

STRATEGI BERPIKIR KRITIS DALAM PENGGUNAAN MEDIA SOSIAL
DI KALANGAN JAMAAH MASJID GUNUNGSARI INDAH SURABAYA

(Studi Deskriptif tentang kemampuan berpikir kritis para pengguna smartphone
ketika menerima berita *Hoax*)

Aldino Bagus Prasetyo

071116068

Jurusan Ilmu Informasi dan Perpustakaan

Fakultas Ilmu Sosial dan Ilmu Politik

Universitas Airlangga

aldinobp93@gmail.com

ABSTRAK

Penelitian ini dilatarbelakangi oleh fenomena maraknya berita *Hoax* yang tersebar di media sosial dan semakin hari semakin meluas dan memprihatinkan. Dan diperparah dengan adanya pengguna media sosial yang dengan mudahnya *sharing* informasi yang belum jelas keabsahannya tersebut. Kurangnya kemampuan pengguna smartphone dalam berliterasi informasi dan berpikir kritis juga dapat menjadi sarana meluasnya *Hoax*. Peneliti melakukan penelitian berdasarkan pengalaman yakni di lingkungan peneliti terdapat sebuah organisasi dan memiliki *officialgroup* pada salah satu media sosial tersebut. Peneliti melakukan observasi untuk mengetahui aktifitas para anggota group ketika be media sosial, group tersebut aktif dengan anggota yang sering saling diskusi dan *sharing* akan sebuah Informasi, namun yang disayangkan adalah adanya Anggota yang membagikan berita yang sudah jelas isinya merupakan sebuah kebohongan. dan terdapat beberapa anggota yang sayangnya memercayai bawasannya berita *Hoax* tersebut benar adanya dikarenakan sesuai dengan opini pribadi.

Kata kunci : *Hoax*, Berpikir kritis, literasi informasi, media sosial

ABSTRACT

This research is motivated by the phenomenon of Hoax news spread in social media and increasingly widespread and more apprehensive and worsened with the existence of social media users who easily share information that is not clear the legitimacy. Lack of smartphone user ability in information literacy and critical thinking can also be a means of widespread Hoax. Researchers conduct research based on experience that the research environment there is an organization and have official group on one of these social media. Researchers make observations to know the activities of group members when social media, the group is active with members who often mutual discussion and sharing of an Information, but the unfortunate is the presence of Members who share the news that is clear is a lie. and there are some members who unfortunately believe that the news of Hoax is true because it is in accordance with personal opinion.

Keywords: Hoax, critical thinking, information literacy, social media

I. PENDAHULUAN

1. 1 Latar Belakang Masalah.

Peranan Media Sosial sangat penting dalam penyebaran informasi bagi para penggunanya, misalkan ketika kita telah membentuk sebuah grup pada media sosial yang kita miliki kita dapat dengan mudah mendapatkan informasi atau saling sharing informasi yang kita miliki ke sesama anggota grup. namun dalam beberapa kesempatan media sosial

justru menjadi sarana termudah bagi para penyebar informasi palsu atau *Hoax*. Penyebaran *Hoax* melalui media semakin menjadi ketika, seseorang yang pertama menerima pesan *Hoax* tidak memiliki kemampuan untuk berpikir kritis. Salah satu Kasus *Hoax* yang sempat memuncak dan populer dikalangan Masyarakat Indonesia adalah Kasus "Udang yang dikonsumsi bersamaan dengan Vitamin C dapat menyebabkan kematian" begitulah judul dari berita tersebut. Arsenik yang

terkandung dalam udang bisa berinteraksi fatal saat kita mengkonsumsi berbarengan dengan vitamin C, sehingga arsenik yang seharusnya tak beracun berubah menjadi racun mematikan karena vitamin C telah mengubahnya. Sudah dilaporkan beberapa kali kasus orang meninggal dunia akibat makan udang berbarengan dengan vitamin C. Faktanya, selain udang, cumi-cumi dan makanan laut lainnya memang mengandung arsenik, namun jenis arsenik alami pada hewan ini tidak berbahaya pada tubuh manusia. 1 kilogram udang hanya mengandung arsenik sebanyak 0,5 miligram dan untuk bisa menyebabkan keracunan, seseorang harus memakan udang sebanyak 150 kilogram dalam sekali makan. Kaitan dengan vitamin C bisa merubah arsenik pada udang menjadi racun mematikan ini sudah kebohongan besar. Karena vitamin C nggak memiliki kandungan zat yang merubah arsenik menjadi racun mematikan. Justru interaksi vitamin C dengan arsenik trioksida sangat bermanfaat sekali untuk tubuh kita yaitu dapat meningkatkan efektivitas obat alami anti kanker. Informasi tersebut beredar setelah beberapa hari terdapat kejadian adanya

seorang wanita yang diduga wafat ketika meminum kopi dengan kandungan *cianide* atau sianida. Berdasarkan survei yang dilakukan oleh website www.hipwee.com sebesar 65% penduduk Indonesia sangat mudah percaya pada berita *Hoax*.

Kemampuan seseorang dalam berpikir kritis sangat dibutuhkan dalam menerima sebuah informasi, hal tersebut guna menghindari pengguna media sosial terjerumus pada informasi-informasi yang tidak bisa dipertanggung jawabkan kebenarannya. Terbukti ketika seseorang yang awam ketika ia mendapatkan informasi akan segera menelan mentah-mentah informasi yang didapatkannya sehingga orang tersebut terpengaruh dengan adanya informasi yang diterimanya.

