

# njlisOK

*by* Njlisok Njlisok

---

**Submission date:** 25-Sep-2020 04:47PM (UTC+0700)

**Submission ID:** 1396667033

**File name:** masi\_Pustakawan\_di\_Era\_Media\_Sosial\_NJLIS-Endang\_Fatmawati.docx (802.71K)

**Word count:** 6309

**Character count:** 43477



## **Kompetensi Literasi Informasi Pustakawan di Era Infodemic dan Media Sosial**

### *Librarian Information Literacy Competency in Infodemic and Social Media Age*

**Endang Fatmawati**

Universitas Diponegoro, Semarang  
e-mail: [endangfatmawati@live.undip.ac.id](mailto:endangfatmawati@live.undip.ac.id)

#### 2 **ARTICLE INFO**

*Article history*

Received [25, September, 2020]

Revised [date, month, 2020]

Accepted [date, month, 2020]

Available Online [date, month, 2020]

#### **ABSTRACT**

*The purpose of writing is to bring up creative librarian ideas and provide problem-solving strategies related to the circulation of hoax in the social media era. High rapid social media and internet access users are not accompanied by literacy competencies. One of the efforts to build a knowledge ecosystem is through increasing information literacy competencies. In the context of libraries, social media influences the relationships and social interactions carried out by librarians. The wave of information that is not necessarily accurate is increasingly being spread through social media. Library information sources can be disseminated through social media applications with various platforms. His practice in the library is building scientific communication, knowledge management, promotion, marketing, and publication. Due to the rapid dissemination of information, librarians are expected to have the sensitivity and expertise in packaging information, disseminating it through social media, cleverly sorting and choosing, and wisely using it. The problem-solving strategy that exists in the era of social*

---

*media for librarians to be able to surf the internet is healthy information literacy competence.*

*Keyword: information literacy, competence, hoax, infodemic, social media*

---

Kata Kunci: literasi informasi, kompetensi, hoaks, infodemic, media sosial

---

#### **ABSTRAK**

Tujuan penulisan untuk memunculkan gagasan kreatif pustakawan dan memberikan strategi pemecahan masalah terkait dengan beredarnya informasi hoaks di era media sosial. Tingginya akses internet dan pesatnya pengguna aktif media sosial tidak dibarengi dengan kompetensi literasi. Padahal salah satu upaya membangun ekosistem pengetahuan adalah melalui peningkatan kompetensi literasi informasi. Dalam konteks perpustakaan, media sosial berpengaruh pada relasi dan cara berinteraksi sosial yang dilakukan oleh pustakawan. Gelombang informasi yang belum tentu akurat semakin terasa masif penyebarannya melalui media sosial. Sumber informasi perpustakaan dapat didesiminasikan melalui aplikasi media sosial dengan berbagai platform. Praktiknya di perpustakaan adalah membangun komunikasi ilmiah, pengelolaan pengetahuan, promosi, pemasaran, serta publikasi. Oleh karena penyebaran informasi demikian pesat, maka pustakawan diharapkan memiliki kepekaan dan kepiawaian dalam mengemas informasi, menyebarkan melalui media sosial, cerdas memilah dan memilih, maupun bijak dalam menggunakannya. Strategi pemecahan masalah yang ada di era media sosial bagi pustakawan agar dapat berinternet sehat adalah memiliki kompetensi literasi informasi.

---

#### **A. PENDAHULUAN**

Sekilas memang tidak ada hubungannya antara profesi pustakawan dengan informasi hoaks yang beredar di internet. Sekalipun ketentuannya tidak ada dalam aturan tugas pokok dan fungsi (tupoksi) dan perundangan, tetapi pustakawan setidaknya memiliki tanggung jawab moral dalam memberikan pendidikan pemustaka. Pustakawan bisa berperan luas sebagai pegiat literasi. Terlebih dengan hadirnya media baru ditandai dengan akses informasi yang begitu mudah dan sangat cepat. Internet sebagai media baru bagaikan “*man*

*behind the gun*". Hal ini mengandung arti bahwa ada dampak positif dan negatif yang ditimbulkan. Masifnya penyebaran informasi hoaks di media sosial seiring dengan tumbuh pesatnya pengguna *smartphone* berbasis Android, iOS, maupun Windows.

Dalam perkembangannya, pengguna internet di Indonesia ternyata telah menjadikan *platform* media sosial yang paling banyak dipakai. Majunya aspek Teknologi Informasi dan Komunikasi (TIK) mengindikasikan suatu kondisi dalam era revolusi industri. Kondisi ini membuat perilaku yang tidak mungkin lepas dari ketergantungan pada teknologi informasi. Kemampuan internet dalam menjangkau yang bukan hanya secara verbal namun juga visual, menjadikan internet mempunyai peran sangat penting dalam komunikasi. Informasi di era media sosial seperti ada di "ujung jari". Apalagi informasi kini menjadi kebutuhan pokok setiap orang. Pesatnya perkembangan media sosial, menjadi pemantik setiap orang untuk menjadi sumber berita/penyampai pesan (komunikator).

Era media sosial membuat setiap orang semakin mudah mendapatkan informasi, dapat melakukan apa saja, memproduksi dan mengonsumsi informasi, maupun menyebarkan informasi secara luas. Hal ini jelas berdampak pada komunikasi virtual tanpa batas sehingga harus disadari bahwa dunia terasa ada dalam genggamannya kita. Fenomena munculnya hoaks dan berita yang dibangun tidak berdasarkan fakta (*fake news*), telah menjadi hiasan dalam era media sosial. Sebagai contoh saat pandemi Covid-19 adalah fenomena infodemik. Dampak munculnya *information pandemic (infodemic)* adalah juga sama berbahayanya dengan virusnya sendiri. Infodemik menjadi wabah informasi yang sengaja diproduksi oleh oknum tertentu dan disebarluaskan dengan motif tertentu. Hal ini terkait dengan informasi yang berlebihan terkait Covid-19 dan belum tentu isi informasinya valid. Masyarakat akhirnya merasa panik, takut, maupun khawatir yang berlebihan, padahal informasinya belum tentu benar. Bahaya infodemik akan semakin mengerikan di tengah akses internet yang murah dan mudah. Contoh sederhana banyaknya WAG yang dimiliki pustakawan, sehingga bisa jadi ada kesamaan informasi yang diperoleh dari WAG satu dengan WAG lainnya. Informasi sampah menjadi banyak, begitu pula informasi yang isinya hanya berita bohong (*hoax*) semakin mudah masuk di ponsel kita. Belum lagi oleh setiap anggota grup WA yang bisa bebas mengunggah informasi. Dengan demikian, semakin besar pula peluang tersebarnya infodemik Covid-19.

Adanya tsunami informasi saat ini menyebabkan berita yang hadir menjadi tidak terbandung lagi, sehingga seharusnya membutuhkan kompetensi literasi informasi

masyarakatnya. Pustakawan sebagai bagian dari masyarakat bisa mengambil peran untuk berkontribusi luas dalam mengedukasi pemustaka. Hal ini karena pustakawan sebagai unsur utama dalam mengelola informasi dan bertanggung jawab atas keluar masuknya informasi di perpustakaan. Wujud konkritnya harus ada ketegasan setiap individu dalam berinternet maupun wajib berhati-hati dengan lebih selektif dalam mengkonsumsi dan menyebarkan informasi yang terus hadir berkelindan di media sosial.

