasi Mahasiswa Menurut Konteks Kebutuhan Informasi

Kebutuhan informasi merupakan salah satu motif yang mendorong seseorang untuk melakukan aktivitas pencarian informasi. Menurut Wilson, kebutuhan informasi seseorang dipengaruhi oleh 3 motif, yaitu motif personal yang meliputi aspek fisiologis, kognitif dan afektif; kemudian motif sosial dan lingkungan.

*"Saya kan sukanya yang make-up..make-up gitu, terus jadinya lihat-lihat produk yang baru begitu..terus cara-cara memakai make-up begitu". iya...kan ketika juga pengen*

*tampil lebih cantik...pede....lebih pede sama diri sendiri.” (Klarissa)*

*“Kalau youtube...mungkin kalau lagi bosan atau cari hiburan baru lihat youtube. Hanya untuk cari hiburan ya youtube itu.” (Fani)*

*“Kalau dengan perkembangan zaman saat ini semua membutuhkan media sosial gitu loh bu, jadi mau tidak mau, saya harus mengikuti, nah jadinya otomatis kalau saya ingin berhubungan dengan orang lain, saya gunakan media sosial whatsapp dan yang lain karena mereka juga menggunakan.” (Adriana)*

Kutipan wawancara diatas menunjukkan bahwa perilaku informasi para informan timbul karena dorongan kebutuhannya akan informasi. Kebutuhan informasi tersebut disadari sejak awal mereka berinteraksi di media sosial sehingga aktivitas dalam perilaku informasinya dipergunakan untuk memenuhi segala kebutuhannya akan informasi, dan kebutuhan itu didominasi oleh motif personal dan motif sosial dari masing-masing informan. Pada Motif personal aspek kognitif dan afektif mendominasi kebutuhan informasi para informan dengan kebutuhan kognitif yang mendorong mereka untuk belajar suatu keahlian atau keterampilan yang diperlukan mereka untuk meningkatkan persona diri, kemampuan personal, pendidikan, hobi, ekonomi dan lain-lain. Untuk aspek afektif yang merupakan sisi emosional yang perlu dipuaskan melalui hiburan, maka media sosial dipergunakan untuk mencari informasi atau tontonan yang bersifat menghibur, seperti berita infotainment, acara lawakan atau film.

Relasi sosial menjadi salah satu aspek dominan lainnya yang mendorong mahasiswa mempergunakan media sosial, dalam hal ini motif tersebut berasal dari lingkup pertemanan, baik dalam komunitas nyata atau maya. Mahasiswa merupakan kelompok yang memiliki ketergantungan tinggi untuk berada

dalam lingkup komunitasnya, sehingga mendorong mereka untuk terus belajar mengenai hal-hal baru yang berkaitan dengan komunitasnya, agar selalu terhubung dan menjadi bagian dari komunitas tersebut. Media sosial memberikan ruang nyaman dan aman bagi mahasiswa untuk mengekspresikan diri (Fadhil Pahlevi Hidayat, 2020), termasuk cara bagi mereka untuk merasa terhubung, membangun dan mengembangkan hubungan dengan orang-orang yang ada disekitarnya, sehingga tendensi ketergantungan terbentuk sesuai dengan kondisinya (Azka et al., 2018). Tendensi ketergantungan mahasiswa dengan media sosial juga mencerminkan kondisi psikologisnya, termasuk mendorong perilaku informasinya dengan perilaku *compulsive user*, berupa keinginan untuk selalu mengecek setiap tanda notifikasi yang berisikan info terbaru dari media sosialnya, dan mendorong perilaku pencarian informasi secara aktif dan pasif.

### **Mekanisme Pengaktifan**

Kebutuhan informasi tidak serta merta mendorong perilaku pencarian informasi seseorang karena terdapat faktor lain yang mendorong aktivitas pencarian tersebut. Wilson memperkenalkan teori *Stress and Coping* sebagai mekanisme pengaktifan pertama. Teori ini berangkat dari pengamatan mengenai kondisi psikologis seseorang yang kemudian memicunya untuk mencari dan menggali informasi secara mendalam.