Selain kemampuan berpikir kritis alasan lain penyebab seseorang mudah percaya dengan adanya berita *Hoax* adalah seseorang yang menerima berita *hoax* tersebut memiliki opini yang sama dengan isi berita *hoax* tersebut hal ini senada dengan yang

diutarakan oleh Laras Sekarasih, PhD, dosen Psikologi Media dari Universitas Indonesia. menurut beliau "Orang lebih cenderung percaya *hoax* jika informasinya sesuai dengan opini atau sikap yang dimiliki. (http://www.surabayapagi.com/read/149368/2017/01/24/2_Faktor_Orang_Percaya_Info_Hoax.html. diakses tanggal 5 november) Misal seseorang memang sudah tidak setuju terhadap kelompok tertentu, produk, atau kebijakan tertentu. Ketika ada informasi yang dapat mengafirmasi opini dan sikapnya tersebut, maka ia mudah percaya", ujarnya. Jika saja saat menerima informasi *hoax* seseorang melakukan analisa, mencari informasi yang sama di media massa lainnya, membandingkan dengan fakta yang terjadi di sekitar, tentu keresahan masyarakat yang terjadi tidak akan berlarut-larut.

Dalam menyebarkan informasi, idealnya seseorang mampu melakukan apa yang dikatakan Jenkins dkk (2009) sebagai *appropriation* dalam teori literasi media baru, yaitu mampu menyadur informasi yang diterima di media baru secara legal dan etis. Mulai

dari meminta izin menyebarkan, mencantumkan sumber yang dapat ditelusuri kebenarannya, sampai dengan memahami konsekuensi penyebaran tak terbatas yang dimungkinkan oleh aplikasi pesan instan *Media sosial*.

Menurut Pasal 4 UURI No.11 tahun 2008 mengenai Informasi dan Transaksi Elektronik (ITE), pemanfaatan teknologi informasi dan transaksi elektronik dilaksanakan dengan tujuan untuk: Menerdaskan kehidupan bangsa sebagai bagian dari masyarakat informasi dunia; Mengembangkan perdagangan dan perekonomian nasional dalam rangka meningkatkan kesejahteraan masyarakat; Meningkatkan efektivitas dan efisiensi pelayanan publik; Membuka kesempatan seluas-luasnya kepada setiap orang untuk memajukan pemikiran dan kemampuan di bidang penggunaan dan pemanfaatan Teknologi Informasi seoptimal mungkin dan bertanggung jawab; Dan memberikan rasa aman, keadilan, dan kepastian hukum bagi pengguna dan penyelenggara Teknologim Informasi Kelima tujuan mulia ini hanya bisa

dicapai jika seseorang melek terhadap informasi. Sebagaimana yang disampaikan Zamroni & Sukiratnasari, (2011), bahwa sebagai konsumen, masyarakat harus cerdas dan mampu memilih informasi apa yang dibutuhkan. Era digital mendorong terjadinya banjir informasi dalam masyarakat termasuk melalui aplikasi pesan instan seperti *Media sosial*. Jika masyarakat kurang responsif, akibatnya informasi yang disediakan media jadi membuat konsumtif, menyebarkan, dan pragmatis, alih-alih mensejahterakan dan memberi rasa aman. Sebagaimana yang diakibatkan oleh penyebaran informasi *hoax* dari orang ke orang.

Dampak negatif dari berita *hoax* memang benar-benar tidak bisa dikendalikan seperti merugikan suatu pihak, memberikan reputasi buruk akan seseorang, menyebarkan fitnah, pengalih isu, penipuan publik. Kita benar-benar harus pintar memilah informasi mana yang harus dipercaya. Syukur-syukur kalau dari kita banyak yang memilih untuk diam dan tidak ambil pusing dengan *hoax*. Perputaran informasi yang tidak tepat ini akan

menimbulkan pemahaman yang salah, bahkan bisa berujung kepada ketidakpercayaan satu sama lain.

Berangkat dari adanya kasus tersebut peneliti tertarik untuk meneliti tentang kemampuan masyarakat dalam menganalisis sebuah berita atau informasi baru yang masih belum jelas kepastian sumber dan kebenarannya. karena pemahaman masyarakatan dalam menyikapi sebuah informasi sangat dibutuhkan agar setiap element masyarakat tersebut dapat lebih bijak dalam mengolah informasi sehingga tidak mudah terprovokasi oleh media - media atau berita yang sifatnya memecah belah dan menimbulkan kontradiksi di masyarakat serta bertujuan untuk mengedukasi setiap element masyarakat yang masih belum memahami cara menyikapi sebuah informasi yang diperolehnya. Di lingkungan peneliti tepatnya di wilayah Masjid Gunungsari Indah sebagai Lokasi Utama, peneliti menemukan fenomena dimana terdapat salah satu penyalahgunaan *social media* di Lingkungan Masyarakat. Peneliti menemukan sebuah Group *social media* yang

beberapa anggotanya masih ada yang mudah percaya pada sebuah informasi yang belum jelas kebenarannya tersebut dan tidak dapat dipertanggungjawabkan. salah satu contoh kasus yang ditemukan oleh peneliti adalah adanya salah seorang anggota group yang membagi berita *Hoax* mengenai game POKEMON. Ketika itu sedang gencar *console game* POKEMON dimana banyak sekali orang yang memainkan *game* tersebut baik dari kalangan anak-anak hingga para orang dewasa. Hal ini disebabkan rasa penasaran yang dimiliki masyarakat karena *game* POKEMON tersebut merupakan game legendaris dari awal 90 an. Selain itu pihak pengembang *game* juga menambahkan fitur baru agar para pemainnya dapat menangkap pokemon secara langsung sehingga pemain dapat sekaligus berolahraga, dan juga tak dapat dipungkiri banyak pihak yang melampiaskan rasa rindu memainkan *game* tersebut. Namun dengan semakin canggihnya teknologi tidak dibarengi dengan kebijaksanaan dalam berinformasi masih ada pihak-pihak yang secara sengaja ingin menyesatkan

pemikiran masyarakat tentang paradigma *game* tersebut. Sehingga muncul berbagai macam *hoax* mengenai *game* tersebut. Dalam sebaran digital pada media sosial tersebut POKEMON dalam bahasa Ibrani syiriac/Suryani diartikan sebagai "Aku Yahudi" Faktanya kata POKEMON tidak memiliki arti apapun apabila diartikan ke dalam bahasa tersebut dan bahasa Syiriac/Suryani tersebut tidak ada. POKEMON sendiri berasal dari developer *game* ternama di jepang dan memiliki arti Pocket Monster. Selain itu berita *Hoax* tersebut menyasar pada karakter dari pada *game* tersebut yang dikatakan karakter karakter *game* POKEMON tersebut memiliki arti sebagai berikut; CHARMANDER yang berarti Allah itu Lemah, PIKACHU yang berarti jadilah seorang yahudi. Hal-hal tersebut sangat tidak masuk akal dan mengada-ada. Berikutnya dalam *Hoax* tersebut disebutkan bahwa aplikasi *games* tersebut juga digunakan badan intelligent negara asing untuk memata-matai seseorang yang memainkannya bahkan hingga mampu meretas file

atau dokumen penting di dalam smartphone yang digunakan tersebut.