Oleh karena sedemikian berpengaruhnya peran pustakawan dalam melawan hoaks di era media sosial, maka membutuhkan gagasan kreatif sebagai strategi yang solutif. Identifikasi masalahnya antara lain:

- Maraknya infodemik Covid-19, hoaks, dan *fake news* dalam berbagai *platform* yang mewarnai media sosial sehingga meresahkan masyarakat;
- Banyaknya informasi yang tidak jelas kredibilitas dan kebenarannya maupun meragukan sumbernya;
- Ada sebagian masyarakat yang bersikap kritis bukan pada fakta tetapi sekedar mempertahankan keyakinannya saja;
- Pemustaka belum semuanya memiliki kepiawaian dalam menyaring, memilih, memilah, maupun mengevaluasi informasi secara cerdas;
- Ada sebagian pustakawan yang masih terjebak berkuat pada rutinitas pekerjaan yang bersifat teknis sehingga belum mampu berperan luas maupun berkontribusi dalam mengedukasi masyarakat terkait melawan hoaks.

Terkait dengan fenomena maraknya hoaks di era media sosial dan beberapa identifikasi masalah yang dikemukakan, maka artikel ini membahas tentang kondisi pengguna internet di Indonesia, infodemik dalam era media sosial, tinjauan normatif, kompetensi literasi informasi, serta strategi pustakawan di era media sosial.

## **B. TINJAUAN PUSTAKA**

### **1. Kondisi Pengguna Internet di Indonesia**

Penulis berpendapat bahwa dalam konteks di Indonesia, tingginya jumlah pengguna internet itu turut berpengaruh dan mendukung jumlah pengguna media sosial (Fatmawati, 2017, 2018). Dari tahun ke tahun, pertumbuhan pengguna internet terus mengalami kenaikan yang signifikan. Pengguna internet yang dimaksud sebagaimana dalam survei APJII (2018) bahwa:

*“Individu yang tersambung internet baik dari dalam rumah maupun dari tempat lainnya, dari perangkat apa saja baik itu dari komputer atau perangkat mobile atau perangkat lainnya, milik sendiri atau tidak”.*

Data pengguna internet yang penulis sarikan dari data APJII, diketahui bahwa pada tahun 2014 (88,1 juta jiwa), tahun 2015 (110,2 juta jiwa), tahun 2016 (132,7 juta jiwa), serta tahun 2017 (143,26 juta jiwa). Selanjutnya untuk tahun 2018 ternyata terus meningkat pesat sebesar 171,17 juta jiwa orang telah menggunakan internet. Realitas ini berarti menunjukkan pengguna internet di Indonesia pada tahun 2018 sudah sebesar 64,8% (dari total jumlah populasi sebesar 264,16 juta orang). Dominasi pengguna internet terbanyak adalah di pulau Jawa yang jumlah penggunanya 55,7%. Selanjutnya untuk persentase kontribusi pengguna internet paling banyak yang tersebar di pulau Jawa adalah provinsi Jawa Barat yaitu sebesar 16,7%.

Sisi lainnya terkait gaya hidup berbelanja online, bahwa data dari Indonesia Mobile Habit (JAKPAT.NET, 2017) masih menunjukkan kondisi penggunaan *smartphone* untuk keperluan belanja yang menduduki peringkat terakhir. Namun dari survei digital (Januari 2020), ternyata sudah mengalami kenaikan signifikan dengan posisi ketiga (66%). Jika dianalisis bahwa era media sosial telah mempengaruhi perilaku pengguna internet di Indonesia untuk berbelanja online. Apalagi pada situasi pandemi wabah non alam Covid-19 dengan segala kebijakan pemerintah yang digulirkan. Kondisi pandemi memaksa masyarakat belanja dari rumah, sehingga secara tidak langsung turut menguatkan perilaku masyarakat dengan model berbelanja berbasis online. Terkait perilaku berbelanja online, didukung pula dengan data APJII (2018) bahwa ada internet yang kontennya bersifat komersial dan sering dipakai dalam aktivitas membeli barang maupun berbagai jasa online. Hal ini adalah Shopee, Bukalapak, Lazada, kemudian disusul Tokopedia. Jadi dapat disimpulkan bahwa naiknya jumlah pengguna internet tiap tahun akan berbanding lurus dengan kenaikan pengguna media sosial.

Mengkritisi kondisi yang demikian, berarti internet sebetulnya merepresentasikan bagian potret gaya hidup masyarakat kita. Mereka cenderung konsumtif menggunakan internet untuk mengakses media sosial (seperti: komunikasi lewat pesan, mengisi waktu luang, menonton film/video, berbelanja online, dan yang lainnya. Bahkan nampak penggunaan untuk kategori media sosial (Gambar 1) yang menempati porsi urutan kedua (18,1%), setelah aktivitas media sosial yang digunakan untuk komunikasi lewat pesan (24,7%).



Gambar 1. Alasan Utama Menggunakan Internet  
(Sumber: APJII, 2018)

Hubungan internet dengan profesi pustakawan dan keberadaan perpustakaan, adalah pustakawan dapat mengetahui perkembangan pengguna internet dan perpustakaan mengakomodir dengan menyediakan fasilitas pendukung untuk akses internet bagi pemustaka. Cara yang dilakukan masyarakat agar bisa terhubung dengan internet ada banyak sekali. Hal ini misalnya: dengan paket data/kuota dari operator seluler, memakai internet di rumah, pergi ke rumah teman/tetangga, memanfaatkan koneksi internet di sekolah/kampus, mendayagunakan wifi perpustakaan, menggunakan koneksi internet di kantor, memakai koneksi wifi di ruang publik, pergi ke kafe/restoran yang ada wifi, pergi ke warnet, maupun cara lainnya. Selanjutnya pada Gambar 2 terlihat penggunaan media sosial yang sangat beragam.



28 Gambar 2. Kategori Penggunaan Sosial Media  
(Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-global-digital-overview>)

Dari Gambar 2 nampak bahwa penggunaan *smartphone* untuk keperluan *chat* berada pada peringkat pertama, baru kemudian disusul dengan aktivitas lainnya. Kondisi ini tidak mengherankan karena data dari APJII pada tahun 2017 saja, sudah diketahui bahwa aktivitas *chatting* di media sosial menempati porsi tertinggi (89,35%). Begitu pula terkait

pemanfaatan internet bidang gaya hidup yang penggunaannya untuk kategori media sosial, menempati porsi tertinggi sebesar 87,13%.

Era media sosial berdampak pada perilaku individu untuk selalu terhubung dengan internet, baik itu melalui perangkat komputer dekstop, komputer laptop, *smartphone*/ponsel, maupun tablet. Namun kenyataannya banyak yang menggunakan perangkat *smartphone* setiap harinya daripada perangkat lainnya. Hal ini didukung dengan data yang dilansir APJII (2018) bahwa setiap hari tersambung internet melalui perangkat *smartphone* sebesar 93,9%.

Pustakawan harus menyadari bahwa aplikasi yang tersedia di media sosial sangat terkait dengan *smartphone* yang kebanyakan orang menggunakannya. Kejahatan juga muncul seiring berkembangnya teknologi sehingga pesan moralnya adalah wajib hukumnya untuk berhati-hati menggunakan internet. Hal ini termasuk tidak mengunggah data pribadi secara virtual, karena suatu saat kemungkinan akan menjadi bumerang bagi diri kita sendiri. Harus diingat bahwa jangan sampai segala sesuatu yang bersifat pribadi justru menjadi konsumsi publik. Artinya ada ruang bebas berupa *privacy* yang kemungkinan bisa diinvasi, sehingga harus berhati-hati, karena dikhawatirkan ada oknum yang dengan sengaja memang memanfaatkannya. Perlu diwaspadai, karena apapun yang dilakukan secara *online* sekalipun sudah dihapus maka tetap akan meninggalkan jejak.

