

TRANSFORMASI POLA PIKIR MANUSIA DALAM ERA INFORMASI DAN KOMUNIKASI DIGITAL: KAJIAN KONSTRUKSI SOSIAL DAN TEKNOLOGI

Badrul Helmi¹ Rismayanti² Jamiah Hariyati³ Arya Prandana⁴

badrulhelmi@utnd.ac.id¹ rismayanti@utnd.ac.id² jamiah@utnd.ac.id³

arya@utnd.ac.id⁴

¹²³⁴ Universitas Tjut Nyak Dhien

ARTICLE INFO

Keywords: Pola pikir, media sosial, komunikasi digital

Received : ...

Revised : ...

Accepted : ...

©2023 The Author(s): This is an open-access article distributed under the terms of the [Creative Commons Atribusi 4.0 Internasional](https://creativecommons.org/licenses/by/4.0/)



ABSTRACT

Era reformasi dan komunikais digital telah mengubah pola pikir manusia secara mendasar, dari yang sebelumnya bersifat linier dan statis menjadi lebih dinamis dan *real-time*. Media sosial tidak hanya menjadi sarana komunikasi, tetapi juga membentuk identitas, perilaku dan konstruksi sosial masyarakat penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif melalui studi literature dan observasi media sosial untuk menganalisis perubahan pola pikir manusia berdasarkan konstruksi sosial Berger dan Luckmann serta konsep pola pikir menurut Carol Dweck. Hasil kajian menunjukkan bahwa arus informasi digital memengaruhi cara berpikir manusia, menjadikan mereka lebih reaktif dan kurang kritis. Oleh karena itu, dibutuhkan pola pikir yang adaptif, reflektif dan kritis dalam menghadapi derasnya informasi digital agar masyarakat tidak terjebak dalam manipulasi opini public dan hoaks.

INTRODUCTION

Dunia mengalami transformasi luar biasa akibat teknologi, terutama di bidang komunikasi dan informasi. Menurut Kementerian Riset, Teknologi, dan Pendidikan Tinggi, revolusi industri 4.0 mengubah cara individu, mesin, teknologi, dan proses dalam menjalankan tugas-tugas di berbagai profesi, termasuk akuntansi. Periode globalisasi kemungkinan akan mengakibatkan hilangnya 1 hingga 1,5 miliar lapangan kerja antara tahun 2015 hingga 2025 (Negara et al., 2023). Hal ini turut memengaruhi struktur berpikir manusia dalam menerima, mengolah dan mendistribusikan informasi.

Ketika teori komunikasi massa, seperti *Uses and Gratifications Theory*, *Agenda Setting*, atau *Cultivation Theory*, pertama kali dikenalkan pada pertengahan abad ke-20, struktur sosial masih sangat bergantung pada interaksi langsung antar individu dan media tradisional seperti surat kabar, radio, dan televisi. Dalam konteks ini, media massa belum mendominasi seluruh aspek kehidupan sosial, melainkan hanya sebagai salah satu dari sekian banyak faktor pembentuk opini dan perilaku masyarakat.

Namun, perkembangan teknologi digital dan kemunculan media sosial telah mengubah secara drastis pola komunikasi dan interaksi sosial manusia. Media digital tidak hanya menjadi saluran informasi, tetapi juga menjadi ruang utama bagi pembentukan identitas, relasi sosial, bahkan tindakan kolektif. Platform seperti Facebook, Instagram, dan TikTok telah menjadi ruang dominan untuk sosialisasi, aktivisme, pemasaran, hingga pembentukan opini public (Naufal, 2021).

Perubahan ini memunculkan kebutuhan untuk mengaji ulang teori-teori klasik komunikasi massa agar relevan dengan kondisi kontemporer. Banyak teori yang sebelumnya diasumsikan berlaku dalam komunikasi satu arah dari media ke audiens, kini harus beradaptasi dengan komunikasi dua arah yang cair dan partisipatif di media digital. Interaktivitas, algoritma personalisasi, dan kecepatan viralitas konten menjadi faktor baru yang tidak terakomodasi dalam teori klasik.