Tidak cukup sampai disitu, peneliti juga menemukan fenomena *hoax* yang memuat unsur SARA. Seperti berita yang menyebutkan bahwa Jamaah tidak boleh disholatkan di masjid suatu wilayah tertentu jika jamaah mendukung Ahok menjadi gubernur Jakarta. Fenomena ini tidak hanya menjebak dan menyesatkan masyarakat yang tinggal di Jakarta, Jamaah Masjid Gunungsari Indah Surabaya juga turut resah dan berkomentar mengenai pro kontra berita tersebut. Tidak seharusnya unsur SARA dimasukkan dalam kancah politik Pilkada. Hal tersebut tentu saja berpotensi besar memecah belah kerukunan umat beragama dan mengancam stabilitas NKRI.

Berdasarkan uraian diatas peneliti tertarik untuk mengetahui langkah - langkah seseorang dalam

berpikir kritis guna memaksimalkan cara berpikir tersusun dengan pola yang baik serta mendorong seseorang untuk lebih meningkatkan kemampuan dalam berliterasi. Peneliti mendapati efek langsung bagaimana pengaruh *hoax* tersebut terhadap seseorang yang memiliki cara berpikir kritis yang lemah karena peneliti mendapati member grup tersebut dengan mudahnya memercayai berita yang sifatnya sepele dan tidak berbobot. Selain itu berdasarkan data observasi peneliti tentang latar belakang para anggota group tersebut yang banyak diantaranya adalah orang-orang dengan pendidikan tinggi dan sebagian lainnya juga merupakan pegawai atau karyawan swasta pada sebuah perusahaan nasional dan multi nasional, serta sebagian lainnya merupakan para pensiunan bahkan termasuk juga mahasiswa dan pelajar.

1.2 Rumusan masalah :

Dari uraian latar belakang masalah diatas, maka dapat dirumuskan permasalahan yang menjadi pokok pertanyaan dalam penelitian ini, yaitu :

1. Bagaimana Pola berpikir kritis para jamaah masjid Gunungsari Indah Tersebut ?
2. Bagaimana pemahaman para jamaah Masjid Gunungsari mengenai Pola Berpikir Kritis terhadap Penggunaan grup media sosial ?

1.3 Tujuan penelitian :

Tujuan dari penelitian penelitian diatas adalah sebagai berikut:

- Mengetahui gambaran terkait dengan pola berpikir kritis dan kemampuan berliterasi informasi para jamaah yg tergabung dalam media sosial resmi Masjid Gunungsari Indah
- Mengetahui pemahaman anggota grup jamaah masjid (GSI) tentang

penggunaan group media sosial

- Mengetahui pemahaman para jamaah Masjid Gunungsari mengenai pola berpikir kritis dan berliterasi informasi terhadap penggunaan grup media sosial

1.4 Manfaat penelitian :

Dari hasil penelitian ini diharapkan dapat memberikan manfaat secara akademis maupun secara praktis anntara lain :

1. Manfaat akademis

Penelitian ini diharapkan dapat memperkaya studi tentang berpikir kritis dan literasi informasi, khususnya terhadap pesan yang beredar di media sosial, yaitu aplikasi pesan instan *Media sosial*, yang kajiannya belum banyak ditemukan di Indonesia.

2. Manfaat praktis

- Jawaban pertanyaan penelitian ini, yaitu mengetahui bagaimana

pola berpikir kritis dan kemampuan berliterasi informasi para anggota pengguna aplikasi media sosial *Media sosial* dan dapat memberikan gambaran pada masyarakat bagaimana fenomena ini terjadi. Dengan demikian diharapkan masyarakat dapat mengetahui cara menyikapi sebuah informasi yang datang menerpa melalui media baru, sehingga masyarakat tidak terombang-ambing oleh banjir informasi yang terjadi saat ini.

- Menelusuri anggota pengguna *media sosial group* yang kurang memiliki kemampuan berliterasi dan berpikir kritis dalam menggunakan media sosial sehingga dengan mudah share

berita *hoax* dan dapat menjadi dasar untuk merumuskan solusi yang tepat agar seseorang dapat melek terhadap informasi yang beredar di media baru, khususnya aplikasi pesan instan seperti *Media sosial*. Hal ini dapat menjadi bahan pertimbangan baru bagi gerakan literasi informasi di Indonesia yang saat ini masih didominasi oleh literasi terhadap televisi dan mulai merambah pada penggunaan internet.

2. LANDASAN TEORI

2.1 Definisi Berpikir Kritis

Berpikir menurut Plato adalah berbicara dalam hati. “Berpikir adalah meletakkan hubungan antara bagian-bagian pengetahuan kita”. Dalam Kamus Besar Bahasa Indonesia (KBBI) berpikir artinya menggunakan akal budi untuk

mempertimbangkan dan memutuskan sesuatu. Proses berpikir itu pada pokoknya ada tiga langkah, yaitu: pembentukan pengertian, pembentukan pendapat, dan penarikan kesimpulan. Kemampuan berpikir kritis merupakan kemampuan yang sangat esensial untuk kehidupan, pekerjaan, dan berfungsi efektif dalam semua aspek kehidupan lainnya.