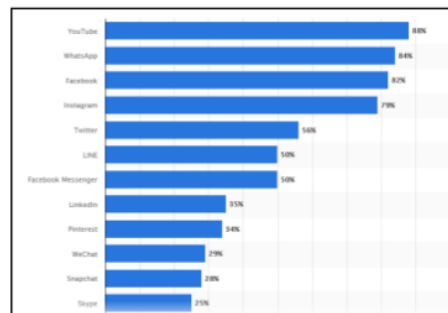
*Smartphone* di era media sosial berperan penting dalam kehidupan sehari-hari masyarakat. Selain sebagai alat komunikasi, *smartphone* berperan sangat penting dalam keseharian bagi pengguna ponsel. Terkait waktu yang dihabiskan untuk menggunakannya, kebanyakan setelah bangun tidur maupun sebelum tidur. Penulis berpendapat bahwa perilaku laki-laki dan perempuan itu berbeda ketika menggunakan *smartphone* dalam kegiatan sehari-hari. Hal ini senada dengan survei yang telah dilakukan oleh JAKPAT *Survey Report* (2019) terhadap 1007 responden. Salah satu hasilnya ternyata antara laki-laki dan perempuan itu berbeda dalam menggunakan ponsel. Game seluler didominasi oleh laki-laki, sedangkan belanja online didominasi oleh perempuan.

Selanjutnya jejaring sosial yang terbanyak digunakan adalah Youtube, dengan tingkat penetrasi lebih dari 88%. Namun demikian, semua *platform* media sosial lainnya yang dikenal luas seperti WhatsApp dan Facebook, juga berada pada tingkat penetrasi yang tinggi. Kondisi inilah yang menjadikan Indonesia salah satu pasar media sosial terbesar di dunia. Perlu disadari bahwa fakta meningkatnya jumlah pengguna internet dan



meningkatnya keterjangkauan *smartphone* telah berhasil mengubah lingkungan media sosial di Indonesia.

Apalagi sebagian besar pemustaka milenial memang menggunakannya dan hampir pada semua hal untuk menjadikan dan membuat hidup mereka lebih mudah. Gaya milenial menginginkan sesuatu yang serba instan. Bagi sebagian besar orang Indonesia, melalui media sosial adalah cara yang termudah untuk menghubungi keluarga di lokasi terpencil di kepulauan negeri ini. Hal ini sangat memungkinkan bagi mereka untuk terus berinteraksi dengan teman dan membuat mereka tetap bisa memperoleh berita harian yang lebih *current* dan *up to date*. Selanjutnya untuk data penggunaan media sosialnya, bahwa pada Gambar 3 terlihat urutan besarnya penetrasi jejaring sosial terkemuka di Indonesia pada kuartal ketiga 2019.



27 Gambar 3. Penetrasi Jejaring Sosial Kuartal Ketiga 2019

(Sumber: [www.statista.com/statistics/284437/indonesia-social-network-penetration](http://www.statista.com/statistics/284437/indonesia-social-network-penetration))

Dari Gambar 3 nampak bahwa YouTube menempati posisi tertinggi yang digunakan, dibanding dengan aplikasi media sosial lainnya. Dari data APJII (2018) disebutkan bahwa Facebook adalah data konten internet yang tersering dikunjungi (45,3%). Hal ini berarti tahun 2020, Facebook telah tergeser penggunaannya, dibanding dengan WhatsApp dan Youtube yang kini justru banyak digandrungi.

Namun ibarat dua sisi mata uang, majunya penggunaan media sosial juga diiringi perilaku negatif, sehingga muncul *cybercrime* maupun *hacker*. Akhirnya seperti yang saat ini terjadi bahwa Indonesia juga sangat rentan terhadap tipuan online. Pemerintah melalui instansi terkait juga sudah tegas menindak dan membuat kebijakan maupun regulasi yang mengatur hal ini. Suatu contoh pada tahun 2019, setelah kerusuhan pemilihan, pemerintah membatasi sebagian akses ke *platform* media sosial paling populer untuk mencegah dan menghentikan penyebaran berita palsu. *Platform* utama yang terkena dampak larangan

waktu itu adalah jaringan media sosial terkemuka seperti YouTube, WhatsApp, Facebook, dan Instagram.

## **2. Infodemik Dalam Era Media Sosial**

Saat wabah pandemi Covid-19 melanda, kita semua tidak dihadapkan pada persoalan memerangi pandemi, tetapi juga melawan infodemik (*infodemic*) Covid-19. Fenomena yang ada bahwa infodemik juga berjangkit bersama dengan virus koronanya. WHO (2020) menggambarkan wabah dan respons terhadap Covid-19 telah disertai dengan infodemik besar-besaran dan kelimpahan informasi yang berlebihan (*an over-abundance of information*) dan kadang akurat dan kadang tidak (*some accurate and some not*).

Cakupan infodemik Covid-19 yang beredar sangat variatif dan banyak sekali, baik terkait pencegahan, penanganan, vaksin, penularan, serta yang lainnya. Salah satu contoh infodemik, pernah beredar informasi melalui WhatsApp terkait thermo gun yang berbahaya bagi otak dan hal ini sungguh mengkhawatirkan masyarakat. Rasa takut dan bingung muncul dalam pikiran yang menerima video infodemik yang konten pesannya bohong (hoaks) dan tidak benar. Padahal informasi yang betul bahwa thermo gun sudah jelas lolos uji kesehatan dan aman digunakan.

Serangan infodemik di era media sosial di tengah suasana pandemi Covid-19 sungguh berbahaya. Akibat infodemik membuat masyarakat timbul rasa cemas yang berlebihan dan mungkin menjadi tidak percaya pada tenaga medis, pemerintah, dan bahkan ilmu pengetahuan. Kepercayaan masyarakat menjadi terkikis karena infodemik yang beredar di belantara internet dan media sosial. Akhirnya “matinya kepakaran” memang terjadi di Indonesia, karena masyarakat lebih percaya pada informasi yang beredar, dan mudah percaya dengan informasi yang sama dengan pemikirannya. Akhirnya hoaks dianggap suatu kebenaran hanya karena informasi yang bergema di media sosial sehingga terjadi segregasi digital. Informasi sampah sangat masif, mulai dari tulisan di blog, teori konspirasi, sampai dengan infodemik yang isinya hoaks belaka. Jika Nichols (2017) mengulas dalam konteks di Amerika, tetapi hal itu cocok dengan keadaan Indonesia di era media sosial ini.

Media sosial menciptakan komoditas, begitu juga hoaks yang dipastikan ada kepentingan ekonomi politik di balik itu. Hoaks ada di mana-mana dan semua orang berpeluang menyebarkannya. Istilah kelimpahan (*abundance*) memang terjadi di era media sosial dimana informasi berbagai bidang disiplin ilmu berlimpah ruah. Indikator

keberlimpahan adalah *free* ekonomi yang praktiknya semua gratis, berlimpah, dan berbiaya murah, misalnya: email gratis, telepon via WA gratis, YouTube gratis, webinar gratis, buku gratis, dan lain sebagainya. Harus disadari bahwa teknologi telah menciptakan tekno-filantropis. Kondisi yang demikian seperti yang ulasan yang dikemukakan oleh Diamandis dan Peter (2012) terkait *free economy*.

Jika mengamati persoalan yang ada dikaitkan teori yang relevan bahwa pesatnya perkembangan media sosial di Indonesia menjadi hal yang menarik untuk dibahas. Saat ini, semua orang seperti memiliki mediana sendiri. Media berarti sebagai sarana atau perantara, penghubung, dan alat komunikasi, sedangkan sosial terkait pada masyarakat atau merujuk pada bagaimana caranya orang melakukan interaksi. Carey dalam Lievrouw and Livingstone (2006: 209) memaparkan bahwa interaktivitas pada media baru adalah teknologi yang menyediakan komunikasi “*person to person*” dan interaksi “*person to machine*”. Selanjutnya media sosial menurut pandangan Kaplan & Haenlein (2010: 59) merupakan aplikasi yang basisnya internet sehingga pengguna dapat menciptakan maupun bertukar konten.