Media sosial bukan lagi hanya sebagai alat komunikasi massa tetapi sudah menjadi perpanjangan realitas sosial yang memiliki andil dalam membentuk identitas dan tindakan individu secara massif. Bahkan *personal branding* pun dapat dilakukan di media sosial. Dalam model "*hipodermik*" media massa, informasi diperlakukan seperti virus yang disuntikkan ke dalam diri manusia, menunjukkan kurangnya proses berpikir kritis dalam masyarakat (Machendrawaty, 2016). Setiap orang saat ini menerima ribuan informasi singkat yang masuk dengan cepat ke dalam otak manusia hingga membuat otak melakukan penerimaan informasi yang singkat dan tidak memiliki waktu untuk berpikir kritis terkait informasi yang diterima.

Masuknya informasi secara instan tanpa proses penalaran membuat masyarakat rentan terhadap hoaks dan manipulasi opini publik. Media sosial juga berperan besar dalam membentuk persepsi terhadap isu sosial, politik, agama, dan budaya, karena algoritma memperkuat paparan terhadap informasi tertentu dan menciptakan *filter bubble*, yang membuat individu hanya terpapar informasi sejenis yang memperkuat keyakinannya (Marwan, 2016). Dalam

berita apapun itu terlebih lagi berita politik saat ini. Perkembangan teknologi memunculkan kebutuhan akan pola pikir baru, dimana manusia dituntut untuk tidak sekedar menjadi pengguna, tetapi juga kritikus dan creator informasi.

Carol Dweck membedakan antara pola piker tetap (*fixed mindset*) dan pola pikir berkembang (*growth mindset*), di mana yang terakhir dianggap lebih adaptif terhadap perubahan zaman (Wardani et al., 2023). Dalam konteks Indonesia, pengaruh budaya dan adat ketimuran memberikan tantangan tersendiri dalam menyikapi arus informasi yang deras dan cepat. Oleh karena itu, kajian ini penting dilakukan untuk menelaah bagaimana pola pikir manusia dibentuk, diubah dan diarahkan oleh informasi serta komunikasi dalam kehidupan digital

LITERATURE REVIEW

Perkembangan teknologi informasi dan komunikasi (TIK) telah membawa perubahan signifikan dalam cara manusia berpikir, berinteraksi, dan memahami realitas sosial. Era digital tidak hanya mengubah alat komunikasi, tetapi juga secara mendalam memengaruhi struktur kesadaran, pola pikir, dan cara manusia memaknai dunia. Dalam literatur ini, akan dibahas bagaimana transformasi pola pikir manusia dikaji melalui pendekatan utama: konstruksi sosial atas teknologi (*Social Construction of Technology/SCOT*).

Teori SCOT yang diperkenalkan oleh Trevor Pinch dan Wiebe Bijker menekankan bahwa teknologi tidak berkembang secara linier berdasarkan logika teknis semata, tetapi merupakan hasil dari interaksi sosial antara aktor-aktor dalam masyarakat (Bijker, Hughes & Pinch, 1987). Teknologi dianggap sebagai hasil negosiasi sosial, di mana makna dan penggunaannya dikonstruksi oleh kelompok sosial yang relevan (*relevant social groups*).

Dalam konteks ini, pola pikir manusia terhadap teknologi digital tidak muncul secara alami, tetapi dibentuk oleh pengalaman, nilai budaya, dan praktik sosial yang berkembang. Misalnya, cara generasi muda menggunakan media sosial untuk membentuk identitas pribadi mencerminkan konstruksi sosial terhadap makna “eksistensi” dan “keterhubungan”.

Beberapa studi menunjukkan bahwa era digital telah melahirkan perubahan dalam pola pikir manusia dari linear ke hiperlink (Carr, 2010), dari reflektif ke reaktif (Turkle, 2011), dan dari berbasis narasi panjang ke konsumsi informasi cepat. Teknologi digital mempercepat proses kognitif namun juga mendorong fragmentasi perhatian. Selain itu, identitas dan realitas sosial kini lebih banyak dikonstruksi melalui interaksi digital dibanding pengalaman langsung. Dalam pendidikan, misalnya, muncul pola pikir baru yang lebih kolaboratif dan terdesentralisasi melalui *open source learning* dan *peer-to-peer knowledge sharing* (Siemens, 2005). Sementara itu, dalam ranah politik, pola pikir masyarakat yang terbuka terhadap partisipasi digital juga menghadirkan tantangan berupa polarisasi dan disinformasi.