Kemampuan berpikir kritis merupakan kemampuan berpikir yang diawali dan diproses oleh otak kiri. “Berpikir kritis telah lama menjadi tujuan pokok dalam pendidikan sejak 1942. Penelitian dan berbagai pendapat tentang hal itu, telah menjadi topic pembicaraan dalam sepuluh tahun terakhir ini”. Berpikir kritis merupakan salah satu proses berpikir tingkat tinggi yang dapat digunakan dalam pembentukan sistem konseptual siswa.

Menurut Ennis yang dikutip oleh Alec Fisher, “Berpikir kritis adalah pemikiran yang masuk akal dan reflektif yang berfokus untuk memutuskan apa yang mesti dipercaya atau dilakukan”. Dalam penalaran dibutuhkan kemampuan berpikir kritis atau dengan kata lain kemampuan berpikir kritis merupakan bagian dari penalaran.

Berpikir kritis adalah berpikir dengan baik dan merenungkan atau mengkaji tentang proses berpikir orang lain. John Dewey mengatakan, bahwa sekolah harus mengajarkan cara berpikir yang benar pada anak-anak. Kemudian beliau mendefinisikan berpikir kritis (*critical thinking*), yaitu: “Aktif, gigih, dan pertimbangan yang cermat mengenai sebuah keyakinan atau bentuk pengetahuan apapun yang diterima dipandang dari berbagai sudut

alasan yang mendukung dan menyimpulkannya.”

Sementara Vincent Ruggiero mengartikan berpikir sebagai, “Segala aktivitas mental yang membantu merumuskan atau memecahkan masalah, membuat keputusan atau memenuhi keinginan untuk memahami: berpikir adalah sebuah pencarian jawaban, sebuah pencapaian makna.” John Chaffee, direktur pusat bahasa dan pemikiran kritis di LaGuardi College, City University of New York (CUNY), menjelaskan bahwa berpikir sebagai “sebuah proses aktif, teratur dan penuh makna yang kita gunakan untuk memahami dunia”. Chaffee mendefinisikan berpikir kritis sebagai “berpikir untuk menyelidiki secara sistematis proses berpikir itu sendiri”. Kemudian ditambahkan oleh Elaine B. Johnson, Ph.D. “Maksudnya tidak hanya memikirkan dengan sengaja, tetapi juga meneliti bagaimana

kita dan orang lain menggunakan bukti dan logika” secara sederhana menurut Robert Duron, *critical thinking* dapat didefinisikan sebagai: *the ability to analyze and evaluate information* (kemampuan untuk membuat analisis dan melakukan evaluasi terhadap data atau informasi).

Dari beberapa pendapat para ahli tentang definisi berpikir kritis di atas dapat disimpulkan bahwa berpikir kritis (*critical thinking*) adalah proses mental untuk menganalisis atau mengevaluasi informasi. Untuk memahami informasi secara mendalam dapat membentuk sebuah keyakinan kebenaran informasi yang didapat atau pendapat yang disampaikan. Proses aktif menunjukkan keinginan atau motivasi untuk menemukan jawaban dan pencapaian pemahaman. Dengan berpikir kritis, maka pemikir kritis menelaah proses

berpikir orang lain untuk mengetahui proses berpikir yang digunakan sudah benar (masuk akal atau tidak). Secara tersirat, pemikiran kritis mengevaluasi pemikiran yang tersirat dari apa yang mereka dengar, baca dan meneliti proses berpikir diri sendiri saat menulis, memecahkan masalah, membuat keputusan atau mengembangkan sebuah proyek.

2.2 Indikator Berpikir Kritis Ennis

Menurut Ennis (1996), berpikir kritis adalah berpikir secara beralasan dan reflektif dengan menekankan pada pembuatan keputusan tentang apa yang harus dipercayai atau dilakukan.

Indikator berpikir kritis yang diturunkan dari aktivitas kritis menurut Ennis (1996) ada lima yaitu:

- Mampu berpikir logis atau nalar
- Mampu merefleksi setiap permasalahan.

- mampu memilih argumen logis, relevan, dan akurat.
- Fokus dalam memutuskan permasalahan
- Mampu menentuka akibat dari suatu pernyataan yang diambil sebagai suatu keputusan..

2.3 Media Sosial

Media Sosial atau biasa disebut *Social media* merupakan sebuah media untuk bersosialisasi satu sama lain dan dilakukan secara online yang memungkinkan manusia untuk saling berinteraksi tanpa terbatas ruang dan waktu. Sosial media meghapus batasan-batasan manusia untuk bersosialisasi, batasan ruang maupun waktu. Dengan media sosial ini manusia dimungkinkan untuk berkomunikasi satu sama lain dimanapun, kapanpun, mereka berada, tidak peduli seberapa jauh jarak mereka, dan tidak peduli siang atau pun malam.

Media sosial memiliki dampak besar pada kehidupan kita saat ini. Seseorang yang asalnya “tidak terkenal” seketika bisa menjadi "terkenal" dengan Media sosial, Begitu juga sebaliknya.

Apabila kita dapat memanfaatkan media sosial, banyak sekali manfaat yang kita dapat, sebagai media pemasaran, dagang, mencari koneksi, memperluas pertemanan, dll. Tapi apabila kita yang dimanfaatkan oleh Media sosial baik secara langsung ataupun tidak langsung, tidak sedikit pula kerugian yang akan di dapat seperti kecanduan, sulit bergaul di dunia nyata, autisme, dll).

Orang yang pintar dapat memanfaatkan media sosial ini untuk mempermudah hidupnya, memudahkan dia belajar, mencari kerja, mengirim tugas, mencari informasi, berbelanja, dll. Media sosial sangat identik dengan dunia maya karena para

penggunanya terhubung melalui jaringan internet tanpa bertatap muka. Dunia bebas tanpa batasan yang berisi orang-orang dari dunia nyata. Setiap orang bisa jadi apapun dan siapapun di dunia maya. Seseorang bisa menjadi sangat berbeda di kehidupannya antara di dunia nyata dengan dunia maya.