Jadi dalam ranah perpustakaan sangat memungkinkan setiap pustakawan dan pemustaka dapat merepresentasikan dirinya dan perpustakaan melalui media sosial. Hal ini seperti bagaimana melakukan interaksi, berjejaring, bekerja sama, saling berbagi, berkomunikasi, maupun membentuk ikatan sosial yang semuanya dilakukan secara virtual. Seiring berkembangnya TIK, maka informasi yang beredar menjadi semakin tak terkendali. Indonesia termasuk sepuluh besar negara yang paling lama mengakses internet dan aktif media sosial. Apabila dilihat dari waktunya untuk akses, diketahui bahwa penggunaannya menghabiskan waktu yang berbeda-beda. Data di Indonesia terkait tren waktu mengakses seperti pada Gambar 4 berikut:



30 **Gambar 4. Waktu Mengakses Media**  
(Sumber: <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>)

Dari Gambar 4 tampak bahwa rata-rata durasi mengakses internet setiap hari yaitu 7 jam 59 menit melalui perangkat apa pun. Sementara itu, rata-rata waktu yang dibutuhkan ketika bermedia sosial yaitu 3 jam 16 menit per hari. Sebagaimana data terkait tren internet dan media sosial, dijelaskan bahwa dari total populasi jumlah penduduk Indonesia yang 272,1 juta, ternyata jumlah pengguna internetnya sebesar 175,4 juta jiwa. Selanjutnya sebanyak 388,2 juta ponsel beredar di masyarakat Indonesia dan pemakai media sosial aktif 160 juta orang.

Perkembangan media sosial menyebabkan informasi berkembang dengan lebih cepat dan mudah didapat oleh siapa pun. Bahkan kecenderungan untuk *update* informasi dapat dilakukan dimanapun dan kapanpun. Media sosial memiliki jangkauan global dan menjadi alat multidimensi untuk berbagi pengetahuan. Secara umum media baru memiliki ciri, antara lain: interaktif, hipertekstual, jaringan, maya atau virtual, simulasi, maupun digital. Selanjutnya Mayfield (2008: 5) menyebutkan karakteristik media sosial seperti: partisipasi, keterbukaan, percakapan, komunitas, maupun keterhubungan.

Harus disadari jika pustakawan dan masyarakat secara umum sebetulnya telah mengalami fenomena yang disebut dengan istilah gegar budaya (*culture shock*) media sosial. Artinya terbiasa membaca berita dengan sepotong-potong maupun dengan model instan, kemudian berperilaku gegabah segera melakukan *share*, *forward*, dan lain sebagainya. Bahkan karena instannya maka mereka tidak sempat memikirkan dan mengendapkan dahulu isi pesannya maupun mengklarifikasi kebenaran informasinya. Padahal seharusnya melakukan konfirmasi (*tabayyun*) terlebih dahulu terhadap data informasi yang diterima dan jika sudah benar maka baru disebarkan.

Era media sosial saat ini telah menggeser *Word of Mouth (WOM)* yang dahulu dilakukan secara bertatap muka secara fisik menjadi *elektronik WOM (eWOM)*. Hadirnya media baru internet menjadi evolusi proses komunikasi tradisional dengan tatap muka fisik menjadi *cyberspace*, sehingga jika meminjam istilah dari Thurau, TH., *et al.* (2004) bahwa *eWOM communication* menjadi media untuk "*gethok tular daring*". Media sosial dapat memberikan kesempatan untuk berbagi saran pribadi terkait apa yang mereka konsumsi secara virtual. Jika meminjam definisi media sosial yang disampaikan oleh Wasike (2013: 11) yaitu sebagai instrumen multidimensional untuk berdiskusi dengan orang lain dan berkomunikasi dalam rangka berbagi pengetahuan dengan berbagai macam disiplin ilmu.

Media sosial juga membuat suatu era yang disebut era "*post-truth*". Konsep *post-truth* sebagaimana dikenalkan oleh Keyes (2004), karena media sosial telah beralih fungsi seolah-olah sebagai penyampai kebenaran. Padahal tidak selamanya demikian, justru yang menjadi persoalan karena ada orang yang menjadi penyebar kebohongan atau ketidakbenaran. Jadi pada titik ini, kebohongan yang muncul karena suatu kesengajaan oknum yang melakukan proliferasi dan viralisasi informasi *hoax* dan *fake news*. Proliferasi dalam konteks ini, berarti aktivitas menyebarluaskan informasi dengan sangat cepat, sedangkan viralisasi berarti bersifat menyebarkan secara luas. Kedua hal ini dilakukan baik dengan sengaja didesain ataupun murni terjadi alami di kalangan pemustaka sebagai bagian dari masyarakat luas.

Konten media sosial yang menampilkan berbagai narasi yang tidak sesuai dengan subjek dan objek, berbagai informasi gambar yang menyesatkan, maupun video yang belum tentu teruji kebenarannya, jelas menuntut rekonstruksi peran para pustakawan kekinian. Hal ini untuk bisa menelaah isu-isu yang terjadi dengan melakukan konfirmasi kebenaran dari informasi yang ada. Solusi bijak dalam bermedia sosial adalah dengan mengklarifikasi terlebih dahulu sebelum menyebarkan dan berkomentar.

Kini jumlah konvergensi informasi yang membanjiri di pelbagai kanal gawai pemustaka semakin masif. Inilah mengapa era media sosial juga sebagai era digital. Artinya kondisi dalam era media sosial sering dianggap sebagai telekomunikasi internet yang menyimpan berbagai informasi dalam bentuk basis data yang besar. Senada dengan yang dikemukakan oleh Hilbert (2012) bahwa era digital sering dianggap identik dengan telekomunikasi internet dan *mobile phones*, dengan penyimpanan informasi yang besar dan pangkalan data.

Lalu bagaimana pustakawan bersikap? Pustakawan harus bangkit dan menyadari jika media sosial tidak selamanya berdampak negatif. Namun harus mengambil sisi peluangnya bahwa jika perpustakaan bisa memanfaatkannya maka justru menjadi kekuatan positif yang luar biasa efeknya. Keanekaragaman sumber informasi yang dimiliki oleh perpustakaan dapat disampaikan dengan status, informasi *review* buku terbaru, foto *event* perpustakaan, *e-resources* yang dilanggan, maupun data bibliografis koleksi. Suatu contoh bagi pustakawan kreatif adalah memanfaatkan aplikasi FB, Instagram, Twitter, YouTube, dan aplikasi media sosial lainnya. Untuk meningkatkan kompetensi, maka pustakawan era media sosial juga

dituntut kompeten berperan sebagai *blogger* dan *youtuber*. Tuntutan ini untuk mengkomodir pemustaka generasi milenial yang lekat dengan aktivitas berbasis digital.

Kemas ulang informasi perpustakaan dalam bentuk vlog menjadi tren di era media sosial. Jadi jelas dibutuhkan kompetensi untuk adaptif dengan media baru. Selain itu, pustakawan di era media sosial juga dituntut kompeten menjadi *vlogger* dengan membuat blog video (*vlog*) untuk membuat konten informasi yang berkualitas, baik dengan cara berbicara dengan menampilkan diri (*talking head*), memberikan tutorial (*how-to*), maupun dengan merekam aktivitas yang panjang (*reality*). Hal ini senada dengan pandangan Dickson dan Holley (2010: 475) yang menjelaskan pentingnya sikap proaktif dan partisipasi aktif pustakawan pada jejaring sosial.