METHODOLOGY

Penelitian ini menggunakan pendekatan kualitatif deskriptif berbasis studi literature dan observasi media sosial. Studi literasi dilakukan melalui analisis pustaka dari jurnal, buku dan artikel ilmiah yang relevan tentang teori konstruksi sosial, komunikasi massa dan pola pikir manusia. Observasi dilakukan dengan memantau aktivitas warganet di platform sosial media seperti instagram dan TikTok selama periode 1 bulan terhitung sejak 1 mei hingga 30 mei untuk memahami bagaimana mereka merespon dan menyebarkan informasi. Data dianalisis dengan pendekatan teoritis Berger dan Luckmann, serta dikaitkan dengan teori pola pikir Dweck dan konsep berpikir komputasional.

RESULT AND DISCUSSION

1. Definisi

Transformasi digital dipahami bukan lagi sebagai proses adaptasi teknologi dalam pendidikan atau organisasi/ perusahaan, namun telah bergeser menjadi “cara hidup, berpikir, bekerja dan berinteraksi” dalam ruang sosial. Di era informasi dan komunikasi digital, semua hal tidak dapat dipisahkan dari keberadaan digital hingga sampai *branding sosial* (Hadiono & Noor Santi, 2020).

Dalam jurnal ini, transformasi digital mencerminkan proses konstruksi sosial, dimana teknologi tidak hanya dilihat sebagai alat bantu tetapi juga berperan sebagai alat pembentuk pola pikir, nilai dan budaya manusia. Manusia dalam hal ini, bukan hanya pengguna teknologi, tetapi juga dikonstruksi ulang cara berpikir dan bertindakya melalui konten yang terus menerus terlihat dalam ruang digital.

Transformasi digital juga dapat diartikan sebagai perubahan yang mendalam dalam cara manusia memahami dan menafsirkan dunia melalui media digital. Era ini menuntut manusia untuk memiliki pola pikir yang adaptif, kolaboratif, kritis dan reflektif terhadap arus yang mengalir tanpa batas waktu dan ruang.

Akibatnya, terjadi semacam perubahan paradigma berpikir dari yang bersifat linear dan statis menjadi terbuka, dinamis dan terhubung secara real time. Dengan demikian, transformasi digital bukan hanya persoalan teknologis, melainkan juga fenomena sosiokultural yang mengubah secara fundamental cara manusia membangun makna, relasi dan tindakan dalam dunia yang terkoneksi (Dijck, 2013).

2. Teori

Peter L. Berger dan Thomas Luckmann mengembangkan teori konstruksi sosial realitas, menjelaskan bahwa realitas dibentuk melalui proses eksternalisasi, objektivasi dan internalisasi yang terjadi dalam interaksi sehari-hari dalam komunitas (Mawikere & Hura, 2022). Ketika teori ini di cetuskan,

media massa belum menjadi media menarik untuk dapat dibicarakan sehingga teori mereka telah direvisi dengan melihat pada fenomena yang menjadi substansi dalam proses eksternalisasi, subyektivitas dan internalisasi yang dikenal dengan konstruksi sosial media massa. Dalam teori komunikasi massa yang disebut "*the hypodermic needle mode*" atau yang menyebutkan bahwa media merupakan sesuatu yang kuat yang diberikan kepada penerima/ audiens yang pasif (Imran, 2013). Informasi dianggap sebagai virus yang disuntikkan oleh media massa kepada manusia. Manusia yang pasif tidak akan berusaha mengobatinya tetapi menerimanya dengan cepat.

Maksudnya adalah, informasi yang didapatkan melalui hasil komunikasi berpengaruh terhadap pola pikir manusia. Manusia yang menerima informasi tanpa menelaah dan langsung menyebarkan informasi yang didapatkannya adalah manusia yang pasif. Hal ini sangat berbahaya, sehingga perlu adanya peran aktif pola pikir manusia dalam menerima informasi yang didapatkan melalui hasil komunikasi teknologi yang dilakukannya. Setiap masyarakat selalu mengalami transformasi, hal ini kemudian mengakibatkan terjadinya perubahan pola pikir manusia. Pada masa awal sebelum adanya teknologi, tidak banyak yang dapat diciptakan manusia dan manusia kala itu memiliki keterbatasan ilmu pengetahuan. Perkembangan zaman dan perkembangan teknologi ini di masa kini dan kemudian hari menjadi sebab terjadinya perubahan pola pikir manusia.

