



## Tingkat Literasi Informasi Mahasiswa Angkatan 2022 dalam Penggunaan Platform E-Commerce Shopee di Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang

Helwina Aysha Putri<sup>1\*</sup>, Nurizzati<sup>2</sup>

<sup>1,2</sup>Program Studi Perpustakaan Dan Ilmu Informasi, Departemen Ilmu Informasi Dan Perpustakaan, Fakultas Bahasa Dan Seni, Universitas Negeri Padang, Indonesia

[helwinaayshaputri@gmail.com](mailto:helwinaayshaputri@gmail.com)

**Abstract.** This study is motivated by the importance of information literacy among students in using the Shopee e-commerce platform. The purpose of this study is to determine the level of information literacy of 2022 cohort students at the Faculty of Languages and Arts, Padang State University, in using the platform e-commerce Shopee. This research employs a quantitative approach with a descriptive method. The population in this study consists of all 2022 cohort students of the Faculty of Languages and Arts, Padang State University, totaling 1,208 students, with a sample of 92 respondents selected using a simple random sampling technique based on the Slovin formula. Data collection in this study was conducted using a questionnaire developed based on the The Seven Faces of Information Literacy model, which was distributed online via WhatsApp in the form of Google Forms and directly through QR codes. Based on the confidence interval calculation, the average level of students' information literacy falls within the range of  $3.05 < \mu < 3.27$ , indicating that the information literacy level of 2022 cohort students in using the platform e-commerce Shopee at the Faculty of Languages and Arts, Padang State University, is categorized as high. In general, it can be concluded that students have a good level of information literacy, particularly in aspects of information technology use, utilization of information sources, information searching processes, information control, knowledge construction, knowledge development, and wisdom in using information on the Shopee e-commerce platform.

**Keywords:** Information Literacy; Shopee E-commerce; The Seven Faces of Information Literacy

**Abstrak.** Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya literasi informasi pada mahasiswa dalam penggunaan platform e-commerce Shopee. Tujuan penelitian ini adalah untuk mengetahui tingkat literasi informasi mahasiswa angkatan 2022 dalam penggunaan platform e-commerce Shopee Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode deskriptif. Populasi dalam penelitian ini adalah seluruh mahasiswa angkatan 2022 Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang yang berjumlah 1.208 mahasiswa, dengan pengambilan sampel sebanyak 92 responden melalui Teknik *simple random sampling* berdasarkan perhitungan rumus *Slovin*. Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu berupa kuesioner yang disusun berdasarkan model *The Seven Faces of Information Literacy*, dibagikan secara online melalui *whatsapp* dalam bentuk *google form* dan secara langsung melalui *QR code*. Berdasarkan perhitungan interval kepercayaan, rata-rata kemampuan literasi informasi mahasiswa berada pada rentang  $3,05 < \mu < 3,27$  menunjukkan bahwa Tingkat literasi informasi mahasiswa angkatan 2022 dalam penggunaan platform e-commerce Shopee di Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang berada pada kategori tinggi. Maka secara umum dapat disimpulkan bahwa mahasiswa memiliki tingkat literasi informasi yang baik, khususnya dalam aspek penggunaan teknologi informasi, pemanfaatan sumber informasi, proses pencarian, pengendalian informasi, konstruksi pengetahuan, pengembangan pengetahuan, serta kebijaksanaan dalam menggunakan informasi pada platform e-commerce Shopee.

**Kata Kunci:** Literasi Informasi; E-commerce Shopee; The Seven Faces of Information Literacy

### 1. LATAR BELAKANG

Perkembangan masyarakat pada era digital ditandai dengan meningkatnya pemanfaatan teknologi dalam berbagai aspek kehidupan, termasuk dalam aktivitas komunikasi, interaksi sosial, dan pemenuhan kebutuhan sehari-hari. Keberadaan internet sebagai media utama dalam penyebaran informasi telah menciptakan lingkungan yang serba cepat, terbuka, dan tanpa

batas. Kondisi ini menuntut individu, khususnya mahasiswa, untuk memiliki kemampuan dalam mengelola dan memanfaatkan informasi secara efektif. Literasi informasi menjadi kompetensi esensial yang harus dimiliki, karena mencakup kemampuan untuk mengenali kebutuhan informasi, menelusuri sumber yang relevan, mengevaluasi kualitas informasi, serta menggunakannya secara tepat dan etis (Rachmawati et al., 2021) (Carlton et al., 2020). Dalam konteks pendidikan tinggi, literasi informasi tidak hanya mendukung keberhasilan akademik, tetapi juga menjadi dasar dalam pengambilan keputusan sehari-hari, termasuk dalam aktivitas konsumsi digital seperti belanja online (Hirvonen et al., 2020).

Perkembangan teknologi digital juga telah mengubah pola perilaku konsumsi masyarakat, dari belanja konvensional menjadi belanja berbasis online melalui platform e-commerce. Salah satu platform yang dominan di Indonesia adalah Shopee, yang menawarkan kemudahan transaksi, variasi produk, serta berbagai promosi seperti diskon dan gratis ongkir (Agustin, 2019) (Putri et al., 2024). Popularitas Shopee di kalangan mahasiswa menunjukkan adanya pergeseran gaya hidup ke arah digital yang lebih praktis dan instan (Nusrida et al., 2024). Namun, di balik kemudahan tersebut, muncul fenomena perilaku konsumtif dan impulsif, di mana mahasiswa cenderung melakukan pembelian tanpa analisis informasi yang mendalam. Hasil observasi awal menunjukkan bahwa meskipun mahasiswa membaca deskripsi produk, mereka belum sepenuhnya memahami dan mengevaluasi informasi tersebut secara kritis, serta masih dipengaruhi oleh promosi dan tampilan visual dalam pengambilan Keputusan (Renggowati et al., 2023).