2.4 Jenis Media Sosial

Social Media (sosmed) adalah sebuah media online, dimana para penggunanya bisa dengan mudah berpartisipasi dan saling berbagi informasi. Saat ini tidak ada satupun sosial media yang sama sekali tidak terhubung satu sama lain. Dan semakin banyak sosial media besar yang menawarkan fitur lebih dari sekedar komunikasi kepada pengguna. Penggunaan istilah Sosial Media pada media cetak pertama kali dipercaya dimulai pada tahun 1997.

Jejaring sosial merupakan situs dimana setiap orang bisa membuat web page pribadi, kemudian terhubung dengan teman-teman untuk berbagi informasi dan berkomunikasi. Jejaring sosial terbesar antara lain Facebook, Line, Media sosial, Instagram, Blackberry Messenger. Jika media tradisional menggunakan media cetak dan media broadcast, maka media sosial menggunakan internet. Media sosial mengajak siapa saja yang tertarik untuk berpartisipasi dengan memberi kontribusi dan feedback secara terbuka, memberi komentar, serta membagi informasi dalam waktu yang cepat dan tak terbatas.

Berikut merupakan jenis-jenis media sosial yang paling diminati oleh para pengguna smartphone dan sekaligus menjadi fokus bagi penelitian penulis, diantaranya:

- Media sosial

- Line
- Instagram
- Facebook
- Blackberry Messenger

2.5 Peranan Media Sosial

Media Sosial dikalangan masyarakat ataupun sosialita telah memiliki peranan penting. Beberapa diantara dari kalangan akademisi, beberapa pengajar telah menggunakan berbagai Media Sosial sebagai alat untuk berinteraksi antara pengajar dan muridnya. Dalam hal ini pengajar ingin menerapkan pembelajaran *e-learning*. Dimana pengguna hanya menggunakan *user interface* tanpa harus bertatap muka langsung.

Disisi lain penggunaan Media Sosial sangat berperan dalam persebaran informasi. Informasi menjadi semakin cepat tersebar melalui media sosial Media Sosial. Informasi yang sebelumnya kita terima dapat dengan mudah kita bagikan

dengan menggunakan fitur grup ataupun menggunakan fitur personal chat dan juga fitur lain yang bernama *broadcast message*.

3. PENYAIAN DATA

Bab ini merupakan bagian untuk menyajikan data-data yang telah diperoleh peneliti dari penyebaran kuesioner pada responden dan hasil observasi di lokasi penelitian. Data-data yang diperoleh tersebut sudah diolah dan di analisis dengan statistik yang disajikan dalam bentuk tabel-tabel dengan maksud agar hasilnya dapat dipahami dan diinterpretasikan.

Terdapat beberapa tahapan pada penelitian ini , diantaranya :

1. Melakukan survey terhadap karakteristik responden
2. survey pada kemampuan responden

Karakteristik Responden terdiri atas :

1. Usia Responden
2. Jenis Kelamin Responden
3. Pendidikan Responden

4. Awal mula reponden mengenal smartphone
5. alasan responden beralih ke smartphone
6. kegiatan responden ketika menggunakan smartphone
7. Lama reponden menggunakan smartphone
8. intensitas responden ketika mendapat informasi dari media sosial
9. responden menanggapi sebuah tautan

4. ANALISIS DAN INTERPRETASI

Pada penelitian yang telah dilakukan, maka peneliti memperoleh data-data hasil penelitian salah satunya adalah karakteristik responden. Dalam data penelitian kali ini, karakteristik responden yang didapat meliputi jenis kelamin dan usia responden jama'ah Masjid Gunungsari Indah Surabaya yang merupakan lokasi penelitian.

Berdasarkan data yang didapatkan dan telah diolah oleh peneliti, maka pada tabel 3.1 telah

jenis gambaran karakteristik jenis kelamin responden Jama'ah Masjid Gunungsari Indah yang menjadi lokasi penelitian diketahui adalah 61,5% responden atau sebanyak 80 responden berjenis kelamin pria. Sedangkan, untuk responden perempuan sebanyak 38,5% responden atau hanya sebanyak 50 orang responden.

Hasil dari data tersebut memberikan gambaran bahwa mayoritas Jamaah Masjid Gunungsari Indah adalah pria, hal tersebut dibuktikan peneliti selain dari data temuan adalah hasil pengamatan dilapangan dan peneliti kerap kali menemui banyak pengunjung pria daripada pengunjung wanita. Hal tersebut terjadi karena faktor kewajiban dari ajaran umat islam yang mewajibkan setiap pria untuk melaksanakan ibadah sholat di Masjid sedangkan wanita lebih banyak menghabiskan waktu di rumah baik yang masih pelajar maupun ibu rumah tangga.

Sedangkan, menurut pengamatan peneliti dilapangan, masyarakat berjenis kelamin pria lebih cenderung menghabiskan waktu untuk mengaji di masjid, melakukan tadarus atau berdiskusi untuk perkembangan masjid kedepannya. Namun, berdasarkan data dalam tabel 3.1 tersebut diatas, ditemukan 61,5% responden laki-laki atau berjumlah 80 orang responden yang ditemui peneliti sedang beraktifitas dimasjid salah satunya adalah melaksanakan shalat berjamaah dan setelah proses shalat selesai peneliti menyebarkan kuisisioner. Mereka yang ditemukan mayoritas adalah pelajar dan mahasiswa serta pegawai pekerja lepas ataupun yang kebetulan sedang beristirahat.