Penemuan teknologi selalu berkembang dengan cepat setiap tahunnya yang memunculkan berbagai alat komunikasi dan informasi. Perkembangan teknologi yang dirasakan manusia ini kemudian juga menjadi sebab perubahan pola pikir manusia sehingga manusia ingin menciptakan dan melengkapi kehidupannya dengan alat-alat yang mampu memecahkan masalah hidupnya dan membantu dalam hal pekerjaannya dan dalam menjalani kehidupannya. Dapat disimpulkan bahwa sebenarnya perilaku manusia didorong oleh pola pikirnya. Pola pikir manusia lah yang kemudian menggerakkan dan menjadi landasan mengapa seorang manusia melakukan sesuatu hal. Jika pola pikir berubah, maka tindakan akan ikut mengalami perubahan.

Menurut Carol S. Dweck, pada dasarnya terdapat dua jenis pola pikir seorang individu atau manusi, yaitu pola pikir tetap dan pola pikir berkembang (Saputra et al., 2023). Berdasarkan amanat UU dasar 1945, dalam rangka mencerdaskan kehidupan bangsa dan untuk menjadikan siswa menjadi manusia-manusia yang beriman, kreatif dan mandiri, tidak dapat terlepas dari pengembangan pola pikir siswa (Santosa et al., 2019). Hal ini karena, pola pikir manusia dapat berpengaruh terhadap perasaan, sikap dan lainnya yang akan membentuk kehidupannya.

Pendorong pengembangan pola pikir manusia didasarkan pada ilmu pengetahuan dan teknologi. Ilmu pengetahuan selalu erat hubungannya dengan teknollogi. Dalam dunia pendidikan, ada yang disebut dengan berpikir komputasional atau metode pemecahan masalah yang melibatkan pengungkapan masalah dan solusinya melalui teknologi komputer. Berpikir komputasional adala proses mengenali aspek komputasi di dunia yang

mengelilingi kita dan menerapkan alat dan teknik dari ilmu komputer untuk memahami dan memberi alasan tentang sistem dan proses alami dan buatan.

3. Fenomena

Informasi yang disebarkan secara pasif tanpa disaring dengan pola pikir kritis sangat berbahaya bagi pembentukan kesadaran sosial dan budaya. Di media sosial seperti Facebook, Instagram dan TikTok, fenomena penyebaran informasi sering kali dikendalikan oleh daya tarik emosional dibandingkan validitas data. Misalnya, informasi politik yang mengarah kepada buruknya perilaku dan pekerjaan para pejabat pemerintah disertai narasi menjelekkan. Selain itu, banyak fenomena pembentukan mental “geng motor” di kalangan remaja, karena konten-konten yang menggambarkan perilaku mereka tidak disensor sehingga menjadi contoh bagi remaja lainnya. Terlebih lagi, komentar-komentar yang menjatuhkan terkesan seperti kebanggaan bagi mereka karena menjadi viral dan terlihat hebat dengan perilaku yang menyimpang tersebut. Pola pikir seperti ini jelas diakibatkan oleh media sosial dan kurangnya keperdulian dari orang tua.

Selain itu, adapula contoh lain seperti naiknya isu *childfree* dan *patriarki* menjadi viral di seluruh platform sosial media. Masyarakat terbagi kedalam dua kubu pro dan kontra, dengan masing masing meyuarkan opini mereka secara massif. Perdebatan ini menunjukkan bahwa media sosial menjadi arena pembentukan realitas kolektif. Proses internalisasi dari opini public kedalam pemikiran personal terjadi begitu cepat sehingga seseorang bisa mengubah pandangannya hanya karena dominasi opini di linimasa mereka.

Adapula kasus penyebaran hoax yang bahkan sampai terjadi di dunia nyata terlebih lagi banyaknya Ibu-Ibu yang baru masuk ke dunia digital, mereka adalah sasaran utama penyebaran hoaks. Seperti informasi terkait vaksin atau kesehatan alternative yang tersebar tanpa adanya fakta/pembuktian. Ini menunjukkan kemampuan masyarakat dalam berpikir kriti. Informasi menjadi seperti virus yang disuntikkan ke masyarakat pasif. Inilah pentingnya membentuk pola pikir berkembang yang didorong oleh literasi digital.