Dalam era banjir informasi digital, kemampuan literasi informasi menjadi sangat penting untuk membantu individu dalam memilah informasi yang valid dan relevan. Tanpa literasi informasi yang baik, pengguna berisiko terjebak dalam informasi yang menyesatkan, seperti ulasan palsu, deskripsi produk yang tidak akurat, maupun strategi pemasaran yang manipulatif. Literasi informasi berperan dalam membentuk perilaku konsumsi yang rasional, kritis, dan bertanggung jawab, sehingga dapat meminimalkan risiko kesalahan pembelian (Latifah et al., 2024); (Saktia, 2024). Oleh karena itu, penting untuk mengkaji bagaimana tingkat literasi informasi mahasiswa dalam menggunakan platform e-commerce, khususnya Shopee, sebagai dasar untuk meningkatkan kualitas pengambilan keputusan dalam belanja online.

Penelitian ini memiliki kebaruan dengan mengintegrasikan konsep literasi informasi dalam konteks perilaku belanja online pada platform e-commerce Shopee. Berbeda dengan penelitian sebelumnya yang lebih banyak berfokus pada literasi informasi dalam konteks akademik atau penggunaan produk tertentu seperti kosmetik (Nisa, 2025), penelitian ini secara spesifik mengkaji bagaimana mahasiswa memanfaatkan literasi informasi dalam proses

pengambilan keputusan pembelian di platform digital. Selain itu, penelitian ini juga mengaitkan faktor-faktor eksternal seperti promosi, diskon, ulasan, dan fitur interaktif (Shopee Live dan Shopee Video) dalam membentuk perilaku konsumsi mahasiswa, sehingga memberikan perspektif yang lebih komprehensif.

Meskipun literasi informasi telah banyak diteliti, masih terdapat keterbatasan dalam kajian yang menghubungkan literasi informasi dengan perilaku belanja online di platform e-commerce, khususnya Shopee. Sebagian besar penelitian sebelumnya belum secara mendalam mengkaji bagaimana mahasiswa mengevaluasi informasi produk, kredibilitas penjual, serta pengaruh faktor promosi terhadap keputusan pembelian. Selain itu, belum banyak penelitian yang secara spesifik mengidentifikasi tingkat literasi informasi mahasiswa dalam konteks penggunaan fitur-fitur digital yang tersedia di e-commerce. Kondisi ini menunjukkan adanya kesenjangan antara pentingnya literasi informasi dengan praktik nyata penggunaannya dalam kehidupan sehari-hari (Alfansyur & Mariyani, 2020). Oleh karena itu, penelitian ini penting dilakukan untuk memberikan gambaran empiris mengenai tingkat literasi informasi mahasiswa serta faktor-faktor yang memengaruhi perilaku belanja online mereka.

Berdasarkan rumusan masalah penelitian diatas, maka penelitian ini bertujuan untuk mendeskripsikan: (1) Tingkat literasi informasi mahasiswa Angkatan 2022 dalam menggunakan *platform e-commerce Shopee* di Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang. (2) Kemampuan mahasiswa dalam mengevaluasi, mengolah, dan memanfaatkan informasi produk yang tersedia pada *platform e-commerce Shopee*. (3) Kemampuan mahasiswa dalam menggunakan informasi secara bijaksana dan rasional sebagai dasar pengambilan keputusan pembelian di *platform e-commerce Shopee*.

## **2. KAJIAN TEORITIS**

Model *The Seven Faces of Information Literacy*, dikembangkan oleh *Christine Susan Bruce* pada tahun 1997 memandang literasi informasi bukan hanya sebagai keterampilan teknis, tetapi sebagai pengalaman individu dalam berinteraksi dengan informasi (Bruce,C.S. 2003). Penelitian ini akan merujuk pada model yang terdiri atas tujuh aspek untuk menggambarkan cara seseorang memahami dan menggunakan informasi dalam berbagai konteks, yaitu sebagai berikut:

### **1. Teknologi Informasi**

Aspek ini memandang literasi informasi sebagai kemampuan menggunakan teknologi informasi untuk mengakses informasi (Bruce,C.S. 2003:6-8). Fokusnya terletak pada

keterampilan teknis, seperti menggunakan perangkat digital, aplikasi, dan fitur pencarian informasi (Safitri, 2024).

## 2. Sumber Informasi

Literasi informasi dipahami sebagai kemampuan individu dalam mengidentifikasi, memilih, dan memanfaatkan berbagai sumber informasi yang tersedia secara efisien (Bruce,C.S. 2003:8-10). Kemampuan dalam memanfaatkan berbagai sumber informasi ini menjadi penting agar keputusan yang diambil didasarkan pada informasi yang lengkap, relevan, dan dapat dipercaya, sehingga dapat mengurangi risiko kesalahan dalam pengambilan keputusan pembelian (Azaki & Erlianti, 2023).