Selain karakteristik jenis kelamin, pada tabel 3.2 dapat diketahui pula karakteristik usia responden jamaah Masjid Gunungsari Indah yang oleh peneliti dibagi menjadi 5 kelompok usia antara lain adalah;

kelompok usia yang pertama adalah usia < 17 tahun hingga 17 tahun terdapat 10,8% atau sebanyak 14 orang responden, kelompok usia ini didominasi oleh siswa SD,SMP,SMA atau sederajat. Kelompok usia yang kedua adalah usia 18-28 tahun yang

oleh ibu-ibu maupun bapak-bapak yang menjelang usia pensiun dan juga ibu-ibu rumah tangga yang lebih banyak menghabiskan waktu di rumah. dan yang terakhir adalah kelompok usia 50 tahun hingga 50 tahun keatas yang berjumlah 19 orang atau 14,6% yang didominasi

sejumlah
ah

Jenis Kelamin * Usia Crosstabulation

26,9%
atau
seban
yak 35

		Usia					Total
		<17	18 s.d 28	29 s.d 39	40 s.d 49	>50	
Jenis Kelamin	Pria	9	17	26	16	12	80
	Wanita	5	18	10	10	7	50
Total		14	35	36	26	19	130

orang responden, pada kelompok usia ini didominasi oleh para mahasiswa dan juga pekerja swasta. Kelompok usia ketiga adalah 29-39 tahun terdapat 27,7% atau sejumlah 36 orang responden, pada kelompok usia ini didominasi oleh mereka yang berprofesi sebagai pekerja swasta, wiraswastawan, dan ibu rumah tangga. selanjutnya adalah kelompok usia keempat yakni usia 40-49 tahun, terdapat 20% atau setara dengan 26 orang responden, pada kelompok usia ini didominasi

oleh para manula (lanjut usia).

Maka dari interpretasi diatas, dapat diketahui kelompok usia responden yang menduduki peringkat pertama mayoritas adalah kelompok usia 29-39 tahun dengan prosentase 27,7%, peringkat kedua adalah kelompok usia 18-28 tahun dengan prosentase sejumlah 26,9%. Selain pada data, peneliti berkesimpulan demikian juga berpatokan pada pengamatan yang dilakukan oleh peneliti di lapangan yang menjadi lokasi penelitian dan kerap kali

menjumpai pengunjung yang berusia kisaran 2 (dua) kelompok usia tersebut yakni kelompok usia 29-30 tahun dan kelompok usia 18-28 tahun.

Dalam temuan data kali ini, peneliti juga telah melakukan *crosstabulation* data karakteristik responden dengan maksud ingin mengetahui jumlah responden atau jamaah Masjid Gunungsari Indah menurut jenis kelamin dan usianya agar data yang dimiliki peneliti benar-benar detail. Adapun hasil proses *crosstabulation* yang dilakukan oleh peneliti seperti pada tabel yang tersaji berikut ;

Tabel 4.1 *crosstabulation* antara usia dan jenis kelamin

Sumber olah data peneliti

Jika dikaitkan antara jenis kelamin dan usia sesuai hasil yang didapat dari *crosstabulation* data yang dilakukan peneliti antara karakteristik responden jenis kelamin dan karakteristik responden usia, maka dihasilkan bahwa responden berjenis kelamin perempuan yan usianya

dibawah 17 tahun sebanyak 5 responden dan responden berjenis kelamin laki-laki sebanyak 9 responden, sehingga total jumlah responden yang berusia kurang dari 17 tahun hingga 17 tahun sebanyak 14 responden, kemudian untuk usia 18-28 tahun sejumlah 35 responden atau 17 responden merupakan pria dan 18 responden merupakan wanita berdasarkan hasil *crosstabulation* diatas menunjukkan pada usia 18-28 tahun didominasi oleh wanita atau perempuan, berikutnya usia 29-39 tahun sejumlah 36 responden terdiri atas 26 responden merupakan seorang laki-laki dan 10 responden merupakan perempuan, yang ke empat yakni usia 40-49 tahun responden sejumlah 26 responden terdiri atas 16 responden berjenis kelamin pria dan 10 responden berjenis kelamin wanita, serta untuk usia 50 tahun sejumlah 19 responden terdiri dari 12 respondden berjenis kelamin laki-laki dan 7 responden berjenis kelamin wanita.

Dari data yang telah dijabarkan di atas tentang karakteristik responden, perlu untuk diketahui adalah responden yang dipilih tersebut adalah mereka yang telah memenuhi kriteria dalam "pola berpikir kritis" yang ditentukan oleh peneliti antara lain adalah; : (1) mampu berpikir logis atau nalar; (2) mampu merefleksi setiap permasalahan; (3) mampu memilih argumen logis, relevan, dan akurat; (4) fokus dalam memutuskan permasalahan; dan (5) mampu menentukan akibat dari suatu pernyataan yang diambil sebagai suatu keputusan.

4.2 Kemampuan Responden Dalam Berpikir Kritis

Berdasarkan data-data yang telah diperoleh dari hasil observasi dan penyebaran kuisioner yang telah dijelaskan

pada bab sebelumnya, bab keempat ini akan dilakukan analisa terhadap data yang diperoleh dan akan dijabarkan serta dikaitkan dengan teori-teori dan hasil penelitian sebelumnya yang mendukung penelitian ini yang akan disesuaikan dengan interpretasi dari peneliti.

Penelitian ini menggunakan lima variabel pada pengujian kemampuan responden antara lain : (1) mampu berpikir logis atau nalar; (2) mampu merefleksi setiap permasalahan; (3) mampu memilih argumen logis, relevan, dan akurat; (4) fokus dalam memutuskan permasalahan; dan (5) mampu menentukan akibat dari suatu pernyataan yang diambil sebagai suatu keputusan. Dari hasil penelitian ini nantinya akan diketahui apakah temuan data di lapangan dapat mendukung atau bertentangan dengan teori dan penelitian yang lainnya atau yang sudah ada. Berikut ini adalah pembahasan mengenai pengaruh berita hoax terhadap karakteristik

dan kemampuan responden di masjid gunung sari.