Selain itu, adapula yang disebut “dominasi influencer” sebagai pembentuk realitas. Influencer memiliki peran besar dalam membentuk pola pikir pengikutnya yang kemudian dijadikan contoh dan rujukan dari kehidupan mereka. Contohnya gaya hidup influencer yang mereka itui akan mereka coba untuk ikuti dan dianggap ideal, padahal kenyataannya tidak demikian. Banyak influencer yang pada kenyataannya tidak hidup dengan kemawahan asli tetapi menyewa barang-barang mewah hanya sekedar untuk di tunjukkan di soial media.

Dalam kerangka Berger dan Luckmann, pengguna menciptakan realitas sosial berdasarkan respons instan yang kemudian menjadi “kebenaran bersama” tanpa sempat melalui proses objektivasi yang matang.

4. Observasi Media Sosial

Observasi dilakukan terhadap aktivitas pengguna di media sosial Instagram dan TikTok selama periode 1 hingga 30 Mei. Hasil observasi

menunjukkan bahwa pola pikir pengguna sangat dipengaruhi oleh jenis konten yang dikonsumsi dan interaksi yang mereka lakukan. Untuk itu, peneliti hanya berfokus pada isu politik dengan tagar #politikindonesia, #Vaksin , dan #kontroversi.

Berdasarkan hasil observasi yang telah peneliti lakukan pada penyebaran informasi di media sosial menunjukkan bahwa banyak sekali penyebaran informasi tanpa proses verifikasi terlebih dahulu di media sosial.

Informasi yang tersebar tidak hanya masif, tetapi juga sarat dengan narasi yang tidak jelas sumbernya, dan seringkali memunculkan persepsi yang keliru di tengah masyarakat. Berikut ini adalah penjabaran berdasarkan masing-masing tagar yang diamati:

a. #PolitikIndonesia

Pada tagar ini, sebagian besar konten berkaitan dengan isu pemerintahan yang dianggap tidak memiliki program yang jelas. Muncul pula dua kubu masyarakat yang saling menyerang di kolom komentar, menciptakan polarisasi yang tajam. Yang menjadi perhatian peneliti adalah, banyak sekali video pendek yang disebarluaskan secara luas, mulai dari ratusan hingga ribuan kali unggahan ulang, namun narasi dalam video-video tersebut tidak jelas, baik yang menyatakan dukungan maupun kritik terhadap pemerintah.

Dalam konten-konten tersebut, data yang diberikan tidak jelas sumbernya, banyak sekali editing yang seolah-olah didapatkan dari sumber berita terkemuka namun ternyata bukan. Masyarakat banyak sekali berkomentar tanpa mencari tau dahulu, tanpa berpikir dahulu dan tanpa memfilter informasi yang mereka terima. Mereka lebih berfokus pada kepercayaan diri masing-masing. Jika berita tersebut sesuai dengan kepercayaannya, maka ia akan mendukung sepenuhnya secara buta, dan jika berita tersebut tidak sesuai dengan kepercayaannya – walaupun benar- ia tidak akan mempercayainya. Fenomena ini menunjukkan bahwa konten yang belum tentu akurat atau terverifikasi dapat menyebar secara cepat dan luas, tanpa ada pengecekan fakta terlebih dahulu oleh para pengguna.

b. #Vaksin

Tagar ini memperlihatkan konflik antara dukungan dari kalangan medis dengan keraguan masyarakat. Meskipun dokter dan Kementerian Kesehatan telah menyampaikan pentingnya vaksin, masyarakat justru lebih banyak menyebarkan video dan narasi yang bersifat hoaks atau provokatif, seperti menolak vaksin karena merasa dijadikan "kelinci percobaan", atau karena keberatan jika vaksin dijadikan syarat untuk akses layanan publik. Banyak dari informasi yang tersebar tidak mengandung data ilmiah yang jelas dan hanya berdasarkan opini pribadi, ketakutan, serta asumsi yang belum diverifikasi. Ini memperkuat kesimpulan bahwa penyebaran hoaks atau disinformasi tentang vaksin tidak hanya masif, tetapi juga berlangsung dalam situasi minim literasi digital.