*“Jadi saya itu merasa saya itu kurang update begitu loh. Jadi ada tantangan saya harus sering baca-baca...sering cari informasi yang terkini seperti itu.” (Adriana)*

*“Tidak sesuai harapan karena kadang kita ngiranya merasa benar tentang penulisan itu, ternyata itu nggak. Trus tulisan itu dipikir lebih gampang yaa..ternyata kok lebih rumit gitu.” (Fanny)*

Kutipan wawancara diatas menunjukkan bahwa jurang informasi timbul karena

kurangnya informasi atau pengetahuan yang dimiliki dapat menyebabkan ketidakpastian. kondisi riil yang tidak sesuai harapan dapat menyebabkan stress apabila melewati ambang batas, sehingga diperlukan upaya dalam menghadapi dan mengatasinya. Perilaku pencarian informasi aktif tercipta sebagai konsekuensi dari keadaan tersebut, sebagai upaya untuk mengatasi jurang informasi yang mampu menghambat kehidupan personal maupun media sosial seseorang, baik di komunitas nyata maupun komunitas maya.

Resiko dan imbalan merupakan mekanisme pengaktifan kedua yang berkaitan dengan resiko apa saja yang akan diterima seseorang apabila melakukan pencarian informasi, serta imbalan apa yang bakal didapat dari proses kegiatannya tersebut.

*"Iya..karena wajah saya kan berjerawat gitu...kalau nanti bikin dimuka jelek..nanti mukanya hancur....jadi tetap dicari sampe tahu." (Klarissa)*

*"Iyaa...maksudnya kalau kita ketinggalan kan gak nyambung, jadinya harus mengikuti." (Adriana)*

*"Karena untuk lomba..itukan kayak nyari sesuatu yang disesuaikan sekali sama teknik-teknik penulisan yang baik dan benar. Informasi ini dicari bener, apa sudah sesuai atau belum." (Fanny)*

Kutipan wawancara diatas menunjukkan bahwa kegiatan pencarian informasi yang dilakukan secara terus menerus dan mendalam diperlukan untuk meminimalisir resiko dari apa yang dikerjakan. Imbalan yang didapat berupa kepuasan secara personal ketika apa yang dikerjakan berhasil, mendorong mereka mencari informasi secara mendalam. Kesuksesan secara akademik dan non akademik, kepercayaan diri, hubungan interpersonal, bisnis dan lain-lain menjadi pintu pendorong bagi mereka dalam mengakses informasi secara rutin dan mendalam.

### Perilaku Pencarian Informasi

Perilaku pencarian informasi merupakan serangkaian tindakan yang dilakukan untuk mendapatkan informasi, secara sadar maupun tidak untuk memenuhi kebutuhan informasinya. Perilaku pencarian informasi terbagi dalam dua kategori, yaitu perilaku pencarian aktif dan pasif. Pada perilaku pencarian informasi aktif, maka tindakan pencarian informasi dilakukan secara sengaja sebagai bentuk pemenuhan kebutuhan informasinya, yang kemudian dilanjutkan dengan pencarian informasi berkelanjutan.

*"Kalau saya seh seperti pas kehabisan ide kayak editing gitu. Transisi apa yang masuk..cari-cari kayak gitu. Editor-editor di youtube kayak gitu...trus coba diterapin pas ato ndak...kayak gitu saya bu." (Farhan)*

*"Kayak jenuh gitu...bisa scrool-scrool tadi itu. Di waktu luang gitu. Kalo gak gitu cari info-info juga. Lebih banyak ke instagram cari referensinya gitu." (Berlian)*

Dari hasil wawancara, para informan menunjukkan perilaku pencarian aktif, dengan menunjukkan adanya niatan awal untuk mencari informasi di media sosial, yang kemudian berlanjut dengan pencarian secara intensif untuk menemukan informasi yang benar-benar dibutuhkan. Informasi yang didapat melalui proses penggalian informasi tidak selalu sesuai dengan apa yang diharapkan, tapi beberapa informan mengaku informasi yang diperoleh tetap memperkaya pengetahuan mereka.

*"Iya...meskipun terkadang pas nyari itu ada..apa yaa,,tapi ya nggak papa... nanti itu nambah ilmu biar tahu..seperti itu." (Fanny)*

*"Iya....benar-benar dicari aja...meski akhirnya gak cocok dimuka, tapi paling gak kan tahu..." (Klarissa)*

Pada proses penelusuran lanjutan, terdapat dua pola yang dilakukan umum digunakan, dengan menggunakan mesin pencarian atau bertanya pada komunitas yang diikuti.