## 3. Proses Informasi

Literasi informasi merupakan proses pencarian dan pengolahan informasi yang dilakukan secara sistematis (Bruce,C.S. 2003:10-12). Individu yang memiliki literasi informasi yang baik mampu mengidentifikasi kebutuhan informasi, melakukan penelusuran informasi yang relevan, serta menyeleksi informasi yang sesuai dengan tujuan pencarian. Dalam konteks penelitian ini, mahasiswa diharapkan mampu melakukan penelusuran dan pengolahan informasi produk pada *platform e-commerce Shopee* secara sistematis sebagai dasar dalam pengambilan keputusan pembelian yang rasional dan tepat.

## 4. Pengendalian Informasi

Literasi informasi pada aspek ini dipahami sebagai kemampuan individu dalam mengelola dan mengorganisasi informasi agar dapat dimanfaatkan secara optimal (Bruce,C.S. 2003:12-14). Individu yang memiliki literasi informasi yang baik mampu menyimpan, mengelompokkan, dan mengendalikan informasi sehingga mudah diakses kembali saat dibutuhkan. Dalam penelitian ini, kemampuan tersebut dilihat dari keterampilan mahasiswa dalam membandingkan produk, menyimpan informasi penting, serta mengelola referensi sebelum mengambil keputusan pembelian. Pengelolaan informasi yang baik mendukung penggunaan informasi secara terarah dan pengambilan keputusan yang rasional (Badruzzaman, 2023).

## 5. Kontruksi Pengetahuan

Aspek ini memandang literasi informasi sebagai proses pembentukan pengetahuan baru melalui analisis dan pemaknaan informasi yang diperoleh (Bruce,C.S. 2003:14-16). Individu tidak hanya menerima informasi secara pasif, tetapi mampu menginterpretasikan dan mengolah informasi menjadi pemahaman yang lebih komprehensif. Dalam konteks *platform e-commerce*, mahasiswa membangun pengetahuan mengenai kualitas produk, tingkat harga, serta kredibilitas penjual berdasarkan informasi yang tersedia. Proses ini memungkinkan

mahasiswa memperoleh pemahaman yang lebih mendalam sebagai dasar dalam pengambilan keputusan pembelian yang tepat (Salsabila et al., 2024).

#### 6. Pengembangan Pengetahuan

Pada aspek ini, literasi informasi dipahami sebagai kemampuan individu dalam memperluas pengetahuan dengan mengaitkan informasi baru dengan pengetahuan dan pengalaman yang telah dimiliki sebelumnya (Bruce, C.S., 2003:16-18). Informasi tidak hanya dimanfaatkan untuk memenuhi kebutuhan sesaat, tetapi juga untuk memperkaya wawasan dan meningkatkan pemahaman. Dalam konteks penggunaan *platform e-commerce Shopee*, mahasiswa dapat mengembangkan pemahaman yang lebih luas mengenai produk maupun pola belanja dengan mengintegrasikan informasi yang diperoleh dengan pengalaman berbelanja sebelumnya (Sari & Berlianantiya, 2022).

#### 7. Kebijakan Informasi

Aspek ini memandang literasi informasi sebagai kemampuan individu dalam menggunakan informasi secara bijaksana, etis, dan bertanggung jawab (Bruce, C.S. 2003:18-20). Individu mampu mempertimbangkan konsekuensi penggunaan informasi dalam proses pengambilan keputusan. Dalam penelitian ini, kemampuan tersebut dilihat dari sikap mahasiswa dalam mengambil keputusan pembelian secara rasional, tidak impulsif, serta memperhatikan keabsahan dan etika informasi yang digunakan (Muarifillah & Saswani, 2024).

### 3. METODE PENELITIAN

Jenis penelitian yang digunakan adalah penelitian kuantitatif (Sugiyono, 2019). Penelitian kuantitatif merupakan suatu proses penelitian dengan mengumpulkan data melalui kuesioner yang menghasilkan data berbentuk angka dan statistik. Angka-angka tersebut berasal dari jawaban responden terhadap setiap item pernyataan yang mewakili indikator variabel penelitian, dan selanjutnya dianalisis untuk menghasilkan kesimpulan. Populasi dalam penelitian ini yaitu mahasiswa angkatan 2022 Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang yang berjumlah 1.208 orang. Berdasarkan rumus *Slovin* diperoleh jumlah sampel sebanyak 72 responden. Teknik pengambilan sampel dalam penelitian ini adalah *simple random sampling*. Penelitian ini terdiri dari satu variabel yaitu literasi informasi. Pengumpulan data dalam penelitian ini yaitu berupa kuesioner yang disusun berdasarkan model *The Seven Faces of Information Literacy*, yang terdiri dari tujuh indikator yaitu teknologi informasi, sumber informasi, proses informasi, pengendalian informasi, konstruksi pengetahuan, pengembangan pengetahuan, dan kebijakan informasi. Data hasil kuesioner yang diperoleh dari responden dianalisis dengan menggunakan perhitungan nilai rata-rata *mean*

untuk mengetahui skor rata-rata jawaban mahasiswa pada setiap indikator literasi informasi yang mengacu pada model *The Seven Faces of Information Literacy*. Selanjutnya, digunakan perhitungan *grand mean* untuk melihat gambaran keseluruhan dari seluruh indikator yang diteliti. Setelah diperoleh nilai rata-rata umum sampel, analisis dilanjutkan dengan menggunakan interval kepercayaan (*confidence interval*) guna memperkirakan rentang nilai rata-rata populasi berdasarkan data sampel. Melalui tahapan tersebut, penelitian ini dapat memberikan gambaran menyeluruh mengenai tingkat literasi informasi mahasiswa serta mengidentifikasi aspek-aspek yang masih perlu ditingkatkan.