Informasi yang dimiliki perpustakaan, misalnya koleksi perpustakaan terbaru, bisa dipromosikan dan dikenalkan dengan mengemas ulang informasinya dalam bentuk vlog tersebut. Kegiatan ini tentu menjadi peluang bagi pustakawan milenial untuk lebih mengenal lebih dekat dengan kebutuhan informasi pemustaka milenial. Pustakawan *vlogger* bisa menyematkan video ke dalam sebuah postingan maupun mengunggah secara langsung dalam saluran media sosial via YouTube. Jika melihat pada penelitian Xie & Stevenson (2014) bahwa ada aspek yang digunakan dalam aplikasi media sosial untuk perpustakaan digital. Hal ini meliputi aspek jenisnya, penempatannya, pembaharuannya, maupun jenis interaksinya dan perannya.

### **3. Tinjauan Normatif**

Permasalahan yang muncul menunjukkan sisi negatif dan menjadi suatu fenomena yang terjadi di lapangan dan membutuhkan strategi pemecahan masalah. Seiring dengan upaya pustakawan meningkatkan kompetensi literasi informasi, maka dalam pelaksanaannya harus diimbangi dengan pengetahuan secara normatif terkait dengan peraturan hukum dan regulasinya. Masalah yang diamati dikaitkan dengan tinjauan normatif terkait dengan pengetahuan tentang konvensi, peraturan, norma, dan aturan perundangan lainnya yang menjadi pijakan dalam menggunakan internet dan bermedia sosial.

Apabila dilihat dari sisi positif media sosial, antara lain sebagai sarana berkomunikasi, berinteraksi, dan berbagi informasi untuk membangun jaringan sosial secara luas. Artinya bahwa dengan media sosial maka kenyataannya pengguna bisa bebas sebagai produsen dan konsumen informasi dengan tanpa intervensi. Masyarakat termasuk

pustakawan harus mengetahui produk hukum seperti halnya UU RI <sup>25</sup> Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.

Dalam hal ini rambu dan bentuk jeratan regulasi dibutuhkan agar pengguna taat asas dan bersikap lebih profesional dalam bermedia sosial. Pemerintah juga tegas menghadapi informasi yang meresahkan masyarakat, misalnya: menggulirkan peraturan sebagai payung hukum dalam kebebasan berinformasi, memblokir situs-situs berbahaya, penertiban situs di dunia maya melalui Kementerian Komunikasi dan Informatika, maupun menjerat dengan hukuman kepada pelaku kejahatan di dunia maya. Untuk pencegahan meluasnya akses negatif dan merajalelanya oknum yang tidak bertanggung jawab maka tindakan tegas pemblokiran yang dilakukan oleh pemerintah menjadi efektif.

Keberadaan berbagai informasi hoaks di media sosial itu dilakukan oleh oknum yang merupakan modus operandi membangun mesin viralisasi dan dilakukan secara terstruktur dan sistematis. Dalam konteks ini, berarti perlu langkah antisipatif penegakan hukum. Jadi bukan berarti pengguna media sosial kemudian bisa sebebaskan-bebasnya berkomentar dan melakukan apa saja di media sosial. Ada yang mengintai dan mengawasi, sehingga jangan sampai kita sebagai pustakawan masuk dalam permainan dan perangkat oknum tersebut.

Apresiasi pemerintah dalam menangani beredarnya informasi hoaks semakin serius dalam memproteksi ruang siber dari ancaman proliferasi dan viralisasi. Secara normatif, hal ini terlihat dari revisi UU RI <sup>29</sup> No. 11 Tahun 2011 menjadi UU RI No. 19 Tahun 2016. Ada sanksi hukum untuk perbuatan yang dilarang, baik pidana penjara maupun denda. Hal ini misalnya terkait sanksi hukum pada pasal 27 (mendistribusikan, mentransmisikan, membuat dapat diakses) dan seterusnya. Adanya tujuh poin penting yang mendasari perubahan Undang-Undang tersebut. Memang awal mula UU RI No. 11 tahun 2008 itu disusun untuk mendukung pertumbuhan ekonomi digital dan *e-commerce*. Namun seiring dengan pesatnya kemajuan TIK dan penggunaan media sosial, maka muncul berbagai permasalahan dalam pelaksanaannya. Berbagai polemik bermunculan, begitu juga merebaknya isu pro dan kontra terkait pasal di dalamnya yang mengancam kebebasan berekspresi pengguna media sosial. Kategori penggunaannya berarti menggunakan internet baik melalui perangkat komputer pribadi, perangkat *mobile* pribadi, kedua-duanya, maupun melalui fasilitas lainnya.

Dampak kebebasan berinformasi bukan berarti tanpa persoalan, namun demikian juga muncul aneka kejahatan dengan motif tertentu, seperti halnya *cyberfroud*. Hal ini



karena cepatnya penetrasi internet dan penggunaan aplikasi media sosial juga semakin tinggi.

#### 4. Kompetensi Literasi Informasi

Era media sosial menyebabkan tingkat kecanduan penggunaannya sangat tinggi. Dalam memberikan strategi pemecahan masalah terkait dengan permasalahan, maka wajib bagi pustakawan untuk memiliki kompetensi literasi informasi. Kompetensi dalam Keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi RI Nomor 83 Tahun 2012 (Perpustakaan Nasional, 2012: 2), dijelaskan bahwa:

*“Kompetensi adalah kemampuan seseorang yang mencakup pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja yang dapat terobservasi dalam menyelesaikan suatu pekerjaan atau tugas sesuai dengan standar kinerja yang ditetapkan”.*

Selanjutnya dalam Keputusan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia Nomor 236 Tahun 2019, disebutkan bahwa secara etimologi:

*“Kompetensi adalah suatu kemampuan yang dibutuhkan untuk melakukan atau melaksanakan pekerjaan yang dilandasi oleh pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja, sehingga dapat dirumuskan bahwa kompetensi diartikan sebagai kemampuan seseorang yang dapat terobsesi mencakup atas pengetahuan, keterampilan dan sikap kerja dalam menyelesaikan suatu pekerjaan atau tugas sesuai dengan standar performa yang ditetapkan”.*

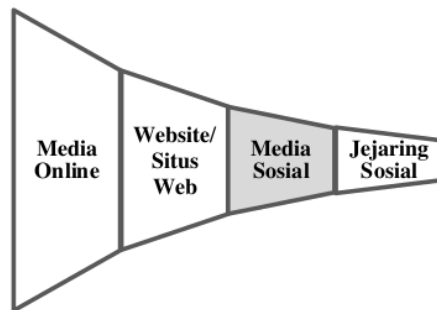
Jadi jika dianalogikan dalam konteks ini dapat dikatakan bahwa kompetensi literasi informasi pustakawan berarti pustakawan memiliki kemampuan memproduksi, menciptakan, mengkomunikasikan, kemudian secara aktif dapat merespon, serta mengevaluasi berbagai informasi yang diterima secara kritis. Hubungan kompetensi literasi informasi dengan pemahaman penggunaan media sosial, bahwa pustakawan sangat perlu memiliki kompetensi literasi informasi, sebagai upaya agar pustakawan memiliki pemahaman yang cukup terkait penggunaan media sosial secara bijak. Upaya ini diharapkan agar tercipta pustakawan yang *literated*. Caranya dengan mengoptimalkan dampak positifnya maupun meminimalisir dampak negatif dari penggunaan internet.

Meminjam istilah yang pernah dikemukakan oleh Castiglione, Deth, & Wolleb (2008), maka penulis berpendapat bahwa media sosial menjadi semacam “kapital sosial” juga bagi pemakainya untuk berinteraksi dan membangun jejaring. Kapital sosial menjadi sumber daya yang termuat di dalam suatu relasi sosial dan memiliki fungsi produktif, yaitu memungkinkan pustakawan untuk mencapai hasil yang sulit mereka peroleh tanpa kehadiran



sumber daya media sosial tersebut. Bahkan Tzanakis (2013: 2) menggambarkan kapital sosial sebagai efek dan konsekuensi dari pergaulan maupun keterhubungan manusia, serta hubungannya dengan individu dan juga struktur sosialnya.