Selain itu, terdapat postingan yang memperlihatkan hasil penelitian dari sebuah jurnal terkait dengan pemberian vaksin di India dan Africa. Tanpa mencari informasi terlebih dahulu terkait tentang apa, membahas tentang apa dan siapa yang menulis jurnal tersebut, orang beramai-ramai membagikan sepenggal paragraph yang menjelaskan terjadinya kematian dan cacat akibat pemberian vaksin oleh Gates Foundation di India dan Africa.

c. #Kontroversi

Tagar ini didominasi oleh video yang menyebutkan besarnya kasus korupsi di Indonesia dan kebijakan kontroversial seperti pengiriman anak-anak nakal ke barak militer oleh Gubernur Dedi Mulyadi. Terkait berita korupsi, masyarakat hanya melihat keburukan yang dilakukan pemerintah dan pejabat pemerintahan saja, tanpa mereka mencoba untuk membenahi diri mereka sendiri. Mereka lupa bahwa pemerintahan adalah cerminan dari rakyatnya. Hal ini nyata jelas terlihat, dengan semakin menurunnya sikap kritis dan malasnya masyarakat membaca, mengakibatkan semakin maraknya hoaks yang beredar di masyarakat.

Selain itu, terkait dengan isu dimasukkannya siswa ke barak militer, banyak sekali masyarakat yang pro, namun pemerintah dan pejabat pemerintah justru kontra. Masyarakat menilai bahwa pejabat pemerintah hanya fokus pada kesalahan orang lain, padahal banyak isu yang lebih membutuhkan perhatian mereka. Sebagian besar konten yang beredar hanya menyoroti sisi sensasional dari isu tanpa menyertakan data resmi, kronologi yang lengkap, atau konteks kebijakan yang benar. Video-video ini pun banyak diunggah ulang tanpa mempertanyakan kebenarannya, menciptakan opini publik yang bisa jadi menyimpang dari realitas. Banyak konten viral yang berisi video pendek dengan unsur emosional tinggi, seperti kemarahan terhadap pejabat, kisah inspiratif, atau humor satir. Pola pikir pengguna menjadi sangat visual dan cepat; mereka menyukai dan menyebarkan sesuatu tanpa benar-benar memikirkan makna mendalam atau konsekuensinya.

Interaksi cepat seperti "suka", "komentar", atau "repost" dilakukan dalam hitungan detik, yang menunjukkan minimnya proses berpikir kritis. Temuan lain adalah munculnya "*echo chamber*" atau ruang gema, di mana algoritma media sosial membuat pengguna hanya terpapar pada konten yang sesuai dengan preferensi mereka. Ini memperkuat pendapat pribadi dan menurunkan keterbukaan terhadap informasi berbeda. Misalnya, pengguna yang sering menonton konten konspirasi akan terus disuguhi video serupa, yang memperkuat keyakinan semula dan mengurangi sikap kritis.

Berdasarkan observasi yang telah dilakukan, ditemukan perbedaan pola pikir pengguna. Sedikit orang menunjukkan terbuka terhadap informasi baru, sedikit mengajukan pertanyaan dan berdiskusi, namun lebih banyak yang menunjukkan pola pikir tetap, seperti menolak dan

memeri kritik keras terhadap informasi yang dianggap tidak sesuai dengan keyakinan awal. Hal ini menunjukkan bahwa meskipun platform sama, konstruksi realitas bisa berbeda tergantung pada struktur pola pikir masing-masing. Maka dari itu, pengembangan pola pikir berkembang dan berpikir komputasional menjadi kebutuhan mendesak untuk mempersiapkan generasi yang adaptif dan kritis.