#### 4. HASIL DAN PEMBAHASAN

Hasil penelitian ini diperoleh dengan menyebarkan kuesioner yang disusun berdasarkan model *The Seven Faces of Information Literacy* yang terdiri dari tujuh indikator disebarkan kepada 92 responden secara *online* melalui *WhatsApp* dalam bentuk *google form* dan secara langsung melalui *QR code* kepada mahasiswa Angkatan 2022 Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang.

##### **Tingkat Literasi Informasi Mahasiswa Berdasarkan Indikator Teknologi Informasi**

Pada indikator teknologi informasi terdapat empat pernyataan untuk melihat tingkat literasi informasi mahasiswa Angkatan 2022 dalam penggunaan *platform e-commerce shopee* di Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang. Berikut hasil analisis yang diperoleh pada pernyataan pertama, mengenai penggunaan fitur pencarian informasi untuk menemukan produk yang dibutuhkan diperoleh rata-rata 3,26 yang berada pada kategori tinggi. Pernyataan kedua, menggunakan fitur filter harga, rating, lokasi toko agar mempersempit pencarian informasi produk diperoleh rata-rata 3,15 yang berada pada kategori tinggi. Pernyataan ketiga, mengakses berbagai fitur shopee live, shopee video, dan ulasan produk dengan lancer diperoleh rata-rata 3,22 yang berada pada kategori tinggi. Dan pernyataan keempat, mampu menggunakan aplikasi shopee di smartphone maupun website dengan efektif diperoleh rata-rata 3,15 yang berada pada kategori tinggi. Hasil dari empat pernyataan indikator teknologi informasi diperoleh rata-rata 3,19 yang berada pada kategori tinggi.

Berdasarkan perhitungan interval kepercayaan diperoleh rentang rata-rata  $3,06 < \mu < 3,32$ , artinya mahasiswa memiliki kemampuan yang baik dalam memanfaatkan teknologi digital dalam aktivitas pencarian informasi produk. Mahasiswa memiliki keterampilan dasar yang baik dalam pencarian informasi produk yang dibutuhkan. Ini menunjukkan pemahaman dalam memanfaatkan teknologi secara efektif dan efisien dalam proses pencarian informasi produk. Kemampuan ini terlihat dari bagaimana mahasiswa dapat mengakses informasi dengan

cepat, memilih fitur yang relevan, serta memanfaatkan kemudahan teknologi digital dalam mendukung aktivitas belanja *online*. Pemanfaatan fitur-fitur dalam Shopee menjadi bukti bahwa proses pencarian informasi tidak hanya dilakukan secara sederhana, tetapi juga didukung oleh kemampuan penggunaan teknologi yang memadai. Hasil ini sejalan dengan pernyataan Raharja et al., (2022) kemampuan dalam menggunakan teknologi informasi merupakan bagian penting dari literasi informasi, di mana seseorang dapat mengakses dan memanfaatkan teknologi secara efektif guna memperoleh informasi yang relevan, akurat, dan sesuai dengan kebutuhan.

### **Tingkat Literasi Informasi Mahasiswa Berdasarkan Indikator Sumber Informasi**

Pada indikator sumber informasi terdapat empat pernyataan untuk melihat tingkat literasi informasi mahasiswa Angkatan 2022 dalam penggunaan platform e-commerce shopee di Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang. Berikut hasil analisis yang diperoleh. Pernyataan pertama, mengenai membaca deskripsi produk secara lengkap sebelum melakukan pembelian diperoleh rata-rata 3,10 yang berada pada kategori tinggi. Pernyataan kedua, memanfaatkan foto dan video produk sebagai sumber informasi diperoleh rata-rata 3,33 yang berada pada kategori tinggi. Pernyataan ketiga, mengakses berbagai fitur shopee live, shopee video, dan ulasan produk dengan lancar diperoleh rata-rata 3,25 yang berada pada kategori tinggi. Dan pernyataan keempat, mampu menggunakan aplikasi shopee di smartphone maupun website dengan efektif diperoleh rata-rata 3,27 yang berada pada kategori tinggi. Hasil dari empat pernyataan indikator sumber informasi diperoleh rata-rata 3,24 yang berada pada kategori tinggi.

Berdasarkan perhitungan interval kepercayaan diperoleh rentang rata-rata  $3,11 < \mu < 3,37$ , artinya mahasiswa dapat memperoleh informasi yang beragam dan tidak hanya bergantung pada satu sumber saja. Melalui pemanfaatan berbagai sumber informasi yang tersedia, seperti deskripsi produk, foto, video, serta ulasan pembeli pada platform Shopee, mahasiswa mampu menemukan informasi yang relevan dan akurat. Hal ini membantu mahasiswa dalam menghemat waktu pencarian serta mendukung pengambilan keputusan yang lebih tepat dan efektif. Hasil ini di dukung penelitian Heriyanto (2020), kesenjangan informasi dapat terjadi akibat tidak meratanya ketersediaan informasi serta rendahnya kemampuan individu dalam memanfaatkan sumber informasi yang ada.