*"Lewat hastag-hastag, lain lagi tutorial make up gitu. Dari instagram nanti diarahkan ke Youtube. Kadang dikasih linknya gitu. Instagram itu kayak cuplikannya gitu..biar apa ya...mengiming-imingi gitu..biar ke Youtube orangnya." (Berlian)*

*"Jadi kalau tiba-tiba kucingnya muntah gitu, nanti ngetik keywordnya kucing muntah gitu ....nanti ketemu banyak QNA gitu tadi di base jadi gak langsung nanya ke base. Kalau ada jawaban sebelumnya kan, ngapain nanya lagi...nanti menunggu jawaban lagi kan kalau nanya lagi." (Wanda)*

*"Kalau saya merasa tertarik dengan yang di iklankan, saya langsung ke kontak personnya, jadi saya langsung intens berkomunikasi, beda kalau melalui kontak personal website, disitu juga ada jam kerja, jadinya kalau ada kontak personnya saya langsung menghubungi kontak personnya." (Adriana)*

Pada kutipan di atas menunjukkan bahwa proses pencarian informasi dapat dilakukan melalui dua cara, yang pertama dengan menggunakan fasilitas pencarian, ada beberapa yang menggunakan fasilitas *hastag* (#) yang merujuk pada *link* yang lebih lengkap, atau dengan memanfaatkan fasilitas tanya jawab (*QnA*) yang tersedia di beberapa komunitas maya. Yang kedua dengan cara bertanya langsung pada narasumber, baik melalui forum diskusi atau berkomunikasi langsung dengan *leader*, admin dan narasumber yang dianggap memiliki pengetahuan lebih dibandingkan mereka.

Proses pencarian informasi dapat berlangsung dengan menggunakan lebih dari satu aplikasi, mengingat sifatnya yang kolaboratif sehingga dapat digunakan untuk melakukan penelusuran lebih lanjut dari *platform* yang berbeda jenis dan fungsinya. Adapun hambatan yang umum terjadi pada proses pencarian informasi, lebih dikarenakan kesulitan menentukan subyek pencarian, permasalahan *typo*, kata kunci yang kurang tepat dan sejenisnya.

*"Biasanya kata kunci yang kurang tepat. Udah itu aja sih." (Wanda)*

*"Dalam proses pencarian ...ada pasti yaa, kayak misalnya..apa ya namanya...kayak ngerjakan skripsi itu kan dokumennya itu tidak lengkap, trus butuh gambaran kayak ini..ini.. itu...sejelas itu, ternyata nyari kok kayak buntu..kayak susah sekali kalo nyari. Ya masih sekitar itu." (Fanny)*

*"Pas kita masukkan kata kunci itu kadang isinya nyeleneh gitu ...kita maunya ini...keluarnya beda..kayak gitu. Kadang tulisannya typo." (Farhan)*

Hambatan tersebut umumnya terjadi karena pengetahuan literasi, terutama mengenai penelusuran informasi masih minim, sehingga para informan mengalami kesulitan memperoleh informasi yang tepat, akurat dan cepat.

### Perilaku Penemuan Informasi

Perilaku Penemuan informasi atau yang juga dikenal sebagai pencarian informasi pasif merupakan perilaku pencarian informasi yang dilakukan tanpa sadar, berasal dari proses rutinitas keseharian ketika berinteraksi dengan informasi. Ada dua tipe perilaku penemuan pasif, yaitu *passive attention* dan *passive seeking*. *Passive attention* merupakan penemuan informasi yang diperoleh ketika melihat iklan, sedangkan *passive seeking* merupakan penemuan informasi yang diperoleh dari proses rutinitas membaca berita.

*"Saya biasanya suka scrolling instagram, scrolling youtube, disitu banyak sekali informasi. Tiba-tiba itu banyak muncul iklan-iklan, orang sudah banyak mencari pencarian tersebut, karena itu cara ter gampang, mereka beri informasi disitu, terus linknya apa, akhirnya saya coba browsing sendiri, disitu saya telusuri sendiri." (Adriana)*

*"Iya...sering....jadi tiba-tiba nemu iklan...trus dicari-cari. Membuat lapar mata...hahaha.." (Klarissa)*

*"Pernah..jadi pas scrolling itu kadang nemu bahasa korea gitu. tentang huruf-hurufnya atau angka-angka gitu, trus di markah atau*



*kalau gak di like gitu trus saya simpan.”*  
(Wanda)

Dalam penemuan informasi, ada tiga tindakan yang biasa dilakukan oleh para informan, yaitu: a) informasi langsung ditandai dengan markah dan *like* kemudian disimpan dan dipergunakan dilain waktu; b) informasi temuan berlanjut menjadi penelusuran lanjutan; c) informasi temuan tidak ditindaklanjuti.