5. Solusi

Adapun beberapa solusi yang dapat dilakukan untuk menghindari dan mengurangi dampak dari banyaknya berita viral yang tidak memiliki latar berita yang jelas dan informasi yang jelas dan akurat yaitu dengan melakukan beberapa hal di bawah ini:

a. Perkuat literasi digital untuk kita dan orang sekitar kita

Masyarakat kita yang terpapar video pendek dan lebih mudah menerima informasi singkat membuat otak manusia malas berpikir dan membaca, bahkan hanya membaca *caption* saja pun terkadang mereka tidak malas. Pendidikan literasi harus diberikan bahkan sejak usia dini, terlebih orang tua saat ini lebih mengandalkan alat elektronik sebagai teman anak mereka (Rahmawati, 2021). Literasi digital diberikan agar anak-anak kita lebih terbiasa dan belajar memilih, memilah dan kritis terhadap setiap yang dilihatnya di sosial media.

b. Pengembangan Growth Mindset

Mendorong individu agar memiliki pola pikir yang berkembang (*growth mindset*) seperti yang dikemukakan Carol Dweck, agar mereka terbuka terhadap perubahan, terus belajar dan tidak terjebak dalam pola pikir tertutup (*fixed mindset*) akibat bias media digital (Yuliana & Setiawan, 2022).

c. Etika dan tanggung jawab bermedia sosial

Diperlukan pemahaman tentang etika digital dalam menggunakan media sosial, seperti menyebarkan informasi yang benar, menghargai privasi dan tidak terpancing provokasi. Hal ini memperkuat control diri di tengah derasnya arus informasi. Setiap kita sebaiknya harus memberikan pemahaman terkait etika dan tanggung jawab dalam bermedia sosial, terlebih kepada orang-orang terdekat kita (Ismail, 2019). Kita harus dapat memberikan pemahaman dan pengertian bagi orang-orang di sekitar kita terkait hal ini agar tidak ada lagi yang mudah terprovokasi dengan narasi-narasi yang tidak berdasar.

d. Pemberdayaan komunitas dan peran tokoh

Pejabat pemerintah dan desa perlu berkoordinasi dan memberikan pemahaman terkait dengan literasi digital. Setidaknya perlu ada informasi dan edukasi dari pihak-pihak berwenang terkait pemilihan informasi yang beredar di media sosial. Khususnya adalah guru dan influencer. Mereka

adalah ujung tombak pengajaran masyarakat terkait dengan media sosial (Nugroho, 2020). Mereka adalah agen perubahan dalam memberikan edukasi bagi public terkait bahayanya informasi palsu dan pentingnya berpikir kritis dan bernalar terkait dengan informasi yang mereka lihat di media sosial.

CONCLUSION AND RECOMMENDATION

Berdasarkan kajian yang telah dilakukan, dapat disimpulkan bahwa transformasi digital telah menggeser pola pikir manusia dari yang sebelumnya bersifat linear dan pasif menjadi lebih terbuka, responsif, namun sekaligus rentan terhadap informasi yang menyesatkan. Media sosial telah menjadi ruang utama dalam membentuk identitas, opini, hingga tindakan sosial, yang semuanya berakar pada bagaimana manusia menginternalisasi informasi. Pola pikir yang tidak disertai dengan nalar kritis membuat individu mudah terjebak dalam hoaks, propaganda, dan budaya instan.

Dalam perspektif teori konstruksi sosial, media digital menjadi alat yang membentuk realitas secara kolektif, sedangkan dalam pendekatan pola pikir, manusia perlu membina pola pikir berkembang (growth mindset) agar mampu menghadapi perubahan dengan sikap reflektif dan produktif. Pola pikir berkembang mendorong individu untuk terus belajar, beradaptasi, dan tidak mudah menyerah terhadap tantangan informasi yang datang bertubi-tubi.

Fenomena sosial seperti hoaks, childfree, patriarki, hingga perilaku menyimpang di media sosial menjadi bukti nyata bahwa pola pikir masyarakat sedang dibentuk oleh kekuatan algoritma dan dominasi opini yang tidak selalu rasional. Maka, diperlukan kesadaran kolektif untuk mengembangkan literasi digital dan pola pikir kritis dalam membangun masyarakat yang tangguh, cerdas, dan bijak di era informasi ini.