Ada berbagai istilah yang konsep dasarnya berbeda, seperti media sosial, media online, jejaring sosial, maupun website/situs web. Lebih jelasnya penulis ilustrasikan dalam Gambar 5 berikut:



**Gambar 5. Cakupan Media Online**  
(Sumber: Fatmawati, 2018)

Perpustakaan melalui pustakawannya harus menjadi gerbang informasi sehat yang mencerdaskan dengan memaksimalkan pemanfaatannya. Pustakawan harus mampu menangkap peluang adanya media sosial sehingga bukan hal yang sulit jika informasi di perpustakaan bisa dikomunikasikan kepada pemustaka.

Pendapat penulis terkait dengan strategi kunci yang sekiranya bisa ditempuh untuk mendukung kompetensi pustakawan dalam era media sosial, antara lain:

1. Pustakawan harus terus belajar untuk menyesuaikan dengan kondisi (*update*) dan menaikkan (*upgrade*) dari kompetensi yang dimiliki. Pustakawan harus berkelanjutan dalam memahami kebutuhan pemustaka milenial dengan menghadirkan informasi yang dikemas dalam *platform* gaya milenial berbasis media sosial, misalnya: YouTube, Instagram, Vlog, dan yang lainnya.
2. Pustakawan perlu memiliki literasi media sosial sebagai solusi bijak mengatasi gegar budaya digital. Artinya pustakawan memiliki pengetahuan, keterampilan, dan pemahaman tentang tata cara bagaimana menggunakan media sosial yang baik, sehingga dapat bersikap lebih selektif dalam mendistribusikan konten ke dunia virtual yang *notabene* menjadi ranah publik.
3. Pustakawan akan lebih kompeten jika memiliki *critical thinking* dalam memproduksi, mengemas, dan mengonsumsi informasi. Pustakawan sebagai motor perubahan bangsa harus *well informed* mulai dari mengidentifikasi, mengeksplorasi, menyeleksi, mengenali karakteristik informasi *hoax*, memverifikasi, sampai dengan menerapkan informasi yang diperoleh.

4. Pustakawan harus selalu meningkatkan multi-kompetensi dengan mengasah pengetahuan, keterampilan, dan sikap. Disamping memiliki kepakaran dalam bidang perpustakaan, pustakawan dalam era media sosial saat ini membutuhkan kompetensi lainnya yang mendukung profesinya, misalnya: literasi komputer, literasi digital, literasi internet, literasi media, *repackaging* informasi, dan lain sebagainya.
5. Pustakawan harus menangkap peluang media sosial dari sisi positifnya. Hal ini misalnya sebagai media *information sharing* dan media promosi *online* terkait perpustakaan. Melalui media sosial, pustakawan juga bisa membangun *brand* diri melalui *personal branding*.
6. Pustakawan harus berprinsip "*thinking before clicking*". Artinya berpikir dahulu sebelum menyentuh tombol *share*, lebih ekstra hati-hati dalam menggunakan media sosial, dan lebih selektif sebelum membagikan konten apapun bentuknya ke media sosial.

Sulitnya pengawasan konten yang tersebar di media sosial maka membutuhkan kompetensi literasi informasi dari setiap individu. Sehubungan dengan bahasan kompetensi literasi informasi yang harus dimiliki oleh pustakawan, maka pustakawan wajib memiliki kemampuan teknis dalam mengakses internet. Selain itu, pustakawan juga kritis memahami informasi yang diakses, sehingga tidak langsung menerima saja tetapi perlu lebih selektif menganalisis tingkat keakuratannya. Pemahaman kritis mengisyaratkan adanya proses kognitif, artinya berkaitan dengan kemampuan analitis, yaitu kesadaran untuk memahami konten, fungsi dan evaluasi konten yang diperoleh dari internet. Pada tahap pemahaman kritis ini, maka pustakawan dituntut memiliki kompetensi yang tidak hanya kritis pada permukaannya saja melainkan juga pada isi informasinya.

## 5. Strategi Pustakawan di Era Media Sosial

Pustakawan sangat perlu untuk menjaga dan mengendalikan lisan ketika berbicara di media sosial. Dalam bermedia sosial seharusnya memperhatikan hal-hal sebagai berikut:

1. Mencari fakta dan bukti, dengan bersikap kritis ketika menerima informasi. Harus berprinsip mengutamakan kebenaran daripada kecepatan (*being right above being first*);
2. Memilih informasi dengan ekstra hati-hati, termasuk saat akan membagikan, menyukai, maupun meneruskan ke orang lain;
3. Memperhatikan etika berinformasi untuk menghindari plagiasi. Hal ini dilakukan dengan mencantumkan sumbernya jika mengutip dan jangan diakui sebagai pendapatnya sendiri;
4. Tidak berbicara, memposting, mengunggah dan memberikan konten yang memiliki unsur pelecehan SARA dan mengandung unsur *hoax*, *fake news*, dan *hate speech*. Termasuk juga tidak iseng merespon email di spam yang *link* pengirimnya tidak dikenal spam;
5. Mengelola (laptop, komputer, *smartphone*) dengan memberikan *filter* agar tidak bisa mengakses konten ilegal maupun situs tidak sehat seperti pornografi, perjudian, rasisme, dan konten negatif lainnya yang merusak moral;
6. Tidak sembarang memberikan komentar yang bernada kebencian, permusuhan, dan provokasi di akun orang lain. Jika emosi dan asal bicara maka bisa melanggar Undang-

Undang tentang ITE dan terkena hukuman. Dalam konteks ini lebih baik berbicara yang baik atau memilih diam saja;

7. Mengupayakan untuk melawan hoaks dengan tanpa mengganggu kebebasan berpendapat dan berekspresi di media sosial. Hal ini misalnya untuk grup WA hendaknya pustakawan fokus dengan berprinsip menjalin silaturahmi;
8. Memasang aplikasi khusus di komputer untuk mencegah konten negatif, misalnya: *parental control* dan yang lainnya.
9. Tidak memposting hal-hal yang bersifat personal di media sosial yang sekiranya menjadi celah bagi oknum yang nantinya merugikan diri kita. Hal ini seperti foto, data keluarga, alamat dan nomor telepon, maupun yang lainnya;
10. Menelaah informasi yang diperoleh dengan nalar sehingga lebih selektif dalam memberikan informasi. Hal ini dilakukan dengan mengecek kembali dengan seksama kebenaran informasi yang beredar di internet dan menelusur sumbernya;
11. Memerlukan literasi digital dalam mensosialisasikan praktik komunikasi digital yang aman maupun risiko dari aktivitas online yang telah dilakukan;
12. Cerdas dalam memilih dan menyaring teman-teman yang ada dalam jaringan virtual media sosial dan tidak asal mengkonfirmasi, sehingga menghalau kejahatan yang barangkali tersembunyi;
13. Menguji hoaks dan infodemik Covid-19 dengan mengkonfirmasi kebenarannya pada situs resmi Kemkominfo, *turn back hoax*, bertanya melalui media *tools fact checking* (*Google Reverse Image* dan *Kalimasada Mafindo*), dan yang lainnya.

Dalam konteks perpustakaan, sisi positif dari media sosial dapat diaplikasikan untuk kepentingan membangun jejaring dan promosi perpustakaan sehingga jangkauannya lebih luas. Pemanfaatan media sosial di perpustakaan bisa membangun ekosistem pengetahuan sampai dengan meningkatkan jaringan komunikasi ilmiah. Untuk merealisasikannya maka suatu hal yang tidak boleh ditawar yaitu kompetensi literasi informasi pustakawan. Pustakawan tidak cukup hanya menguasai *hardware* maupun *software* saja, tetapi juga harus memiliki kemampuan untuk berpikir secara kritis dalam mengevaluasi informasi, maupun memiliki kemampuan untuk menyadari dan memahami aturan-aturan yang terdapat dalam dunia digital (Lankshear & Knobel, 2008).