### **Tingkat Literasi Informasi Mahasiswa Berdasarkan Indikator Proses Informasi**

Pada indikator proses informasi terdapat empat pernyataan untuk melihat

tingkat literasi informasi mahasiswa Angkatan 2022 dalam penggunaan platform e-commerce shopee di Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang. Berikut hasil analisis yang diperoleh. Pernyataan pertama, mengenai menentukan kebutuhan produk terlebih dahulu sebelum melakukan pencarian diperoleh rata-rata 3,10 yang berada pada kategori tinggi. Pernyataan kedua, melakukan pencarian produk serupa di beberapa toko yang berbeda diperoleh rata-rata 3,25 yang berada pada kategori tinggi. Pernyataan ketiga, mencari informasi tambahan dari deskripsi, foto/video dan ulasan produk diperoleh rata-rata 3,22 yang berada pada kategori tinggi. Dan pernyataan keempat, melakukan penelusuran informasi produk secara bertahap dari berbagai sumber diperoleh rata-rata 3,23 yang berada pada kategori tinggi. Hasil dari empat pernyataan indikator proses informasi diperoleh rata-rata 3,20 yang berada pada kategori tinggi.

Berdasarkan perhitungan interval kepercayaan diperoleh rentang rata-rata  $3,07 < \mu < 3,33$ . Dengan demikian, dapat dikatakan bahwa mahasiswa angkatan 2022 Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang memiliki kemampuan yang baik dalam mengelola proses pencarian informasi pada platform e-commerce Shopee yang berada pada kategori tinggi. Hal ini terlihat dari kemampuan mahasiswa dalam menentukan kebutuhan produk sebelum melakukan pencarian, menelusuri produk serupa di beberapa toko, serta memanfaatkan berbagai fitur seperti deskripsi, foto atau video, dan ulasan produk untuk memperoleh informasi yang lebih lengkap. Hasil ini sejalan dengan pernyataan Fadiyah (2024), kemampuan dalam proses informasi mencerminkan keterampilan individu dalam merencanakan, menelusuri, serta mengolah informasi secara sistematis

### **Tingkat Literasi Informasi Mahasiswa Berdasarkan Indikator Pengendalian Informasi**

Pada indikator pengendalian informasi terdapat empat pernyataan untuk melihat tingkat literasi informasi mahasiswa Angkatan 2022 dalam penggunaan platform e-commerce shopee di Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang. Berikut hasil analisis yang diperoleh. Pernyataan pertama, mengenai menyimpan beberapa produk ke keranjang untuk di bandingkan sebelum membeli diperoleh rata-rata 3,21 yang berada pada kategori tinggi. Pernyataan kedua, membandingkan informasi produk dari beberapa penjual yang berbeda diperoleh rata-rata 3,27 yang berada pada kategori tinggi. Pernyataan ketiga, membandingkan harga produk yang sama dari berbagai toko diperoleh rata-rata 3,23 yang berada pada kategori tinggi. Dan pernyataan keempat, mengelola informasi dari berbagai sumber di shopee agar mudah diakses Kembali saat dibutuhkan diperoleh rata-rata 3,23 yang berada pada kategori tinggi. Hasil dari empat

pernyataan indikator pengendalian informasi diperoleh rata-rata 3,23 yang berada pada kategori tinggi.

Berdasarkan perhitungan interval kepercayaan diperoleh rentang rata-rata  $3,11 < \mu < 3,36$ . Maka, dapat disimpulkan bahwa mahasiswa angkatan 2022 Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang memiliki kemampuan yang baik dalam pengendalian informasi pada penggunaan platform e-commerce Shopee. Mahasiswa mampu menyimpan produk untuk dibandingkan, membandingkan informasi dari beberapa penjual, serta membandingkan harga produk dari berbagai toko sebelum melakukan pembelian. Selain itu, mahasiswa juga mampu mengelola informasi dari berbagai sumber agar dapat diakses kembali saat dibutuhkan. Hal ini diperkuat oleh hasil wawancara yang menunjukkan bahwa mahasiswa mampu mengendalikan informasi yang diperoleh dari Shopee, seperti menyimpan produk untuk dibandingkan, membandingkan informasi dari beberapa penjual, serta mengelola informasi agar mudah diakses kembali.

### **Tingkat Literasi Informasi Mahasiswa Berdasarkan Indikator Kontruksi Pengetahuan**

Pada indikator kontruksi pengetahuan terdapat empat pernyataan untuk melihat tingkat literasi informasi mahasiswa Angkatan 2022 dalam penggunaan platform e-commerce shopee di Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang. Berikut hasil analisis yang diperoleh. Pernyataan pertama, mengenai menilai kualitas produk berdasarkan informasi yang disediakan di deskripsi dan ulasan diperoleh rata-rata 3,14 yang berada pada kategori tinggi. Pernyataan kedua, membedakan ulasan produk yang asli dengan ulasan palsu/berbayar diperoleh rata-rata 3,01 yang berada pada kategori tinggi. Pernyataan ketiga, menganalisis kredibilitas penjual diperoleh rata-rata 3,17 yang berada pada kategori tinggi. Dan pernyataan keempat, menyimpulkan suatu produk sesuai dengan kebutuhan berdasarkan informasi yang ada diperoleh rata-rata 3,20 yang berada pada kategori tinggi. Hasil dari empat pernyataan indikator kontruksi pengetahuan diperoleh rata-rata 3,13 yang berada pada kategori tinggi.