REFERENCES

- Dijk, J. Van. (2013). *The Culture of Connectivity: A Critical History of Social Media*. Oxford University Press.
- Hadiono, K., & Noor Santi, R. C. (2020). Menyongsong Transformasi Digital. *Proceeding Sendiu, July*, 978-979. https://www.researchgate.net/publication/343135526_Menyongsong_Transformasi_Digital
- Imran, H. A. (2013). Media Massa, Khalayak Media, The Audience Theory, Efek Isi Media dan Fenomena Diskursif. *Jurnal Studi Komunikasi Dan Media*, 16(1), 47. <https://doi.org/10.31445/jskm.2012.160103>
- Ismail, M. I. (2019). Etika Bermedia Sosial dalam Perspektif Pendidikan Moral. *Jurnal Etika Dan Humaniora*, 4(1).
- Machendrawaty, N. (2016). Strategi Komunikasi Dakwah Pada Era Digital. *Universitas Islam Negeri Sunan Gunung Djati Bandung*, 1-23.
- Marwan, M. R. (2016). *Analisis Penyebaran Berita Hoax Di Indonesia*.

- Mawikere, M., & Hura, S. (2022). Mengurai Sosiologi Empiris Berger dan Luckmann sebagai Konstruksi Pengetahuan. *Jurnal Tumou Tou*, 22(2), 99–109. <https://doi.org/10.51667/tt.v9i2.840>
- Naufal, H. A. (2021). Literasi Digital. *Perspektif*, 1(2), 195–202. <https://doi.org/10.53947/perspekt.v1i2.32>
- Negara, O. J., Muhammad Kamil Husain, & Isaac Khong. (2023). Peran Transformasi Teknologi Informasi di Era Industri 4.0 Pada Profesi Akuntansi. *Jurnal MENTARI: Manajemen, Pendidikan Dan Teknologi Informasi*, 2(1), 84–94. <https://doi.org/10.33050/mentari.v2i1.375>
- Nugroho, A. S. (2020). Peran Tokoh Masyarakat dalam Literasi Media di Era Post-truth. *Jurnal Komunikasi Massa*, 10(2).
- Rahmawati, A. (2021). Literasi Digital Sebagai Solusi Menghadapi HOAKS di Era Digital. *Jurnal Ilmu KOMunikasi*, 19(1).
- Santosa, E., Nugroho, P. J., & Siram, R. (2019). Implementasi Gerakan Literasi Sekolah. *Equity In Education Journal*, 1(1), 56–61. <https://doi.org/10.37304/eej.v1i1.1553>
- Saputra, I. N. A., Gading, I. K., & Aisyah, S. (2023). Mind Set dan Sikap Ilmiah dan Pengaruhnya terhadap Kemampuan Literasi Sains Siswa Kelas V Sekolah Dasar. *Jurnal Ilmiah Pendidikan Profesi Guru*, 6(1), 47–56. <https://doi.org/10.23887/jippg.v6i1.59273>
- Wardani, S., Asbari, M., & Jannah, M. (2023). Self Theorist: Pengaruh Teori Diri terhadap Motivasi, Kepribadian, dan Pengembangan Diri. *JISMA: Jurnal Of Information Systems and Management*, 2(5), 12–17.
- Yuliana, E., & Setiawan, R. (2022). Membangun Growth Mindset di Kalangan Remaja Melalui Pendidikan Karakter. *Jurnal Psikologi Pendidikan Dan Konseling*, 8(1).

LAMPIRAN



Gambar 1 Berita
terkait Kebijakan
Pemerintah



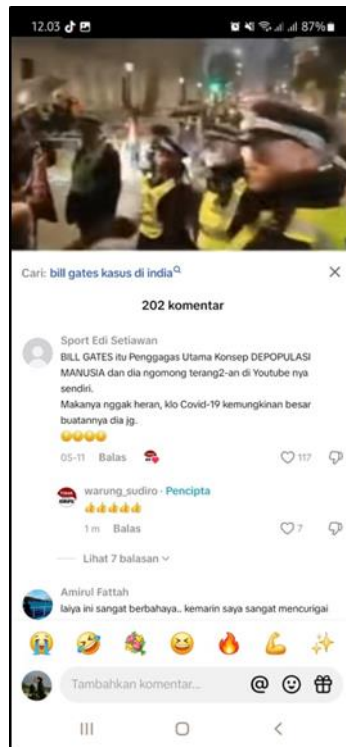
Gambar 2 Berita
terkait Kebijakan
Pemerintah



Gambar 3 Berita
terkait Kebijakan
Pemerintah



Gambar 4 Berita
dengan tagar
#kontroversi



Gambar 5 Berita
dengan tagar #vaksin