Beberapa contoh strategi konkrit pustakawan yang ingin penulis sampaikan dalam upaya mewujudkan internet sehat di era media sosial, antara lain:

1. *Gethok tular daring*. Pustakawan dapat berpartisipasi aktif melalui akun media sosial perpustakaan. Kegiatan diseminasi informasi ini misalnya: koleksi terbaru, pedoman akses *e-resources*, denda keterlambatan, jam buka layanan, *ask librarian*, dan lain sebagainya. Melalui *gethok tular daring* ini, antar pustakawan dan pemustaka tidak perlu bertatap muka secara langsung sebagaimana layanan tradisional. Raacke (2008) menjelaskan bahwa situs jejaring sosial berkaitan erat dengan *gethok tular daring* karena pengguna dapat dengan bebas membagi pengalaman dan opininya kemudian menyebarkannya dengan cepat dalam jaringan sosial.

2. Membangun jejaring sosial dan Sosialisasi Internet Sehat dan Aman (INSAN) sehingga dengan memiliki kompetensi literasi informasi maka pustakawan bisa lebih profesional dalam melakukan kegiatan sosialisasi melalui pembelajaran etika berinternet secara sehat. Pustakawan dapat mengoptimalkan perannya dalam memberikan sosialisasi kepada pemustakanya.
3. Membuat jargon yang membuat pustakawan semangat bekerja secara profesional dan berdedikasi tinggi. Pustakawan proaktif bermedia sosial dengan memperlihatkan keunggulan dan keunikan perpustakaan yang dikelolanya (misalnya: membuat poster ajakan tidak plagiat, mengadakan pameran karya inovatif pustakawan, menggelar berbagai lomba, menyelenggarakan *event* pekan literasi, dan ide kreatif lainnya).

Terkait hasil kajian dalam ranah perpustakaan perguruan tinggi, Dickson & Holley (2010) menyebutkan bahwa jejaring sosial adalah efektif. Hal ini mampu menyediakan informasi, menjangkau mahasiswa, dan menghargai privasinya. Jadi asumsi saya bahwa pustakawan di berbagai jenis perpustakaan, dapat kreatif mengelola akun perpustakaan dengan lebih variatif dan profesional. Upaya tersebut untuk meningkatkan kredibilitas pustakawan agar lebih profesional dalam menyikapi isu literasi informasi di era media sosial.

### **C. KESIMPULAN**

Cerdas menghadapi informasi yang tidak jelas menjadi aspek kunci. Hubungan antara infodemik Covid-19, hoaks, maupun *fake news* yang beredar di media sosial dengan tupoksi pustakawan, memang tidak ada dalam petunjuk teknis (juknis). Namun setidaknya, pustakawan merupakan profesi yang berdekatan dengan sumber informasi, sehingga memiliki tanggung jawab moral dalam mengoptimalkan peran luasnya. Paling tidak memberikan edukasi (pendidikan pemustaka) kepada masyarakat tentang strategi melawan dan menangkal informasi yang tidak benar. Pustakawan bisa berkontribusi sebagai pegiat literasi dengan memberikan pemahaman kepada masyarakat, misalnya bagaimana mengakses informasi sehat dan cara menyikapi apabila memperoleh informasi yang meragukan.

Sarana komunikasi melalui media sosial memudahkan interaksi sosial. Pustakawan dapat memanfaatkan sebagai media komunikasi dengan pemustaka dan promosi perpustakaan. Beredarnya infodemik Covid-19, hoaks, maupun *fake news* yang sangat masif beredar di media sosial memantik pustakawan agar memiliki keunggulan kompetensi literasi informasi. Sekalipun pustakawan tidak secara langsung bergelut dengan itu, tetapi pustakawan merupakan profesi yang sangat dekat dengan pengelolaan sumber informasi,

koleksi ilmiah, dan diseminasi pengetahuan. Solusinya pustakawan membutuhkan strategi kunci agar memiliki kompetensi literasi informasi dan langkah konkrit di era media sosial. Selain itu, pustakawan juga harus memperhatikan etika fundamental sehingga bijak dalam bermedia sosial. Kompetensi literasi informasi pustakawan membutuhkan daya kritis dalam memilah dan memilih maupun menyaring informasi yang berkelindan di media sosial, sehingga menghasilkan informasi yang bisa dipertanggungjawabkan. Agar pustakawan mampu berinternet sehat di era media sosial, maka harus bijak dan cerdas dalam merespon dan memanfaatkan media sosial.

Hubungan profesi pustakawan dengan informasi di media sosial adalah terkait dengan peran luas pustakawan dan kontribusinya di masyarakat dalam memberikan edukasi memanfaatkan media sosial. Kompetensi literasi informasi pustakawan dibutuhkan mulai dari ketika menerima informasi. Prosesnya adalah dengan memahami, menganalisis, menyaring, menafsirkan makna, kemudian mengevaluasi informasi.

#### 18 DAFTAR PUSTAKA

- Asosiasi Penyelenggara Jasa Internet Indonesia. (2018). *Laporan Survei Penetrasi & Perilaku Pengguna Internet Indonesia*, Survei APJII 2018.
- 12 Castiglione, D., Deth, J.W., & Wolleb, G. (2008). Social Capital's Fortune: An Introduction. Dalam *The Handbook of Social Capital*. Oxford: Oxford University Press.
- 17 Diamandis, P.H. and Kotler, S. (2012). *Abundance: The Future Is Better You Think*. New York: Free Press.
- 5 Dickson, A. & Holley, RP., (2010). Social Networking in Academic Libraries: The Possibilities and The Concerns, *New Library World*, 111(11/12), 468-479. DOI:<http://dx.doi.org/10.1108/03074801011094840>.
- 15 Digital 2020. *July Global Statshot Report*. Tersedia di [https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2020-july-global-statshot-report-july-2020-v01?next\\_slideshow=1](https://www.slideshare.net/DataReportal/digital-2020-july-global-statshot-report-july-2020-v01?next_slideshow=1).
- 26 Digital 2020: Indonesia. Tersedia di <https://datareportal.com/reports/digital-2020-indonesia>.
- Fatmawati, E. (2017). Dampak Media Sosial Terhadap Perpustakaan. *LIBRARIA: Jurnal Ilmu Perpustakaan*, 5(1), 1-28. DOI: <http://dx.doi.org/10.21043/libraria.v5i1.2250>.
- Fatmawati, E. (2018). Kompetensi Literasi Informasi Sebagai Strategi Kunci Berinternet Sehat di Era Media Sosial. Karya Tulis Dalam Lomba di Universitas Slamet Riyadi Surakarta.
- 19 Hilbert, M. (2012). How Much Information is There in the "Information Society"?. *Significance*, 9(4), 8-12.
- Indonesian Mobile Habit 2019. *JAKPAT Special Report - 2<sup>nd</sup> Semester of 2019*. Tersedia di <https://blog.jakpat.net/indonesian-mobile-habit-2nd-semester-of-2019-jakpat-survey-report/>.