Berdasarkan perhitungan interval kepercayaan diperoleh rentang rata-rata  $3,01 < \mu < 3,26$ . Artinya, mahasiswa angkatan 2022 Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang memiliki kemampuan yang baik dalam mengolah dan membangun pengetahuan berdasarkan informasi yang diperoleh dari platform e-commerce shopee. Mahasiswa mampu menilai kualitas produk berdasarkan deskripsi, ulasan pembeli, serta pengalaman sebelumnya, sehingga informasi yang diperoleh dapat diolah menjadi pengetahuan yang lebih bermakna. Hasil penelitian ini diperkuat oleh temuan Nur Auliyah (2022) yang menunjukkan bahwa kemampuan dalam mengolah dan memahami informasi berpengaruh positif terhadap

pembentukan pengetahuan individu, serta meningkatkan kemampuan berpikir kritis dalam mengambil keputusan

### **Tingkat Literasi Informasi Mahasiswa Berdasarkan Indikator Pengembangan Pengetahuan**

Pada indikator pengembangan pengetahuan terdapat empat pernyataan untuk melihat tingkat literasi informasi mahasiswa Angkatan 2022 dalam penggunaan platform e-commerce shopee di Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang. Berikut hasil analisis yang diperoleh. Pernyataan pertama, mengenai mengaitkan informasi produk baru dengan pengalaman pembelian sebelumnya peroleh rata-rata 3,13 yang berada pada kategori tinggi. Pernyataan kedua, mengenai lebih berhati hati dalam memilih produk diperoleh rata-rata 2,70 yang berada pada kategori tinggi. Pernyataan ketiga, menganalisis dengan teliti deskripsi produk diperoleh rata-rata 2,83 yang berada pada kategori tinggi. Dan pernyataan keempat, memperluas pemahaman dengan informasi baru dan yang sudah dimiliki diperoleh rata-rata 3,26 yang berada pada kategori tinggi. Hasil dari empat pernyataan indikator pengembangan pengetahuan diperoleh rata-rata 2.98 yang berada pada kategori tinggi.

Berdasarkan perhitungan interval kepercayaan diperoleh rentang rata-rata  $2,85 < \mu < 3,11$ . Artinya, mahasiswa memiliki kemampuan yang baik dalam mengembangkan pengetahuan berdasarkan pengalaman penggunaan platform Shopee. Mahasiswa mampu mengaitkan informasi produk dengan pengalaman pembelian sebelumnya, sehingga dapat meningkatkan pemahaman terhadap kualitas dan kesesuaian produk. Selain itu, mahasiswa juga menunjukkan adanya upaya untuk menjadi lebih teliti setelah mengalami ketidaksesuaian produk, seperti lebih memperhatikan deskripsi, ulasan, dan rating sebelum membeli. Meskipun demikian, masih terdapat sebagian mahasiswa yang belum sepenuhnya konsisten dalam memanfaatkan pengalaman tersebut sebagai bahan evaluasi. Hal ini diperkuat oleh hasil wawancara yang menunjukkan bahwa mahasiswa mengembangkan pengetahuan dengan berbagai cara, seperti mengaitkan informasi produk dengan pengalaman pembelian sebelumnya, mengevaluasi kembali keputusan yang telah dilakukan, serta meningkatkan ketelitian dalam memahami informasi produk untuk pembelian selanjutnya.

### **Tingkat Literasi Informasi Mahasiswa Berdasarkan Indikator Kebijakan Informasi**

Pada indikator kebijakan informasi terdapat empat pernyataan untuk melihat tingkat literasi informasi mahasiswa Angkatan 2022 dalam penggunaan platform e-commerce shopee di Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang. Berikut hasil analisis yang

diperoleh. Pernyataan pertama, mengenai pengaruh promosi atau diskon besar tanpa memeriksa kualitas produk di peroleh rata-rata 3,15 yang berada pada kategori tinggi. Pernyataan kedua, mengenai tidak terburu-buru membeli produk karena flash sale diperoleh rata-rata 3,06 yang berada pada kategori tinggi. Pernyataan ketiga, membuat keputusan berdasarkan informasi yang akurat diperoleh rata-rata 3,23 yang berada pada kategori tinggi. Dan pernyataan keempat, mengenai memberi ulasan yang jujur dan objektif setelah menerima produk untuk membantu pembeli lain diperoleh rata-rata 3,10 yang berada pada kategori tinggi. Hasil dari empat pernyataan indikator kebijaksanaan informasi diperoleh rata-rata 3,14 yang berada pada kategori tinggi.