*“Sering...kalau itu menurut saya penting, trus saya like, saya marka trus saya simpan di akun sendiri. Gitu. Jadi terkumpul gitu, jadi kalau suatu saat pengen, saya buka-buka lagi informasinya.”* (Wanda)

*“Kalau saya merasa tertarik dengan yang saya iklankan, saya langsung ke kontak personnya, jadi saya langsung intens berkomunikasi, beda kalau melalui kontak personal website, disitu juga ada jam kerja, jadinya kalau ada kontak personnya saya langsung menghubungi kontak personnya.”* (Adriana)

*“Kalau beritanya gak menarik ya gak kita cari bu, kalau beritanya menarik yaa kita cari lebih lanjut. Kalau gak menarik ya kita skip bu.”* (Farhan)

Perilaku penemuan informasi dapat berlanjut menjadi pencarian informasi lanjutan, apabila berita atau informasi yang terlintas merupakan bagian dari kebutuhan informasi para informan, dan proses juga dapat terhenti ketika mereka merasa bahwa informasi temuan tidak menarik perhatian mereka. Penelusuran lanjutan yang dilakukan oleh para informan sering berlanjut di *web*, ketika informasi yang mereka cari ternyata tidak mereka temukan di media sosial.

### **Perilaku Pengolahan dan Penggunaan Informasi**

Informasi yang didapat dari proses pencarian maupun temuan tidak selalu diolah, dimanfaatkan untuk kemudian dibagikan

kembali. Karena tidak semua informasi mempunyai kualitas yang layak untuk dibagikan kembali, contohnya informasi *hoaks*, berita gosip, dan lain-lain. Kemampuan kognitif mahasiswa disini berperan untuk menentukan kelayakan suatu informasi dengan uji relevansi, akurasi, ketepatan waktu/ keterbaruan dan kelengkapannya.

*“Itu kejadiannya kalau saya lagi scrolling instagram, atau telegram itu, biasa ada website-website berguna bagi anda. Ada banyak website-website tentang pengetahuan apa atau website sekedar berita-berita seru gitu...atau berita-berita terkini, tapi saya juga sering merasa bosan. Karena berita-berita yang di update disini ternyata gak sering untuk dibicarakan, akhirnya saya tinggal, saya cari topik yang kiranya hits saat ini dan sedang dibicarakan orang lain.”* (Fanny)

*“Kalau di twitter kan ada tren yang viral-viral gitu, karena kalo ini berita belum ada ditayangkan-tayangan kayak liputan 6 gitu, saya itu ragu untuk mempercayai itu berita benar atau tidak.”* (Farhan)

*“Iya...kita search dulu di google, kalau gak gitu di TV.”* (Berlian)

*“Karena beberapa kali muncul dan saya lihat komennya kan, ternyata komennya itu..gak benar itu...banyak yang kayak gitu, jadi ya udah, dilewat aja.”* (Fanny)

Proses analisis dan evaluasi suatu informasi diperlukan untuk menilai kualitas suatu informasi, berdasarkan hasil wawancara para informan menjelaskan bahwa sebelum informasi dipergunakan maka informasi dipelajari dulu relevansinya dengan kebutuhan; keterbaruan isu; asal sumber informasi, termasuk hasil review dari banyak pengguna untuk menyakini informasi tersebut benar dan akurat. Mereka sadar pentingnya evaluasi kualitas informasi, terutama dalam segi akurasi informasi, agar tidak terjebak dengan informasi *hoaks* yang umum diproduksi untuk menyesatkan pembacanya. Verifikasi informasi