Berdasarkan data-data yang diperoleh dari hasil penyebaran kuesioner didapatkan bahwa kemampuan berpikir logis atau nalar responden jamaah Masjid Gunungsari bernilai mean (rata-rata) 2,94 atau masuk dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa Jamaah Masjid Gunungsari banyak yang sudah mampu berpikir logis atau nalar dalam menerima informasi baru atau berita *Hoax*.

Berikut ini merupakan tampilan grafik rata-rata Sub Indikator kemampuan berpikir Nalar atau logis

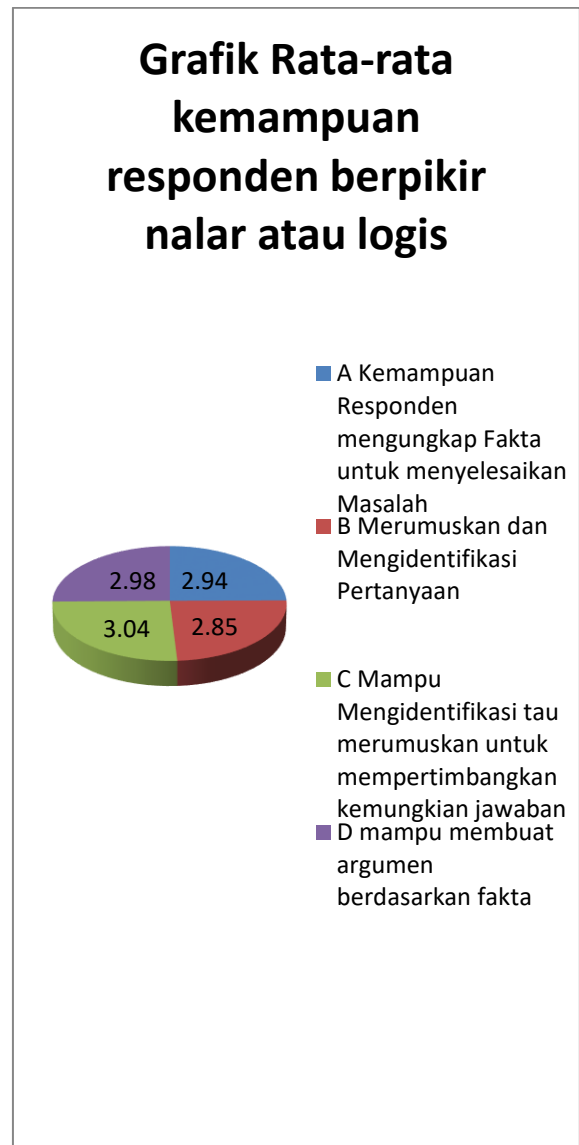
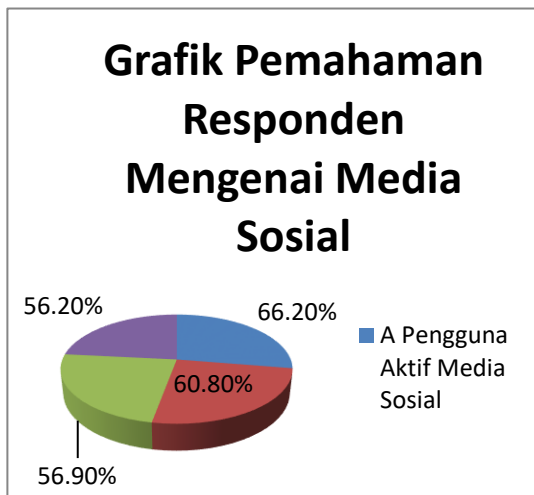


Diagram mengenai sub indikator dari kemampuan responden dalam berpikir nalar atau logis diatas menunjukkan bahwa kelima sub indikatornya A,B,C,D memiliki nilai rata-rata antara 2,85 sampai 3,04 yang bernilai Sedang. hal ini

menunjukkan bahwa Responden memiliki kemampuan berpikir Nalar atau Logis yang Baik dalam mencermati berita baru atau *Hoax*.

4.3 Pemahaman Responden mengenai Media sosial

Jamaah Masjid Gunungsari Indah Surabaya mampu menggunakan Media Sosial dari aplikasi Smartphone dengan baik, hal ini telah dibahas pada karakteristik responden terhadap penggunaan media sosial yang dipaparkan di bab III. Untuk menyederhanakan data tersebut, peneliti menginterpretasikan dalam grafik di bawah ini :

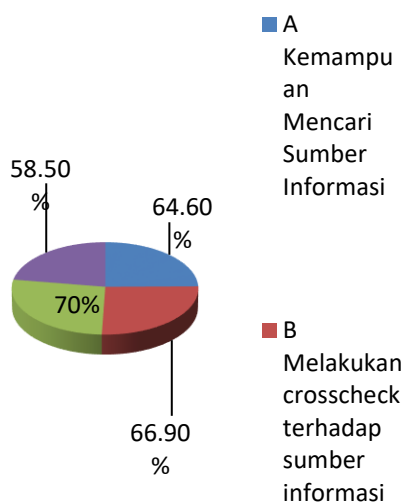


Dari grafik diatas nampak jelas bahwa tingkat pemahaman Jamaah Masjid Gunungsari Indah Surabaya terhadap penggunaan grup media sosial resmi untuk semua indikator A,B,C,D memiliki nilai diatas 50% dari sample. Hal ini menunjukkan bahwa mayoritas Jamaah Masjid Gunungsari Indah Surabaya Mampu menggunakan Grup media SosialMasjid dengan baik.

4.4 Pemahaman Responden mengenai Pola Berpikir Kritis terhadap penggunaan Media Sosial

Berdasarkan data yang diperoleh mengenai tingkat pemahaman Jamaah Masjid Gunungsari mengenai pola berpikir kritis dalam menanggapi berita *hoax* di media sosial diwujudkan dengan grafik dibawah ini :

Grafik Pemahaman Responden Mengenai Pola Berpikir Kritis terhadap Penggunaan Media Sosial



Dapat kita lihat bahwa kemampuan mencari sumber informasi dari Jamaah Masjid Gunungsari memiliki Nilai 64,6% hal ini menunjukkan bahwa Responden dapat menelusuri sumber informasi

yang didapatkan dari grup media sosial.