Berdasarkan perhitungan interval kepercayaan diperoleh rentang rata-rata  $3,02 < \mu < 3,26$ . Artinya, mahasiswa memiliki kemampuan yang baik dalam menggunakan informasi secara bijak dalam penggunaan platform e-commerce shopee. Hal ini terlihat dari sikap mahasiswa yang tidak mudah terpengaruh oleh promosi atau diskon besar tanpa mempertimbangkan kualitas produk, tidak terburu-buru dalam melakukan pembelian saat flash sale, serta mampu mengambil keputusan berdasarkan informasi yang akurat. Selain itu, mahasiswa juga menunjukkan tanggung jawab dalam penggunaan informasi, seperti memberikan ulasan yang jujur dan objektif setelah menerima produk guna membantu pembeli lain. Kemampuan ini mencerminkan bahwa mahasiswa tidak hanya sebagai pengguna informasi, tetapi juga sebagai penyebar informasi yang bertanggung jawab. Hal ini diperkuat oleh hasil wawancara yang menunjukkan bahwa mahasiswa cenderung lebih berhati-hati dalam mengambil keputusan pembelian, dengan mempertimbangkan berbagai informasi seperti ulasan, rating, dan pengalaman pengguna lain sebelum membeli.

**Tabel 1. Interval Kepercayaan Populasi**

<b>Statistik</b>	<b>Nilai</b>
Rata2 Gabungan (x)	3,16
Standar Deviasi (s)	0,54
Jumlah Responden (n)	92
Tingkat kepercayaan	95% (1,96)
Standar Error (SE)	0,056
Margin Error (ME)	0,110
<b>Batas bawah (CI)</b>	<b>3,05</b>
<b>Batas Atas (CI)</b>	<b>3,27</b>

Berdasarkan interval kepercayaan pada tabel 8 terhadap nilai rata-rata gabungan seluruh indikator, diperoleh rata-rata sampel 3,16 dengan standar deviasi 0,54, 92 responden, tingkat kepercayaan 95% (nilai Z = 1,96), standard error 0,056, dan margin of error 0,110. Berdasarkan

perhitungan interval kepercayaan, rata-rata kemampuan literasi informasi mahasiswa berada pada rentang  $3,05 < \mu < 3,27$ . Menunjukkan bahwa tingkat literasi informasi mahasiswa angkatan 2022 dalam penggunaan *platform e-commerce Shopee* di Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang berada pada kategori tinggi. Maka secara umum dapat disimpulkan bahwa mahasiswa memiliki tingkat literasi informasi yang baik, khususnya dalam aspek penggunaan teknologi informasi, pemanfaatan sumber informasi, proses pencarian, pengendalian informasi, konstruksi pengetahuan, pengembangan pengetahuan, serta kebijaksanaan dalam menggunakan informasi pada *platform e-commerce Shopee*.

## 5. KESIMPULAN DAN SARAN

Berdasarkan hasil penelitian yang dilakukan mengenai tingkat literasi informasi mahasiswa angkatan 2022 di Fakultas Bahasa dan Seni Universitas Negeri Padang, menunjukkan bahwa secara umum tingkat literasi informasi mahasiswa Angkatan 2022 Fakultas Bahasa dan Seni berada pada kategori tinggi dengan rentang rata-rata  $3,05 < \mu < 3,27$ . Penelitian ini didasarkan pada tujuh indikator yang meliputi teknologi informasi, sumber informasi, proses informasi, pengendalian informasi, konstruksi pengetahuan, pengembangan pengetahuan, dan kebijaksanaan informasi yang masing-masing indikator menunjukkan hasil penilaian rata-rata tinggi. Meskipun seluruh indikator berada pada kategori tinggi, masih terdapat beberapa aspek yang perlu lebih ditingkatkan, terutama dalam hal konsistensi mahasiswa dalam menggunakan pengalaman sebelumnya sebagai dasar pertimbangan. Oleh karena itu, mahasiswa tidak hanya mampu mencari dan memahami informasi, tetapi juga mampu mengelola dan menggunakannya secara kritis, rasional, dan bertanggung jawab.

Berdasarkan hasil penelitian, disarankan agar mahasiswa dapat lebih meningkatkan kemampuan literasi informasi, khususnya dalam memanfaatkan pengalaman sebelumnya sebagai bahan evaluasi dalam pengambilan keputusan. Mahasiswa diharapkan tidak hanya fokus pada pencarian informasi, tetapi juga mampu melakukan analisis kritis, membandingkan berbagai sumber, serta mempertimbangkan kredibilitas informasi secara lebih mendalam. Selain itu, pihak fakultas dan dosen dapat memberikan pelatihan atau pembelajaran yang lebih terarah terkait literasi informasi, terutama dalam konteks pemanfaatan informasi digital secara bijak. Penelitian selanjutnya diharapkan dapat mengkaji lebih luas dengan melibatkan variabel lain, seperti faktor psikologis atau pengaruh lingkungan sosial, serta memperluas objek penelitian agar diperoleh gambaran yang lebih komprehensif mengenai literasi informasi di kalangan mahasiswa.