diperlukan sebagai bentuk perilaku kritis dengan membandingkan informasi yang diterima dari berbagai sumber. Informasi yang didapat tidak lolos dalam proses verifikasi informasi, maka tidak akan diteruskan proses penelusurannya untuk dimanfaatkan dan dibagikan ulang melainkan dijadikan sebagai pengetahuan baru mengenai ciri-ciri suatu informasi palsu atau *hoaks*. Temuan ini berbanding terbalik dengan hasil studi Nurrahmi (Nurrahmi & Syam, 2020) mengenai rendahnya *self efficacy* dikalangan mahasiswa yang menyebabkan mereka enggan untuk melakukan verifikasi informasi. Kalaupun verifikasi dilakukan tidak semua informasi yang diterima melalui proses verifikasi, hal ini terkait dengan kecenderungan pada pilihan informasi yang sering diakses dan diterima, sehingga verifikasi yang dilakukan merupakan verifikasi internal atau berbasis komunitas. Dengan kondisi demikian tersebut menyuburkan perilaku penyebaran *hoaks*.

Disamping itu, data temuan juga menunjukkan bahwa media sosial bukanlah referensi utama sebagai sumber informasi para informan, melainkan *website* melalui bantuan *search engine* seperti *google*, kemudian media sosial massa dan televisi.

*"Iya...kan kalau di twitter itu kan pengalaman pribadi yaa ...jadi lebih sederhana solusinya. Kalau di google itu lebih rumit gitu. Trus banyak iklan-iklan dokter hewan gitu."* (Wanda)

*"Tergantung informasinya...kalau untuk kuliah pasti cari di google...pasti gitu kan. Sekarang lebih fokusnya ke skripsi gitu pasti cari informasinya juga di google gitu. Kayak contoh-contohnya...kayak kerangkanya seperti apa, jurnal-jurnal seperti itu."* (Fanny)

Kemampuan kognitif mahasiswa yang jauh lebih baik bila dibandingkan dengan kemampuan para pelajar mempengaruhi keputusan dalam menilai kualitas informasi dan bagaimana memanfaatkannya untuk

memenuhi kebutuhan informasinya. Berdasarkan kutipan wawancara di atas juga menunjukkan bahwa media sosial dan *search engine* seperti *google* jauh lebih dipercaya mampu memberikan informasi yang akurat dan terpercaya, namun hal tersebut tidak mengurangi kekuatan media sosial sebagai salah satu sumber pencarian informasi, karena media sosial dipercaya mampu memberikan jawaban instan atas suatu pertanyaan. Namun dalam hal ini, kualitas informasi tetap menjadi pertimbangan terpenting ketika suatu informasi hendak dimanfaatkan maupun dibagikan, karena kualitas informasi sangat berpengaruh dalam menentukan keberhasilan seseorang dalam mencapai tujuannya.

## KESIMPULAN

Penelitian mengenai perilaku informasi mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo di media sosial ini didapatkan beberapa temuan, yang pertama mengenai analisis kebutuhan informasi yang menunjukkan bahwa setiap informan didorong oleh kebutuhannya untuk mendapatkan informasi, dan hal tersebut disebabkan oleh motif personal, yaitu kebutuhan untuk belajar (kognitif) dan hiburan (afektif). Kemudian relasi media sosial, yaitu lingkup pergaulan, baik dalam lingkup kehidupan keluarga, maupun komunitas.

Pada proses pencarian informasi, baik pencarian informasi aktif dan pasif, para informan menggunakan pengetahuannya yang terbatas pada proses penelusuran digital, sehingga pada beberapa kesempatan, mereka mengalami kesulitan dalam mencari informasi yang dibutuhkan. Penelusuran lanjutan lebih sering dilakukan, karena setiap informasi yang dibagikan di media sosial tidak ada yang sia-sia. Pengetahuan yang tidak sesuai dengan kebutuhan mereka, menjadi pengetahuan baru bagi mereka. Proses pencarian informasi di

media sosial umumnya melalui empat cara, yaitu: a) melalui proses penelusuran dengan memanfaatkan *hashtag-hashtag* yang telah tersedia; b) melalui penelusuran tanya jawab *QnA*; c) melalui proses diskusi di komunitas; dan d) melalui kontak langsung pada narasumber, *leader* atau rekan senior yang dianggap mampu menjawab kebutuhan informasi mereka.