- JAKPAT.NET. (2019). Diakses melalui <https://jakpat.net/pdf/22851/indonesia-social-media-trend-and-semester-of-2019--jakpat-survey-report-free-version>.<sup>20</sup>
- Kaplan, AM. & Haenlein, M. (2010). Users of The World, Opportunities of Social Media, *Business Horizons*, 53, 59-68. Tersedia di <https://www.slideshare.net/escpexchange/kaplan-haenlein-users-of-the-world-unite-the-challenges-and-opportunities-of-social-media><sup>1</sup>
- Keputusan Menteri Ketenagakerjaan Republik Indonesia Nomor 236 Tahun 2019 Tentang Penetapan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Kategori Kesenian, Hiburan dan Rekreasi Golongan Pokok Perpustakaan, Arsip, Museum dan Kegiatan Kebudayaan Lainnya Bidang Perpustakaan.<sup>10</sup>
- Keyes, R. (2004). *The Post-Truth Era: Dishonesty and Deception in Contemporary Life*. New York: St. Martin's Press.<sup>14</sup>
- Lievrouw, L.A., & Livingstone, S. (2006). *Handbook of New Media*. Los Angeles: Sage Publications.<sup>9</sup>
- Mayfield, A. (2008). *What is Social Media?*. Tersedia di [http://www.icrossing.com/uk/sites/default/files\\_uk/insight\\_pdf\\_files/What%20is%20Social%20Media\\_iCrossing\\_ebook.pdf](http://www.icrossing.com/uk/sites/default/files_uk/insight_pdf_files/What%20is%20Social%20Media_iCrossing_ebook.pdf)<sup>11</sup>
- Nichols, T. (2017). *The Death of Expertise: The Campaign Against Established Knowledge and Why it Matters*. New York: Oxford University Press.<sup>13</sup>
- Penetration of leading social networks in Indonesia as of 3rd quarter 2019*. Tersedia di <https://www.statista.com/statistics/284437/indonesia-social-network-penetration/>.<sup>22</sup>
- Perpustakaan Nasional RI. (2012). *Keputusan Menteri Tenaga Kerja dan Transmigrasi RI Nomor 83 Tahun 2012 Tentang Penetapan Rancangan Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia Sektor Jasa Masyarakat, Sosial Budaya, Hiburan dan Perorangan Lainnya Bidang Perpustakaan Menjadi Standar Kompetensi Kerja Nasional Indonesia*. Jakarta: Perpustakaan Nasional RI.<sup>21</sup>
- Raacke, BJ. (2008). MySpace and Facebook: Applying the Uses and Gratifications Theory to Exploring Friend-Networking Sites. *Journal of CyberPsychology & Behavior*, 11(2), 169-174. Tersedia di <http://citeseerx.ist.psu.edu/viewdoc/download?doi=10.1.1.453.8866&rep=rep1&type=pdf><sup>4</sup>
- Thurau, TH., et al. (2004). Electronic Word of Mouth via Consumer-Opinion Platforms: What Motivates Consumers to Articulate Themselves on the Internet? *Journal of Interactive Marketing*, 18(1), 38-52. Tersedia di <https://doi.org/10.1002/dir.10073>.<sup>3</sup>
- Tzanakis, M. (2013). Social Capital in Bourdieu's, Coleman's and Putnam's Theory: Empirical Evidence and Emergent Measurement Issues. *Educate*, 13(2), 2-23. Tersedia di <http://www.educatejournal.org/index.php/educate/article/download/366/293><sup>10</sup>
- Undang-Undang Dasar Negara Republik Indonesia Tahun 1945.<sup>7</sup>
- Undang-Undang Republik Indonesia No. 19 Tahun 2016 tentang Perubahan Atas Undang-Undang Republik Indonesia No. 11 Tahun 2011 tentang Informasi dan Transaksi Elektronik.
- Undang-Undang Republik Indonesia Nomor 14 Tahun 2008 tentang Keterbukaan Informasi Publik.<sup>8</sup>
- Wasike, J. (2013). Social Media Ethical Issues: Role of a Librarian, *Library Hi Tech News*, 30(1), 8-16. DOI: <http://dx.doi.org/10.1108/07419051311320922>.

6

World Health Organization. (2020). *Novel Coronavirus(2019-nCoV) Situation Report-13*. Tersedia di [https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200202-sitrep-13-ncov-v3.pdf?sfvrsn=195f4010\\_6](https://www.who.int/docs/default-source/coronaviruse/situation-reports/20200202-sitrep-13-ncov-v3.pdf?sfvrsn=195f4010_6).

16

Xie, I. & Stevenson, J. (2014). Social Media Application in Digital Libraries. *Online Information Review*, 38(4), 502-523. Tersedia di [https://www.researchgate.net/publication/275115518\\_Social\\_media\\_application\\_in\\_digital\\_libraries](https://www.researchgate.net/publication/275115518_Social_media_application_in_digital_libraries).



ORIGINALITY REPORT

9%

SIMILARITY INDEX

9%

INTERNET SOURCES

6%

PUBLICATIONS

7%

STUDENT PAPERS

PRIMARY SOURCES

1	<a href="http://journal.stainkudus.ac.id">journal.stainkudus.ac.id</a> Internet Source	1%
2	<a href="http://repository.isi-ska.ac.id">repository.isi-ska.ac.id</a> Internet Source	1%
3	<a href="http://digitalcommons.lsu.edu">digitalcommons.lsu.edu</a> Internet Source	1%
4	<a href="http://profit.ub.ac.id">profit.ub.ac.id</a> Internet Source	<1%
5	Submitted to University of Sheffield Student Paper	<1%
6	Submitted to Southern Cross University Student Paper	<1%
7	<a href="http://ekoharrysusanto.wordpress.com">ekoharrysusanto.wordpress.com</a> Internet Source	<1%
8	Submitted to CollegeAmerica Services, Inc. Student Paper	<1%
9	<a href="http://dspace.lib.uom.gr">dspace.lib.uom.gr</a> Internet Source	<1%



10	<a href="https://repository.unsri.ac.id">repository.unsri.ac.id</a> Internet Source	<1%
11	Submitted to EDMC Student Paper	<1%
12	<a href="http://www2.cs.siu.edu">www2.cs.siu.edu</a> Internet Source	<1%
13	<a href="http://www.statista.com">www.statista.com</a> Internet Source	<1%
14	Submitted to Universidad Carlos III de Madrid Student Paper	<1%
15	Submitted to Anglia Ruskin University Student Paper	<1%
16	<a href="http://ijlis.org">ijlis.org</a> Internet Source	<1%
17	Submitted to University of Edinburgh Student Paper	<1%
18	Submitted to Universitas Sebelas Maret Student Paper	<1%
19	<a href="http://booksreview.tistory.com">booksreview.tistory.com</a> Internet Source	<1%
20	<a href="http://jakpat.net">jakpat.net</a> Internet Source	<1%
21	<a href="http://ijssm.org">ijssm.org</a> Internet Source	<1%

---

22	<a href="http://ejurnal.litbang.pertanian.go.id">ejurnal.litbang.pertanian.go.id</a> Internet Source	<1%
23	<a href="http://blog.jakpat.net">blog.jakpat.net</a> Internet Source	<1%
24	<a href="http://anzdoc.com">anzdoc.com</a> Internet Source	<1%
25	<a href="http://www.scribd.com">www.scribd.com</a> Internet Source	<1%
26	<a href="http://ojs.uninus.ac.id">ojs.uninus.ac.id</a> Internet Source	<1%
27	<a href="http://jurnal.unissula.ac.id">jurnal.unissula.ac.id</a> Internet Source	<1%
28	<a href="http://www.nature.com">www.nature.com</a> Internet Source	<1%
29	Qurani Dewi Kusumawardani. "Perlindungan Hukum bagi Pengguna Internet terhadap Konten Web Umpan Klik di Media Online", Jurnal Penelitian Hukum De Jure, 2019 Publication	<1%
30	<a href="http://andi.link">andi.link</a> Internet Source	<1%
31	"Social Media: The Good, the Bad, and the Ugly", Springer Science and Business Media LLC, 2016	<1%

---

## Publication

---

Exclude quotes      On

Exclude matches      Off

Exclude bibliography      On