## DAFTAR REFERENSI

- Agustin, W. (2019). Peran Trust Memediasi Pengaruh Shopping Experience Terhadap Positive Word Of Mouth (Studi pada Pengguna Shopee Mobile Shopping di Kota Denpasar). *E-Jurnal Manajemen*, Vol. 8, No. 9, 2019 :5825-5846, 04(02), 886–893.
- Alfansyur, A., & Mariyani. (2020). Seni Mengelola Data : Penerapan Triangulasi Teknik , Sumber Dan Waktu pada Penelitian Pendidikan Sosial. *Historis*, 5(2), 146–150.
- Azaki, F. F., & Erlianti, G. (2023). Kemampuan Literasi Informasi Pemustaka Di Perpustakaan Universitas Negeri Padang Menggunakan Information Literacy Standars For Higher Education. *Al Maktabah*, 8(1), 66-75., 2(2), 137–150.
- Badruzzaman, A. (2023). Inovasi Perpustakaan Untuk Peningkatan Literasi Informasi. *Literasiana*, 1(01)., 1, 1–10.
- Bruce, C. (2003). *Seven Faces of Information Literacy Today ' s themes*.
- Carlton, A., Eberhart, G. M., Lomax, R., Polos, S. H., Avila, S., Eagan, J. M., Eyler, S., Hastler, M. L., Hunter, B. A., Jusic, J., Kelsey, S., & Anne, L. (2020). *American Library Association. The State of America ' s Libraries 20 20: A*.
- Hirvonen, N., Enwald, H., Mayer, A., Korpelainen, R., Pyky, R., Salonurmi, T., Savolainen, M. J., & Nengomasha, C. (2020). Screening everyday health information literacy among four populations. *Health Information and Libraries Journal*, 37, Pp. 192-203, 192–203.
- Latifah, N., Norjannah, W., & Lina, M. (2024). Pengaruh Penggunaan Aplikasi TikTok terhadap Literasi Informasi Mahasiswa Jurusan Ilmu Perpustakaan dan Informasi Islam UIN Antasari Banjarmasin. *Jurnal Pustaka Ilmiah*, Vol. 10, No. 1, 83-98, Juni, 2024, 10(1), 83.
- Muarifillah, A. S., Qur'aini, Y., & Saswani, F. (2024). Penguatan Literasi Informasi; Bentuk Pencegahan Berita Hoax Dalam Penggunaan Teknologi Informasi Dan Komunikasi. *Jurnal Multidisiplin Ilmu Akademik*, 1(4), 61-71., 1(4), 61–71.
- Nusrida, H., Bahar, M., & Andeska, M. N. (2024). Transformasi Perilaku Konsumen Muslim Berbelanja Di Pasar Modern Dan Pasar Online ( Studi Kasus Mahasiswa UIN Imam Bonjol Padang ). *Jurnal Ekonomi Syariah Pelita Bangsa*, Vol. 09, No. 02, Oktober 2024, 09(02), 369–387.
- Putri, A., Fuad, M., Setianingsih, D., & Samudra. (2024). Pengaruh Literasi Keuangan, Teknologi Keuangan (Financial Technology) Dan Risiko Terhadap Minat Belanja Di E-Commerce (Studi Kasus: Pengguna Aplikasi Shopee Pada Mahasiswa Fakultas Ekonomi Univeristas Samudra). *This Work Is Licensed under a Creative Commons Attribution 4.0 International License.Jurnal Ilmiah Manajemen Profetik*Vol 2, No.2,Agustus2024, Pp.36-43, 2(2), 36–43.
- Rachmawati, T. S., Agustine, M., Perpustakaan, S., Padjadjaran, U., Km, J. R. B., Barat, J., A, J. C. N., Kidul, C., & Barat, J. (2021). Keterampilan literasi informasi sebagai upaya pencegahan hoaks mengenai informasi kesehatan di media sosial. *Jurnal Kajian Informasi & Perpustakaan*, 9(1), 99-114, 9(1), 99–114.
- Raharja, M. F., Yuliana, M. E., Duta, U., & Surakarta, B. (2022). Teknologi Informasi Sebagai Sarana Komunikasi Penjual Kepada Pembeli Di Platform E-Commerce. *Jurnal Ekonomi Teknologi & Bisnis ( JETBIS )*, 1(3), 131–134.

- Renggowati, W. J., Prihatini, A. E., & Listyorini, S. (2023). Pengaruh Electronic Word of Mouth (E-Wom) dan Kemudahan Penggunaan Aplikasi Shopee terhadap Keputusan Penggunaan E-Commerce Shopee. *Jurnal Ilmu Administrasi Bisnis*, 12(3), 986–997.
- Safitri, D. S., Aulia, N. N., & Wijaya, V. (2024). Pemanfaatan teknologi informasi dalam memenuhi kebutuhan sumber informasi dan pembelajaran. *CoverAge: Journal of Strategic Communication*, 15(1), 70-82., 119–136.
- Saktia, N. (2024). *Tingkat Literasi Informasi Mahasiswa Fakultas Dakwah dan Ilmu Komunikasi Universitas Islam Negeri Jakarta di Media Online*.
- Salsabila, A., Hidayati, S. N., & Aulia, E. V. (2024). Analisis Kemampuan Literasi Informasi Siswa SMP dalam Menghadapi Pembelajaran di Era Society 5 . 0. *Jurnal Pendidikan Indonesia*, 4(2), 569-580., 4(2).
- Sari, N. E., & Berlianantiya, M. (2022). Pengaruh Literasi Digital Terhadap Perilaku Belanja Online Pada Gen-Z Di Universitas PGRI Madiun. *Equilibrium: Jurnal Ilmiah Ekonomi Dan Pembelajarannya*, 10(2), 179-184., 179–184.
- Sugiyono. (2019). *Metode penelitian bisnis: pendekatan kuantitatif, kualitatif, kombinasi, dan R&D*. Alfabeta.