Pada penemuan informasi, ada tiga tindakan yang umum dilakukan para informan, yaitu: a) informasi langsung ditandai dengan markah dan *like* kemudian disimpan dan dipergunakan di lain waktu; b) informasi temuan berlanjut menjadi penelusuran lanjutan; c) informasi temuan tidak ditindaklanjuti.

Pada tahapan pengolahan dan penggunaan informasi, para informan menganalisa setiap informasi temuan dengan cara mereview setiap informasi yang masuk proses analisa tersebut, tidak hanya menguji kualitas berita, tapi juga kegunaannya. Analisa dilakukan dengan mengecek sumber asal, konteks yang dimuat, keterbaruan isu dan hasil review dari pengguna lainnya.

## SARAN

Seiring dengan perkembangan teknologi informasi dan komunikasi, pemanfaatan media sosial sebagai alat pencarian informasi merupakan suatu keniscayaan yang tak dapat dihindari. Karena itu pengetahuan literasi mengenai media sosial amat dibutuhkan saat ini. Pengetahuan ini mencakup etika bermedia sosial, kemampuan dalam menelusur sumber-sumber informasi, kemampuan mengevaluasi sumber-sumber informasi, kemampuan mengolah dan memanfaatkan informasi. Kemampuan tersebut diperlukan agar mahasiswa Universitas Muhammadiyah Sidoarjo dapat

memanfaatkan media sosial dengan bijak, dan memaksimalkan potensi media sosial untuk berkolaborasi, berjejaring dan berpartisipasi secara aktif.

## DAFTAR PUSTAKA

- Anjani, D., & Yanto, A. (2019). PERILAKU PENCARIAN INFORMASI MAHASISWA DI YOUTUBE CHANNEL BEAUTY VLOGGER. In *Jurnal Ilmu Perpustakaan dan Informasi* (Vol. 4, Issue 2).
- APJII. (2022). *Profil Internet Indonesia 2022*.
- Azka, F., Firdaus, D. F., & Kurniadewi, E. (2018). Kecemasan Sosial dan Ketergantungan Media Sosial pada Mahasiswa. *Psymphathic: Jurnal Ilmiah Psikologi*, 5(2), 201–210. <https://doi.org/10.15575/psy.v5i2.3315>
- Fadhil Pahlevi Hidayat. (2020). Aktualisasi Diri Mahasiswa di dalam Media Sosial Instagram. In R. H. Chaniago...et.all (Ed.), *Budaya Komunikasi dan Teknologi* (pp. 9–11). Universiti Pendidikan Sultan Idris. [http://repository.umsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/14673/FPH\\_Proseiding\\_Budaya\\_Komunikasi.pdf?sequence=1](http://repository.umsu.ac.id/bitstream/handle/123456789/14673/FPH_Proseiding_Budaya_Komunikasi.pdf?sequence=1)
- Ford, N. (2017). Introduction to Information Behaviour. In *Introduction to Information Behaviour*. <https://doi.org/10.29085/9781783301843>
- Iswandi Syahputra. (2019). *Media Relations: Strategi, Praktik dan Media Intelijen* (1st ed.). Rajawali.
- Januarti, D. W., Pratiknjo, M. H., & Muliarti, T. (2018). Perilaku Mahasiswa Dalam Menggunakan Media Sosial di Universitas Sam Ratulangi Manado. *Journal Unair*, 21, 1–20.
- Newman, N., Fletcher, R., Schulz, A., Andi, S., Robertson, C. T., & Kleis Nielsen, R. (2021). *The Reuters Institute Digital News Report 2021*.
- Nurrahmi, F., & Syam, H. M. (2020). Perilaku Informasi Mahasiswa dan Hoaks di Media

- Sosial. *Communicatus: Jurnal Ilmu Komunikasi*, 4(2), 129–146.  
<https://doi.org/10.15575/cjik.v4i2.9215>
- Wilson, T. D. (1994). Information needs and uses: fifty years of progress? *Fifty Years of Information Progress: A Journal of Documentation Review, January 1994*, 15–51.  
<http://informationr.net/tdw/publ/papers/1994FiftyYears>
- Wilson, T. D. (2000a). Human Information Behavior. *Informing Science*, 3(2).  
<http://informationr.net/tdw/publ/papers/2000HIB.pdf>
- Wilson, T. D. (2000b). Human information behavior. *Informing Science*, 3(2), 49–55.  
<https://doi.org/10.28945/576>