Begitu Juga dengan kemampuan melakukan *crosscheck* terhadap sumber informasi dari Jamaah Masjid Gunungsari yang mencapai nilai 66,9 %. Nilai ini cukup besar dari mayoritas responden. Hal ini menunjukkan bahwa Jamaah Masjid Gunungsari Up to Date terhadap Informasi Modern

Pada tingkat kemampuan Mengungkap Fakta dari sebuah Informasi melalui grup media sosial didapatkan nilai 70% nilai ini merupakan prosentase tertinggi dari keempat indikator yang disajikan dalam grafik diatas. Artinya Jamaah Masjid Gunungsari dapat dengan Cakap menelusuri, mengklarifikasi, dan membandingkan sebuah informasi yang baru diterimanya. Nilai diatas juga menunjukkan bahwa dengan kemampuan mengungkap fakta dari sebuah informasi yang baru diterima dapat mencegah dan

menghindarkan Jamaah Masjid Gunungsari dari berita *hoax*. Sehingga pada indikator D yang memuat tentang kemampuan menentukan sebuah informasi tersebut valid atau tidak mampu mencapai nilai 58,50%. Dimana dengan prosentase ini lebih dari separuh responden mengetahui tingkat kevalidan/kebenaran suatu berita, Sehingga tidak mudah percaya ataupun terkecoh dengan informasi *hoax* tersebut. Hal ini juga mempengaruhi keputusan responden untuk melanjutkan sharing informasi atau tidak, dalam artian informasi berhenti di pihak penerima.

BAB V

KESIMPULAN DAN SARAN

5.1 Kesimpulan

Berdasarkan hasil analisis penelitian yang dilakukan oleh peneliti mengenai Peran Berpikir Kritis Dalam Penggunaan Media Sosial di Kalangan Jamaah Masjid Gunungsari Indah Surabaya, maka dapat diambil beberapa kesimpulan sebagai berikut :

1. Pola berpikir kritis dan kemampuan berliterasi Informasi para jamaah Masjid Gunungsari Indah yang memenuhi kriteria dalam "pola berpikir kritis" bernilai mean (rata-rata) 2,94 atau masuk dalam kategori sedang. Hal ini menunjukkan bahwa Jamaah Masjid Gunungsari banyak yang sudah mampu berpikir logis atau nalar dalam menerima informasi baru atau berita *Hoax*.
2. Pemahaman para Jamaah Masjid Gunungsari Indah Mengenai penggunaan grup media sosial resmi memiliki nilai rata-rata tiap indikator 60%. Meliputi A. 66,2% pengguna aktif media sosial B. 60,8% memiliki akun media sosial lebih dari satu C. 56,9% mendapat sharing informasi di media sosial dan D. 56,2% mendapat informasi *hoax*. Sehingga pemahaman Jamaah Masjid Gunungsari Indah Surabaya bernilai Baik.
3. Pemahaman para Jamaah Masjid Gunungsari Indah mengenai pola berpikir kritis dan berliterasi informasi terhadap penggunaan grup media sosial memiliki nilai

rata-rata 65%. meliputi A. Kemampuan mencari Sumber Informasi, B. Melakukan crosscheck kepada sumber informasi, C. Kemampuan mengungkap fakta dari informasi, D. kemampuan menentukan sebuah informasi tersebut valid atau *hoax*. Sehingga dapat disimpulkan bahwa Para Jamaah Masjid Gunungsari Indah mampu berpikir kritis dan berliterasi Informasi dengan baik.

5.2 Saran

Berdasarkan kesimpulan hasil penelitian diatas, maka saran yang dapat disampaikan peneliti adalah dengan mengadakan sosialisasi atau penyuluhan di Masjid Gunungsari Indah guna memberikan edukasi akan berpikir kritis, agar para masyarakat Masjid Gunungsari Indah terhindar dari adanya pengaruh berita *hoax* yang dapat meresahkan. Berikutnya adalah saran bagi peneliti yang akan melanjutkan penelitian ini , diharapkan untuk melakukan penelitian kualitatif agar didapatkan hasil yang lebih mendetail.

DAFTAR PUSTAKA

- Ardial, H. 2014. *Paradigma dan Model Penelitian Komunikasi*. (Jakarta: Bumi Aksara)
- Effendy, Onong Uchjana. 2003. *Ilmu Teori dan Filsafat Komunikasi*. (Bandung: PT Citra Aditya Bakti)
- Liliweri, Alo. 2015. *Komunikasi Antar Personal*. (Jakarta : Kencana Prenadamedia Group)
- Littlejohn, Stephen W dan Karen a Foss. 2009. *Teori Komunikasi Theories of Human Communication*. (Jakarta: salemba Humanika)
- Moleong, Lexy J. 2016. *Metodologi Penelitian Kualitatif Edisi Revisi*. (Bandung : Rosda)
- Parwito. 2008. *Penelitian Komunikasi Kualitatif*. (Yogyakarta: LKiS)
- Rakhmat, Jalaluddin. 2004. *Psikologi Komunikasi Edisi Revisi*. (Bandung: Rosdakarya)

Tapscott, Don. 2013. *Grown Up Digital Yang Muda Yang Mengubah Dunia*. (Jakarta: Gramedia Pustaka)

Wardiah, Mia L. 2016. *Teori Perilaku dan Budaya Organisasi*. (Bandung: Pustaka Setia)

Anggraini, Clara Novita. 2016. *Literasi Media Baru dan Penyebaran Informasi Hoax (Studi Fenomenologi pada Pengguna Whatsapp dalam Penyebaran Informasi Hoax Periode Januari-Maret 2015)*. Universitas Gajah Mada, Jogja. (diakses di etd.repository.ugm.ac.id pada 2 Februari 2017)